



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO  
DE TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA VALLE HERMOSO, CANTON  
SANTO DOMINGO, PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS**

**SILVA CHAMORRO ARACELI PAOLA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO EN  
INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

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

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2015**

## **DEDICATORIA**

*A **Dios** con toda humildad desde el fondo de mi corazón dedico este trabajo. Te amo mi señor.*

*A **mis padres** por ser el pilar principal para cumplir mis objetivos.*

*A **mis hermanos** demostrándoles que con perseverancia y fe se logra cumplir las metas propuestas. Los quiero mucho.*

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios.*

*Por darme fuerzas para continuar cuando a punto de caer he estado.*

*A mis padres Sulita y Geovanni.*

*Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por sus valores, por su amor, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien*

*A mis hermanos Adriana y Alexander.*

*Por estar conmigo y apoyarme en todo momento.*

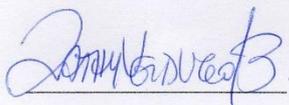
*A todas esas personas que de una u otra forma son parte de mi vida y con sus palabras de aliento han ayudado para que llegue al fin de esta meta.*

## CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN

El suscrito **TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN**, certifica: Que la Señorita, Araceli Paola Silva Chamorro, culminó con el trabajo de investigación denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA VALLE HERMOSO, CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS”** y ha sido prolijamente revisada y aprobada, quedando autorizada su presentación y defensa.



Ing. Sandra Miranda  
DIRECTORA



Ing. Catalina Verdugo  
MIEMBRO

Riobamba, 10 de julio del 2015

## TABLA DE CONTENIDOS

INDICE DE FOTOS .....	IV
INDICE DE GRAFICOS.....	V
INDICE DE CUADROS .....	VIII
I. TÍTULO.....	1
II. INTRODUCCIÓN .....	1
JUSTIFICACIÓN .....	2
OBJETIVOS .....	3
HIPÓTESIS.....	4
III. REVISIÓN BIBLIOGRAFICA.....	5
A. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....	5
1. Objetivos que determinan la factibilidad .....	5
2. Proyecto factible.....	6
B. TURISMO .....	6
1. Turismo sostenible .....	6
2. Turismo comunitario .....	7
EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO .....	8
1. Atractivos turísticos .....	8
2. Inventario de atractivos .....	8
ESTUDIO DE MERCADO.....	11
1. Análisis de la demanda.....	11
2. Análisis de la oferta.....	13
PRODUCTO TURÍSTICO.....	13
1. Tipos de productos .....	14
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN COMUNITARIA .....	15
VIABILIDAD SOCIO-AMBIENTAL.....	16
ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO .....	16
1. Análisis económico y financiero .....	16
IV. MATERIALES Y MÉTODOS .....	25
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	25
1. Localización .....	25
2. Ubicación geográfica .....	25
3. Características climáticas .....	25
4. Clasificación ecológica .....	25
5. Materiales y equipos .....	26
METODOLOGÍA .....	27

1.	Para el cumplimiento del primer objetivo: Validar la evaluación del potencial turístico de la parroquia Valle Hermoso.....	27
2.	Para el cumplimiento del segundo objetivo: Determinar la viabilidad comercial del producto .....	28
3.	Para el cumplimiento del tercer objetivo: Elaborar la estructura técnica del producto de turismo comunitario.....	30
4.	Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Determinar la viabilidad administrativa-legal .....	32
5.	Para el cumplimiento del quinto objetivo: Determinar la viabilidad socio-ambiental .....	32
6.	Para el cumplimiento del sexto objetivo: Determinar la viabilidad económico – financiero .....	33
V.	RESULTADOS .....	34
A.	VALIDACIÓN DE LA EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO .....	34
1.	Diagnóstico Turístico .....	34
	VIABILIDAD COMERCIAL DEL PRODUCTO .....	58
1.	Estudio de mercado .....	58
	DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO .....	103
1.	Concepto del producto .....	104
2.	Objetivo del producto.....	104
3.	Identificación de los sitios promisorios.....	104
4.	Actividades turísticas principales y complementarias .....	105
5.	Caracterización de la planta turística existente .....	106
6.	Requerimientos para la operación del producto turístico.....	136
7.	Estrategias de comercialización .....	162
	VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL.....	174
1.	Estudio Administrativo .....	174
2.	Estudio legal.....	224
3.	Identificación de acciones que pueden causar impacto.....	233
	VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	246
1.	Viabilidad económica.....	246
2.	Evaluación financiera.....	256
VI.	CONCLUSIONES .....	257
VII.	RECOMENDACIONES.....	258
VIII.	RESUMEN.....	259
IX.	SUMMARY .....	260
X.	BIBLIOGRAFÍA .....	261
XI.	ANEXOS .....	263

A. ANEXO 01.....	263
B. ANEXO 02.....	311
1. Modelo de encuesta.....	311
C. ANEXO 03.....	312
1. Resultado de las encuestas en gráficos.....	312

## INDICE DE FOTOS

FOTO N° 01. ECO RESORT KASHAMA .....	106
FOTO N° 02. HOSTERÍA VALLE HERMOSO .....	107
FOTO N° 03. CAMPAMENTO BEREANO RÍO BLANCO .....	108
FOTO N° 04. RESTAURANTE COSTEÑITO DEL VALLE.....	109
FOTO N° 05. RESTAURANTE ISABELITA .....	110
FOTO N° 06. RESTAURANTE MILU .....	110
FOTO N° 07. RESTAURANTE ISRAEL.....	111
FOTO N° 08. RESTAURANTE COMEDOR “EL LICEN” .....	111
FOTO N° 09. ASADERO J.K .....	112
FOTO N°10. DISCOTECA SCALA .....	113
FOTO N°11. BALNEARIO LA SIRENITA.....	113
FOTO N°12. BALNEARIO RACE TRACKE.....	114
FOTO N°13. FINCA EL CORONEL	FOTO N°14.TOLAS DEL CHIGÜILPE
FOTO N°15. CAVERNA.....	FOTO N°15. CAVERNA.....
	119
FOTO N°16. RAFTING EN EL RÍO BLANCO	FOTO N°17.RÍO EL CRISTAL
FOTO N°18. PLAYA DE LAS GARZAS.....	FOTO N°18. PLAYA DE LAS GARZAS.....
	122
FOTO N°19. CHOCOLATE ARTESANAL	FOTO N°20. ELABORACIÓN DE LA
PANELA	FOTO N°21. FAMILIA DEDICADA AL
FOTO N°21. FAMILIA DEDICADA AL	CULTIVO DE FLORES
TROPICALES .....	TROPICALES .....
	125
FOTO N°22. RAFTING	FOTO N°23. CHOCOLATE ARTESANAL
FOTO N°22. RAFTING	FOTO N°24.
CAVERNA	FOTO N°25. TSÁCHILAS .....
FOTO N°25. TSÁCHILAS .....	130
FOTO N°27. MODELO DE LETRERO .....	152

## INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO N° 01. COMPARATIVO DE ENTRADA DE TURISTAS AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI Y A LA RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS DESDE EL AÑO 2010 AL AÑO 2013.....	61
GRÁFICO N° 02. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE RESERVACIÓN .....	212
GRÁFICO N° 03. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE HOSPEDAJE.....	214
GRÁFICO N° 04. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ALIMENTACIÓN.....	215
GRÁFICO N° 05. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE GUIANZA .....	216
GRÁFICO N° 06. FLUJOGRAMA DEL PAQUETE TURÍSTICO: ADENTRANDO EN LA MAGIA DE VALLE HERMOSO .....	217
GRÁFICO N° 07. FLUJOGRAMA DEL PAQUETE TURÍSTICO: VALLE HERMOSO EXTREMO.....	218
GRÁFICO N° 08. FLUJOGRAMA DEL PAQUETE TURÍSTICO: UNA EXPERIENCIA DULCE.....	219
GRÁFICO N° 09. FLUJOGRAMA DEL PAQUETE TURÍSTICO: DESCUBRIENDO VALLE HERMOSO.....	220
GRÁFICO N° 10. EDAD DE LOS TURISTAS NACIONALES.....	313
GRÁFICO N° 11. GÉNERO DE LOS TURISTAS NACIONALES.....	313
GRÁFICO N° 12. PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS NACIONALES.....	313
GRÁFICO N° 13. MOTIVO DE VIAJE DE LOS TURISTAS NACIONALES .....	314
GRÁFICO N° 14. COMPOSICIÓN DEL GRUPO DE VIAJE DE LOS TURISTAS NACIONALES.....	314
GRÁFICO N° 15. TEMPORADA DE VIAJE DE LOS TURISTAS NACIONALES .....	315
GRÁFICO N° 16. PERCEPCIÓN DE LA PARROQUIA POR LOS TURISTAS NACIONALES.....	315

GRÁFICO N° 17. PERCEPCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO POR LOS TURISTAS NACIONALES .....	315
GRÁFICO N° 18. ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO POR LOS TURISTAS NACIONALES .....	316
GRÁFICO N° 19. PERMANENCIA DE LOS TURISTAS NACIONALES .....	316
GRÁFICO N° 20. ACTIVIDADES DE LOS TURISTAS NACIONALES .....	316
GRÁFICO N° 21. SERVICIOS TURÍSTICOS DE LOS TURISTAS NACIONALES .....	317
GRÁFICO N° 22. MEDIOS DE INFORMACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES .....	317
GRÁFICO N° 23. CAPACIDAD DE GASTO POR LOS TURISTAS NACIONALES .....	317
GRÁFICO N° 24. EDAD DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	318
GRÁFICO N° 25. GÉNERO DE LOS TURISTAS NACIONALES.....	318
GRÁFICO N° 26. PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	318
GRÁFICO N° 27. MOTIVO DE VIAJE DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	319
GRÁFICO N° 28. COMPOSICIÓN DEL GRUPO DE VIAJE DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	319
GRÁFICO N° 29. TEMPORADA DE VIAJE DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	319
GRÁFICO N° 30. PERCEPCIÓN DE LA PARROQUIA POR LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	320
GRÁFICO N° 31. PERCEPCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO POR LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	320
GRÁFICO N° 32. ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO POR LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	320
GRÁFICO N° 33. PERMANENCIA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	321
GRÁFICO N° 34. ACTIVIDADES DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	321

GRÁFICO N° 35. SERVICIOS TURÍSTICOS DE LOS TURISTAS NACIONALES .....	321
GRÁFICO N° 36. MEDIOS DE INFORMACIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS .....	322
GRÁFICO N° 37. CAPACIDAD DE GASTO POR LOS TURISTAS NACIONALES .....	322

## INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 01. MATRIZ RESUMEN DEL INVENTARIO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO .....	36
CUADRO N°02. DESCRIPCIÓN DE PLATOS TÍPICOS DE VALLE HERMOSO ..	39
CUADRO N° 03. USO DE PLANTAS MEDICINALES .....	40
CUADRO N° 04. CALENDARIO FESTIVO DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO .....	48
CUADRO N° 05. CENTROS DE ATENCIÓN MÉDICA EN LA PARROQUIA VALLE HERMOSO .....	53
CUADRO N° 06. ANÁLISIS FODA DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO .....	57
CUADRO N° 07. DETALLE DEL UNIVERSO DE MERCADO .....	59
CUADRO N° 08. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN EL GÉNERO. ....	62
CUADRO N° 09. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN LA EDAD. ....	62
CUADRO N° 10. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN EL LUGAR DE PROCEDENCIA. ....	63
CUADRO N° 11. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN EL MOTIVO DE VIAJE. ....	63
CUADRO N° 12. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN LA COMPOSICIÓN DEL GRUPO DE VIAJE. ....	64
CUADRO N° 13. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN LA TEMPORADA DE VIAJE. ....	65
CUADRO N° 14. PERCEPCIÓN DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO POR LOS TURISTAS QUE VISITAN ILLINIZAS Y COTOPAXI. ....	65
CUADRO N° 15. PERCEPCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO POR LOS TURISTAS DE LA RE LOS ILINIZAS Y PN COTOPAXI. ....	66

CUADRO N° 16. ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO POR LOS TURISTAS DE LA REA LOS ILINIZAS Y PN COTOPAXI. ....	66
CUADRO N° 17. TIEMPO DE PERMANENCIA DE LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS. ....	67
CUADRO N° 18. DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS PREFERENCIALES. ....	67
CUADRO N° 19. SERVICIOS TURÍSTICOS MÁS UTILIZADOS POR LOS TURISTAS. ....	68
CUADRO N° 20. GASTO PROMEDIO DIARIO EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS. .....	68
CUADRO N° 21. MEDIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA. ....	69
CUADRO N° 22. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN LA EDAD. .....	70
CUADRO N° 23. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN EL GÉNERO. ....	70
CUADRO N° 24. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN LA PROCEDENCIA. ....	71
CUADRO N° 25. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN EL MOTIVO DE VIAJE. ....	71
CUADRO N° 26. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN LA COMPOSICIÓN DEL GRUPO. ....	72
CUADRO N° 27. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN LA TEMPORADA DE VIAJE. ....	72
CUADRO N° 28. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN EL TIEMPO DE PERMANENCIA. ....	73
CUADRO N° 29. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO. ....	73
CUADRO N° 30. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL POR LA PERCEPCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO. ....	73

CUADRO N° 31. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN LA ACEPTACIÓN POR OPTAR UN PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA VALLE HERMOSO. ....	74
CUADRO N° 32. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN LAS ACTIVIDADES A REALIZAR. ....	74
CUADRO N° 33. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PREFERENCIALES. ....	75
CUADRO N° 34. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN UTILIZADOS. ....	75
CUADRO N° 35. DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA LOCAL SEGÚN LA CAPACIDAD DE GASTO DIARIO EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS. ....	76
CUADRO N° 36. ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, ALIMENTACIÓN Y RECREACIÓN DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO ....	78
CUADRO N° 37. AGENCIAS U OPERADORAS QUE INCLUYEN A VALLE HERMOSO EN SU OFERTA. ....	80
CUADRO N° 38. COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE QUE TRABAJAN EN LA PARROQUIA ....	80
CUADRO N° 39. ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SANTO DOMINGO. ....	82
CUADRO N° 40. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CENTRO CULTURAL TSÁCHILA SEKE SONACHUN ....	89
CUADRO N° 41. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA EMPRESA COMUNITARIA TSÁCHILA TOLÓN PELE ....	90
CUADRO N° 42. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CENTRO CULTURAL TSÁCHILA MASARA MUDU ....	91
CUADRO N° 43. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CENTRO CULTURAL TSÁCHILA “SUYUN TSÁCHILA” ....	92
CUADRO N° 44. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CENTRO CULTURAL TSÁCHILA ALDEA COLORADA. ....	93

CUADRO N° 45. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA TURISTICA DEL CENTRO CULTURAL TSÁCHILA SHINOPI BOLÓN.....	94
CUADRO N° 46. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA TURISTICA DEL CENTRO CULTURAL DU TENKA.....	95
CUADRO N° 47. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL PARA LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS .....	96
CUADRO N° 48. DEMANDA EFECTIVA PARA LOS CINCO AÑOS.....	96
CUADRO N° 49. CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA PARA LOS CINCO AÑOS .....	97
CUADRO N° 50. DEMANDA OBJETIVO PROYECTADO.....	97
CUADRO N° 51. NIVELES DE PRODUCTOS .....	97
CUADRO N° 52. LÍNEAS DE PRODUCTOS DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO.....	100
CUADRO N° 53. SITIOS PROMISORIOS PARA EL PRODUCTO.....	105
CUADRO N° 54. ACTIVIDADES TURÍSTICAS PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO.....	105
CUADRO N° 55. DESCRIPCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO .....	106
CUADRO N° 56. CARACTERIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO .....	109
CUADRO N° 57. ESTABLECIMIENTOS DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO .....	113
CUADRO N° 58. TIPO Y DENOMINACIÓN DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS PARA VALLE HERMOSO .....	115
CUADRO N° 59. DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO 01 .....	116
CUADRO N° 60. DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO 02.....	119
CUADRO N° 61. DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE 03.....	122
CUADRO N° 62. DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE 04.....	126

CUADRO N°63. REQUERIMIENTOS DE LOS PUNTOS DE VISITA.....	138
CUADRO N° 64. ADECUACIÓN Y EQUIPAMIENTO PARA EL CENTRO DE OPERACIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA.....	139
CUADRO N° 65. DESCRIPCIÓN DE LOS BASUREROS A IMPLEMENTARSE. .....	140
CUADRO N° 66. PRESUPUESTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BASUREROS.....	140
CUADRO N° 67. DESCRIPCIÓN DE LOS SITIOS DE DESCANSO.....	141
CUADRO N° 68. PRESUPUESTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS SITIOS DE DESCANSO.....	142
CUADRO N°69. TIPO DE SEÑALES TURÍSTICAS IDENTIFICADAS EN EL RECORRIDO DEL PRODUCTO TURÍSTICO VALLE HERMOSO .....	144
CUADRO N° 70. DISEÑO DE LAS SEÑALES TURÍSTICAS.....	145
CUADRO N° 71. PRESUPUESTO DEL SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN.....	156
CUADRO N° 72. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA .....	157
CUADRO N° 73. PRESUPUESTO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA.....	161
CUADRO N° 74. CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO.....	162
CUADRO N° 75. EVALUACIÓN DEL PROCESO DE OPERACIÓN.....	164
CUADRO N° 76. AGENCIAS Y OPERADORAS DE TURISMO PARA COMERCIALIZAR EL PRODUCTO .....	167
CUADRO N° 77. PLAN DE PUBLICIDAD PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO DE VALLE HERMOSO .....	170
CUADRO N° 78. TALENTO HUMANO Y REMUNERACIÓN .....	176
CUADRO N° 79. MANUAL DE CARGO DE LA ASAMBLEA DE SOCIOS .....	176
CUADRO N° 80. MANUAL DE CARGO DE SECRETARÍA .....	194
CUADRO N° 81. MANUAL DE CARGO DEL ÁREA DE HOSPEDAJE.....	199
CUADRO N° 82. MANUAL DE CARGO DEL ÁREA DE HOSPEDAJE.....	203

CUADRO N° 83. MANUAL DE CARGOS DEL ÁREA DE GUIANZA.....	208
CUADRO N° 84. GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	232
CUADRO N° 85. MATRIZ DE LÁZARO LAGOS.....	237
CUADRO N° 86. MATRIZ EVALUACIÓN LÁZARO LAGOS.....	239
CUADRO N° 87. AFECTACIONES AL MEDIO AMBIENTE.....	240
CUADRO N° 88. PLAN DE MITIGACIÓN.....	242
CUADRO N° 89. INVERSIONES DEL PROYECTO.....	246
CUADRO N° 90. FUENTES Y USOS DEL PROYECTO.....	247
CUADRO N° 91. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	248
CUADRO N° 92. DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.....	249
CUADRO N° 93. AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS.....	250
CUADRO N° 94. CÁLCULO DEL PAGO DE LA DEUDA.....	250
CUADRO N° 95. ESTRUCTURA DE GASTOS Y COSTOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO.....	251
CUADRO N° 96. ESTRUCTURA INGRESOS TOTALES.....	252
CUADRO N° 97. ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS.....	252
CUADRO N° 98. BALANCE GENERAL.....	253
CUADRO N° 99. BALANCE GENERAL.....	254
CUADRO N° 100. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	255
CUADRO N° 101. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	256

**I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA VALLE HERMOSO, CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÀCHILAS**

**II. INTRODUCCIÓN**

El sector turístico, es un eje fundamental para el desarrollo económico del país, pues se ha colocado como la tercera fuente de ingresos no petroleros del Ecuador, marcando así un hito histórico en la cifra de ciudadanos extranjeros que han arribado al país de los cuatro mundos que ha ayudado que la actividad fortalezca y genere ingresos a la economía del país, según los datos del MINTUR en el año 2013 se registraron un total de 1.366.269 arribos internacionales que significa un incremento sostenido del 14%.

Ecuador un país que lo tiene todo y tan cerca como en ningún otro lugar del mundo. Un país que cuenta con una variada oferta turística en sus cuatro mundos: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, destacándose su cultura, patrimonio, naturaleza, aventura, gastronomía y paisajes.

Es un destino turístico en constante crecimiento que va generando la necesidad de crear nuevos productos turísticos, pero no se podrían implementar en todos los sectores debido a que no prestan las condiciones óptimas para desarrollar la actividad turística, por lo que los estudios de factibilidad son imprescindibles para asegurar el éxito de la implementación de un producto turístico.

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas cuenta con una gran cantidad de recursos naturales y culturales para el aprovechamiento turístico gracias a su ubicación estratégica en las estribaciones de la cordillera occidental, siendo la parroquia de Valle Hermoso una de las principales beneficiadas de estas condiciones.

## **JUSTIFICACIÓN**

Actualmente la parroquia no está siendo aprovechada turísticamente debido a la falta de iniciativa de emprendimientos, desintegración de los habitantes así como también al desconocimiento de los beneficios que ofrece la actividad turística ya que las principales fuentes de ingreso económico para la parroquia Valle Hermoso dependen la agricultura y ganadería.

Mediante el estudio “Evaluación del potencial turístico de Valle Hermoso”, 2013, se pudo identificar que la parroquia posee un gran potencial turístico por la presencia de atractivos naturales y culturales de gran importancia tales como el Rio Blanco donde se realiza deportes extremos como el rafting y kayak, la Caverna del Rio Chiguilpe única en la zona, balnearios naturales, fincas agro turísticas, entre otros.

El GAD parroquial de Valle Hermoso y los habitantes de la parroquia pretenden implementar un producto de turismo comunitario para que se dé a conocer la riqueza natural y cultural de Valle Hermoso para luego consolidarse en un destino turístico reconocido a nivel local, provincial, nacional e internacional y con esto beneficie equitativamente a todos los pobladores de la comunidad, es por esto que es de gran importancia contar el estudio de factibilidad del diseño de un producto de turismo comunitario donde se identifique la viabilidad técnica, socio-ambiental y económica.

## **OBJETIVOS**

### **1. Objetivo General**

Elaborar el estudio de factibilidad para la implementación de un producto de turismo comunitario en la parroquia Valle Hermoso, cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas.

### **2. Objetivos Específicos**

1. Validar la evaluación del potencial turístico de la parroquia Valle Hermoso
2. Determinar la viabilidad comercial del producto
3. Elaborar la estructura técnica del producto
4. Determinar la viabilidad administrativa-legal
5. Determinar la viabilidad socio-ambiental
6. Determinar la viabilidad económico – financiero

## **HIPÓTESIS**

Es factible implementar el producto de turismo comunitario en la parroquia Valle Hermoso.

### **III. REVISIÓN BIBLIOGRAFICA**

#### **A. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. (Programa Regional Ambiental para Centroamérica , 2001)

#### **1. Objetivos que determinan la factibilidad**

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios
- Integración de todas las áreas y subsistemas
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios
- Hacer un plan de producción y comercialización
- Aceleración en la recopilación de los datos
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados
- Saber si es posible producir con ganancias
- Conocer si la gente comprará el producto.

## 2. Proyecto factible

Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intentan producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad, la aprobación de las fases del estudio de factibilidad se les denomina viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.

Cuando un proyecto es factible se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado. (Vanegas, 2010)

## B. TURISMO

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros. (Organización Mundial de Turismo , 1998)

### 1. Turismo sostenible

Según la OMT, (1998), el turismo sostenible es “aquel que satisface las demandas de turistas y regiones anfitrionas en el presente, mientras se protejan y se optimicen oportunidades para el futuro. Se concibe como dirigido hacia el manejo de todos los recursos en forma integral de tal manera que necesidades económicas, sociales y estéticas pueden ser cumplidas y al mismo tiempo se mantengan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad ecológica y los sistemas de soporte de la vida”.

## 2. Turismo comunitario

Hace más de dos décadas en el Ecuador, al igual que en otros países de la región, se desarrolla un nuevo modelo de gestión del turismo a la que se ha denominado Turismo Comunitario, según la conceptualización del turismo comunitario en el art. 54 del Reglamento para Centros de Turismo Comunitario (Ministerio de Turismo , 2010) es entendido como *“un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística”*.

El turismo comunitario, tal como lo conciben las experiencias que la desarrollan no es un fin en sí mismo, sino que forma parte de una estrategia más amplia tanto de desarrollo local como de consolidación política, se convierte en un medio para la reivindicación y autogestión sobre sus territorios y recursos, que sirve para reclamar un lugar en el Estado y en el mercado turístico.

Además de dinamizar y vigorizar el mercado interno y externo, el turismo comunitario puede aportar en la construcción de relaciones más equitativas y respetuosas, generadas a partir de la revalorización de prácticas, costumbres y saberes tradicionales, propios de los pueblos y nacionalidades del Ecuador. De esta forma, el turismo comunitario actúa de manera indirecta como un factor de reafirmación del carácter pluricultural del Estado ecuatoriano. Según la (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador , 2012), El turismo comunitario puede ser concebido como *“un espacio que posibilita la autoafirmación de la identidad, la revitalización cultural, la preservación de la memoria colectiva, contribuyendo al fortalecimiento socio-organizativo y a la preservación y manejo sostenible del medio ambiente”*.

## **EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO**

Según la Organización Mundial de Turismo la evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

Por ello evaluar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales:

- El análisis de la situación turística existente, es decir una fase inicial en la que se analiza la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.
- El diagnóstico de la potencialidad turística que comparando los resultados del análisis de la situación permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia o no del turismo en la zona.

Determinar el potencial turístico del territorio, constituye una importante base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo ya que les permite minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones. (Tierra, 2008)

### **1. Atractivos turísticos**

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (Ministerio de Turismo, 2004)

### **2. Inventario de atractivos**

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información

importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

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

El Ministerio de Turismo, (2004), menciona que los pasos para realizar un inventario de atractivos turísticos naturales y culturales son:

#### **1) Clasificación de los Atractivos**

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. Los atractivos se clasifican en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

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

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

#### **2) Recopilación de información**

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

### **3) Trabajo de campo**

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

### **4) Evaluación y jerarquización**

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado.

Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente. Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción.

#### **a) Jerarquía IV**

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

#### **b) Jerarquía III**

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

### c) Jerarquía II

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

### d) Jerarquía I

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

## ESTUDIO DE MERCADO

"Las tendencias modernas para administrar una empresa indican que debemos analizar las características de los consumidores y orientar nuestros esfuerzos a satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, lo que hace que uno de los factores centrales al estudiar proyectos sea la determinación del mercado". (Ocampo, 2003)

"El estudio de mercado permite resaltar los detalles relevantes que visualizan y detectan si el producto o servicio derivado del proyecto se puede comercializar". (Hernandez, 1997)

### 1. Análisis de la demanda

Enmarcados en los estudios de mercado para el tipo de empresas comerciales, que conforman habitualmente el equipamiento turístico de un país, habría que señalar las variables básicas por analizar en el área de la demanda (efectiva).

Dichas variables son, en la mayoría de los casos, las siguientes: afluencia esperada de demandantes, afluencia de viajeros, afluencia de residentes locales, permanencia, estacionalidad en la afluencia de viajeros. (Hernandez, 1997)

#### **a. Perfil general del consumidor a captar**

Una de las áreas más interesantes, esclarecedoras y definitivas en un estudio de mercado es aquella que está referida al perfil general del consumidor. Para fijarlo se recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura, potencial u objetiva. (Hernandez, 1997)

#### **b. Tamaño de la muestra**

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener.

Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), depuse identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra. La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

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

#### **Dónde:**

N = universo

n = tamaño de muestra

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

p.q = probabilidad de ocurrencia, fenómeno

e = margen de error

k = constante de corrección

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo. (Arboleda, 1998)

## **2. Análisis de la oferta**

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar a quienes dentro de sus actividades proveen de bienes y servicios similares al del proyecto. (Arboleda, 1998)

### **a. Análisis competitivo**

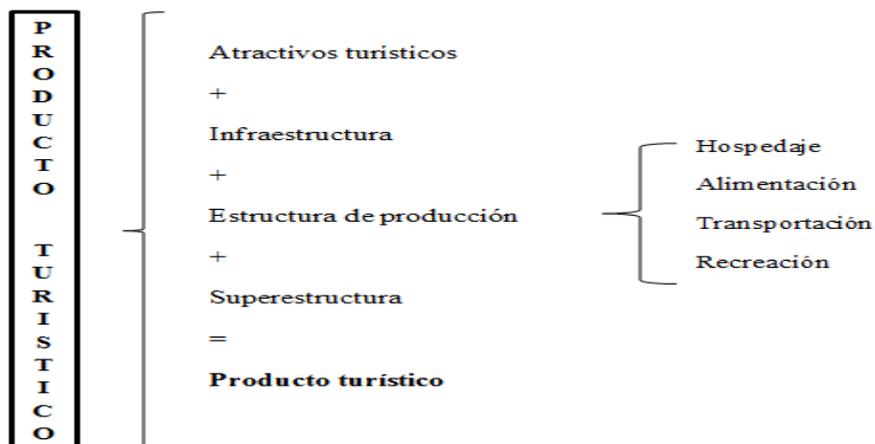
La empresa analiza las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades frente a sus principales competidores. Esto es, realiza un completo diagnóstico con respecto a la competencia. (Cobra, 2003)

## **PRODUCTO TURÍSTICO**

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

Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones pero debe contar con ciertas características más o menos comunes que permitan satisfacer las necesidades de los turistas tanto en su trayecto como en su destino. Tampoco es posible pensar que todos los destinos tengan absolutamente todos los elementos que más adelante se analizan. (Gurria, 1991)

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



**Fuente:** (Gurria, 1991)

### 1. Tipos de productos

Existen una amplia gama de productos y servicios que se ofrecen en el mercado, sea como parte de un paquete o de manera individual. Podemos distinguir entre productos tradicionales o convencionales y productos alternativos, entre estos últimos tenemos al ecoturismo que tiene como la finalidad la realización de actividades en áreas naturales contribuyendo a su conservación. (Oñate, 2006)

Entre los convencionales destacan el de sol y playa, visitas a ciudades para desarrollar actividades culturales.

Los elementos que configuran un producto turístico son:

- Recursos turísticos, constituyen la materia prima básica para el desarrollo del turismo, de su valoración y jerarquía depende el interés del visitante para conocerlos. Se clasifican en naturales e históricos-culturales, dentro de ellos tenemos:
- Asociación al agua, playas, ríos, etc. Donde se realizan actividades como baño, pesca, deportes entre otras.
- Infraestructura turística, conformada por las empresas que se dedican a la prestación de servicios turísticos de todo tipo como transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, información turística, etc.

- Infraestructura instalaciones públicas, permiten el acceso, uso y disfrute de los atractivos y de la infraestructura turística. Entre otras tenemos: carreteras, puertos, aeropuertos, servicios básicos.
- Servicios complementarios, de carácter privado o público como teatros, salas de fiesta, instalaciones deportivas, instituciones financieras, servicios de salud.

Si el producto turístico es la combinación de estos elementos existe alguien que los une, ese es el trabajo de los operadores y agentes de viaje, quienes combinan estos elementos y los ofrecen en el mercado como un producto turístico completo.

El factor clave del producto turístico constituye los atractivos o recursos existentes en un determinado destino ya que constituyen la fuente de motivación que origina el desplazamiento de los turistas (Oñate, 2006).

## **ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN COMUNITARIA**

En el documento Estrategias de Gestión Comunitaria Friedberg, Erhard (1993) menciona que la gestión comunitaria está compuesta por una serie de factores complejos. Uno de sus ejes centrales es el empoderamiento de las comunidades que significa que estas son capaces de administrar, operar y mantener el sistema con criterios de eficiencia y equidad tanto social como de género. Las comunidades toman todas las decisiones relacionadas con los sistemas que mejor les favorezca, tienen el control de los recursos (técnicos, financieros, de personal), y establecen relaciones horizontales con las agencias gubernamentales y no gubernamentales que apoyan su trabajo. El empoderamiento subraya el carácter autónomo de la gestión comunitaria frente a los entes de apoyo sean estatales o no. En esta visión de la gestión comunitaria se consolida en la constitución de una organización cuyos miembros tienen la representación legítima de la comunidad y defienden sus intereses.

Un elemento igualmente importante es la consideración de que estas organizaciones son culturalmente híbridas. En la práctica se dan procesos de hibridación que lleva a que la gestión comunitaria tenga sesgos muy propios del contexto en el cual se origina y opere con lógicas particulares. Un aspecto distintivo por excelencia de la gestión comunitaria

frente a la gestión privada está dado por su carácter de representante del interés público, de ahí que mientras las organizaciones prestadoras de servicios administradores de carácter privado tienen como objetivo principal la generación y apropiación particular de las ganancias, en la gestión comunitaria cuando hay ganancia se debe hacer una redistribución social de la misma.

## **VIABILIDAD SOCIO-AMBIENTAL**

Hoy en día existe una creciente preocupación por los impactos ambientales que puedan generar los diferentes proyectos de desarrollo ejecutados a todos los niveles de la actividad económica de la sociedad. Las repercusiones ambientales de tales proyectos pueden presentarse tanto en el ámbito nacional como internacional. Las políticas y/o proyectos dependiendo del sector en que se ubiquen, pueden generar una gran variedad de impactos ambientales, donde la importancia y la ponderación de tales efectos dependen en gran parte de la magnitud y del grado de irreversibilidad del daño ambiental causado por estos. (Tuner, 2015)

## **ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO**

### **1. Análisis económico y financiero**

El análisis económico ayuda a verificar cómo genera resultados una empresa y cómo mejorarlos.

#### **a. Rentabilidad económica**

La rentabilidad económica es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos (beneficio bruto) y el activo total. Se toma el BAI para evaluar el beneficio generado por el activo independientemente de cómo se financia el mismo, y por tanto, sin tener en cuenta los gastos financieros. Beneficio antes de intereses e impuestos (BAI)-Activo total. El ratio de rentabilidad económica también es denominado ROI (del inglés return on investments, rentabilidad de las inversiones). Cuando más elevado sea este ratio, mejor, porque indicará que se obtiene más productividad del activo. Esta

rentabilidad económica (rendimiento del activo) puede compararse con el coste medio de la financiación. Si se cumple la siguiente condición: Rentabilidad económica > Coste medio de la financiación significa que el beneficio de la empresa es suficiente para atender el coste de la financiación. (Espinosa, 2010)

#### **b. Rentabilidad financiera**

La rentabilidad financiera es la relación entre el beneficio neto y los capitales propios (neto patrimonial).

Beneficio neto-Neto patrimonial Este ratio también se denomina ROE (del inglés return on equity, rentabilidad del capital propio). La rentabilidad financiera es para las empresas con ánimo de lucro, el ratio más importante, ya que mide el beneficio neto generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa. A medida que el valor del ratio de rentabilidad financiera sea mayor. (Espinosa, 2010)

#### **c. Rentabilidad de clientelas**

El análisis de rentabilidad de clientes consiste en la asignación de todos los ingresos y elementos de costo a cada cliente individual y segmento de clientes, a partir de sus características. El análisis de la rentabilidad de clientes ayuda a las empresas a determinar qué vender, a quién venderle y a través de qué estrategia de canales, al proveer una clara comprensión de las implicancias de ingresos y costos de las diferentes decisiones comerciales (optimización de portfolio, racionalización de productos, estrategias de captación, planes de retención, etc.). (Espinosa, 2010)

#### **d. Indicadores de la rentabilidad financiera**

En el documento Indicadores de Gestión, Bedoya J (2007) considera que la alta dirección de una organización debe tomar tres clases de decisiones de carácter financiero: decisiones operativas, de inversión y de financiación.

Los índices tradicionales, aunque siguen siendo válidos, no reflejan completamente la situación financiera de la empresa, existen nuevos elementos de medición. Veamos algunos de ellos.

- **Contribución financiera.** Es la verdadera forma de cálculo para determinar la rentabilidad patrimonial. El accionista al adquirir deuda, está corriendo un riesgo y este debe generar un remanente por encima del costo de capital como consecuencia del endeudamiento. En realidad la contribución financiera es el remanente que queda de la deuda.
- **Efectivo generado en la operación.** El indicador por excelencia para medir la gestión gerencial. El valor resultante muestra la capacidad de la compañía para cubrir incremento del activo operativo de la empresa, es decir el capital de trabajo neto operativo y el incremento del activo fijo.
- **Rentabilidad marginal.** Uno de los indicadores más cruciales. Si ésta rentabilidad no es superior al costo de la deuda, la compañía se verá abocada a un déficit financiero de marca mayor. El uso del activo genera obviamente una utilidad operativa, si ésta, después de impuestos, no supera el incremento en el activo operativo, la empresa irá hacia una situación de "ahogo" financiero de grandes proporciones.
- **Rentabilidad operativa del activo.** Mide la gestión de la gerencia, es el indicador que verdaderamente muestra la rentabilidad de la inversión. Es de anotar que esta rentabilidad se descompone en dos indicadores: margen operativo y rotación del activo, es decir, una empresa obtiene rendimientos, a través de rotación o a través de margen. Casi ningún balance muestra cómo se llega al resultado final a través del análisis de los dos componentes.
- **Productividad del capital de trabajo neto operativo.** Refleja la necesidad de inversión en activo operativo corriente neto debido a un incremento en ventas, es decir, cuantos centavos requiere la empresa para sostener un aumento de \$1 en facturación.

- **Margen EBITDA.** Muestra los centavos adicionales que genera un aumento de \$1 en ventas. Si la relación de ambos indicadores, muestra un índice menor a 1, la empresa no será capaz de sostener la mayor facturación. Me atrevería a asegurar que esta es la razón principal de quiebras empresariales.
- **El flujo de caja libre partiendo del flujo de tesorería.** La mayoría de los autores financieros calculan el FCL partiendo de la utilidad neta. El suscrito opina que este debe partir del flujo de tesorería. La razón es que la utilidad es una cifra de papel, en cambio el saldo de recaudos menos pagos es una realidad de caja.
- **Índice de contribución.** El uso de este indicador requiere manejar el concepto de Margen de contribución. El índice de contribución muestra la capacidad para cubrir costos y gastos fijos más una utilidad. Muestra cuanto, dada una inversión y/o gasto, tiene que facturar la empresa para obtener ganancias.
- **Comportamiento del capital empleado.** En su más simple definición se considera que el valor del patrimonio es el capital empleado; una mayor refinación considera que al patrimonio hay que sumarle el pasivo. Un concepto de mayor avanzada dice que el capital empleado es el patrimonio más pasivo financiero. Podemos resumirlo entonces como la suma del activo operativo más el activo no operativo menos el pasivo no financiero.
- **Autofinanciación.** Es la parte del FCL que se reinvierte, son los recursos generados por la empresa. La capacidad de autofinanciación de da a través del FCL y la política de distribución de dividendos. A mayor autofinanciación, mayor autonomía financiera frente al endeudamiento.

#### e. Punto de equilibrio

Para poder comprender mejor el concepto de punto de equilibrio, se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se

relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tanto costos como gastos pueden ser fijos o variables.

Se entiende por costos operativos de naturaleza fija aquellos que no varían con el nivel de producción y que son recuperables dentro de la operación.

Por su parte los gastos operacionales fijos son aquellos que se requieren para poder colocar (vender) los productos o servicios en manos del consumidor final y que tienen una relación indirecta con la producción del bien o servicio que se ofrece. Siempre aparecerán produzcase o no la venta. También se puede decir que el gasto es lo que se requiere para poder recuperar el costo operacional. En el rubro de gastos de ventas (administrativos) fijos se encuentran entre otros: la nómina administrativa, la depreciación de la planta física del área administrativa (se incluyen muebles y enseres) y todos aquellos que dependen exclusivamente del área comercial.

Los costos variables al igual que los costos fijos, también están incorporados en el producto final. Sin embargo, estos costos variables como por ejemplo, la mano de obra, la materia prima y los costos indirectos de fabricación, si dependen del volumen de producción. Por su parte los gastos variables como las comisiones de ventas dependen exclusivamente de la comercialización y venta. Si hay ventas se pagarán comisiones, de lo contrario no existirá esta partida en la estructura de gastos.

El análisis del punto de equilibrio estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

El punto de equilibrio se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. (Váquiro, 2015)

## **f. Indicadores de evaluación económica**

En el manual de Evaluación Económica de Proyectos de Ingeniería del departamento de Ing. Civil de la Universidad de Granada (2009) indica que el estudio económico es la etapa final de todo proyecto de inversión, ya sea que se trate de un proyecto de ampliación en una empresa en marcha, o para la creación de una nueva. Su importancia radica en la comparación de los beneficios futuros que se espera que generen las inversiones de accionistas y los fondos provenientes de préstamos.

Los métodos de evaluación económica determinan la factibilidad de llevar a cabo un proyecto de inversión utilizando los siguientes indicadores:

### **1) VAN (valor actual neto)**

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. El VAN también nos permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. Incluso, si alguien nos ofrece comprar nuestro negocio, con este indicador podemos determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que ganaríamos de no venderlo.

La fórmula del VAN es:

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{Inversión}$$

Donde el beneficio neto actualizado (BNA) es el valor actual del flujo de caja o beneficio neto proyectado, el cual ha sido actualizado a través de una tasa de descuento.

La tasa de descuento (TD) con la que se descuenta el flujo neto proyectado, es el la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima, que se espera ganar; por lo tanto, cuando la inversión resulta mayor que el BNA (VAN negativo o menor que 0) es porque no se ha satisfecho dicha tasa. Cuando el BNA es igual a la inversión (VAN igual a 0) es porque se ha cumplido con dicha tasa. Y cuando el BNA es mayor que la inversión es porque se ha cumplido con dicha tasa y además, se ha generado una ganancia o beneficio adicional.

$VAN > 0 \rightarrow$  el proyecto es rentable.

$VAN = 0 \rightarrow$  el proyecto es rentable también, porque ya está incorporado ganancia de la TD.

$VAN < 0 \rightarrow$  el proyecto no es rentable.

Entonces para hallar el VAN se necesitan:

- tamaño de la inversión.
- flujo de caja neto proyectado.
- tasa de descuento.

## 2) TIR (tasa interno de retorno)

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Entonces para hallar la TIR se necesitan:

- Tamaño de inversión.
- Flujo de caja neto proyectado.

### 3) **RB/C (relación beneficio-costo)**

Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada "euro" ó "dólar" que se ha invertido.

Para el cómputo de la Relación Beneficio Costo (B/c) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo.

En la relación de beneficio/costo, se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos.

Situaciones que se pueden presentar en la Relación Beneficio Costo:

- **Relación B/C >0**

Índice que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.

- **Relación B/C < 0**

Índice que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio.

Entonces, si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse.

El valor de la Relación Beneficio/Costo cambiará según la tasa de actualización seleccionada, o sea, que cuanto más elevada sea dicha tasa, menor será la relación en el índice resultante.

La fórmula que se utiliza es:

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{V_i}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+i)^n}}$$

**Dónde:**

**B/C** = Relación Beneficio / Costo

**Vi** = Valor de la producción (beneficio bruto)

**Ci** = Egresos

**i** = Tasa de descuento

(Váquiro, 2015)

## **IV. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

#### **1. Localización**

El presente trabajo se llevará a cabo en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en el cantón Santo Domingo, en la parroquia Valle Hermoso.

#### **2. Ubicación geográfica**

Zona 17 Sur Datum WGS84

- **X:** 691403,70m
- **Y:** 9990436,91m
- **Altitud:** 280

(CENSIG FRN, 2013)

#### **3. Características climáticas**

Valle Hermoso se encuentra en una zona climática lluviosa subtropical, a una altura de 550msnm, teniendo una temperatura promedio de 25°C y un volumen de precipitaciones de 3000 a 4000 mm anuales.

#### **4. Clasificación ecológica**

Según (Sierra, 1999) Valle Hermoso por estar ubicado en las estribaciones de la cordillera occidental pertenece al bosque siempre verde piemontano.

## **5. Materiales y equipos**

### **a. Materiales**

Libreta de campo, esferográficos, lápiz, resmas de papel bond, CDs, borradores, carpetas, papelógrafos, marcadores, pilas AAA.

### **b. Equipos**

Computadora, impresora, cámara fotográfica, flash memory, equipo de GPS, proyector, calculadora.

## **METODOLOGÍA**

### **1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Validar la evaluación del potencial turístico de la parroquia Valle Hermoso.**

#### **a. Validación de la evaluación del potencial turístico**

La validación del potencial turístico de la parroquia Valle Hermoso se realizó de acuerdo a los elementos del sistema turístico propuesto por la OMT (Organización Mundial del Turismo), para lo cual se revisaron fuentes de información secundaria como investigaciones académicas (Evaluación del potencial turístico de la parroquia Valle Hermoso, 2013) y otros documentos, además de información primaria levantada a través de la técnica de la observación directa del territorio, los elementos de análisis fueron:

- 1) Atracciones y actividades
- 2) Infraestructura Turística
- 3) Planta Turística
- 4) Superestructura
- 5) Demanda Turística

#### **a. Análisis situacional**

Para el análisis situacional se realizó talleres participativos con los dirigentes del GAD parroquial y los presidentes de los diferentes recintos de la parroquia donde apartir de la validación del potencial turístico se elaboró la matriz FODAdando a conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para el turismo en el territorio.

## **2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Determinar la viabilidad comercial del producto**

Para determinar la viabilidad comercial se elaboró el estudio de mercado en base a:

### **a. Análisis de la demanda**

#### **1) Segmentación del mercado**

Se determinó los segmentos a quienes va ser dirigido el producto turístico comunitario considerando como mercado base a los turistas nacionales, extranjeros y locales.

#### **2) Universo**

Se describió el número total de personas que conforman cada segmento de estudio.

#### **6) Muestra**

Para determinar la muestra de estudio se utilizó la fórmula de Canavos (1998), cuya fórmula se detalla a continuación:

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

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

(p.q)= Probabilidad de ocurrencia

z = constante de posibilidad de error

e = margen de error

#### **7) Instrumento**

Se elaboró como instrumento de registro de información una encuesta, la misma que sirvió para recopilar información relevante, determinar el perfil de los potenciales clientes.

## 8) Perfil del turista

Mediante la tabulación de la información registrada se determinó el perfil de los turistas potenciales para el producto de turismo comunitario en la parroquia Valle Hermoso.

## 9) Análisis de la oferta

### a) Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia se tomó en cuenta datos como el nombre comercial, ubicación, actividades, servicios complementarios, capacidad del establecimiento, contactos de los productos que se asemejen a los que quiere ofertar la parroquia. El análisis se realizó a los competidores que se encuentran dentro del área de influencia del producto turístico comunitario.

## 10) Proyección de la oferta y demanda

La proyección de la demanda y oferta se la obtuvo mediante la aplicación de la fórmula del interés compuesto.

Fórmula del interés compuesto:

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

Co = Año a proyectar

Cn = Demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

I = Incremento de turismo nacional e internacional

N = El año a proyectarse

## **11) Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha proyectada se obtuvo mediante el resultado de la diferencia entre la demanda y la oferta de la competencia.

### **3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Elaborar la estructura técnica del producto de turismo comunitario**

#### **a. Diseño técnico**

Para diseñar la estructura técnica del producto de turismo comunitario en la parroquia Valle Hermoso se adaptó y combinó los siguientes los parámetros establecidos por la metodología para la Ruta del agua propuesta por el MINTUR (2008):

#### **1) Concepto del producto**

A partir de la validación del diagnóstico situacional, el inventario de los atractivos turísticos se describe lo que le caracteriza al producto de turismo comunitario.

#### **2) Objetivo**

Mediante el objetivo se elaboró y se estructuró el por qué se va a elaborar el producto turístico.

#### **3) Identificación de los sitios promisorios para el producto**

A partir de los resultados del objetivo 1 se pudo identificar y describir los sitios en donde se pueden realizar actividades turísticas integrando los recursos tanto naturales como culturales.

#### **4) Actividades turísticas principales y complementarias**

Las actividades principales y complementarias se establecieron en base al perfil del turista obtenido en el estudio de mercado así como al potencial turístico presente en la parroquia Valle Hermoso.

#### **5) Caracterización de la planta turística existente**

En base a información secundaria, trabajo de campo y el estudio de mercado se procedió a caracterizar los establecimientos que serán incorporados como parte de la oferta del producto turístico comunitario, para ello se elaboró una herramienta en donde se registró los datos del establecimiento como: tipo de servicio, nombre, dirección, precios y fotografía.

#### **6) Propuesta de empaquetamiento**

Para el empaquetamiento se utilizó la metodología propuesta por la Ing. Patricia Tierra, 2010, tomando en cuenta los resultados de los parámetros 3 y 4 se diseñó los paquetes turísticos que contengan los siguientes elementos: nombre del paquete; codificación (numeración); duración (horas, días, noches); carácter (historia, naturaleza, cultura, aventura); tiempo de las actividades (inicio, duración); itinerario y descripción de actividades (en orden de visita); dificultad (fácil, moderado, difícil); servicios que se incluyen/servicios que no se incluyen; precio (por número de pasajeros) y requerimientos para la visita.

#### **7) Requerimientos necesarios para la operación del producto**

Mediante salidas de campo a cada una de las áreas que formarán parte del producto se determinó los requerimientos y las necesidades turísticas para la operación.

## 7) Estrategias de difusión y comercialización

Se diseñó una marca turística acorde al producto de turismo comunitario, posteriormente se fijó estrategias de difusión y comercialización en base a las 4C de la mercadotecnia que consiste en:

- Consumidor o cliente
- Costo
- Conveniencia
- Comunicación

## 4. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Determinar la viabilidad administrativa-legal

Se realizó un análisis del marco legal basado en la Constitución política del Ecuador, COOTAD, Ley de Turismo, Reglamento de Actividades Turísticas, Ley de Economía Popular y Solidaria, entre otras; para posteriormente establecer y diseñar la una empresa turística donde se consideró lo siguiente:

- Estructura organizativa y funcional
- Manual de funciones por área
- Manual de procedimiento turístico
- Reglamento interno

## 5. Para el cumplimiento del quinto objetivo: Determinar la viabilidad socio-ambiental

Para determinar la viabilidad socio-ambiental se utilizó la matriz de Lázaro Lagos con la cual se evaluó el grado de impacto ambiental que podría causar en los componentes ambientales la implementación del proyecto turístico.

De acuerdo a los resultados se propone acciones que servirán para reducir los impactos negativos que se puedan generar en la actividad turística.

**6. Para el cumplimiento del sexto objetivo: Determinar la viabilidad económico – financiero**

Se realizó el estudio económico – financiero tomando en cuenta lo siguiente:

- Para el estudio económico se tomó en cuenta el análisis de activos fijos, diferidos y capital de trabajo, cálculo de depreciaciones, presupuestos de costos y gastos, costos e ingresos, estado de resultado y flujo de caja del producto a implementarse.

En cuanto al análisis financiero se calculó el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), la relación beneficio-costos y el cálculo del punto de equilibrio para identificar la rentabilidad del producto.

## **V. RESULTADOS**

### **A. VALIDACIÓN DE LA EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO**

Para la validación de la Evaluación del potencial turístico de la parroquia Valle Hermoso realizado en el año 2013 se consideró la información del diagnóstico situacional realizado en base a los ámbitos: físico espacial, socio cultural, económico productivo, ecológico territorial y político administrativo; de acuerdo a este antecedente se elaboró el análisis de los cinco elementos del sistema turístico que se compone de atracciones y actividades, infraestructura turística, planta turística, superestructura y la demanda turística; se procedió también a realizar el análisis situacional mediante la socialización de la matriz FODA.

#### **1. Diagnóstico Turístico**

##### **a. Atracciones y actividades**

##### **1) Atractivos naturales y culturales de la parroquia Valle Hermoso**

La parroquia Valle Hermoso del cantón Santo Domingo cuenta con 17 atractivos de los cuales el 47% corresponden a la categoría sitios naturales y el 53% a la categoría de manifestaciones culturales.

Resumiendo en el siguiente cuadro:



Cuadro N° 01. Matriz resumen del inventario turístico de la parroquia Valle Hermoso

Número	Nombre	Categorización			Estado de conservación del atractivo	Estado de conservación del entorno	Jerarquía Actual
		Categoría	Tipo	Subtipo			
1	Río Blanco	Sitios Naturales	Río	Rápido o raudal	Conservado	En proceso de deterioro	III
2	La Bocana	Sitios Naturales	Río	Bocana	No alterado	En proceso de deterioro	II
3	Playa de las Garzas	Sitios Naturales	Río	Ribera	Conservado	En proceso de deterioro	II
4	Río Como Hacemos	Sitios Naturales	Río	Rápido o raudal	Conservado	En proceso de deterioro	II
5	Río El Cristal	Sitios Naturales	Río	Rápido o raudal	Conservado	En proceso de deterioro	II
6	Cascada "La Chorerra"	Sitios Naturales	Río	Cascada	En proceso de deterioro	En proceso de deterioro	II
7	Bosque Valle Hermoso	Sitios Naturales	Bosque	Bosque siempre verde piemontano	No alterado	Deteriorado	II
8	Caverna del Río Chiguilpe	Sitios Naturales	Fenómenos espeleológicos	Caverna	Conservado	En proceso de deterioro	III
9	Finca agro-ecológica "El Coronel"	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas científicas contemporáneas	y Explotaciones agropecuarias	No alterado	Conservado	II
10	Finca Agrícola Karen María	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas científicas contemporáneas	y Explotaciones agropecuarias	Conservado	Conservado	II
11	Finca Marianita-Producción de panela y alcohol artesanal	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas científicas contemporáneas	y Explotaciones agropecuarias	No alterado	En proceso de conservación	II

Número	Nombre	Categorización			Estado de conservación del atractivo	Estado de conservación del entorno	Jerarquía Actual
		Categoría	Tipo	Subtipo			
12	Finca Florícola Don Ramón	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias	Conservado	En proceso de conservación	II
13	Iglesia Nuestra Señora del Valle	Manifestaciones culturales	Histórica	Arquitectura religiosa	Conservado	En proceso de deterioro	I
14	Tolas del Recinto Chigüilpe	Manifestaciones culturales	Histórica	Sitios arqueológicos	En proceso de deterioro	En proceso de deterioro	II
15	Tolas del Recinto Mirador de la selva	Manifestaciones culturales	Histórica	Sitios arqueológicos	En proceso de deterioro	En proceso de deterioro	II
16	Taller de arte y artesanías "INEDIT"	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	Obras de arte	Conservado	En proceso de deterioro	II
17	Asociación de mujeres "El Recreito"	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias	Conservado	Conservado	II

Elaboración: Araceli Silva, 2014, en base a la Evaluación del potencial turístico de la parroquia Valle Hermoso elaborada en el año 2013.

## **2) Listado de bienes patrimoniales culturales**

Para elaborar el listado de bienes patrimoniales culturales de la parroquia se entrevistó a las personas que forman parte del proyecto del Adulto Mayor que lleva a cabo el Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Valle Hermoso, donde se identificó lo siguiente:

### **a) Cosas de respeto**

No se identificaron bienes como construcciones antiguas que sean consideradas cosas de respeto dentro de la parroquia.

Pero existe un respeto de la mayoría de la gente inclinado por los principios de la religión católica.

### **b) El saber popular diario**

#### **i. Alimentación**

La alimentación se basa en productos de la zona tales como palmito, cacao, plátano, café, yuca, caña de azúcar, frutas tropicales (guayaba, arazá, guanábana, maracuyá, cítricos, etc), gallinas criollas, en bajo porcentaje existe la preparación de platos a base de la carne de animales silvestres como la guanta, guatusa y peces como la guaña (especie de bagre de agua dulce).

A continuación se describen la preparación de algunos platos típicos para dar importancia e incentivar al rescate a lo que actualmente se está perdiendo:

**Cuadro N°02. Descripción de platos típicos de Valle Hermoso**

<b>Comida típica</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Preparación</b>
Ceviche de palmito	Palmito, tomate, cebolla colorada, limón sutil, cilantro, mostaza, salsa de tomate, sal y pimienta al gusto.	Se cocina el palmito durante 3 a 4 minutos y se procede a picar, aparte se curte la cebolla y tomate con limón; luego se procede a mesclar todo se pone mostaza, salsa de tomate, sal y pimienta al gusto. Se sirve acompañado de chifles, tostado o una porción de arroz.
<b>Colada de palmito</b>	Palmito, canela, azúcar, clavo de olor	Se cocina el palmito durante 10 minutos, luego se licua y se mezcla con leche, con la canela y el clavo de olor, hasta que hierva con azúcar al gusto.
Ensalada de palmito	Palmito, cebolla, atún, limón, sal	Se cocina el palmito en cuadritos, cuando ya esté frío se curte con cebolla, cilantro, limón y sal al gusto.
Estofado de guaña	Pescado guaña, tomate, cebolla, pimienta, ajo, comino, sal	Se realiza un refrito de la cebolla, el tomate, pimienta, ajo, comino, cilantro durante unos cinco minutos, cuando esté listo el refrito se coloca el pescado y se agrega una taza de agua, se deja cocer por unos 10 minutos. Se sirve con una porción de arroz y un verde asado. Por el estado de amenaza de la especie, se ha visto la reducción de la preparación del plato típico.
Estofado de Guanta	Carne de Guanta, naranja, tomate, pimienta, cebolla, sal, cilantro de monte	Se realiza un refrito de la cebolla, el tomate, pimienta, ajo, comino, cilantro durante unos cinco

Comida típica	Ingredientes	Preparación
		minutos, cuando esté listo el refrito se coloca la carne de guanta ya cocinada, dejar cocinar por unos minutos. Se sirve con una porción de arroz y yuca cocinada. Por el estado de amenaza de la especie de mamífero, se ha visto la reducción de la preparación del plato típico.
Chocolate	Chocolate artesanal, agua o leche, canela.	Colocar en una cacerola a hervir leche luego colocar la pasta de chocolate previamente elaborada artesanalmente, canela. Esperar durante unos cinco minutos, colocar azúcar al gusto, servirse caliente.

**Fuente:** Entrevista al grupo que participa en el proyecto del adulto mayor del GAD parroquial de Valle Hermoso, 2014.

## ii. Formas de curar las enfermedades

En la antigüedad la maternidad, las diferentes enfermedades y todo tipo de dolencias se curaban mediante parteras, curanderas/os y ancianos con la ayuda de diferentes elementos caseros y plantas medicinales.

**Cuadro N° 03. Uso de plantas medicinales**

Nombre común	Nombre científico	Uso	Preparación	Aplicación
Manzanilla	<i>Chamaemelum nobile</i>	Dolor de estómago, desinflamante y desinfectante.	Infusión	Bebida, compresas
Marco	<i>Ambrosia arborescen</i>	Mal aire, mal olor de axilas	Natural	Limpia y baño
Ruda	<i>Bacharis floribundum</i>	Mal aire, cólico menstrual.	Natural Infusión	Limpia y bebida
Sábila	<i>Aloe vera</i>	Desinflamante,	Natural	Bebida y

Nombre común	Nombre científico	Uso	Preparación	Aplicación
		cuidado del cabello, irritaciones, quemaduras, estreñimiento	licuado	frote
Llantén	<i>Plantago major</i>	Desinfectante, desinflamante, dolor de estomago	Natural Infusión	Bebida y frote
Ortiga	<i>Urticadicica L</i>	Reumatismo, nervios, purificación de la sangre	Natural Infusión	Limpia Bebida
Culantro de monte	<i>Eryngium foetidum</i>	Dolor de estomago	Infusión	Bebida
Verbena	<i>Verbena officinalis</i>	Gripe, dolor de cabeza, ulcera, cabello	Infusión	Bebida Frote
Sandi	<i>Brosimumutile</i>	Cicatrizante	Natural	Frote
Escancel	<i>Aerva sanguinolenta</i>	Purificación de la sangre, controlar la fiebre, desinflamante.	Infusión	Bebida
Noni	<i>Morinda citrifolia L</i>	Purificación de la sangre, desinflamante, nutricional,	Licuado	Bebida
Dulcamara	<i>Kalanchoe Mortgagei Crenata</i>	Cólicos renales, tratamiento del cáncer, quemaduras.	Licuado Natural	Bebida Frote
Limón	<i>Citrus × limonia</i>	Purificación de la sangre, control de colesterol y triglicéridos, desinfectante	Natural	Bebida Frote
Guanábana	<i>Annona muricata</i>	Control del cáncer	Infusión Licuado	Bebida
Guayaba	<i>Psidium guajava</i>	Dolor de estómago, artritis, resfríos.	Infusión Licuado	Bebida

**Fuente:** Entrevista habitantes de la parroquia, 2014

En la actualidad todavía se utilizan estas plantas medicinales para curar enfermedades, esto se practica con frecuencia en la zona rural, acuden también a los diferentes curanderos o ponos de las comunas Tsáchilas para realizar limpiezas de purificación.

## **ii. Formas de cultivo**

### **• Formas de cultivo tradicional**

El primer producto que cultivaron fue el café seguido por el cacao fino de aroma siendo la fuente de economía de las familias de Valle Hermoso.

Tanto hombres, mujeres y niños realizaban un trabajo en equipo para sembrar, mantener y cosechar los productos agrícolas.

Se talaban los bosques para generar espacio para cultivar; en la época de siembra, poda, deshierbe, aporque y cosecha se guiaban con las fases lunares y por los meses aptos para cultivar el tipo de producto. Los abonos fueron naturales a base de excremento animal como vacas, gallinas y en bajo porcentaje químicos.

### **• Formas de cultivo actual**

Las zonas agrícolas en la parroquia en su mayoría son monocultivos de: cacao, palma africana, y pastizales para la ganadería los mismos que son productos principales para el sustento económico de las familias, en menor proporción se cultiva maracuyá, pimienta, plátano, palmito, flores tropicales y caña de azúcar.

Para mantener las plantaciones se utilizan grandes cantidades de químicos (fungicidas, insecticidas, fertilizantes entre otros), que son esparcidos utilizando moto bombas.

Uno de los efectos del monocultivo es la generación de plagas que terminan con las plantaciones afectando a la economía de las familias.

### **iii. Formas de vida de las familias - celebraciones del ciclo vital**

#### **• Celebración del matrimonio en la antigüedad**

En la antigüedad para el matrimonio primero se realizaba el pedido de mano por los familiares del novio a los padres de la novia, posteriormente se celebraba el matrimonio civil acompañado de familiares, amigos y vecinos en el registro civil de la ciudad de Santo Domingo.

Después de cumplir el compromiso ante la sociedad empezaban con los preparativos para el matrimonio eclesiástico, los padrinos junto a los familiares y amigos tenían la responsabilidad de organizar todo para el día de la ceremonia.

Luego de la ceremonia religiosa asistían a la fiesta organizada en la casa de la novia para festejar la unión de las dos personas, por acto de generosidad hacia los novios llevaban regalos como gallinas, frutas y hasta enceres de cocina. La fiesta pagaban los padrinos de los novios.

#### **• Celebración del matrimonio en la actualidad**

En un porcentaje menor se celebra el matrimonio como en la antigüedad, ahora la mayoría de los jóvenes optan por salir del hogar paterno para hacer su vida junto a su conyugue sin el consentimiento de los padres y por ende no realizan la celebración del matrimonio civil y eclesiástico, esto conlleva a la unión libre o unión de hecho que es aprobado por el estado tal como se manifiesta en el Código Civil en su Art. 222, brindando los mismos derechos y obligaciones que tienen las familias constituidas mediante matrimonio.

- **Forma de celebrar la muerte antiguamente**

Cuando fallecía un miembro de la familia, acto considerado como uno de los momentos más tristes, repicaban las campanas de la iglesia tres veces seguidas avisando al pueblo que hay un fallecido.

Los familiares colocaban al fallecido sobre una mesa cubriendo el cuerpo con una tela blanca (mortaja), al alrededor ponían velas en signo de respeto así como también las colocaban por toda la casa para divisar con claridad a los acompañantes debido a que no existía energía eléctrica, de esta manera esperaban hasta que el carpintero confeccione el respectivo ataúd.

Posteriormente en caravana se dirigían al cementerio del pueblo llevando al cadáver para ser sepultado en tierra aproximadamente a 3 metros de profundidad.

Luego de ser sepultado se velaba la ropa del difunto durante nueve días y 9 noches para que el alma se vaya al cielo, según la creencia.

- **Forma de celebrar la muerte actualmente**

Cuando alguien fallece en la parroquia el cuerpo es velado por dos días donde los vecinos, conocidos y amigos asisten llevando ramilletes de flores, comida para brindar a los que asisten y velas.

La preparación del cuerpo en el ataúd y el lugar donde será velado son realizados por los servicios de una funeraria contratada en la ciudad de Santo Domingo. El sepelio es realizado en el cementerio de la parroquia o en Santo Domingo.

En algunos casos mantienen la tradición de velar la ropa del difunto por 9 días y 9 noches.

#### **iv. Artesanías tradicionales y actuales**

Desde la antigüedad la gente elabora con materiales de la zona, las monturas que son utilizadas para los animales de carga, entre los materiales que utilizan son la madera y abacá (fibra textil).

Con el fruto del mate (*Crescentia cujete*) elaboran susungas (cernidoras), bototos (cantimplora), cucharas, cozos (especie de jarros) y alcancías.

La madera del café es utilizada para elaborar colgadores de ropa y ganchos para cortar el la maleza de los cultivos.

## **v. Juegos populares**

### **• Las peleas de gallos**

La pelea de gallos es un combate que se lleva a cabo entre dos gallos de un mismo género o raza de aves denominadas “aves finas de combate”, propiciados por la gente para su disfrute. Este juego se realiza en las festividades de la parroquia.

### **• Ecuavoley**

Todas las tardes después del trabajo se reúnen en la cancha principal de cada comunidad para jugar. Cada equipo en pista está formado por tres jugadores: colocador (jugador delantero), volador (jugador posterior) y servidor (jugador de apoyo). Mientras que fuera se encuentran mujeres y hombres apostando y deleitando del juego.

### **• La Rayuela**

Este juego es realizado por los niños y niñas, el cual consiste en dibujar con una tiza en el piso un tablero en forma de gato mismo que está conformado por: un cuerpo de 3 cajones, dos cajones como brazos, un cuadrado en el centro como cuello, una circunferencia es la cabeza y dos rectángulos que son las orejas. Luego se procede a lanzar fichas como pequeñas piedras o semillas, los niños deberán saltar con uno o dos pies según la figura y pisar los casilleros pero sin tocar el lugar en donde se encuentra la ficha.

- **La cometa**

Los materiales indispensables para realizar las cometas son la caña guadua, funda, retazos de tela y piola. Cada niño elabora la cometa a su gusto para posteriormente hacerla volar lo más alto posible.

- **Los ensacados**

Es un juego que se lo practica al aire libre. Se forman grupos y se les da sacos de lona a cada uno de los participantes, cuando se da la orden estos deberán colocarse dentro de los sacos y saltar hasta el punto de llegada ahí dejan el saco a otro participante de su equipo y este sale hacia el lado contrario. Gana el que termine de hacer el recorrido de un lugar al otro, este juego se realiza principalmente en las fiestas de las comunidades.

- **La sogá**

Juego que consiste en que dos personas toman de los extremos la sogá para hacerlo girar, mientras el resto, en turnos y ordenadamente, saltan sobre ella.

- **Las bolichas**

Los niños hacen un círculo en el piso, se coloca la bolicha(bola de cristal) dentro del círculo de cada uno, se alejan del círculo un metro y trazan una línea. A esta distancia se lanza la bolicha con el objeto de acercarse a la línea del círculo. El jugador que más cerca esté será el primero en su turno para jugar, el que saque la bolicha del círculo se lleva.

### c) **Los símbolos y valores**

La siguiente información fue recolectada en la población más anciana de la parroquia, siendo ellos los poseedores de la tradición oral más importante para la parroquia, a continuación se describen algunas leyendas de la parroquia.

### **i. La pelona**

Cuentan sus pobladores que por el año 1987 se aparecía una dama muy bella llamada la pelona, se les presentaba a los hombres a partir de las 00:00 horas, los pobladores la miraban caminar por las calles de la parroquia. Vestía un vestido de color negro corto con un hermoso cabello lacio de color negro. Ella ilusionaba y llamaba la atención a los hombres con sus encantos.

Antes había dos casitas esquineras del parque central donde jugaban naipes los pobladores hasta la madrugada; cuentan que un hombre caminaba hacía la casa y se le apareció la mujer encantadora, él maravillado la persiguió hasta llegar al Río el Cristal, cuando él se acercó a la mujer ella se dio la vuelta dejando ver la cara de calavera. El hombre asustado se cayó al piso botando espuma por la boca. Hubo casos que los hombres persiguieron a la mujer hasta el río Comohacemos, ella se lanzaba del puente al precipicio y desaparecía.

### **ii. El monstruo negro de El Recreo**

En el Recinto El Recreo comentan sus habitantes que sobre el puente del Río Balsilla pasado las 22:00 horas, se aparecía un monstruo negro volando y perseguía a las personas golpeándolas, sentían como escalofríos sentir el ser muy cerca esto duraba hasta empezar la loma de la vía principal de donde se regresaba y desaparecía.

### **iii. El duende de Las Tolas**

Según comentan los hermanos del sector las tolas, cuando ellos estaban pequeños vieron al duende sentado en un árbol de aguacate con un sombrero grande, sin camisa, agachado y con sus botas de punta; el duende movía sus pies como jugando en la rama.

Según ellos los duendes son guardianes de las tolas que existen en el lugar.

## d) Calendario de fiestas

**Cuadro N° 04. Calendario festivo de la parroquia Valle Hermoso**

Día	Mes	Días de celebración	Fiesta
1	Enero	1 día	Año Nuevo
3 al 6	Febrero	4 días	Carnaval
14-18	Abril	5 días	Semana Santa
19	Julio	5 días	Fiestas de parroquialización
1 y 2	Noviembre	2 días	Difuntos
25	Diciembre	1 día	Navidad
31	Diciembre	1 día	Año Viejo

**Fuente:** Entrevista a la gente del sector, 2014.

### i. Formas de celebración

- **Año nuevo**

Luego de la quema del monigote de año viejo es tradicional darse un abrazo y desear un buen año nuevo, se realiza una fiesta en la comunidad para celebrar la venida del nuevo año así como también salen de viaje a distintos lugares de la provincia o del país.

- **Carnaval**

En la época de carnaval asisten a los balnearios naturales de la parroquia y del cantón, donde disfrutan de un día de recreación, mojándose, pintándose con tintas de colores, achiote, harina, lodo, espuma de carnaval y más.

- **Semana Santa**

Durante la cuaresma todos los viernes se prohíbe comer carne roja; el domingo de ramos asisten a la misa en la iglesia del centro poblado de la parroquia, donde cada uno lleva un ramo con las plantas y flores de la zona; el jueves santo se prepara la fanesca (sopa) se utiliza como ingredientes productos de la zona como el cugo (especie de zapallo); también se prepara un dulce de arazá que se acompaña con un pedazo de queso.

El viernes santo se realiza el Vía Crucis en las calles principales del centro poblado de la parroquia saliendo desde la Iglesia de la Virgen del Valle, donde asisten los feligreses.

- **Fiesta de parroquialización**

Es una de las fiestas principales de Valle Hermoso, donde se realiza las siguientes actividades culturales:

- ✓ **Pregón de fiestas:** Las instituciones públicas, privadas y comunitarias, exponen carros alegóricos, grupos de danza, sanqueros en representación del tipo de actividad de la empresa.
- ✓ **Elección de la reina:** Los recintos colaboran con una candidata para que sea electa reina de la parroquia.
- ✓ **Ferias productivas:** son ferias donde se exponen los productos de la zona como las ferias ganaderas, agropecuarias y artesanales.
- ✓ **Desfile cívico:** Participan todas las instituciones de la parroquia con el uniforme cívico y con bandas de música.
- ✓ **Sección conmemorativa:** Se expone la historia de la parroquia y se entregan reconocimientos a las instituciones participantes.
- ✓ **Cierre de fiestas:** Baile público en honor a la nueva reina, donde se queman castillos y juegos pirotécnicos.

Estas fiestas son organizadas y gestionadas por el GAD parroquial de Valle Hermoso

- **Difuntos**

La tradición es preparar la colada morada y el pan de yuca, comparten con los familiares y vecinos. El 2 de noviembre la gente se dirige al cementerio a visitar a sus seres queridos fallecidos a colocar ofrendas florales, coronas y velas.

- **Navidad**

La navidad se celebra con la entrega de fundas navideñas en las escuelas a los niños, adultos mayores y personas con capacidades diferentes, se realiza la entrega de esto mediante un programa festivo.

La celebración de la navidad en la familia se basa en la unión donde comparten momentos de alegría, por lo general realizan la fritada y el caldo de salchicha, debido a que durante el año han engordado un cerdo para esta ocasión.

- **Año viejo**

En cada una de las familias realizan un monigote en representación del año viejo con los materiales de la zona y con el respectivo testamento. A las doce de la noche se quema el monigote en presencia de familiares y vecinos, se encienden juegos pirotécnicos para despedir el año, se disfruta de diferentes platos típicos como es el caldo de gallina criolla.

### **3) Actividades turísticas**

Las actividades turísticas que se realizan son: el rafting y kayak en el río Blanco motivo por el cual se caracteriza hasta ahora la parroquia, ciclismo y caminatas. Estas actividades las realizan empresas operadoras de turismo de Santo Domingo, Quito y Guayaquil.

En la actualidad la ruta de ciclismo de montaña es en la vía a la Bocana, donde se puede disfrutar de los espectaculares paisajes del Río Blanco y del sector ganadero y agrícola.

Las rutas de Rafting y kayak inician desde el sector La Bocana hasta La playa de las Garzas y el segundo tramo es desde el puente de Valle Hermoso hasta el sector Flor del Valle perteneciente al cantón La Concordia; los recorridos duran aproximadamente 1 hora, el río es de CLASE 3 y 4 los mismos que se consideran rápidos de aguas blancas o de aguas bravas, que corresponde a la categoría intermedio, se caracteriza por sus aguas turbulentas con huecos y olas medianas de no más de 1 m, sus remolinos ya son de cuidado para un nadador por esta razón se necesita de una buena técnica y conocimiento del río. Este deporte se realiza

más en temporada de verano debido a que en invierno el río es muy peligroso por sus aguas caudalosas.

#### **4) Imagen turística de la parroquia Valle Hermoso**

Tras realizar la validación del inventario de atractivos turísticos, la parroquia de Valle Hermoso del cantón Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, cuenta con diecisiete (17) atractivos turísticos, de los cuales el 47% corresponden a la categoría sitios naturales y el 53% a manifestaciones culturales. En cuanto a la tipología de los atractivos el 35% de los atractivos pertenecen al tipo río, el 6% corresponde al tipo bosque, el 6% corresponde al tipo fenómeno espeleológico, en un 35% corresponde a realizaciones técnicas y científicas, el 18% corresponde al tipo histórica. El subtipo de los atractivos corresponde a lo siguiente, el 29% explotaciones agropecuarias, rápido o raudal 18%, sitios arqueológicos 12%, bocana 6%, ribera 6%, cascada 6%, bosque siempre verde montano 6%, caverna 6%, arquitectura religiosa 6%, obras de arte 6%.

El estado de conservación según el estudio realizado es el siguiente: el 59% de los atractivos se encuentran conservados, el 24% se encuentran en proceso de deterioro debido a diversos factores tanto humanos como ambientales que han afectado de una u otra forma al atractivo, tan solo el 18% se encuentran no alterados.

El estado del entorno en un 65% se encuentra en proceso de deterioro, el 6% se encuentra deteriorado lo cual indica que se necesita minimizar en los impactos negativos hasta conservar un valor mínimo para preservar el entorno que rodea al atractivo así como el 12% se encuentran en proceso de conservación y tan solo un 18% del estado de conservación del entorno se encuentra conservado.

Con respecto a las jerarquías de los atractivos naturales y manifestaciones culturales en función de los parámetros establecidos, se puede indicar que el 12% se halla en la jerarquía III siendo aquellos que son capaces de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos; el 82% se encuentran en la jerarquía II, estando aquellos que tienen algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del

mercado interno y receptivo, mientras que el 6% de los atractivos poseen jerarquía I que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

La imagen turística de Valle Hermoso está dada por la gran riqueza natural y cultural que esta posee, al formar parte de la diversidad de las estribaciones de la cordillera occidental, la misma que puede ser aprovechada de manera sostenible y sustentable a través del turismo comunitario, el cual se refleja en:

*“ Un lugar diverso con saberes y costumbres propias de la costa interna ecuatoriana rodeado de sitios incognitos, que permiten adentrarse en un mundo lleno de magia y encanto natural”*

## **b. Infraestructura social básica**

### **1) Servicios básicos**

Según los datos estadísticos del INEC de acuerdo al CENSO 2010 en relación a los servicios básicos de las 2389 viviendas existentes en la parroquia se ha determinado que:

- **Agua:** El 23,27% se abastece de agua a través de la red pública, el 57,17% obtienen el agua de pozo, el 19,13% de río, vertiente, acequia o canal, el 0,46% de carro repartidor y el 1,97% de otras formas como agua lluvia y albarrada.
- **Alcantarillado:** La cuarta parte de las viviendas de la parroquia conectan sus aguas servidas hacia pozos ciegos, que contaminan el área circunvecina. Apenas la cuarta parte de las viviendas están conectadas a la red pública.
- **Luz eléctrica:** El 95,47% de las viviendas de la parroquia cuentan con luz eléctrica a través de la red de la empresa eléctrica de servicio público EMELSAD, el 3,81% no tiene

luz eléctrica, el 0,48% obtienen luz eléctrica de otra fuente, el 0,20% de generador de luz (Planta eléctrica), el 0,04% de panel solar.

- **Telefonía convencional:** El 30,37% de las viviendas de la parroquia Valle Hermoso cuentan con telefonía convencional y el 69,63% no tienen.
- **Eliminación de la basura:** El 81,45% eliminan la basura por medio del carro recolector, el 6,67% la arrojan en terrenos baldíos o quebradas, el 7,95% la queman, el 2,35% la entierran, el 0,80% la arrojan al río, acequia o canal, el 0,79% eliminan la basura de otra forma.

## 2) Salud

La población cuenta con un Subcentro del Ministerio de Salud, brinda atención de lunes a viernes desde las 09:00 a las 16:00 horas. Cuentan también con dos Dispensarios Médicos del Seguro Social Campesino que atienden tres veces a la semana y ofrecen los servicios de medicina general y odontología.

**Cuadro N° 05. Centros de atención médica en la parroquia Valle Hermoso**

Centros de atención medica	Ubicación
Subcentro de Salud del Ministerio de Salud Publica	Valle Hermoso
Dispensario Médico del Seguro Social Campesino	Valle Hermoso
Dispensario Médico del Seguro Social Campesino	Cristóbal Colon

**Fuente:** PDOT Valle Hermoso, 2011

## 3) Educación

Valle Hermoso a nivel primario tiene 27 instituciones educativas y todas son de jornada matutina también existen 3 colegios de educación secundaria ubicados en Valle Hermoso y en el recinto Cristóbal Colon respectivamente. La mayoría de las instituciones son fiscales siendo solo tres instituciones privadas, una de estas es el colegio San Pedro de la fundación San Luis apoyada por PRONACA.

#### **4) Comunicación**

Los medios de comunicación son los que se distribuyen en su mayoría en la ciudad de Santo Domingo, el diario de mayor difusión es “La Hora”, los canales de televisión regional son TV Zaracay y Majestad TV. La telefonía convencional ofrece la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT); la telefonía móvil o celular funcional con señal de las compañías Claro, Movistar y CNT; el servicio de internet ofrecen las empresas de CNT y Claro. La parroquia cuenta con una agencia de Corporación Nacional Telecomunicaciones CNT pero no se encuentra en funcionamiento.

#### **5) Servicios Sanitarios**

Según las estadísticas del INEC en el Censo 2010 se determinó que el 21,43% de las viviendas cuenta con baterías sanitarias, el 42,57% posee pozos sépticos, el 24,53% tiene pozos ciegos, el 0,17% descargan las aguas servidas directamente a los cuerpos de agua, el 5,78% cuentan con letrinas y el 5,53% restante no tiene ningún tipo de servicio sanitarios.

#### **c. Planta turística**

El número de establecimientos prestadores de servicios turísticos no ha ido creciendo, debido a que la mayoría de los pobladores no han visto aun al turismo como una gran oportunidad para la generación de ingresos económicos.

#### **1) Agencias u operadoras de viajes**

En cuanto a las empresas dedicadas a la operación turística en la actualidad no existe ninguna agencia de viajes dentro de la parroquia, las operadoras y agencias de turismo que operan en la parroquia están establecidas en las ciudades de Santo Domingo, Quito y Guayaquil.

#### **2) Alojamiento**

En Valle Hermoso existen dos establecimientos de alojamiento pertenecientes al tipo hosterías los cuales están registrados por el Ministerio de Turismo y un establecimiento donde se realizan campamentos vacacionales. La parroquia cuenta con una capacidad total de 210 plazas.

### **3) Alimentos y bebidas**

En la parroquia existen diez (10) establecimientos que brindan alimentación a los habitantes de la parroquia, pero ninguno de estos sitios cumple con los requisitos para ser registrados por el Ministerio de Turismo.

### **4) Transporte**

En la parroquia no existe transporte dedicado a la actividad turística. Existen 3 compañías que transportan a los habitantes de la parroquia con diferentes frecuencias y realizan también transporte de carga como la compañía de camionetas.

### **5) Recreación y Esparcimiento**

Valle Hermoso cuenta con seis establecimientos de recreación y esparcimiento, los cuales corresponden a cuatro (4) discotecas y karaokes, un (1) complejo recreacional en el río Cristal y un (1) balneario en el Recinto Cristóbal Colón, donde la gente de la zona acude a realizar actividades de ocio.

## **d. Superestructura**

La actividad turística, requiere de una superestructura que regule todo el sistema, la misma que comprende los siguientes organismos:

### **1) Dependencias de la administración pública.**

#### **a) Nivel Ministerial.**

El Ministerio de Turismo como entidad rectora de la actividad, se encarga de coordinar, gestionar, planificar, diseñar y regular políticas nacionales, además de brindar asistencia técnica a los Gobiernos Municipales, Provinciales y prestadores de servicios turísticos. En nuestra provincia contamos con la dirección provincial de turismo.

El Ministerio del Ambiente representado por sus direcciones provinciales, se encarga de regular la actividad turística en áreas protegidas y de otorgar las licencias ambientales para la explotación agrícola, como es el caso de Santo Domingo de los Tsáchilas, que no cuenta con áreas protegidas que estén dentro del PANE (Sistema Nacional de Áreas Protegidas).

#### **b) Gobierno Local**

La Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 238 consagra la autonomía plena de los gobiernos autónomos descentralizados y la Ley de Turismo dispone la participación de los Gobiernos cantonales y provinciales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la Descentralización.

Bajo esta condición el GAD Municipal y Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas ha sido el ente impulsador de esta actividad dentro de la provincia. El GAD parroquial de Valle Hermoso apoyando a proyectos de comunidades locales dentro de la parroquia.

#### **c) Organizaciones y asociaciones**

Las asociaciones se someten a las políticas establecidas en la Constitución actual, se amparan en los Ministerios de Inclusión Social y de Turismo, además están sometidos a las ordenanzas municipales, provinciales y parroquiales.

#### **e. Demanda**

La caracterización de la demanda se detalló en el objetivo de viabilidad comercial del producto en el estudio de mercado.

### **1. Análisis Situacional**

#### **a. Análisis FODA**

Para tener una mejor apreciación de ciertos aspectos importantes de la parroquia Valle Hermoso se elaboró la matriz FODA que consistió en reunir información del propio sector, a continuación se describen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas; con el fin de

disminuir los aspectos que impiden el desarrollo y de potencializar los aspectos que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes.

**Cuadro N° 06. Análisis FODA de la parroquia Valle Hermoso**

<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>FACTORES EXTERNOS</b>
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sitios con potencial turístico.</li> <li>- Riqueza hidrológica</li> <li>- Elementos dentro del inventario de atractivos de mucho interés.</li> <li>- GAD parroquial con ideales turísticos</li> <li>- Presencia de instituciones dispuestas a colaborar en el ámbito turístico.</li> <li>- Sector rico en variedad de productos agrícolas y ganadería que pueden generar usos agroturísticos</li> <li>- Presencia de establecimientos de Alojamiento de primera categoría que atrae a turistas extranjeros y nacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buenas relaciones políticas con el Gobierno provincial.</li> <li>- Ayuda técnica y financiera de instituciones gubernamentales y no gubernamentales.</li> <li>- Servicios de transporte público</li> <li>- Crecimiento colectivo del interés para conservar los recursos naturales y culturales a través del desarrollo turístico.</li> <li>- Iniciativa de creación del sistema vial arterial provincial Santo Domingo - Los Bancos</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- No cuentan con un inventario especializado de flora y fauna.</li> <li>- Deficiencia de facilidades turísticas en los atractivos turísticos.</li> <li>- Vías de acceso en mal estado dentro de la parroquia.</li> <li>- Deficiencia en la capacitación del recurso humano (Técnicos en turismo, guías nativos).</li> <li>- Desconocimiento por parte de las personas acerca de la elaboración de emprendimientos turísticos.</li> <li>- Desconocimiento y control ineficaz para</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inestabilidad política a nivel nacional.</li> <li>- Ubicación del antiguo basurero municipal con un mal manejo el cual contamina el aire y a los ríos como lo es el Toachi y El Blanco.</li> <li>- El gobierno cantonal y la dirección de turismo no cuenta con una base de datos estadísticos fiables en cuanto la afluencia de turistas que visitan las diferentes parroquias que componen el cantón.</li> </ul>

<p>la protección del patrimonio arqueológico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inexistencia de operadoras de turismo locales.</li> <li>- Inexistencia de control sanitario en el manejo y expendio de comidas, bajo estrictos estándares de calidad.</li> <li>- Las rutas de transporte local no cubren el total de atractivos inventariados.</li> <li>- Inexistencia de señalización turística.</li> </ul>	
---	--

**Fuente:** Talleres participativos, 2014

## **VIABILIDAD COMERCIAL DEL PRODUCTO**

### **1. Estudio de mercado**

#### **a. Análisis de la demanda**

##### **1) Segmentación del mercado**

Para el análisis de la demanda se identificaron tres segmentos de mercado, a los que la parroquia enfocará la oferta turística:

- Turistas nacionales que visitan el Parque Nacional Cotopaxi y la Reserva Ecológica Los Ilinizas.
- Turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi y la Reserva Ecológica Los Ilinizas.
- Población económicamente activa de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

## 2) Universo

**Cuadro N° 07. Detalle del universo de mercado**

N°	Segmento	Universo
1	Turistas nacionales que visitan el Parque Nacional Cotopaxi y la Reserva Ecológica Los Ilinizas. (Registro de visita a Áreas protegidas del Ecuador, 2013 (Ministerio del Ambiente))	171.191
2	Turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi y la Reserva Ecológica Los Ilinizas. (Registro de visita a Áreas protegidas del Ecuador, 2013 (Ministerio del Ambiente))	64.226
<b>Total</b>		235.417
3	La población económicamente activa de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, proyectada al año 2013. (INEC, 2010)	176.458

## 3) Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de Canavos (1998) citada por Muñoz E, con un margen de error del 8%.

### a) Para los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Reserva Ecológica Ilinizas y el Parque Nacional Cotopaxi

$$n = \frac{235.417 * 0,25}{(235,416) \left( \frac{0,08}{1,75} \right)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{58854.25}{492.22}$$

$$n = 120$$

Se aplicaron 120 encuestas, de las cuales se distribuyeron en un 73% a turistas nacionales equivalente a 88 encuestas y el 27% a los extranjeros equivalente a 32 encuestas. Basado en el cuadro N° 07.

**b) Para la población económicamente activa (PEA) de Santo Domingo de los Tsáchilas –  
Demanda local**

$$n = \frac{176.458 * 0,25}{(176.457) \left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{44114,45}{368,75}$$

$$n = 120$$

Dando como resultado 120 encuestas que se aplicaron a la PEA de Santo Domingo de los Tsáchilas.

**4) Instrumento**

El instrumento que se utilizó para el estudio de la demanda es una encuesta que se detalla en el anexo N°01

**5) Análisis del crecimiento del turismo en la zona**

Para el análisis del crecimiento del turismo en la zona se tomó en cuenta las áreas protegidas más cercanas a la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, realizando un análisis del registro de los años 2010 al 2013 de turistas que visitan estas áreas protegidas.

Surge la necesidad de analizar el turismo de la zona debido a que la Reserva Ecológica Los Ilinizas es limitante al sur de la provincia Tsáchila, y considerando la importancia del Parque Nacional Cotopaxi por ser una de las áreas protegidas más visitadas según el MAE, 2013.



**Gráfico N° 01. Comparativo de entrada de turistas al Parque Nacional Cotopaxi y a la Reserva Ecológica Los Ilinizas desde el año 2010 al año 2013.**

Según el gráfico se puede evidenciar el crecimiento de la entrada de turistas en las áreas protegidas cercanas a la zona de estudio, siendo esto un gran aporte positivo para la implementación del producto turístico debido a que el turismo está en constante crecimiento.

## 6) Análisis estadístico

En base de la aplicación de las a cada uno de los segmentos de estudio se presenta el análisis estadístico a continuación:

### a) Turistas nacionales y extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi (PNC) y la Reserva Ecológica Los Ilinizas (REI)

#### i. Distribución de los turistas según el género

**Cuadro N° 08. Distribución de los turistas según el género.**

<b>GÉNERO</b>	<b>Mercado nacional</b>		<b>Mercado extranjero</b>	
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>
Femenino	45	51	14	44
Masculino	43	49	18	56
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El mercado potencial de la RE Los Ilinizas y el PN Cotopaxi está compuesto por el 45% de género femenino y en un 43% del género masculino, para los turistas nacionales; mientras que para los turistas extranjeros el 44% lo conforman las personas del género femenino y el 56% del género masculino.

## ii. Distribución de los turistas según la edad

**Cuadro N° 09. Distribución de los turistas según la edad.**

<b>EDAD</b>	<b>Mercado nacional</b>		<b>Mercado extranjero</b>	
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
< 18 años	12	14	3	9
18 a 28 años	18	20	21	66
29 a 39 años	36	41	4	13
40 o más años	22	25	4	13
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** La edad de los turistas nacionales está comprendida en un 41% entre 18 a 25 años, en un 25% entre 40 o más años, en un 20% de 18 a 28 años y en un 14% < 18 años. Los turistas extranjeros están distribuidos en un 66% entre 18 a 28 años, en un 13% de 29 a 39 años, en un 13% de 40 o más años y en un 9% con una edad < 18 años. Siendo la mayor parte del mercado total grupos jóvenes, cuyas edades están comprendidos entre 18 a 39 años.

### iii. Distribución de la demanda según el lugar de procedencia

**Cuadro N° 10. Distribución de los turistas según el lugar de procedencia.**

PROCEDENCIA	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Pichincha	23	26	-	-
Los Ríos	17	19	-	-
Tungurahua	20	23	-	-
Chimborazo	15	17	-	-
Cotopaxi	13	15	-	-
Estados Unidos	-	-	11	34
Canadá	-	-	5	16
Alemania	-	-	3	9
Francia	-	-	3	9
Argentina	-	-	7	22
Bélgica	-	-	3	9
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** En relación a los turistas nacionales el lugar de procedencia constituye en un 26% de la provincia de Pichincha, en un 23% de la provincia de Tungurahua, en un 19% de la provincia Los Ríos, en un 17% de la provincia de Chimborazo y el 15% de la provincia de Cotopaxi. Demostrando que las áreas protegidas reciben más visitas por la población de las provincias más cercanas. En cuanto a la procedencia de los turistas extranjeros generalmente provienen de Estados Unidos en un 34%, Argentina en un 22%, Canadá 16%, Francia, Alemania y Bélgica con un 9%.

### iv. Distribución de los turistas según el motivo de viaje

**Cuadro N° 11. Distribución de los turistas según el motivo de viaje.**

MOTIVO DE VIAJE	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Turismo	76	86	22	69
Negocios	2	2	0	0
Visita a familiares o amigos	10	11	6	19
Compras	0	0	0	0
Otros (Voluntariado)	0	0	4	13
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** Los turistas nacionales realizan sus viajes en un 86% por realizar turismo, en un 11% lo hacen por visitar a familiares o amigos, un 2% lo hacen por negocios. Mientras que los turistas extranjeros viajan en un 69% por turismo, el 19% por visita a familiares y amigos, 13% lo hace por otros motivos tales como el voluntariado. Se puede evidenciar que el turismo es el principal motivo de viaje.

**v. Distribución de los turistas según la composición del grupo de viaje**

**Cuadro N° 12. Distribución de los turistas según la composición del grupo de viaje.**

COMPOSICIÓN DEL GRUPO	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Solo	3	3	16	50
2 personas	18	20	11	34
3 a 5 personas	59	67	0	0
6 a 9 personas	2	2	0	0
10 o más	6	7	5	16
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** Los turistas nacionales en un 67% viajan acompañados de 3 a 5 personas, en un 20% con un grupo de 2 personas, en un 7% con 10 o más personas y en un 2% con 6 a 9 personas; mientras que los turistas extranjeros prefieren viajar en un 50% solos, en un 34% acompañados de 2 personas y en un 16% acompañados de 10 o más personas. La mayoría de los turistas nacionales prefieren viajar con familiares mientras que los extranjeros prefieren viajar solos y con amigos.

## vi. Distribución de los turistas según la temporada de viaje

**Cuadro N° 13. Distribución de los turistas según la temporada de viaje.**

TEMPORADA DE VIAJE	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Enero - Marzo	23	26	11	34
Abril-Junio	10	11	2	6
Julio-Septiembre	9	10	3	9
Octubre-Diciembre	46	52	16	50
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** Los turistas nacionales prefieren viajar en un 52% en los meses de octubre a diciembre, en un 26% de enero a marzo, en un 11% entre enero a marzo y en un 10% entre los meses de julio a septiembre; mientras que los turistas extranjeros viajan en los meses de octubre a diciembre un 50%, en enero a marzo un 34%, en julio a septiembre un 9%, en abril a junio un 6%. Las temporadas comprendidas entre los meses de octubre a diciembre y enero a marzo son las preferidas para realizar viajes.

## vii. Distribución de los turistas según la percepción de la parroquia Valle Hermoso

**Cuadro N° 14. Percepción de la parroquia Valle Hermoso por los turistas que visitan Illinizas y Cotopaxi.**

PERCEPCIÓN DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Si	0	0	0	0
No	88	100	32	100
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El 100% de los turistas nacionales y extranjeros encuestados no conocen la parroquia Valle Hermoso.

viii. **Distribución de los turistas según la percepción del turismo comunitario**

**Cuadro N° 15. Percepción del turismo comunitario por los turistas de la RE Los Ilinizas y PN Cotopaxi.**

PERCEPCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO (Turistas RE Los Ilinizas y PN Cotopaxi)	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Si	48	55	16	50
No	40	45	16	50
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El 48% de los turistas han realizado turismo comunitario y el 40% no han realizado; en el caso de los turistas extranjeros el 50% han realizado turismo comunitario y el 50% no ha realizado.

ix. **Aceptación del producto de turismo comunitario de la parroquia Valle Hermoso**

**Cuadro N° 16. Aceptación del producto de turismo comunitario por los turistas de la REA Los Ilinizas y PN Cotopaxi.**

ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO DE TC	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Si	86	98	32	100
No	2	2	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** En un 98% los turistas nacionales están dispuestos a visitar Valle Hermoso y tan solo el 2% no visitarían la parroquia; mientras que los extranjeros en un 100% están dispuestos a visitar Valle Hermoso.

#### x. Distribución de los turistas según el tiempo de permanencia

**Cuadro N° 17. Tiempo de permanencia de los turistas nacionales y extranjeros.**

PERMANENCIA	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Un día	30	34	8	25
2 a 3 días	48	55	19	59
más de 3 días	10	11	5	16
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** Los turistas nacionales permanecerían en la parroquia Valle Hermoso en un 55% de 2 a 3 días, en un 34% un día y en un 11% más de 3 días. Los turistas extranjeros permanecerían de 2 a 3 días el 59%, un día el 25%, más de tres días el 16%.

#### xi. Actividades turísticas preferenciales

**Cuadro N° 18. Distribución de los turistas según las actividades turísticas preferenciales.**

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Cabalgatas	11	13	0	0
Visita a finca agro-productivas	2	2	0	0
Culturales	1	1	0	0
Observación de flora y fauna	2	2	0	0
Deportes de aventura	8	9	8	25
Natación en balnearios naturales	4	5	0	0
Observación de aves	0	0	0	0
Todas las anteriores	60	68	24	75
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** Las actividades turísticas a realizar por los turistas nacionales en un 60% prefieren todas las actividades que se ofertan (Cabalgatas, visita a fincas agro-productivas, culturales, observación de flora y fauna, deportes de aventura, natación en balnearios naturales, observación de aves), en un 13% solo cabalgatas, en un 9% solo deportes de aventura, en un 5% solo natación en balnearios naturales, en un 2% solo observación de flora y fauna y en 1% actividades culturales. Los turistas extranjeros en un 75% prefieren realizar todas las

actividades ofertadas y en un 25% solo deportes de aventura. La mayoría de los turistas prefieren realizar todas las actividades que se ofertan en la parroquia Valle Hermoso.

## xii. Distribución de los turistas según los servicios turísticos más utilizados

**Cuadro N° 19. Servicios turísticos más utilizados por los turistas.**

SERVICIOS TURÍSTICOS	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Alojamiento	20	23	5	16
Alimentación	50	57	11	34
Guianza turística	7	8	5	16
Transporte	11	13	11	34
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** En cuanto a los turistas nacionales el 57% utilizan más el servicio de alimentación, el 23% servicio de hospedaje, el 13% servicio de transporte y en un 8% servicio de transporte; mientras que los turistas extranjeros en un 34% utilizan más el servicio de alimentación y transporte turístico y con el 16% los servicios de alojamiento y guianza turística.

## xiii. Gasto promedio diario

**Cuadro N° 20. Gasto promedio diario en actividades turísticas.**

CAPACIDAD DE GASTO	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
\$ 30-40	26	30	24	75
\$ 40-60	53	60	8	25
\$60-80	5	6	0	0
más de \$80	4	5	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El gasto promedio diario de los turistas nacionales en un 60% es de 40 a 60 dólares americanos, en un 30% de 30 a 40 dólares americanos, en un 6% de 60 a 80 dólares americanos y en un 5% más de 80 dólares americanos. Mientras que el gasto en los turistas extranjeros en un 75% es de 30 a 40 dólares americanos y en un 25% es de 40 a 60 dólares americanos.

xiv. Medios de información turística

**Cuadro N° 21. Medios de información turística.**

MEDIOS DE INFORMACIÓN	Mercado nacional		Mercado extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje%	Frecuencia	Porcentaje%
Amigos	48	55	13	41
Guías turísticas	7	8	3	9
TV	8	9	3	9
Internet	22	25	13	41
Radio	1	1	0	0
Periódico	2	2	0	0
Otros	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Análisis:** Los medios de información de los turistas nacionales en un 55% lo constituyen los amigos, en un 25% el internet, en un 9% la TV, en un 8% guías turísticas, en un 2% el periódico, en 1% la radio. Respecto a los turistas extranjeros el 4% se informan por amigos y el mismo porcentaje por el internet, en un 9% por la TV y guías turísticas.

**b) Mercado potencial local**

**i. Demanda local (Población Económicamente Activa de Santo Domingo de los Tsáchilas)**

Las 120 encuestas se distribuyeron para ser aplicadas a personas que laboran en empresas, locales comerciales, instituciones públicas de los cantones Santo Domingo y La Concordia.

- **Edad de la demanda local**

**Cuadro N° 22. Distribución de la demanda local según la edad.**

<b>EDAD</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
18 a 28 años	49	41
29 a 39 años	51	42
40 o más años	20	17
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** Para la variable edad se obtuvo que el 42% de los visitantes tienen de 29 a 39 años; el 41% se encuentran en el rango de edad de 18 a 28 años; 17% de 40 o más años. La mayoría de turistas son jóvenes por lo que se debe enfocar el producto turístico a este rango de edad.

- **Género de la demanda local**

**Cuadro N° 23. Distribución de la demanda local según el género.**

<b>GÉNERO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
Femenino	62	52
Masculino	58	48
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El 52% del universo de mercado son hombres, mientras que el 48% son mujeres.

- **Procedencia de la demanda local**

**Cuadro N° 24. Distribución de la demanda local según la procedencia.**

PROCEDENCIA	Frecuencia	Porcentaje %
Guayas	10	8
Pichincha	22	18
Los Ríos	8	7
Bolívar	6	5
Esmeraldas	9	8
Loja	3	3
Santo Domingo de los Tsáchilas	54	45
Manabí	8	7
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** La procedencia del universo de estudio está conformada por las siguientes provincias: 45% de Santo Domingo de los Tsáchilas, 18% Pichincha, 8% Guayas, 8% Esmeraldas, 7% Manabí y Los Ríos, 5% Bolívar y 3% Loja. La mayoría proceden de Santo Domingo de los Tsáchilas.

- **Motivo de viaje de la demanda local**

**Cuadro N° 25. Distribución de la demanda local según el motivo de viaje.**

MOTIVOS DE VIAJE	Frecuencia	Porcentaje %
Turismo	60	50
Negocios	23	19
Visita a familiares	25	21
Compras	9	8
Otros	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El motivo por el cual viajan es por turismo el 50%, el 21% viaja por visitar a sus familiares, el 19% viaja por negocios, el 8% por compras y el 3% por otros motivos tales como eventos. Debido a esto se debe considerar que la mayoría viaja por vivir nuevas experiencias por un periodo determinado de tiempo.

- **Composición del grupo de la demanda local**

**Cuadro N° 26. Distribución de la demanda local según la composición del grupo.**

<b>COMPOSICIÓN DEL GRUPO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>
Solo	29	14
3 a 5 personas	40	33
6 a 9 personas	18	27
10 o más personas	19	13
2 personas	8	13
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El 33% de turistas viajan acompañados de 3 a 5 personas, en un 13% viajan entre 2 personas, en un 14% solo y en un 13% entre dos o 10 o más personas. Lo que indica que se debe diseñar actividades turísticas específicas para estos dos tipos audiencia

- **Temporada de viaje de la demanda local**

**Cuadro N° 27. Distribución de la demanda local según la temporada de viaje.**

<b>TEMPORADA DE VIAJE</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>
Enero-Marzo	23	19
Abril-Junio	27	22
Julio-Septiembre	38	32
Octubre-Diciembre	32	27
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** La temporada de viaje de los turistas locales esta entre los meses de Julio-Septiembre con el 32%, seguido por la temporada formada entre los meses de Octubre-Diciembre con él 27%, la temporada de Abril-Junio con el 22% y el 19% la temporada de Enero-Marzo.

- **Permanencia de la demanda local**

**Cuadro N° 28. Distribución de la demanda local según el tiempo de permanencia.**

<b>PERMANENCIA</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>
Un día	60	50
2 a 3 días	44	37
Más de 3 días	16	13
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El 50% prefieren quedarse un día en el lugar de visita, el 37% de 2 a 3 días y el 13% más de 3 días.

- **Percepción de la parroquia por la demanda local**

**Cuadro N° 29. Distribución de la demanda local según la percepción de la parroquia Valle Hermoso.**

<b>PERCEPCIÓN DE LA PARROQUIA</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>
Si	66	55
No	54	45
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El 55% de la demanda local conoce la parroquia Valle Hermoso y el 45% no conoce. Los datos obtenidos serán utilizados para proponer medidas para la difusión y promoción turística de la parroquia.

- **Percepción del turismo comunitario por la demanda local**

**Cuadro N° 30. Distribución de la demanda local por la percepción del turismo comunitario.**

<b>PERCEPCIÓN DEL TC</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
Si	42	35
No	78	65
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El 65% de la demanda local no han realizado turismo comunitario, mientras que el 35% si han realizado turismo comunitario.

- **Aceptación por un producto de turismo comunitario por la demanda local**

**Cuadro N° 31. Distribución de la demanda local según la aceptación por optar un producto de turismo comunitario en la parroquia Valle Hermoso.**

<b>ACEPTACIÓN POR UN PRODUCTO DE TC</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
Si	114	95
No	6	5
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El 95% de la demanda local están interesados en realizar turismo comunitario, mientras que el 5% de los turistas no están interesados. Este resultado muestra que existe un gran interés por realizar turismo comunitario.

- **Actividades a realizar por la demanda local**

**Cuadro N° 32. Distribución de la demanda local según las actividades a realizar.**

<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
Cabalgatas	15	13
Deportes extremos (kayak, rafting, ciclismo, caminatas)	25	21
Visita a fincas agro-productivas	25	21
Natación en balnearios naturales	11	9
Culturales (Visita a sitios arqueológicos)	3	3
Observación de aves	7	5
Observación de flora y fauna	3	3
Todas las anteriores	31	26
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** La mayoría del universo de estudio están interesados en realizar todas las actividades propuestas en el estudio con el 26%, el 21% están interesados en realizar deportes extremos (Kayak, rafting, ciclismo, caminatas) y visita a fincas agro-productivas, 13% cabalgatas, 9% natación en balnearios naturales, mientras que las actividades con menor preferencia son: Observación de aves con el 5%, observación de flora y fauna y actividades culturales con el 3%. Según los resultados de la pregunta se puede identificar el interés por realizar diferentes tipos de actividades en conjunto lo cual permitirá seleccionar las actividades que incluirá el producto turístico.

- **Servicios turísticos más utilizados por la demanda local**

**Cuadro N° 33. Distribución de la demanda local según los servicios turísticos preferenciales.**

<b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
Alojamiento	32	27
Guianza turística	26	22
Transporte	21	18
Alimentación	41	34
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El 34% de los turistas locales prefieren que el servicio de alimentación se preste en el viaje, el 27% servicio de alojamiento, 22% guianza y el 18% servicio de transporte. Esto indica los servicios que se deberían incluir en el producto turístico comunitario al momento de estructurar.

- **Medios de información utilizados por la demanda local**

**Cuadro N° 34. Distribución de la demanda local según los medios de información utilizados.**

<b>MEDIOS DE INFORMACIÓN</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
Amigos	19	16
Guías turísticas	15	13
Tv	20	17
Internet	42	35
Radio	12	10
Periódico	12	10
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** Los medios de información más utilizados por la demanda local para informarse de turismo es el internet con el 35%, la Tv con el 17% y el 17% se informan por amigos. Este dato es de gran importancia para la elaboración de estrategias de difusión y promoción del producto.

- **Capacidad de gasto diario por la demanda local**

**Cuadro N° 35. Distribución de la demanda local según la capacidad de gasto diario en actividades turísticas.**

<b>CAPACIDAD DE GASTO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje %</b>
30-40 dólares	80	67
40-60 dólares	30	25
60-80 dólares	8	6
Más de 80 dólares	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

**Análisis:** El 67% de la demanda local están dispuestos a gastar diariamente en actividades turísticas de 30-40 dólares, el 25% de 40-60 dólares, el 6% de 60-80 dólares y tan solo el 2% más de 80 dólares . En base a este resultado se establecerá el gasto promedio por día y por pax.

## **7) Perfil del turista**

### **a) Turista Nacional**

El turista nacional comprende entre mujeres y hombres con una edad entre los 18 a 39 años; proceden de las provincias de Pichincha, Tungurahua, Los Ríos, Chimborazo y Cotopaxi; realizan viajes por turismo acompañados de 3 a 5 personas en las temporadas comprendidas entre los meses de enero a marzo y de octubre a diciembre. No conocen la parroquia de Valle Hermoso y están dispuestos a consumir el producto de turismo comunitario a implementarse en la parroquia. Les gustaría realizar actividades turísticas tales como: cabalgatas, visita a fincas agro-productivas, culturales, observación de flora y fauna, deportes de aventura, natación en balnearios naturales y observación de aves. Los servicios que más utilizan son la alimentación y alojamiento durante el viaje de turismo. Están dispuestos a gastar por día 40 a 60 dólares americanos. Se informan por medio de amigos y el internet.

## **b) Turista Extranjero**

El turista extranjero está comprendido por mujeres y hombres con una edad entre los 18 a 28 años; provienen de los países de Estados Unidos (34%), Argentina (22%), Canadá (16%), Francia (8%), Alemania (9%) y Bélgica (9%). Ellos viajan por realizar turismo solos y entre 2 personas entre los meses de Enero a Marzo y Octubre a Diciembre. No conocen la parroquia de Valle Hermoso. Están dispuestos a consumir el producto de turismo comunitario a implementarse en la parroquia y permanecerían de 2 a 3 días. Las actividades que prefieren realizar son: cabalgatas, visita a fincas agro-productivas, culturales, observación de flora y fauna, deportes de aventura, natación en balnearios naturales y observación de aves. Los servicios turísticos más utilizados durante el viaje de turismo son el hospedaje y transporte. Están dispuestos a gastar entre 30 a 40 dólares americanos por día en actividades turistas. Se informan por medio de amigos y el internet.

## **a) Turista local**

El turista local está comprendido por mujeres y hombres con una edad entre los 18 a 39 años de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Ellos viajan por realizar turismo y por visitar a familiares acompañados de 3 a 5 personas entre los meses de Julio a Diciembre. Conocen la parroquia de Valle Hermoso (55%). Están dispuestos a consumir el producto de turismo comunitario a implementarse en la parroquia y permanecerían 1 día pero con posibilidad de pernoctar de 2 a 3 días. Las actividades que prefieren realizar son: cabalgatas, visita a fincas agro-productivas, culturales, observación de flora y fauna, deportes de aventura, natación en balnearios naturales y observación de aves. Los servicios turísticos más utilizados durante el viaje de turismo son el hospedaje, alimentación y transporte. Están dispuestos a gastar entre 30 a 40 dólares americanos por día en actividades turistas. Se informan por medio del internet, amigos, TV y folletos.

## b. Análisis de la Oferta

### 1) Oferta Actual

La oferta actual de la parroquia Valle Hermoso se caracteriza por los atractivos turísticos que posee y por la planta turística:

#### a) Atractivos turísticos

La parroquia Valle Hermoso cuenta con 17 atractivos turísticos de los cuales 8 pertenecen a la categoría de sitios naturales culturales y 9 a la categoría manifestaciones culturales, los mismos que se encuentran detallados en el *cuadro N° 01*.

#### b) Planta turística

Hace referencia a los servicios propiamente turísticos que posee la parroquia Valle Hermoso teniendo 3 establecimientos de alojamiento, 10 establecimientos de alimentación, 6 establecimientos de recreación y esparcimiento, 3 agencias de viajes que trabajan en la zona, 3 cooperativas de transporte, a continuación se presenta dicha la información detallada:

#### i. Establecimientos de hospedaje y alimentación

**Cuadro N° 36. Establecimientos de hospedaje, alimentación y recreación de la parroquia Valle Hermoso**

TIPO	Nombre	Categoría	Capacidad (pax)	Ubicación
Hostería	Eco Resort Kashama	Primera	55	A 500m de la cabecera parroquial, vía a Los Bancos.
Hostería	Hostería Valle Hermoso	Primera	52	Vía a la Bocana a 500m del centro poblado

TIPO	Nombre	Categoría	Capacidad (pax)	Ubicación
				de Valle Hermoso.
Cabañas	Campamento Bereano Río Blanco	Sin categorizar	120	Vía a la Bocana a 10 km del centro poblado de Valle Hermoso.
Restaurantes	Comedor Jonathan	Sin categorizar	10	En la esquina de la primera parada de la Santo Domingo
Restaurantes	Costeñito del Valle	Sin categorizar	20	Calle Pichincha y Loja, frente al parque
Restaurantes	Comedor Zambrano	Sin categorizar	16	Frente al parque, calle Pichincha y Loja
Restaurantes	S/N	Sin categorizar	12	Calle Manabí y Loja
Restaurantes	S/N	Sin categorizar	12	Calle Loja
Restaurantes	Isabelita	Sin categorizar	18	Calle Loja y Guayaquil
Restaurantes	Milu	Sin categorizar	20	Calle Loja y Cotopaxi
Restaurantes	Restaurant Israel	Sin categorizar	24	Calle La Paz
Restaurantes	Comedor “El Licen”	Sin categorizar	12	Recinto Cristóbal Colon
Restaurantes	Asadero J.K.	Sin categorizar	12	Recinto Cristóbal Colon
Discoteca	Sunami	Sin categorizar	---	Valle Hermoso
Discoteca	Mas Candela	Sin categorizar	---	Valle Hermoso
Discoteca	Scala	Sin categorizar	---	Valle Hermoso
Karaoke	Disco Bar Karaoke	Sin categorizar	---	Valle Hermoso
Balneario	La Sirenita	Sin categorizar	---	Cristóbal Colón
Balneario	Race Tracke	Sin categorizar	---	Valle Hermoso

**Fuente:** Trabajo de campo, 2014

## ii. Agencias u operadoras de viaje

**Cuadro N° 37. Agencias u operadoras que incluyen a Valle Hermoso en su oferta.**

Nombre	Dirección	Tipo	Actividades que realizan en Valle Hermoso
Santo Domingo Adventure	Santo Domingo	Operadora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rafting – Río Blanco</li> <li>• Kayak Tour – Río Blanco</li> <li>• Cross Country – Vía a La Bocana</li> </ul>
TeXtreme Santo Domingo	Santo Domingo	Operadora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rafting-Río Blanco</li> <li>• Kayak- Río Blanco</li> </ul>
ECOLE TRAVEL	Quito	Agencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voluntariados extranjeros</li> </ul>

**Fuente:** Trabajo de campo, 2014

## iii. Transporte

**Cuadro N° 38. Compañías de transporte que trabajan en la parroquia**

Nombre	Descripción
Compañía de carga liviana CONTRAVAHER	Son camionetas que hacen recorridos dentro de la parroquia a los diferentes recintos. Está formada por 26 socios.
Compañía de Mototaxis	Existen alrededor de 15 motos, realizan recorridos dentro de la cabecera parroquial de Valle Hermoso.
Compañía de transportes Santo Domingo	Son buses de transporte interprovincial, que salen desde Santo Domingo (mini-terminal) hacia los Bancos. Frecuencia cada hora, desde las seis hasta las 19 horas. Valor del pasaje hasta Valle Hermoso es de 0,60 ctvs.

**Fuente:** Salida de campo, 2014.

**a. Oferta complementaria**

Tomando en cuenta que la parroquia Valle Hermoso pertenece al cantón Santo Domingo, se considera como oferta complementaria a los principales establecimientos turísticos ubicados en la cabecera cantonal tales como: Hoteles, restaurantes, agencias de viajes, sitios de recreación y esparcimiento (discotecas, bares, balnearios), constituyendo servicios de apoyo para la operación del producto de turismo comunitario.

**Cuadro N° 39. Establecimientos turísticos del cantón Santo Domingo.**

N°	Tipo	Nombre	Categoría	Capacidad pax	Dirección	Servicios
1	Hotel	Zaracay	Primera	75	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Av. Quito 1639 frente recinto ferial	Alojamiento, alimentación, piscina.
2	Hotel	Del Toachí	Primera	90	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Vía a Quito y río Yamboya	Alojamiento, alimentación, salón de eventos, piscina, turco, sauna.
3	Hotel	Grand hotel Santo Domingo	Primera	66	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Río Toachí y Galápagos	Alojamiento, alimentación, piscina, salón de eventos.
4	Hotel	Golden Vista	Primera			
5	Hotel	Génova 2	Segunda	66	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Vía a Quito y río Yamboya	Alojamiento, alimentación.
6	Hotel	Milenio Santo Domingo	Segunda	67	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Vía Quevedo Km 1 y Juan Pío Montufar	Alojamiento, alimentación, salón de eventos.
7	Hotel	Metropolitan	Segunda	57	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Julio Cesar Bermeo y Abraham Calazacón	Alojamiento.
8	Hotel Residencia	Chet Sheratun	Tercera	56	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Av. Abraham Calazacón 111 y Av. de la Paz - terminal terrestre	Alojamiento.

N°	Tipo	Nombre	Categoría	Capacidad pax	Dirección	Servicios
9	Hotel Residencia	Royal Class	Tercera	72	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Cadno Zambrano 51 y Cesar López (Urb. Caminos Vecinales)	Alojamiento.
10	Cafetería	K'fe cafetería - GOURMET	Segunda	36	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal, Urbanización Mutualista Benalcázar, Calle río Lelia No. 138 y Los Ceibos.	
11	Cafetería	Macedonia Sal y Dulce	Tercera	32	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Río Mulaute y avenida Quito y Guayaquil.	
13	Restaurante	Club Campestre Sol Dorado	Primera	12	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Vía a Chone km 10 frente a Tennis Club.	Preparación de platos a la carta y platos típicos.
14	Restaurante	Agachaditos	Segunda	21	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Vía a Quito y Río Mulaute.	Preparación de platos típicos y platos a la carta.
15	Restaurante	Parrilladas ¡Oh! Que Rico	Segunda	196	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Av. Tsáfiqui 302 y av. Río Toachi.	Parrilladas.
16	Restaurante	Bistro	Segunda	40	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Urb. Banco de Fomento, Av. Principal.	Preparación de platos a la carta y platos típicos.
17	Restaurante	Pollos GUS	Segunda	14	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Av. Chone No 120 y La Paz	Preparación de pollo asado.

N°	Tipo	Nombre	Categoría	Capacidad pax	Dirección	Servicios
18	Restaurante	B.B.Q Pinchos Express	Segunda	10	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Centro Comercial Paseo Shopping	Preparación de comida rápida y platos típicos.
19	Restaurante	Parrillada Bariloche Pena Show	Segunda	10	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Av. Río Toachi y Tsáfiqui	Parrilladas.
20	Restaurante	Nuevo Miravalle	Segunda	30	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Vía a Quito Km 7	Preparación de platos a la carta y platos típicos.
21	Restaurante	Chifa Chan	Segunda	9	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Río Baba y Guayaquil.	Preparación de comida occidental.
22	Restaurante	D´ Marco	Segunda	6	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Río Mulaute y Guayaquil.	Preparación de platos a la carta y platos típicos.
23	Restaurante	Parrilladas Argentinas	Segunda	6	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Vía a Quevedo km 5.	Parrilladas.
24	Restaurante	Parrilladas Che Luis	Segunda	30	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Río Yamboya y Caracas.	Parrilladas.
25	Restaurante	Cocina De Consuelo La	Segunda	20	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Av. Quito y Pallatanga.	Preparación de platos a la carta.
26	Restaurante	Pizzería El Hornero Sto. Domingo	Segunda	12	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Vía Quito km 1/2 y Madrid.	Comida rápida.

N°	Tipo	Nombre	Categoría	Capacidad pax	Dirección	Servicios
27	Restaurante	Kentucky Fried Chicken No 15	Primera	32	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Centro Comercial Paseo Shopping.	Comida rápida.
28	Termas y balnearios	Las Vegas	Segunda	100	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Vía a Julio Moreno km 12.	Dique para natación, canchas deportivas, pista de baile
29	Termas y balnearios	Balneario El Karibe	Segunda	48	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Vía a Quevedo.	Dique para natación, canchas deportivas, pista de baile
30	Termas y balnearios	La Gran Pirámide	Segunda	100	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Sector Unión Carchense. Vía a Julio Moreno km 12.	Dique para natación, canchas deportivas, área de picnic
31	Termas y balnearios	Ja'Sainum	Segunda	20	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Vía a Julio Moreno km 14.	Dique para natación, canchas deportivas, pista de baile
32	Termas y balnearios	Complejo Turístico La Playa	Segunda	40	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Vía Julio Moreno km 6 1/2.	Dique para natación, canchas deportivas, salón de eventos, piscina, sauna, área de picnic.
33	Termas y balnearios	Complejo Turístico Varadero	Segunda	0	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Vía a las Mercedes km 3.	Dique para natación, canchas deportivas, pista de baile.
34	Termas y balnearios	Yabelmi	Segunda	28	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Lotización Iturral de la vía a Quinde km 2.	Piscina, sauna, turco, canchas deportivas, salón de eventos, área de picnic.
35	Discoteca	Blue 69	Primera	80	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Urb. Los Laurales. Calles: Abram Calazacón.	Diversión

N°	Tipo	Nombre	Categoría	Capacidad pax	Dirección	Servicios
36	Discoteca	Xclusive Lounge Club	Primera	44	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Av. Quito y río Yamboya.	Diversión
37	Discoteca	+Turbar	Segunda	116	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Urbanización Los Laureles y av. Abraham Calazacón.	Diversión
38	Bar	Madera Fina	Tercera	40	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Sector anillo vial.	Diversión
39	Bar	Due 2	Tercera	40	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Av. a Quito y Los Naranjos.	Diversión
40	Agencias de viaje	Turismo Zaracay	Internacional	-	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Av.29 de mayo 200 y Cocaniguas.	Venta de boletos aéreos
41	Agencias de viaje	Jnabeltour	Internacional	-	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Tulcán 1011 y Machala.	Venta de boletos aéreos
42	Agencias de viaje	Semptour	Dualidad	-	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Guayaquil 222 y río Saloya.	Venta de boletos aéreos, operación de paquetes turísticos
43	Agencias de viaje	Gabiana	Dualidad	-	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Av. Quito y Chorreras del Napa.	Venta de boletos aéreos

N°	Tipo	Nombre	Categoría	Capacidad pax	Dirección	Servicios
44	Agencias de viaje	Suarez & Suarez	Dualidad	-	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Chorreras del Napa 104 y av. Quito.	Venta de boletos aéreos, operación de paquetes turísticos
45	Agencias de viaje	Santo Domingo Adventure	Dualidad	-	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Calles: Vía a Quito y Los Naranjos	Venta de paquetes turísticos, deportes de aventura (Rafting, kayak, ciclismo de montaña)
46	Agencias de viaje	Textreme Santo Domingo	Dualidad	-	Cantón Santo Domingo, cabecera cantonal. Sector anillo vial.	Venta de boletos aéreos, paquetes turísticos, deportes de aventura (Rafting, kayak, vuelo en avionetas)

**Fuente:** Catastro turístico de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2013

## **b. Análisis de la Competencia**

Para el estudio de la competencia se ha tomado en cuenta los sectores que ofrecen proyectos similares en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, y en vista de que el turismo comunitario aún no ha sido potenciado, se conoce que no existe una oferta específica que sea competencia para esta actividad. Sin embargo, la oferta de turismo comunitario se encuentra concentrada en las comunas de la Nacionalidad Tsáchila, se cuenta con 7 centros culturales Tsáchilas con la información de visitantes correspondientes al año 2013 (Macias, 2013). Que se describen a continuación.

### **a) Centro Cultural Táchila Seke Sonachun**

Se encuentra ubicado en la cabecera cantonal, en la vía a Quevedo en el 7.5 km, margen izquierdo a 1.6 km, en la comuna Tsáchila Chigüilpe, tiene una extensión de 30 has de las cuales 2 has están destinadas al turismo, es administrado por el Sr. Byron Clazacón un joven que pretende mantener las tradiciones y costumbres tsáchilas.

**Cuadro N° 40. Descripción de la oferta turística del Centro Cultural Tsáchila Seke  
Sonachun**

Servicios	Características	Capacidad (pax)	Precio
Hospedaje	2 cabañas rústicas construidas con material de la zona como es el bambú, paja toquilla, laurel y caña guadua.	12	\$10,00 por pax
Alimentación	Ofrecen platos típicos (Maito de pescado, tilapia, mayón, bebidas como la ayahuasca).	24	Desde \$4,00 el plato típico
Servicio de guianza	1 Guía Nativo	10 a 15	\$1,00 por pax
Actividades que realizan			
Ofrecen recorridos y tours donde dan a conocer las costumbres y tradiciones de la nacionalidad al turista.			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia</li> <li>• Música y danza</li> <li>• Gastronomía Tsáchila.</li> <li>• Caminatas por senderos</li> <li>• Paquetes turísticos</li> <li>• Camping</li> <li>• Tubbing</li> <li>• Visita a las cascadas de la parroquia El Esfuerzo</li> </ul>			
El precio de los paquetes varía entre los 75,00 y 210,00 dólares americanos servicio todo incluido, con una duración de 2 a 4 días y visitas a otros sitios de interés de la provincia.			
Número de turistas que recibe al año	Nacional		680
	Extranjeros		2720
	<b>TOTAL</b>		<b>3400</b>

Los medios de difusión y promoción es a través de internet, cuentan con un *blog* llamado punto de encuentro Tsáchila, página de *Facebook* que lleva el nombre del centro cultural, además, disponen de contactos con empresas como Río Muchacho, Mindo Grees, Mindo Forest, Windows Tena, Mishilick, Hotel Bambú en Canoa, Montañita y Puerto López Lodge.

#### **b) Empresa comunitaria Tsáchila Tolón Pele**

Este centro turístico está ubicado en la cabecera cantonal, en la vía a Quevedo en el km 7.5, margen izquierdo a 4 km en la comuna Tsáchila Chigüilpe, tiene alrededor de 4 has, esta empresa turística esta dirigida por la Sra. Albertina Calzación en calidad de gerenta.

El nombre se debe a un árbol mitológico que tiene 400 años aproximadamente, cuya altura es de 62 metros y es utilizado como un templo de meditación y purificación. Tolón Pelé proviene de las palabras tsafiqui: To = tierra, lón = surgir y pelé = árbol, es decir, árbol surgido de la tierra.

**Cuadro N° 41. Descripción de la oferta turística de la empresa comunitaria Tsáchila Tolón Pele**

Servicios	Características	Capacidad (pax)	Precio
Hospedaje	5 cabañas construidas a base de bambú, paja toquilla y caña guadua.	40	\$15,00 por pax
	Area de camping	200	\$3,00 por carpa para tres personas
Alimentación	Ofrecen platos típicos (Maito de pescado, tilapia, mayón, bebidas a base de plátano maduro).	24	Desde \$4,00 el plato típico.
Servicio de guianza	5 guías nativos	50	\$1,00 por persona
<b>Actividades que realizan</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido por senderos ecológicos</li> <li>• Observación de plantas medicinales</li> <li>• Trapiche</li> <li>• Rituales shamánicos</li> <li>• Limpieza corporal y esperitual</li> <li>• Demostracion del tejido</li> <li>• Música y danza tradicional Tsáchila</li> <li>• Excursion en la reserva natural Unishu</li> </ul> <p>Costo por la actividad del recorrido donde muestran las tradiciones culturales Tsáchilas es para turistas nacionales \$3,00 y para extranjeros \$6,00, el recorrido tiene una duración de dos horas.</p>			
<b>Número de turistas que recibe al año</b>	Nacional		2180
	Extranjeros		3270
	<b>TOTAL</b>		<b>5450</b>

Los medios de publicidad utilizados para difundir los productos turísticos es el internet, (cuenta en *Facebook* llamada Empresa Comunitaria Tolón Pele, correo electrónico), contactos con operadoras y agencias internacionales, presentaciones en ferias en diferentes lugares del país.

### c) Centro Cultural Tsáchila Masara Mudu

Se encuentra ubicado en la parroquia Puerto Limón, en la comuna Tsáchila Los Naranjos. Posee una extensión de 18 has de las cuales 5 has estan destinadas a la actividad turística, llevan ocho años en funcionamiento. El centro cultural tsáchila está dirigido por el Sr. Alejandro Aguavil, reciben ayuda de la fundación Yanapuma cuyo objetivo principal es traer turistas extranjeros en calidad de voluntarios, quienes se encargan de realizar mejoras en la comunidad.

**Cuadro N° 42. Descripción de la oferta turística del Centro Cultural Tsáchila Masara Mudu**

Servicios	Características	Capacidad (pax)	Precio
Hospedaje	2 cabañas construidas a base de bambú, paja toquilla y caña guadua.	16	\$10,00 por pax
Alimentación	Ofrecen platos típicos (Maito de pescado, tilapia, mayón, bebidas a base de plátano maduro, chicha de yuca y chontaduro).	16	Desde \$4,00 plato típico
Servicio de guianza	1 guía nativo	10 a 15	\$1,00 por persona
<b>Actividades que realizan</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido por senderos ecológicos</li> <li>• Observación de plantas medicinales</li> <li>• Agroturismo</li> <li>• Rituales shamánicos, limpieza corporal y espiritual</li> <li>• Demostracion del tejido realizado por las mujeres tsáchilas</li> <li>• Música y danza tradicional</li> <li>• Pesca deportiva en el río Peripa</li> <li>• Concurso de lanza</li> </ul> <p>Los paquetes turísticos con todos los servicios incluidos varían desde \$50,00 a \$ 130,00 por persona.</p>			
<b>Número de turistas que recibe al año</b>	Nacional		700
	Extranjeros		1300
	<b>TOTAL</b>		<b>2000</b>

Se promocionan a través de la fundación Yanapuma, internet y agencias de viajes.

#### d) Centro Cultural Tsáchila “Suyun Tsáchila”

Este centro turístico cultural se encuentra ubicado en la parroquia Puerto Limón, en la comuna tsáchila El Poste. Tiene una extensión de 2 has y está administrado por el Sr. José Aguavil.

**Cuadro N° 43. Descripción de la oferta turística del Centro Cultural Tsáchila “Suyun Tsáchila”**

Servicios	Características	Capacidad (pax)	Precio
Hospedaje	3 cabañas construidas a base de bambú, paja toquilla y caña guadua.	20	\$15,00 por pax
Alimentación	Ofrecen platos típicos (Sopa de gallina ahumada, maito de pescado, tilapia, mayón, bebidas a base de plátano maduro, chicha de yuca y chontaduro).	24	\$3 o \$4 el plato típico
Servicio de guianza	3 guías nativos	10 a 15 por guía	\$1 por persona
<b>Actividades que realizan</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido por senderos con una duración de 2 horas aproximadamente</li> <li>• Observación de plantas medicinales</li> <li>• Rituales shamánicos, limpieza corporal y espiritual</li> <li>• Demostración del tejido realizado por las mujeres tsáchilas</li> <li>• Música y danza tradicional</li> <li>• Ritual de la bebida alucinogena Ayahuasca</li> <li>• Juegos ancestrales</li> <li>• Concurso de lanza</li> </ul> <p>Los paquetes turísticos de 3 días con todos los servicios incluidos varían entre \$90,00 a \$100,00 por persona.</p> <p>Toma de la bebida alucinogena Ayahuasca tiene un precio de \$70,00</p>			
<b>Número de turistas que recibe al año</b>	Nacional		248
	Extranjeros		743
	<b>TOTAL</b>		<b>991</b>

El medio de publicidad utilizado es el internet, cuentan con un *blog*, contacto con la agencia de viaje Ecolé Travel la cual envía voluntarios al centro cultural.

### e) Centro Cultural Tsáchila Aldea Colorada

Se encuentra ubicado en la parroquia Puerto Limón, en la comuna Peripa. Tiene una extensión de 70 has de las cuales 2 has estan destinadas al turismo, el centro cultural está dirigido por el sr. Ricardo Calazacón, dentro de la infraestructura cuentan con cancha de voley, bar, cafetería y museo.

**Cuadro N° 44. Descripción de la oferta turística del Centro Cultural Tsáchila Aldea Colorada**

Servicios	Características	Capacidad (pax)	Precio
Hospedaje	4 cabañas construidas a base de bambú, paja toquilla y caña guadua.	16	\$12,00 por pax
Alimentación	Ofrecen platos típicos (Guaña, guanta, maito de pescado, mayón, bebidas a base de plátano maduro, chicha de yuca y chontaduro). Caldo y seco de gallina	24	\$5,00 el plato típico y \$4,00 la comida de la zona
Servicio de guianza	3 Guías Nativos	10 a 15 por guía	\$1 por persona
Actividades que realizan			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido por senderos</li> <li>• Observación de plantas medicinales</li> <li>• Rituales shamánicos, limpieza corporal y espiritual</li> <li>• Demostración del tejido realizado por las mujeres tsáchilas</li> <li>• Música y danza tradicional</li> <li>• Ritual de la bebida alucinogena Ayahuasca</li> <li>• Juegos ancestrales</li> </ul>			
Los paquetes turísticos con todos los servicios incluidos varían entre \$90,00 a \$ 270,00 por persona.			
Número de turistas que recibe al año	Nacional		2250
	Extranjeros		2250
	<b>TOTAL</b>		<b>4500</b>

Los medios de publicidad que utilizan el internet (página WEB), radio y televisión.

### f) Centro Cultural Tsáchila Shinopi Bolón

Shinopi Bolón se encuentra ubicado en la parroquia Santo Jacinto del Búa, en la comuna Colorados del Búa a 15 km de Santo Domingo, ingresando por el by pass Chone-Esmeraldas, su principal actividad económica es la agricultura (malanga, plátano, yuca), sin embargo, practican la ganadería a menor escala. El centro cultural está dirigido por el Sr. Alfonso Aguavil.

**Cuadro N° 45. Descripción de la oferta turística del Centro Cultural Tsáchila Shinopi Bolón**

Servicios	Características	Capacidad (pax)	Precio
Hospedaje	2 cabañas construidas a base de bambú, paja toquilla, y caña guadua.	12	\$12 por pax
Alimentación	Ofrecen platos típicos (Caldo y seco de gallina criolla, maito de pescado, tilapia, mayón, bebidas a base de plátano maduro, chicha de yuca y chontaduro).	25	\$3 o \$4 dólares el plato típico
Servicio de guianza	2 Guías Nativos	10 a 15 por guía	\$1 por persona
Actividades que realizan			
<p>Ofrecen tours en los cuales se realizan actividades tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminatas por senderos</li> <li>• Recorridos en balsa por el río Shinopi</li> <li>• Demostración de la pesca tradicional en el río Shinopi</li> <li>• Observación de plantas medicinales</li> <li>• Rituales shamánicos, limpieza corporal y espiritual</li> <li>• Demostración del tejido de la vestimenta Tsáchila</li> <li>• Música y danza tradicional</li> <li>• Ritual de la bebida alucinógena ayahuasca</li> <li>• Juegos tradicionales</li> </ul> <p>Actividades de voluntariado donde promueven la reforestación con especies naturales, programas de reciclaje y ayuda social en la comunidad por la fundación Yanapuma.</p> <p>El recorrido que dura alrededor de dos horas tiene un costo de \$5,00 por persona.</p> <p>El precio de los paquetes depende de la duración del <i>tour</i> y varía entre \$55,00 y \$190,00 con servicio todo incluido.</p>			
Número de turistas que recibe al año	Nacional		1750
	Extranjeros		3250
	<b>TOTAL</b>		<b>5000</b>

El medio utilizado para su promoción es el internet a través de una página de *facebook*.

### g) Centro Cultural Tsáchila Du Tenka

Se encuentra ubicado en la cabecera parroquial, en el recinto Julio Moreno, en la comuna tsáchila Otongo Mapalí, cuenta con 7,5 hectáreas de terreno y con aproximadamente 200 miembros, se dedican a la agricultura, turismo y ganadería. Disponen de un bosque protector de vegetación secundaria, donde acuden para realizar rituales y extraer plantas ancestrales.

**Cuadro N° 46. Descripción de la oferta turística del Centro Cultural Du Tenka**

Servicios	Características	Capacidad (pax)	Precio
Hospedaje	1 cabaña construidas a base de bambú, paja toquilla y caña guadua y pambil. Area de camping	5	\$10 por pax
Alimentación	Ofrecen platos típicos (Caldo y seco de gallina criolla, maito de pescado, tilapia, mayón, chicha de chontaduro).	15	\$5 el plato típico
Servicio de guianza	2 Guías Nativos	10 a 15 por guía	\$1 por persona
Actividades que realizan			
Ofrecen recorridos en los cuales permiten al turista apreciar sus costumbres tales como:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demostracion de la pesca tradicional</li> <li>• Propiedades de plantas medicinales</li> <li>• Rituales shamánicos, limpieza corporal y espiritual</li> <li>• Vestimenta</li> <li>• Elaboración de artesanías</li> <li>• Música y danza tradicional</li> <li>• Juegos ancestrales</li> </ul>			
Número de turistas que recibe al año	Nacional		351
	Extranjeros		429
	<b>TOTAL</b>		<b>780</b>

### c. Confrontación demanda vs oferta

#### 1) Demanda Potencial

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó la tasa de crecimiento anual del 13% para los turistas nacionales y extranjeros (MINTUR, 2013), para la demanda local una tasa de crecimiento poblacional anual del 3,9% de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Santo Domingo de los Tsáchilas. En base a estos datos y a la utilización de la fórmula de incremento compuesto, se proyectó la demanda futura la misma que se considera como el mercado potencial del producto para los próximos 5 años como se detalla a continuación.

**Cuadro N° 47. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años**

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL				
Año	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Turistas locales	
0	226.879	85.119	193.024	
1	300.683	112.808	200.552	
2	398.496	149.504	208.374	
3	528.126	198.138	216.500	
4	699.926	262.592	224.944	
5	927.611	348.013	233.717	

#### 2) Demanda Efectiva

Para el cálculo de la demanda efectiva utilizamos el porcentaje de aceptación revelados en las encuestas aplicadas a la demanda potencial para el consumo del producto de turismo comunitario siendo en un 95% por los turistas nacionales, en un 100% por los turistas extranjeros y en un 95% por los turistas locales.

**Cuadro N° 48. Demanda efectiva para los cinco años**

DEMANDA EFECTIVA				
Año	Turistas nacionales (98%)	Turistas extranjeros (100%)	Turistas locales (95%)	Total demanda efectiva
2014	222.342	85.119	183373	490834
2015	294.670	112.808	176367	583844
2016	390.526	149.504	183246	723276
2017	517.564	198.138	190392	906094
2018	685.927	262.592	197817	1146336
2019	909.059	348.013	205532	1462605

### 3) Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha resulta de la diferencia entre la demanda efectiva y la captación de turistas de la oferta de la competencia, cálculo realizado para los cinco años del proyecto.

**Cuadro N° 49. Calculo de la demanda insatisfecha para los cinco años**

DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda efectiva	Oferta de la competencia	Demanda insatisfecha
0	500485	22.121	478.364
1	608030	24.997	583.033
2	748404	28.246	720.157
3	932202	31.918	900.284
4	1173463	36.068	1.137.395
5	1490789	40.757	1.450.033

### 4) Demanda objetivo

Del total de la demanda insatisfecha, se pretende captar el 0,15% como demanda objetiva.

**Cuadro N° 50. Demanda objetivo proyectado**

DEMANDA OBJETIVO		
Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo 0,15%
1	583.033	875
2	720.157	1080
3	900.284	1350
4	1.137.395	1706
5	1.450.033	2175

### d. Análisis del producto

#### a) Análisis de los niveles del producto

**Cuadro N° 51. Niveles de productos**

N°	Producto principal	Producto auxiliares	Productos de apoyo
AN	Caverna del río Chigüilpe	Senderos ecológicos, anfitriones	Normas de seguridad, alquiler de linternas, botas

N°	Producto principal	Producto auxiliares	Productos de apoyo
		turísticos locales, alimentación.	de caucho, venta de postales.
<b>AC</b>	Sitios arqueológicos	Anfitriones turísticos locales que brindan información sobre los sitios arqueológicos.	Sitios de descanso, alquiler de carpas, venta de postales. Muestras arqueológicas.
<b>AC</b>	El Recreíto	Una asociación de gente local que realiza el proceso artesanal del chocolate.	Participación en el proceso de elaboración del chocolate. Venta de chocolate, vino de cacao.
<b>AC</b>	Fincas agro-productivas	Anfitriones turísticos locales demostrando la elaboración de productos agro-artesanales.	Venta de productos derivados del cacao, caña de azúcar, flores tropicales, observación del proceso de ordeño. Alquiler de caballos.
<b>AB</b>	Gastronomía típica del sector	Restaurantes de la parroquia. Fincas que ofertan servicio de alimentación. Familias que venden los refrigerios.	Calidad del servicio. Excelente atención al cliente. Información sobre lugares turísticos de la parroquia.
<b>DE</b>	Rafting en el Río Blanco	Empresa especializada que	Buen estado de los equipos, acta de

N°	Producto principal	Producto auxiliares	Productos de apoyo
		oferta el servicio de rafting, alimentación.	compromiso con la operadora turística.
AN	Ríos	Bados aptos para natación, infraestructura turística.	Venta de alimentos y bebidas. Venta de artesanías.
A	Hospedaje	Hosterías de valle hermoso. Fincas anfitrionas que brindan hospedaje. Sitios para acampar Alimentación.	Calidad del servicio. Normas de atención al cliente. Habitaciones adecuadas en las fincas. Alquiler de carpas. Información de lugares turísticos de la parroquia.
G	Guias locales	Grupo organizado de anfitriones turísticos locales	Técnicas de interpretación y manejo de grupos.
AAC	Centro de visitantes	Personal administrativo, equipos.	Información turística. Materiales interpretativos.
T	Transporte turístico	Chivas turísticas	Normas de atención al cliente. Vehículo en buen estado.

*AN: Atractivos Naturales, AC: Atractivos Culturales, DE: Deportes extremos, A: Alojamiento, AB: Alimentos y bebidas, G: Guianza, AAC: Área administrativa comunitaria, T: Transporte*

## b) Líneas de productos

Tomando en cuenta el portafolio de productos turísticos del Ecuador del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador “PLANDETUR 2020” tomando en cuenta al turismo comunitario como un modelo de gestión, se determina las líneas de productos que se puede comercializar en el área de estudio que son las siguientes:

**Cuadro N° 52. Líneas de productos de la parroquia Valle Hermoso**

Líneas de productos	Variedades de productos	Valoración	Detalle
CIRCUITOS GENERALES	Circuitos Generales	Aplica	Ruta Paralelo Cero - Colorido Tropical
SOL Y PLAYA	Sol y playa	No aplica	X
TURISMO CULTURAL	Patrimonios Naturales y Culturales	No aplica	X
	Mercados y artesanías	Aplica	Artes y artesanías INEDIT, artesanías en caña guadua, centro de acopio El Recreito para venta de productos artesanales derivados del cacao.
	Gastronomía	Aplica	Platos típicos (Ceviche de palmito, colada de palmito, estofado de guaño, chocolate, seco de gallina criolla)
	Shamanismo	No Aplica	X
	Fiestas populares	Aplica	Fiestas de parroquialización
	Turismo religioso	No Aplica	X
	Turismo urbano	No aplica	X
	Turismo arqueológico	Aplica	Tolas del recinto Chigüilpe y tolas del recinto Mirador de la Selva
	CAVE, científico, académico, voluntariado y educativo	Aplica	Voluntarios extranjeros que trabajan con el GAD parroquial
PARQUES TEMATICOS	Parques temáticos	No aplica	X

<b>Líneas de productos</b>	<b>Variedades de productos</b>	<b>Valoración</b>	<b>Detalle</b>
<b>ECOTURISMO Y TURISMO DE NATURALEZA</b>	Parques Nacionales	No aplica	X
	Reservas y bosques privados	Aplica	Bosque primario "Valle Hermoso"
	Ríos, Lagos, Lagunas y Cascadas	Aplica	Río Blanco, río Cristal, río Comohacemos.
	Observación de Flora y Fauna	Aplica	Observación de aves (Playa de las garzas), observación de flora de la zona.
<b>TURISMO DE SALUD</b>	Termalismo	No Aplica	X
	Medicina ancestral	No Aplica	X
	SPA's	No Aplica	X
<b>TURISMO DE DEPORTES Y AVENTURA</b>	Deportes terrestres	Aplica	Ciclismo, trekking.
	Deportes fluviales	Aplica	Rafting, Kayak, tubing
	Deportes aéreos	No Aplica	X
	Deportes acuáticos	No Aplica	X
<b>AGROTURISMO</b>	Haciendas, fincas y plantaciones	APLICA	3 fincas Agro-productivas
<b>TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS</b>	Reuniones, incentivos, conferencias, ex paciones y ferias	No aplica	X
<b>TURISMO DE CRUCEROS</b>	Cruceros	No Aplica	X

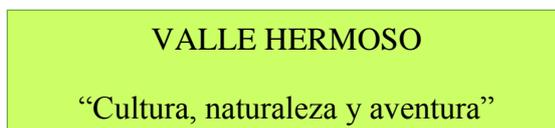
**Fuente:** Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador "PLANDETUR 2020".

Siendo la base el modelo de gestión el turismo comunitario y según el análisis anterior se pudo identificar las líneas de productos a implementarse en la parroquia Valle Hermoso siendo los siguientes:

- Circuitos generales: Ruta Paralelo Cero-Colorido Tropical
- Turismo cultural (Sitios arqueológicos, mercados y artesanías, fiestas populares, gastronomía, CAVE)
- Agroturismo (Fincas)
- Turismo de deportes y aventura (deportes terrestres y fluviales)
- Ecoturismo y turismo de naturaleza (Reservas y bosques privados, ríos, observación de flora y fauna)

Para el presente proyecto se realizará el diseño técnico de rutas turísticas definiendo la línea de producto en lo siguiente: *“Valle Hermoso turístico con gestión comunitaria”*, debido a la variedad de atractivos y actividades que en las diferentes líneas planteadas por el MINTUR.

#### c) **Marca**



La marca del producto turístico de la parroquia Valle Hermoso hace referencia a la riqueza única tanto natural y cultural que posee, desarrollándose en una gestión comunitaria.

#### d) **Servicios adicionales o complementarios**

Son los bienes o servicios que se ofrecerán al turista para el consumo del producto principal, los mismos que están detallados en el **cuadro N°51** considerados como productos de apoyo y auxiliares.

#### e) **Calidad**

La calidad del producto es considerado de acuerdo a los 4 ejes del turismo comunitario en el Ecuador (Fortalecimiento organizativo, revitalización cultural, gestión del territorio, economía solidaria) que genera el Buen Vivir de la comunidad así también la calidad brindada en la presentación de servicios turísticos, la gestión administrativa y operativa del producto para lograr superar las expectativas del turista.

#### f) **Ciclo de vida del proyecto**

Se plantea ejecutar en su totalidad el proyecto durante 5 años en este lapso el GAD parroquial procederá a la socialización con las comunidades que se beneficien de la implementación del producto turístico.

### **g) Análisis de presupuesto**

El GAD parroquial rural de Valle Hermoso siendo el ente impulsador y responsable de la implementación del producto de turismo comunitario actualmente destina del presupuesto general la cantidad de **13000** dólares americanos anuales, es responsable también de gestionar con los actores públicos y privados que pueden apoyar al proyecto tales como:

Entre los actores públicos están el GAD provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas, la Dirección provincial del Ministerio de Turismo, la Dirección provincial del Ministerio de Cultura, la Dirección provincial del Ministerio del Ambiente, Secretaria Nacional de Capacitación, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural zonal 4 y los actores privados son las empresas que ejercen su actividad económica dentro de la parroquia las mismas que son PRONACA, exportadora de piña. Es también importante recalcar que la comunidad está dispuesta a colaborar con una contraparte del proyecto.

### **DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO**

El diseño técnico del producto turístico comunitario se realizó tomando en cuenta la potencialidad turística de la parroquia y el estudio de mercado pretendiendo formar parte de la Ruta Paralelo Cero potencializada por el Ministerio de Turismo, la misma que es un recorrido único a lo largo de la línea equinoccial, se compone de 6 circuitos turísticos:

- Playas del Equinoccio, abarca destinos turísticos de la provincia de Manabí (Jama y Pedernales).
- Colorido Tropical, siendo destinos turísticos de este circuito San Miguel de Los Bancos y La Concordia-Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Esencia Ecuatorial, los destinos turísticos son la ciudad Quito y la ciudad Mitad del Mundo.
- Vida y Cultura Equinoccial, los sitios a visitar es Cayambe y Otavalo.
- Aventura y Adrenalina, el destino principal es en el cantón Gonzalo Pizarro.
- Vida Amazónica, los destinos principales son Lago Agrío, Cuyabeno y Puerto El Carmen de Putumayo.

Involucrando al producto directamente con el Circuito Colorido Tropical por encontrarse en la zona de influencia la parroquia Valle Hermoso, a continuación se detalla la estructura técnica del producto de turismo comunitario:

### **1. Concepto del producto**

Valle Hermoso es un lugar privilegiado que dispone de atractivos naturales como ríos, bosques, fenómenos espeleológicos dentro de las manifestaciones culturales cuenta con restos arqueológicos, fincas agro-productivas donde se elaboran chocolate, panela, agua ardiente, producción de flores tropicales sin dejar a un lado la hospitalidad de la gente y la virtud de trabajar en equipo para beneficio de toda la comunidad.

Por tal motivo se pretende que Valle Hermoso sea un producto de turismo comunitario que pueda generar la unión con Circuito Colorido Tropical de la Ruta Paralelo Cero que se encuentra potencializado por el Ministerio de Turismo.

### **2. Objetivo del producto**

Fomentar el turismo en la parroquia Valle Hermoso como un eje dinamizador de la economía local promoviendo el desarrollo sostenible de la comunidad y generando una nueva oferta que posea la parroquia mediante un producto turístico el cual pueda adherirse al Circuito Colorido tropical de la Ruta Paralelo Cero.

### **3. Identificación de los sitios promisorios**

En base al cuadro resumen N° 01 del inventario de atractivos turísticos de la parroquia Valle Hermoso y analizando sus características, categoría, jerarquía y ubicación geográfica del atractivo que forman parte de la zona de influencia de la Ruta Paralelo Cero – Circuito Colorido Tropical, se presenta un total de 11 sitios promisorios que serán parte del producto turístico comunitario.

**Cuadro N° 53. Sitios promisorios para el producto.**

N°	Atractivos	Categoría	Jerarquía
1	Río Blanco	Sitios Naturales	III
2	Caverna del Río Chigüilpe	Sitios Naturales	III
3	La Bocana	Sitios Naturales	II
4	Río El Cristal	Sitios Naturales	II
5	Río Comohacemos	Sitios Naturales	II
6	Playa de las Garzas	Sitios Naturales	II
7	Finca agroecológica "El Coronel"	Manifestaciones Culturales	II
8	Finca Marianita-Producción de panela y alcohol artesanal	Manifestaciones Culturales	II
9	Tolas del Recinto Chigüilpe	Manifestaciones Culturales	II
10	Asociación de mujeres "El Recreito"	Manifestaciones Culturales	II
11	Iglesia Nuestra Señora de Valle	Manifestaciones Culturales	I

**Fuente:** Araceli Silva, 2014. Evaluación del potencial turístico de la parroquia Valle Hermoso elaborada en el año 2013.

#### **4. Actividades turísticas principales y complementarias**

El producto turístico de Valle Hermoso interrelaciona armónicamente cada uno de los elementos que conforman el sistema turístico ofreciendo una nueva experiencia, con actividades como:

**Cuadro N° 54. Actividades turísticas para el producto turístico**

Actividades principales	Actividades complementarias
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita a fincas agro-productivas</li> <li>• Excursión a caverna</li> <li>• Visita a sitios arqueológicos</li> <li>• Deportes extremos (Rafting, kayak y byking, caminatas)</li> <li>• Natación en balnearios naturales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cabalgatas</li> <li>• Observación de aves</li> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Compra de productos artesanales</li> <li>• Degustación de comidas típicas</li> </ul>

## 5. Caracterización de la planta turística existente

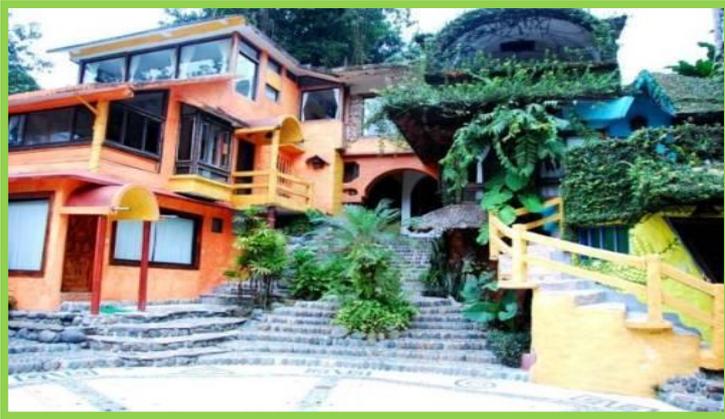
El producto turístico comunitario involucra varios lugares que prestan servicios de hospedaje, alimentación, recreación y transporte, los mismos que permiten ampliar la oferta turística, satisfaciendo las necesidades del turista para su permanencia en la parroquia.

Mediante el análisis de la oferta, el producto turístico cuenta con los servicios de infraestructura básica (sistema de interconexión de energía eléctrica, agua entubada, sistema de alcantarillado, telefonía móvil, centro de salud así como vías de acceso en buenas condiciones). A continuación se describen los establecimientos turísticos que forman parte del producto:

### a. Establecimientos de hospedaje

Se tomaron en cuenta 3 establecimientos de hospedaje para complementar la prestación de servicios turísticos para el visitante, que se describen a continuación:

#### Cuadro N° 55. Descripción de los establecimientos de alojamiento

<b>ECO RESORT KASHAMA</b>	
<b>UBICACIÓN:</b> A 500m de Valle Hermoso en la vía a Los Bancos	
<b>TIPO:</b> Hostería	<b>CATEGORÍA:</b> Primera
	
<b>Foto N° 01. Eco Resort Kashama</b> <b>Por: Araceli Silva Ch</b>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	

<p>La oferta del establecimiento es dirigido a segmentos de la ciudad de Quito y Guayaquil.</p> <p>El servicio de hospedaje distribuidas en habitaciones simples, dobles, triples, cuádruples, suites (simples, dobles, triples, presidencial), bungalows; cuenta con área de restaurante, grill &amp; pool, spa y piscina, área de eventos. Se combina el servicio con la experiencia visitando el Bosque Protector La Perla, comunidad Tsáchila y a la finca de Mishilik donde muestran al turista la elaboración del chocolate del cacao fino de aroma.</p>	
<p><b>CAPACIDAD:</b>55 pax</p>	<p><b>PRECIOS:</b>  Simple: \$ 89,00  Doble: \$137,00  Triple: \$193,00  Cuádruple: \$247,00  Suite simple: \$137,00  Suite Doble: \$229,00  Suit presidencial:\$329,00  Bungalows: \$299,00</p>
<p><b>HOSTERÍA VALLE HERMOSO</b></p>	
<p><b>UBICACIÓN:</b> Vía a la Bocana a 500m del centro poblado de Valle Hermoso</p>	
<p><b>TIPO:</b> Hostería</p>	<p><b>CATEGORÍA:</b> Primera</p>
	
<p><b>Foto N° 02. Hostería Valle Hermoso</b>  <b>Por: Araceli Silva Ch</b></p>	
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b></p> <p><b>Alojamiento:</b> Cuenta con 16 habitaciones confortables que se distribuyen en simples, dobles, triples y cuádruples con televisión, baño con ducha de agua caliente y ventilación. Posee un área para camping.</p> <p><b>Alimentación:</b> En cuanto a alimentación ofrece platos de primera en un restaurante con 4 ambientes, donde pueden deleitar su paladar con los manjares de la cocina nacional e internacional.</p> <p><b>Caminatas:</b> El recorrido es por el bosque húmedo primario que posee la hostería por senderos atractivos le otorga al visitante la visión de un panorama de ensueño donde se puede observar flora y fauna nativa de la zona, restos arqueológicos.</p>	

<b>CAPACIDAD:</b> 52 pax	<b>PRECIOS:</b> Habitación: \$15,00 Acampada: Para niños \$3,00 y adultos \$4,00 Caminatas o excursiones: Niños \$0,50 y adultos \$1,00 ctvs
<b>CAMPAMENTO BEREANO RÍO BLANCO</b>	
<b>UBICACIÓN:</b> Vía a la Bocana a 10 km del centro poblado de Valle Hermoso	
<b>TIPO:</b> Cabañas	<b>CATEGORÍA:</b> Sin Categoría
 <p data-bbox="544 1093 1126 1160"><b>Foto N° 03. Campamento Bereano Río Blanco</b> <b>Por: Araceli Silva Ch</b></p>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b>  Es un establecimiento administrado por el gremio evangélico de Quito.  Se realizan campamentos, juegos extremos, estrategias de supervivencia en el bosque, música y brindan hospedaje en cabañas.	
<b>CAPACIDAD:</b>  120 pax	<b>PRECIOS:</b>  \$12 por pax

**Fuente:** MINTUR 2013, Catastro de establecimientos turísticos y salidas de campo

## b. Establecimientos de alimentación

De los establecimientos de alimentación presentes en la parroquia se procedió a identificar 7 restaurantes que se incluirán dentro del proyecto.

**Cuadro N° 56. Caracterización de los establecimientos de alimentación de la parroquia Valle Hermoso**

N°	Nombre	Ubicación	N° plazas	Tipo de comida que ofrece	Fotografía
1	Costeñito del Valle	Calle Pichincha y Loja, frente al parque	20	Platos propios de la zona. Desayunos Almuerzos	 <p><b>Foto N° 04. Restaurante Costeñito del Valle</b> Por: Araceli Silva Ch</p>

N°	Nombre	Ubicación	N° plazas	Tipo de comida que ofrece	Fotografía
2	Isabelita	Calle Loja y Guayaquil	18	Desayunos Almuerzos	 <p data-bbox="1594 667 2020 730"><b>Foto N° 05. Restaurante Isabelita</b> <b>Por: Araceli Silva Ch</b></p>
3	Milu	Calle Loja y Cotopaxi	20	Pollo Asado	 <p data-bbox="1617 1168 1998 1232"><b>Foto N° 06. Restaurante Milu</b> <b>Por: Araceli Silva Ch</b></p>

N°	Nombre	Ubicación	N° plazas	Tipo de comida que ofrece	Fotografía
4	Restaurant Israel	Calle La Paz	24	Desayunos y Almuerzos	 <p data-bbox="1615 703 2007 762"><b>Foto N° 07. Restaurante Israel</b> Por: Araceli Silva Ch</p>
6	Comedor “El Licen”	Recinto Cristóbal Colon	12	Desayunos y Almuerzos	 <p data-bbox="1520 1257 2096 1316"><b>Foto N° 08. Restaurante Comedor “El Licen”</b> Por: Araceli Silva Ch</p>

N°	Nombre	Ubicación	N° plazas	Tipo de comida que ofrece	Fotografía
7	Asadero J.K.	Recinto Cristóbal Colon	12	Pollo Asado	 <p data-bbox="1653 722 1966 786"><b>Foto N° 09. Asadero J.K</b> <b>Por: Araceli Silva Ch</b></p>

**Fuente:** Salida de campo, 2014

### c. Recreación y Esparcimiento

Dentro de los establecimientos de recreación y esparcimiento se ha considerado los siguientes:

**Cuadro N° 57. Establecimientos de Recreación y Esparcimiento**

N°	Nombre	Tipo	Ubicación	Servicios	Fotos
1	Scala	Discoteca- Eventos	Cabecera parroquial de Valle Hermoso	Discoteca y karaoke, alquiler del local para eventos sociales.	 <p data-bbox="1444 870 1808 935"><b>Foto N° 10. Discoteca Scala</b> Por: Araceli Silva Ch</p>
2	La Sirenita	Complejo recreativo – Balneario	Recinto Cristobal Colón	Piscinas, pesca deportiva, cancha deportivas.	 <p data-bbox="1409 1341 1850 1406"><b>Foto N° 11. Balneario La Sirenita</b> Por: Araceli Silva Ch</p>

N°	Nombre	Tipo	Ubicación	Servicios	Fotos
3	Race Tracke	Balneario	A 500m de la cabecera parroquial de Valle Hermoso	Balneario natural, canchas deportivas, servicio de alimentación	 <p data-bbox="1398 651 1854 716"><b>Foto N° 12. Balneario Race Tracke</b> <b>Por: Araceli Silva Ch</b></p>

**Fuente:** Salida de campo, 2014

## **2. Propuesta de empaquetamiento**

Se han elaborado cuatro paquetes los cuales se han denominado como se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro N° 58. Tipo y denominación de los paquetes turísticos para Valle Hermoso**

N°	NOMBRE DEL PAQUETE
1	“Adentrando en la magia de Valle Hermoso”
2	“Valle Hermoso Extremo”
3	“Una experiencia dulce”
4	“Descubriendo Valle Hermoso”

### **a. Paquetes turísticos**

Los paquetes turísticos se diseñaron de acuerdo al perfil del turista nacional, extranjero y local que visitará la parroquia, infraestructura básica, planta turística disponible, involucrando de manera directa e indirecta a las diferentes comunidades de la zona.

### 1) Paquete 01

Para este paquete se consideró atractivos representativos de la parroquia como es la caverna del río Chigüilpe. Además se realizará la degustación de los derivados del producto agrícola estrella de la zona como es el cacao.

**Cuadro N° 59. Descripción del paquete turístico 01**

<b>PAQUETE 01</b>			
<b>Denominación:</b> Adentrando en la magia de Valle Hermoso			<b>Código:</b> VH 001
<b>Carácter:</b> Naturaleza-Cultural			<b>Dificultad:</b> Fácil
<b>Duración:</b> Un día	<b>Idioma:</b> Español-Ingles	<b>Centro de operación:</b> Parque Central de Valle Hermoso	
<b>Recorrido:</b> Santo Domingo-Valle Hermoso-Recinto Chigüilpe-Santo Domingo			
<b>ITINERARIO</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Lugar</b>
<b>01</b>	07H30	Salida hacia la parroquia Valle Hermoso	De Santo Domingo
	08H00	Arribo, bienvenida e información general	Parque Central Valle Hermoso
	08H20	Desayuno	
	09H20	Salida hacia la finca agroecológica “ El Coronel”	Centro Poblado de Valle Hermoso
	09H40	Arribo, bienvenida en la finca Agroecológica “El Coronel”	Finca Agroecológica “El Coronel
	10H00	Explicación y participación en el proceso de elaboración de chocolate artesanal, biogás y abonos orgánicos, observación de alpacas y llamas.	
	11H30	Salida hacia El recinto Chigüilpe	

	12H00	Arribo y bienvenida al recinto Chigüilpe	Finca Las Tolas
	12H30	Almuerzo típico de la zona	Finca Las Tolas
	13H00	Visita y explicación de las Tolas del Recinto Chigüilpe	Tolas del Recinto Chigüilpe
	13H30	Excursión en la caverna del río Chigüilpe	Caverna del Río Chigüilpe
	15H00	Disfrute de un baño natural en el río Chigüilpe	Río Chigüilpe
	16H30	Degustación de un refrigerio de frutas tropicales	Finca Las Tolas
	17H30	Retorno a Valle Hermoso	Finca Las Tolas
	18H00	Despedida y entrega de recuerdos	Parque Central de Valle Hermoso

### DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

En la mañana, se recogerá a los turistas en la ciudad de Santo Domingo, se los trasladará en una ranchera (chiva turística) a la parroquia Valle Hermoso, donde se recibirá con una charla de bienvenida y se explicará el recorrido a realizar, luego se degustará un desayuno típico de la zona, de allí nos trasladaremos hacia a la finca agroecológica “El Coronel” donde será participe de la elaboración del chocolate artesanal, después deleitaremos de un almuerzo con platos típicos de la zona, luego se realizará un recorrido por las Tolas del Recinto Chigüilpe para posteriormente realizar la excursión por la Caverna del río Chigüilpe y finalmente disfrutaremos de un baño natural en el río del mismo nombre, finalmente retornaremos al centro parroquial donde nos despediremos.

### REQUERIMIENTO DE LA VISITA

- Ropa adecuada
- Traje de baño
- Protector solar
- Repelente de insectos

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zapatos cómodos</li> <li>- Cámara fotográfica</li> </ul>										
<b>SERVICIOS QUE INCLUYE</b>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transporte</li> <li>- Alimentación (Desayuno y almuerzo)</li> <li>- Guía profesional de turismo</li> <li>- Ingresos a los atractivos</li> <li>- Bebidas</li> <li>- Recuerdo (Barra de pasta de chocolate)</li> </ul>										
<b>SERVICIOS QUE NO INCLUYEN</b>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Bebidas adicionales</li> <li>- Consumos adicionales</li> <li>- Llamadas telefónicas</li> </ul>										
<b>PROHIBICIONES</b>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Sustancias estupefacientes y psicotrópicas</li> <li>- Desviarse del recorrido</li> </ul>										
<b>NORMAS DE COMPORTAMIENTO</b>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deposite la basura en su lugar</li> <li>- La naturaleza es vida cuídala</li> <li>- Respetar la forma de vida de la población</li> </ul>										
<b>PRECIO</b>										
<p><b>Cuadro N° 60.</b>Costo de paquete 01 por el número de pax</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Número de pax</th> <th style="text-align: center;">Precio por pax</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"><b>4pax</b></td> <td style="text-align: center;">\$45,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>5 a 10pax</b></td> <td style="text-align: center;">\$51,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>20 pax</b></td> <td style="text-align: center;">\$26,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>+ de 40 pax</b></td> <td style="text-align: center;">\$20,50</td> </tr> </tbody> </table>	Número de pax	Precio por pax	<b>4pax</b>	\$45,00	<b>5 a 10pax</b>	\$51,00	<b>20 pax</b>	\$26,00	<b>+ de 40 pax</b>	\$20,50
Número de pax	Precio por pax									
<b>4pax</b>	\$45,00									
<b>5 a 10pax</b>	\$51,00									
<b>20 pax</b>	\$26,00									
<b>+ de 40 pax</b>	\$20,50									
<b>OBSERVACIONES</b>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- En caso de imprevistos y llegue un cliente tarde a la hora de inicio de la operación del paquete, puede unirse al grupo a continuar con las actividades planteadas en el itinerario.</li> <li>- Es importante ser puntuales</li> </ul>										

## FOTOGRAFÍAS



**Foto N° 13. Finca El Coronel**      **Foto N° 14. Tolas del Chigüilpe**      **Foto N° 15. Caverna**

Por: Araceli Silva Ch

Por: Araceli Silva Ch

Por: Araceli Silva Ch

## 2) Paquete 02

Este paquete se encuentra compuesto por uno de los principales atractivos existentes parroquia Valle Hermoso con jerarquía III que es el río Blanco conocido por sus rápidos donde se practican deportes extremos como rafting y kayak.

Además se integra al paquete turístico el atractivo natural Bosque Protector La Perla, el cual pertenece al cantón La Concordia sin embargo desde la parroquia Valle Hermoso se tiene acceso y es un vínculo por el cual el presente proyecto se puede anexar al Circuito Colorido Tropical de la Ruta Paralelo Cero.

### Cuadro N° 60. Descripción del paquete turístico 02

PAQUETE 02		
<b>Denominación:</b> ¡Valle Hermoso extremo!		<b>Código:</b> VH 002
<b>Carácter:</b> Aventura		<b>Dificultad:</b> Difícil
<b>Duración:</b> Un día	<b>Idioma:</b> Español- Inglés	<b>Centro de operación:</b> Parque Central de Valle Hermoso
<b>Recorrido:</b> Santo Domingo-Valle Hermoso-La Bocana-Santo Domingo		

<b>ITINERARIO</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Lugar</b>
	07H30	Salida hacia la parroquia Valle Hermoso	Recinto ferial de Santo Domingo
	08H15	Arribo, bienvenida e información general	Parque Central de Valle Hermoso
	08H30	Desayuno energético con productos de la zona	Centro Poblado Valle Hermoso
	9H30	Recorrido por el Bosque Protector La Perla	Bosque Protector La Perla – La Concordia
01	12H30	Box lunch	La Bocana
	13H00	Charla de comandos y seguridad	
	13H30	Salida de los botes de rafting	
	15H00	Llegada de los botes rafting	Sector Playa de las Garzas
	15H30	Almuerzo con productos de la zona	Valle Hermoso
	16H30	Despedida y entrega de artesanías	Parque Central de Valle Hermoso
	17H00	Retorno a Santo Domingo	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE</b>			
<p>En la mañana, se recogerá a los turistas en la ciudad de Santo Domingo, se los trasladará en una ranchera (chiva turística) a la parroquia Valle Hermoso, donde recibirán una charla de bienvenida y se explicará el recorrido a realizar, luego se degustará un desayuno típico de la zona posteriormente nos trasladaremos al Bosque Protector La Perla admirando la belleza paisajista de flora y fauna nativa. Luego de esta maravillosa experiencia se degustara un box lunch para recuperar energía y continuar con la siguiente actividad que es el rafting, sintiendo al máximo la adrenalina al pasar por los rápidos del río Blanco, al final de esta actividad deleitaremos un delicioso almuerzo y finalmente en el parque central nos despediremos para retornar a Santo Domingo.</p>			

<b>REQUERIMIENTO DE LA VISITA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ropa adecuada</li> <li>- Traje de baño</li> <li>- Protector solar</li> <li>- Repelente de insectos</li> <li>- Zapatos cómodos</li> <li>- Cámara fotográfica</li> </ul>	
<b>SERVICIOS QUE INCLUYE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transporte</li> <li>- Alimentación (Desayuno, box lunch, almuerzo)</li> <li>- Servicio de rafting</li> <li>- Guía profesional de turismo</li> <li>- Ingresos a los atractivos</li> <li>- Bebidas</li> <li>- Recuerdo (artesanía de caña guadua)</li> </ul>	
<b>SERVICIOS QUE NO INCLUYEN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Bebidas adicionales</li> <li>- Consumos adicionales</li> <li>- Llamadas telefónicas</li> </ul>	
<b>PROHIBICIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Sustancias estupefacientes y psicotrópicas</li> <li>- Desviarse del recorrido</li> <li>- Portar armas de fuego</li> </ul>	
<b>NORMAS DE COMPORTAMIENTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deposite la basura en su lugar</li> <li>- La naturaleza es vida cuídala</li> <li>- Respetar la forma de vida</li> <li>- Obedecer las normas de seguridad en las actividades de deportes extremos</li> </ul>	
<b>PRECIO</b>	
<b>Cuadro N° 62.</b> Costo de paquete 02 por el número de pax	
<b>Número de pax</b>	<b>Precio por pax</b>
<b>5 pax</b>	\$77,92
<b>6 a 10pax</b>	\$71,90
<b>20 pax</b>	\$53,70
<b>+ de 40 pax</b>	\$47,73
<b>OBSERVACIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- En caso de imprevistos y llegue un cliente tarde a la hora de inicio de la operación del</li> </ul>	

- paquete, puede unirse al grupo a continuar con las actividades planteadas en el itinerario.
- El paquete se ejecutará mínimo con un grupo de cinco de personas, debido a las actividades de rafting es una subcontratación de servicios.
  - Es importante la puntualidad

### FOTOGRAFÍAS



**Foto N° 16. Rafting en el río Blanco** **Foto N° 17. Río El Cristal** **Foto N° 18. Playa de las garzas**  
 Por: Araceli Silva Ch                      Por: Araceli Silva Ch                      Por: Araceli Silva Ch

### 3) Paquete 03

En este paquete se pretende mostrar al turista las actividades agro-productivas de Valle Hermoso tales como la elaboración de los derivados del cacao, la caña de azúcar y permitir al turista conocer la forma de vida de los habitantes de la parroquia. Se vincula los atractivos de la parroquia con la comunidad Tsáchila que se encuentra ubicada en el límite con la parroquia San Jacinto del Búa de esta forma diversificar la oferta del producto.

#### Cuadro N° 61. Descripción del paquete 03

PAQUETE 03		
<b>Denominación:</b> Una experiencia dulce		<b>Código:</b> VH 003
<b>Carácter:</b> Aventura		<b>Dificultad:</b> Fácil
<b>Duración:</b> Un día	<b>Idioma:</b> Español- Inglés	<b>Centro de operación:</b> Parque Central de Valle Hermoso
<b>Recorrido:</b> Santo Domingo-Valle Hermoso-La Bocana-Santo Domingo		

<b>ITINERARIO</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Lugar</b>
<b>01</b>	07H30	Salida hacia la parroquia Valle Hermoso	De Santo Domingo
	08H15	Arribo, bienvenida e información general	Parque Central del Recinto Cristóbal Colón
	08H30	Desayuno preparado con productos de la zona	Centro Poblado de Cristóbal Colón
	09H30	Demostración de la cadena productiva para la obtención de la panela y alcohol artesanal.	Finca Marianita – Vía a la Caoní
	11H45	Salida hacia El Recinto El Recreo	Cristóbal Colón
	12H00	Demostración del proceso de elaboración del chocolate y vino de cacao de forma artesanal	Recinto El Recreo-Asociación El Recreito
	13H30	Almuerzo	Centro Poblado de Valle Hermoso
	14H30	Salida hacia el recinto La Asunción	Parque central de Valle Hermoso
	14H00	Demostración del proceso del cultivo de flores tropicales.	Finca Florícola Don Ramón
	15H00	Salida hacia el Centro Cultural Shinopi Bolón	
	15H15	Visita al Centro Cultural Shinopi Bolón, Demostración del baile cultural Tsáchila, pintado con achiote, artesanías, juegos tradicionales.	Centro Cultural Tsáchila Shinopi Bolón
	16H30	Despedida y entrega de artesanías	
17H00	Retorno a Santo Domingo		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE</b>			
En la mañana, se recogerá a los turistas en la ciudad de Santo Domingo, se los trasladará en			

una ranchera (chiva turística) a la parroquia Valle Hermoso, donde se recibirá con una charla de bienvenida y se explicará el recorrido a realizar, luego se degustará un desayuno típico de la zona, de allí conoceremos el proceso de obtención de los derivados de la caña de azúcar, siendo participes del proceso; luego visitaremos la asociación de mujeres El Recreito donde nos mostrarán la elaboración del chocolate y vino de cacao de forma artesanal, descansando de tanto dulce, deleitaremos de un delicioso almuerzo típico de la zona para posteriormente visitar el recinto la Asunción sitio único de la provincia dedicado a la producción de flores tropicales, haciendo una parada en la finca de Don Ramón Barbecho para conocer más de cerca esta actividad y finalmente conoceremos al grupo cultural Tsáchila Shinopi Bolón viviendo una experiencia cultural única; finalizaremos el recorrido con una despedida y retornaremos a Santo Domingo.

### REQUERIMIENTO DE LA VISITA

- Ropa adecuada
- Protector solar
- Repelente de insectos
- Zapatos cómodos
- Cámara fotográfica

### SERVICIOS QUE INCLUYE

- Transporte
- Alimentación (Desayuno y almuerzo)
- Guía profesional de turismo
- Ingresos a los atractivos
- Bebidas
- Recuerdo (Panela)

### SERVICIOS QUE NO INCLUYEN

- Bebidas alcohólicas
- Bebidas adicionales
- Consumos adicionales
- Llamadas telefónicas

### PROHIBICIONES

- Bebidas alcohólicas
- Sustancias estupefacientes y psicotrópicas
- Desviarse del recorrido
- Portar armas de fuego

### NORMAS DE COMPORTAMIENTO

- Deposite la basura en su lugar
- La naturaleza es vida cuídala
- Respetar la forma de vida

<b>PRECIO</b>		
<b>Cuadro N° 64.</b> Costo de paquete 03 por el número de pax		
Número de pax	Precio por pax	
<b>5 pax</b>	\$45,00	
<b>6 a 10pax</b>	\$51,00	
<b>20 pax</b>	\$26,00	
<b>+ de 40 pax</b>	\$20,50	
<b>OBSERVACIONES</b>		
- En caso de imprevistos y llegue un cliente tarde a la hora de inicio de la operación del paquete, puede unirse al grupo a continuar con las actividades planteadas en el itinerario.		
<b>FOTOGRAFÍAS</b>		
		
<p><b>Foto N° 19. Chocolate artesanal</b></p> <p><b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>	<p><b>Foto N° 20. Elaboración de la panela</b></p> <p><b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>	<p><b>Foto N° 21. Familia dedicada al cultivo de flores tropicales</b></p> <p><b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>

#### 4) Paquete 04

Para el paquete 04 denominado “Descubriendo la Magia de Valle Hermoso” se ha propuesto la utilización de recursos tanto naturales como culturales con el fin de generar un intercambio cultural mediante la forma de vida de los habitantes que pertenecen a los recintos, combinado con actividades recreacionales como son los deportes extremos además del deleite de productos de la zona.

Cuadro N° 62. Descripción del paquete 04

PAQUETE 04			
<b>Denominación:</b> Descubriendo la magia de Valle Hermoso			<b>Código:</b> VH004
<b>Carácter:</b> Vivencial			<b>Dificultad:</b> Moderado
<b>Duración:</b> Dos días una noche	<b>Idioma:</b> Español- Ingles	<b>Centro de operación:</b> Parque Central de Valle Hermoso	
<b>Recorrido:</b> Santo Domingo-Valle Hermoso-Santo Domingo			
ITINERARIO			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Lugar</b>
01	07H30	Salida hacia la parroquia Valle Hermoso	De Santo Domingo
	08H15	Arribo, bienvenida e instalación en las habitaciones	Hostería Valle Hermoso
	08H45	Desayuno	
	09H45	Salida hacia el lugar de inicio del rafting	
	10H00	Charla de seguridad y comandos de rafting	Orillas del río Blanco-Sector Puente de Valle Hermoso
	10H40	Inicio del rafting	Sector Puente Valle Hermoso-Río Blanco
	11H40	Llegada de los botes de rafting	Finca del Coronel-Río Blanco
	12H00	Presentación Tsáchila	Finca del Coronel
	12H30	Almuerzo campestre	
	13H30	Demostración del proceso de elaboración del Chocolate del cacao fino de aroma de forma artesanal	
15H00	Salida hacia Hostería Valle Hermoso		

	15H30	Recreación en el río El Cristal	Río Cristal–Valle Hermoso
	17H00	Tiempo de descanso	Valle Hermoso
	18H00	Cena	Valle Hermoso
	19H00	Cabalgata nocturna con antorchas	Recorrido Valle Hermoso- Playa de las Garzas
	21H00	Descanso	Hostería Valle Hermoso
Z	08H00	Desayuno	Hostería Valle Hermoso
	09H00	Salida hacia El recinto Chigüilpe	
	09H30	Arribo y bienvenida al recinto Chigüilpe	Finca Las Tolas
	09H45	Participación del proceso de ordeño de las vacas	
	10H30	Visita y explicación de las Tolas del Recinto Chigüilpe	Tolas del Recinto Chigüilpe-Finca Las Tolas
	11H00	Excursión en la caverna del río Chigüilpe	Caverna del río Chigüilpe
	12H30	Disfrute de un baño natural en el río Chigüilpe	Río Chigüilpe-Sector Caverna
	13H30	Almuerzo típico de la zona	Finca Las Tolas
	14H30	Regreso a Valle Hermoso	
	15H00	Llegada a Valle Hermoso	Hostería Valle Hermoso
	16H00	Entrega de artesanías y despedida	Parque Central de Valle Hermoso
	17H30	Retorno a Santo Domingo	

## DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

### DÍA 1

En la mañana, se recogerá a los turistas en la ciudad de Santo Domingo, se los trasladará en una ranchera (chiva turística) a la parroquia Valle Hermoso. Luego de instalarse en el establecimiento de hospedaje, empezaremos el día deleitando un nutritivo desayuno, posteriormente sentiremos al máximo la adrenalina en el rafting sobre el río Blanco llegando así a la finca del Coronel donde nos recibirán con una presentación Tsáchila; después disfrutaremos de un almuerzo campestre; comenzaremos la tarde participando en la elaboración del chocolate artesanal, luego de esto nos dirigiremos hacia el río Cristal para disfrutar de un baño relajante y natural.

Después de la cena conoceremos el ambiente nocturno de Valle Hermoso participando en una cabalgata con antorchas.

### DÍA 2

Primero desayunamos para comenzar el día lleno de misterio, en la comunidad de Chigüilpe participamos del ordeño de vacas adentrándonos en la vida cotidiana de la gente, luego tendremos un recorrido por las tolas presentes en la comunidad, continuaremos con la excursión en la caverna del río Chigüilpe y disfrutaremos de un refrescante baño el río del mismo nombre, repondremos las energías con un almuerzo típico de la zona.

Daremos fin al tour con una charla de despedida y agradecimiento.

## REQUERIMIENTO DE LA VISITA

- Ropa adecuada
- Ropa de baño
- Protector solar
- Repelente de insectos
- Zapatos cómodos
- Cámara fotográfica
- Linterna

## SERVICIOS QUE INCLUYE

- Transporte
- Alimentación (Desayuno, almuerzo, cena)
- Servicio de rafting
- Guía profesional de turismo

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingresos a los atractivos</li> <li>- Pago de las actividades a realizar en el itinerario</li> <li>- Bebidas</li> <li>- Recuerdo (Artesanía de caña guadua)</li> </ul>										
<b>SERVICIOS QUE NO INCLUYEN</b>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Bebidas adicionales</li> <li>- Consumos adicionales</li> <li>- Llamadas telefónicas</li> </ul>										
<b>PROHIBICIONES</b>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Sustancias estupefacientes y psicotrópicas</li> <li>- Desviarse del recorrido</li> <li>- Portar armas de fuego</li> </ul>										
<b>NORMAS DE COMPORTAMIENTO</b>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deposite la basura en su lugar</li> <li>- La naturaleza es vida cuídala</li> <li>- Respetar la forma de vida</li> </ul>										
<b>PRECIO</b>										
<p><b>Cuadro N° 66.</b>Costo de paquete 04 por el número de pax</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Número de pax</th> <th style="text-align: center;">Precio por pax</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"><b>4 pax</b></td> <td style="text-align: center;">\$139,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>10pax</b></td> <td style="text-align: center;">\$113,99</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>20 pax</b></td> <td style="text-align: center;">\$101,99</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>+ de 40 pax</b></td> <td style="text-align: center;">\$89,99</td> </tr> </tbody> </table>	Número de pax	Precio por pax	<b>4 pax</b>	\$139,00	<b>10pax</b>	\$113,99	<b>20 pax</b>	\$101,99	<b>+ de 40 pax</b>	\$89,99
Número de pax	Precio por pax									
<b>4 pax</b>	\$139,00									
<b>10pax</b>	\$113,99									
<b>20 pax</b>	\$101,99									
<b>+ de 40 pax</b>	\$89,99									
<b>OBSERVACIONES</b>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- En caso de imprevistos y llegue un cliente tarde a la hora de inicio de la operación del paquete, puede unirse al grupo a continuar con las actividades planteadas en el itinerario.</li> <li>- Las actividades planteadas en el itinerario se pueden modificar de acuerdo a las necesidades del turista.</li> </ul>										

**FOTOGRAFÍAS**

**Foto N° 22. Rafting Foto N° 23. Chocolate artesanal Foto N° 24. Caverna Foto N° 25. Tsáchilas**

Por: Araceli Silva Ch

Por: Araceli Silva Ch

Por: Araceli Silva Ch

Por: Araceli Silva Ch

**5) Análisis de costos de los paquetes turísticos**

Los costos se determinaron analizando los precios de la competencia y considerando la capacidad de pago identificada a través de la aplicación de las encuestas.

## a) Precios por rango de pax del paquete 01

	RANGO PAXS											
Costos Generales del TOUR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	20	40
Transporte	40	40	40	40	80	80	80	80	80	80	120	120
Guía Profesional	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Alimentación Guía	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
<b>Total Costos Generales</b>	<b>84,5</b>	<b>84,5</b>	<b>84,5</b>	<b>84,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>125</b>	<b>125</b>	<b>165</b>	<b>165</b>
Costos Variables por Pax												
Ingreso a la finca Agroecológica "El Coronel"	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Ingreso a la Caverna del río Chigüilpe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Desayunos	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Almuerzos	2,5	2,5x	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Refrigerio	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Recuerdo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Total costos variables x huésped</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
Totales												
Costos Generales	84,5	84,5	84,5	84,5	124,5	124,5	124,5	124,5	125	125	165	165
Costos variables x huésped	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Total Costos	94,5	94,5	94,5	94,5	134,5	134,5	134,5	134,5	135	135	175	175
Total Costos x Pax	94,5	52,25	38,17	31,13	34,90	30,75	27,79	25,56	23,83	22,45	18,23	14,11
Gastos Administrativos 10%	10,50	5,81	4,24	3,46	3,88	3,42	3,09	2,84	2,65	2,49	2,03	1,57
<b>Precio al costo</b>	<b>105,00</b>	<b>58,06</b>	<b>42,41</b>	<b>34,58</b>	<b>38,78</b>	<b>34,17</b>	<b>30,87</b>	<b>28,40</b>	<b>26,48</b>	<b>24,94</b>	<b>20,25</b>	<b>15,68</b>
Margen del Rango 15%	18,53	10,25	7,48	6,10	6,84	6,03	5,45	5,01	4,67	4,40	3,57	2,77
Precio Neto	123,53	68,30	49,89	40,69	45,62	40,20	36,32	33,42	31,15	29,35	23,82	18,45
<b>Precio de Venta (Gross 10% Com.)</b>	<b>137,25</b>	<b>75,89</b>	<b>55,43</b>	<b>45,21</b>	<b>50,69</b>	<b>44,66</b>	<b>40,36</b>	<b>37,13</b>	<b>34,62</b>	<b>32,61</b>	<b>26,47</b>	<b>20,50</b>

## b) Precios por rango de pax del paquete 02

	RANGO PAXS												
<b>Costos Generales del TOUR</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>40</b>	
Transporte	40	40	40	40	80	80	80	80	80	80	120	120	
Guía Profesional	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	
Alimentación Guía	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	
<b>Total Costos Generales</b>	<b>84,5</b>	<b>84,5</b>	<b>84,5</b>	<b>84,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>125</b>	<b>125</b>	<b>165</b>	<b>165</b>
<b>Costos variables por pax</b>													
Entrada al bosque protector La Perla	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	
Actividad de rafting	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Desayuno	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Box luch	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	
Almuerzo	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	
Artesanía	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
<b>Total costos variables x huésped</b>	<b>28,75</b>	<b>28,75</b>	<b>28,75</b>	<b>28,75</b>	<b>28,75</b>	<b>28,75</b>	<b>28,75</b>	<b>28,75</b>	<b>28,75</b>	<b>28,8</b>	<b>28,8</b>	<b>28,8</b>	<b>28,8</b>
<b>TOTALES</b>													
Costos Generales	84,5	84,5	84,5	84,5	124,5	124,5	124,5	124,5	125	125	165	165	
Costos variables x huésped	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75	28,8	28,8	28,8	28,8	
Total Costos	113,3	113,3	113,3	113,3	153,3	153,3	153,3	153,3	153	153	193	193	
Total Costos x Pax	113,3	71	56,92	49,88	53,65	49,50	46,54	44,31	42,58	41,20	36,98	32,86	
Gastos Administrativos 10%	12,58	7,89	6,32	5,54	5,96	5,50	5,17	4,92	4,73	4,58	4,11	3,65	
<b>Precio al costo</b>	<b>125,83</b>	<b>78,89</b>	<b>63,24</b>	<b>55,42</b>	<b>59,61</b>	<b>55,00</b>	<b>51,71</b>	<b>49,24</b>	<b>47,31</b>	<b>45,78</b>	<b>41,08</b>	<b>36,51</b>	
Margen del Rango 15%	22,21	13,92	11,16	9,78	10,52	9,71	9,12	8,69	8,35	8,08	7,25	6,44	
Precio Neto	148,04	92,81	74,40	65,20	70,13	64,71	60,83	57,92	55,66	53,86	48,33	42,96	
<b>Precio de Venta (Gross 10% Com.)</b>	<b>164,49</b>	<b>103,12</b>	<b>82,67</b>	<b>72,44</b>	<b>77,92</b>	<b>71,90</b>	<b>67,59</b>	<b>64,36</b>	<b>61,85</b>	<b>59,84</b>	<b>53,70</b>	<b>47,73</b>	

## c) Precios por rango de pax del paquete 03

	RANGO PAXS											
Costos generales del tour	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	20	40
Transporte	40	40	40	40	80	80	80	80	80	80	120	120
Guía Profesional	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Alimentación Guía	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
<b>Total Costos Generales</b>	<b>84,5</b>	<b>84,5</b>	<b>84,5</b>	<b>84,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>124,5</b>	<b>164,5</b>	<b>164,5</b>
Costos variables por pax												
Ingreso a la finca Marianita	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ingreso a la Asociación El Recreito	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Desayuno	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Almuerzos	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Ingreso a la finca Don Ramón	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ingreso al grupo Cultural Tsáchila Shinopi Bolón	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Recuerdo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Total costos variables x huésped</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
TOTALES												
Costos Generales	84,5	84,5	84,5	84,5	124,5	124,5	124,5	124,5	124,5	124,5	164,5	164,5
Costos variables x huésped	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Total Costos	94,5	94,5	94,5	94,5	134,5	134,5	134,5	134,5	134,5	134,5	174,5	174,5
Total Costos x Pax	94,5	52,25	38,17	31,13	34,9	30,75	27,79	25,56	23,83	22,45	18,23	14,11
Gastos Administrativos 10%	10,50	5,81	4,24	3,46	3,88	3,42	3,09	2,84	2,65	2,49	2,03	1,57
<b>Precio al costo</b>	<b>105,00</b>	<b>58,06</b>	<b>42,41</b>	<b>34,58</b>	<b>38,78</b>	<b>34,17</b>	<b>30,87</b>	<b>28,40</b>	<b>26,48</b>	<b>24,94</b>	<b>20,25</b>	<b>15,68</b>
Margen del Rango 15%	18,53	10,25	7,48	6,10	6,84	6,03	5,45	5,01	4,67	4,40	3,57	2,77
Precio Neto	123,53	68,30	49,89	40,69	45,62	40,20	36,32	33,42	31,15	29,35	23,82	18,45
<b>Precio de Venta (Gross 10% Com.)</b>	<b>137,25</b>	<b>75,89</b>	<b>55,43</b>	<b>45,21</b>	<b>50,69</b>	<b>44,66</b>	<b>40,36</b>	<b>37,13</b>	<b>34,62</b>	<b>32,61</b>	<b>26,47</b>	<b>20,50</b>

## d) Precios por rango de pax del paquete 04

	RANGO PAXS											
<b>COSTOS GENERALES DEL TOUR</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	20	40
Transporte	80	80	80	80	80	160	160	160	160	160	244	244
Guía Profesional	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Alimentación Guía	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
<b>Total Costos Generales</b>	<b>169</b>	<b>169</b>	<b>169</b>	<b>169</b>	<b>169</b>	<b>249</b>	<b>249</b>	<b>249</b>	<b>249</b>	<b>249</b>	<b>333</b>	<b>333</b>
<b>COSTOS VARIABLES X HUÉSPED</b>												
Hospedaje	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Actividad de rafting	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Desayunos	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Almuerzos	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Ingreso a la finca Agroecológica El Coronel	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Alquiler de caballos	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Ingreso a la Caverna del río Chigüilpe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Participación del Grupo Cultural Tsáchila	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Recuerdo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Total costos variables x huésped</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>	<b>48,5</b>
<b>TOTALES</b>												
Costos Generales	169	169	169	169	169	249	249	249	249	249	333	333
Costos variables x huésped	48,5	48,5	48,5	48,5	48,5	48,5	48,5	48,5	48,5	48,5	48,5	48,5
Total Costos	217,5	217,5	217,5	217,5	217,5	297,5	297,5	297,5	297,5	297,5	381,5	381,5
Total Costos x Pax	217,5	133	104,83	90,75	82,30	90,00	84,07	79,63	76,17	73,40	65,15	56,83
Gastos Administrativos 10%	24,17	14,78	11,65	10,08	9,14	10,00	9,34	8,85	8,46	8,16	7,24	6,31
<b>Precio al costo</b>	<b>241,67</b>	<b>147,78</b>	<b>116,48</b>	<b>100,83</b>	<b>91,44</b>	<b>100,00</b>	<b>93,41</b>	<b>88,47</b>	<b>84,63</b>	<b>81,56</b>	<b>72,39</b>	<b>63,14</b>
Margen del Rango 15%	42,65	26,08	20,56	17,79	16,14	17,65	16,48	15,61	14,93	14,39	12,77	11,14

	<b>RANGO PAXS</b>											
Precio Neto con hospedaje en el Campamento Bereano Río Blanco	284,31	173,86	137,04	118,63	107,58	117,65	109,90	104,08	99,56	95,95	85,16	74,28
<b>Precio de Venta (Gross 10% Com.) hospedaje en Campamento Bereano Río Blanco</b>	<b>315,90</b>	<b>193,17</b>	<b>152,26</b>	<b>131,81</b>	<b>119,54</b>	<b>130,72</b>	<b>122,11</b>	<b>115,65</b>	<b>110,63</b>	<b>106,61</b>	<b>94,63</b>	<b>82,53</b>
Precio Neto con hospedaje en Hostería Valle Hermoso	290,85	180,39	143,57	125,16	135,03	124,18	116,43	110,62	106,10	102,48	91,70	80,82
<b>Precio de Venta (Gross 10% Com.) hospedaje en Valle Hermoso</b>	<b>323,17</b>	<b>200,44</b>	<b>159,53</b>	<b>139,07</b>	<b>150,04</b>	<b>137,98</b>	<b>129,37</b>	<b>122,91</b>	<b>117,89</b>	<b>113,87</b>	<b>101,89</b>	<b>89,80</b>
Precio Neto con hospedaje en Eco Resort Kashama	335,29	250,98	222,88	208,82	221,31	212,20	205,70	200,82	197,02	193,99	185,82	176,24
<b>Precio de Venta (Gross 10% Com.) hospedaje en Eco Resort Kashama</b>	<b>372,55</b>	<b>278,87</b>	<b>247,64</b>	<b>232,03</b>	<b>245,90</b>	<b>235,78</b>	<b>228,55</b>	<b>223,13</b>	<b>218,91</b>	<b>215,54</b>	<b>206,46</b>	<b>195,82</b>

Para este paquete se establece los precios con opción para hospedarse en cualquiera de los tres establecimientos presentes en la parroquia Valle Hermoso, tales como son: Eco-resort Kashama, Hostería Valle Hermoso y Campamento Bereano Río Blanco.

## **6. Requerimientos para la operación del producto turístico**

Para la operación del producto turístico se debe considerar los siguientes puntos:

- a) Formar una asociación mixta de turismo entre el GAD parroquial y los recintos involucrados en el producto.
- b) Socialización del proyecto con los actores y las personas de las comunidades.
- c) Gestionar con actores públicos (MINTUR, MAE, MAGAP, INPC, GADST) y privados (ONG's, PRONACA) que aporten al funcionamiento del producto.
- d) Requerimientos de los servicios turísticos.

### **1) Hospedaje**

Las personas encargadas de la prestación del servicio de hospedaje serán capacitadas en lo referente a servicio y atención al cliente y buenas prácticas ambientales.

### **2) Alimentación**

Las personas encargadas de la prestación de este servicio serán capacitadas en lo referente a manipulación e higiene de los alimentos, en la preparación de platos típicos y atención al cliente.

### **3) Guianza**

En la parroquia Valle Hermoso no existe un servicio de guianza y el proceso para su implementación se deberá considerar la formación de diez guías locales capacitados para conducir y dirigir a uno o más turistas, nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico cultural y natural procurando una experiencia satisfactoria durante su permanencia.

El servicio de guianza en la parroquia se basará en los estándares de calidad establecidos en el manual de calidad de la CORDTUCH, 2009, tales como:

- La persona que va a guiar debe ser un/a guía acreditado/a.

- Todo guía deberá tener conocimiento general sobre la cultura, el arte, la historia y el entorno del lugar donde se desarrolla la operación.
- El guía que realice su actividad en la parroquia deberá tener completo dominio de los diversos atractivos existentes en la zona, al igual que su categorización, y específicamente conocer el patrimonio cultural del lugar, tanto tangible (mueble e inmueble) como intangible (lenguaje, costumbres, religión, leyendas, mitos, música).
- Todo guía deberá mostrar destrezas orales y escritas en español y de preferencia en otro idioma.
- Todo guía antes de iniciar el recorrido deberá poner especial énfasis al explicar las normas de comportamiento que debe mantener el visitante durante el recorrido.
- El guía durante la excursión hará énfasis en la importancia de la conservación y protección del patrimonio natural y cultural local.
- El guía mostrará puntualidad y cumplimiento en el horario planificados.
- El guía llevará un bolso con materiales que le sirvan durante el recorrido.
- El guía estará capacitado para atender casos de emergencia.

Según el **Art. 08** del Reglamento de guías nacionales y anfitriones turísticos locales a nivel nacional presentado por el MINTUR, 2015, para ser acreditado como tal por el Ministerio de Turismo debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Poseer título oficial de bachiller.
- Haber culminado los cursos de capacitación profesional impartidos por las Instituciones de Educación Superior.

- Acreditar, por medio de las instituciones reconocidas por el Ministerio de Turismo, el conocimiento y dominio de un idioma extranjero, en los porcentajes establecidos por el Ministerio de Turismo. De manera adicional, se podrán presentar los documentos que acrediten el conocimiento y dominio de otros idiomas extranjeros.
- Para efectos de la acreditación de la condición de anfitrión turístico local, los documentos de conocimiento y dominio de idiomas, deberán contener necesariamente los porcentajes de expresión y comprensión oral, requeridos por el Ministerio de Turismo.

#### 4) Adecuación para los puntos de visita

Se describen a continuación los requerimientos para la adecuación de los puntos de visita involucrados en el desarrollo del producto turístico comunitario.

**Cuadro N°63. Requerimientos de los puntos de visita**

<b>Punto de visita</b>	<b>Facilidades y necesidades turísticas</b>
<b>Parque Central</b>	Adecuación de un centro de operación e información turística. Señalización (Orientativa e informativa).
<b>La Bocana</b>	Señalización (Orientativa e informativa). Sitios de descanso y basureros. Solicitud para la adecuación de las vías de acceso.
<b>Playa de las garzas</b>	Limpieza y desbroce del lugar. Señalización (Orientativa e informativa). Basureros y sitios de descanso.
<b>Fincas agro-productivas</b>	Solicitud para la adecuación de las vías de acceso. Señalización (Orientativa e interpretativa). Capacitación turística.
<b>Río El Cristal</b>	Señalización (Orientativa, interpretativa e informativa). Construcción de áreas de descanso.
<b>Río Comohacemos</b>	Construcción de áreas de descanso. Implementación de basureros.
<b>Caverna del Río</b>	Limpieza del sendero ecológico (Minga de la comunidad).

<b>Punto de visita</b>	<b>Facilidades y necesidades turísticas</b>
<b>Chigüilpe</b>	Señalización (orientativa, informativa e interpretativa).
<b>Tolas</b>	Estudio del patrimonio arqueológico.
<b>El Recreito</b>	Capacitación turística.

#### a) Centro de operación e información turística

Se adecuará una oficina que está ubicada en el parque central de Valle Hermoso, específicamente tras la iglesia principal, lugar que fue donado por extranjeros misioneros para la implementación de proyectos turísticos comunitarios, el mismo que será empleado para: recibir a los turistas, contratación de servicios de alojamiento, alimentación, recreación y guianza, gestionar adquisición de los diversos paquetes turísticos, dar las charlas introductorias, al igual que prestar información turística de la zona.

**Cuadro N° 64. Adecuación y equipamiento para el centro de operación e información turística.**

<b>Adecuación y equipamiento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
Adecuación de la oficina	1	1500	1500
Sillas rodante de oficina	4	63	252
Sillas sencillas de espera	10	23	230
Escritorio en L	1	200,5	200,5
Escritorio personal sencillo	2	130,9	261,8
Archivador de oficina aéreo	2	77	154
Archivador metálico para carpetas	1	159,36	159,36
Mesa	1	100	100
Computador portátil	1	750	750
Computador de escritorio	1	450	450
Impresora	1	255	255
Cámara	1	400	400
Proyector	1	700	700
Pizarrón	1	80	80
Extintor	1	30	30
Botiquín	1	40	40
Basureros	4	10	40
Banners	4	25	100
<b>TOTAL</b>			<b>5702,66</b>

El cuadro muestra el costo total de \$5702, 66 y los equipos necesarios para la adecuación del centro de operación e información del producto turístico.

### b) Implementación de basureros

Se implementará 4 basureros en los diferentes sitios de visita descritos en el cuadro N° 67.

#### Cuadro N° 65. Descripción de los basureros a implementarse.

Propósito	
La implementación de basureros permitela recolección organizada de los desechos generados por los turistas, contribuyendo a la conservación y cuidado de la naturaleza.	
Descripción:	
<p>Para la cimentación se construirán plintos de 0,30m de largo; 0,30 m de ancho y 0.40m de profundidad.</p> <p>Y para su relleno se utilizará Hormigón ciclópeo: HS 60% (180kg/cm<sup>2</sup>) y piedra 40%. La madera a utilizar será teca. Los contenedores serán metálicos de acero inoxidable con un diámetro de 0.30m y 0,50 de largo; serán clasificados en orgánicos e inorgánicos. La cubierta será de madera de 2 aguas tapada cubierta de paja toquilla. La madera será tratada con aceite de linaza mesclado con agua ras.</p>	
Diseño	
<p>Madera cubierta de Paja Toquilla</p> <p>Teca 0,01mx0,10m</p> <p>Acero Inoxidable</p> <p>Dado de Hormigón 0,40m x 0,40m</p>	

Cuadro N° 66. Presupuesto para la implementación de basureros

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL (\$)
Limpieza de terreno	m2	2	1,5	3
Replanteo y nivelación	m2	2	0,8	1,6
Excavación de cimientos	m3	0,06	8,81	0,5286
Hormigón ciclópeo	m3	0,06	1921,5	115,29
Relleno compactado	m3	0,01	5,83	0,0583
Desalojo de tierra	m3	0,63	4,62	2,9106
Poste de madera	m	8	8,03	64,24
Cubierta de madera	m2	1,5	45,5	68,25
Basurero	u	2	53	106
<b>SUBTOTAL</b>				<b>361,8775</b>
<b>TOTAL (4)</b>				<b>\$1447,51</b>

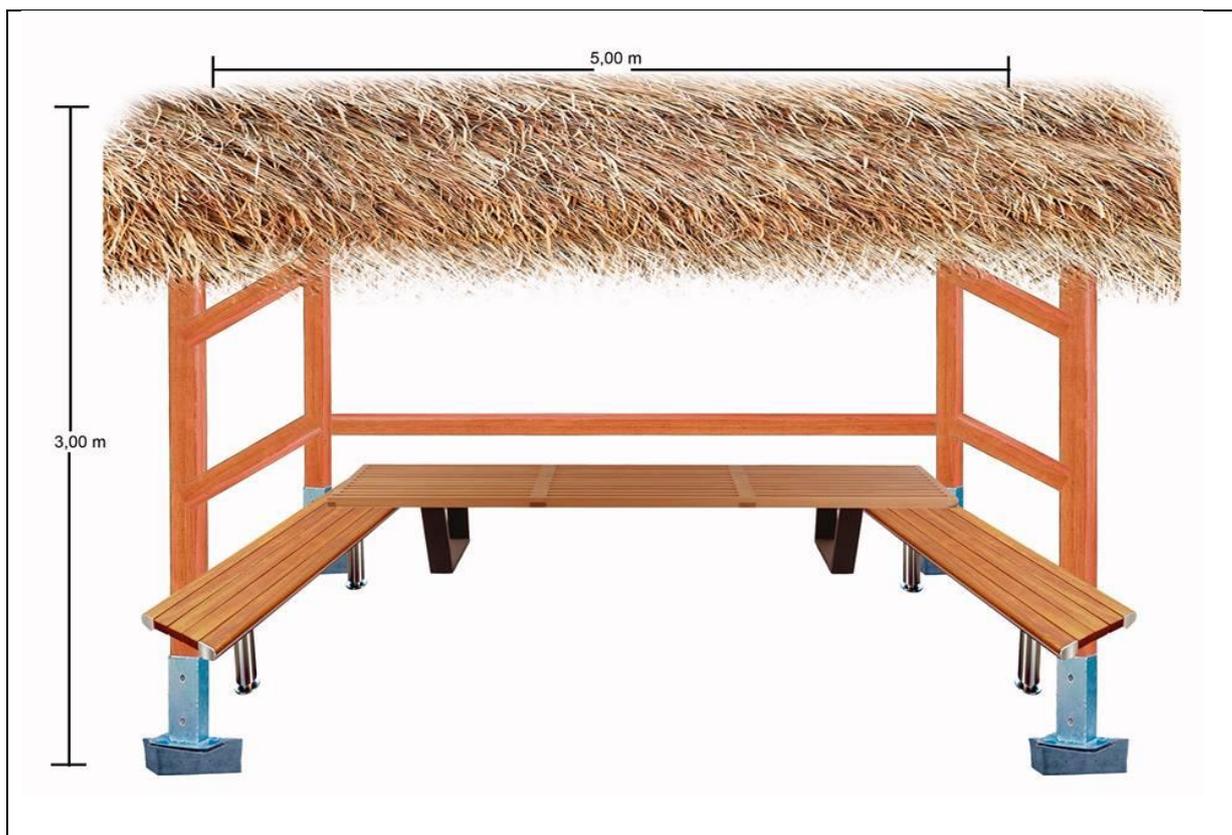
Para la implementación de los 4 basureros da un total de \$1447,51.

### c) Implementación de sitios de descanso

Se implementará 6 bancas con techo para el descanso del turista en diferentes sitios de visita descritos en el cuadro N° 67.

**Cuadro N° 67. Descripción de los sitios de descanso.**

<b>Propósito</b>
Son espacios destinados para el descanso de los turistas, permitiendo que los visitantes disfruten de la naturaleza.
Descripción:  El espacio que se requiere para su construcción es de 16 m2 (4m2x 4m2) de los cuales para la cimentación de plintos se utilizará Hormigón ciclópeo: HS. 60% y piedra 40%, para cada una de las columnas siendo sus medidas 0.40 m de ancho, 0.40 m de largo y 0.70m de profundidad. Tendrá un contrapiso de 16m2 con un ancho de 0,20m. La madera, a utilizar tanto para los plintos, la cubierta (de 2 aguas) cubierta con paja toquilla y las bancas (2) será de teca tratado y el color a usar será natural.
<b>Diseño</b>



**Cuadro N° 68. Presupuesto para la implementación de los sitios de descanso**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL (\$)
Limpieza de terreno	m2	4	1,5	6
Replanteo y nivelación	m2	4	0,8	3,2
Excavación de cimientos	m3	0,06	8,81	0,5286
Hormigón ciclópeo	m3	0,06	1921,5	115,29
Relleno compactado	m3	0,01	5,83	0,0583
Desalojo de tierra	m3	0,63	4,62	2,9106
Poste de madera	m	4	8,03	32,12
Cubierta de madera	m2	1,5	45,5	68,25
Bancas	u	1	60	60
<b>SUBTOTAL</b>				<b>288,36</b>
<b>TOTAL (6)</b>				<b>\$1730,15</b>

El presupuesto para la implementación de los 6 sitios de descanso es de \$1730,15.

#### **d) Diseño de un sistema de señalización**

Para llevar a cabo la actividad turística en el producto se requiere de un completo de señalización que contribuya a la facilitación turística y difusión, para lo cual se propone el diseño de señalización turística de acuerdo al manual de señalización turística del MINTUR 2014.

Para determinar las necesidades de señalización se tomaron en cuenta los atractivos turísticos, vías de acceso y servicios turísticos involucrados en el producto turístico comunitario de Valle Hermoso.

Se ha identificado un total de 24 señales distribuidas en 1 orientativa, 1 informativas de destino, 6 informativa de atractivos y servicios, 7 de aproximación, 2 identificativa y 7 pictogramas.

**Cuadro N°69. Tipo de señales turísticas identificadas en el recorrido del producto turístico Valle Hermoso**

N°	Atractivo o Lugar	Distancia desde el centro poblado (km)	Tipo de señal						Total	
			Orientativas	Informativas de destino	Informativas de atractivos y servicios	Aproximación a destinos turísticos	Ejecutivas a destinos turísticos	Identificativas		Pictogramas
1	Entrada a Valle Hermoso	1 km	0	0	0	0	0	1	0	1
2	Playa de las Garzas	0,50km	0	0	1	1	0	0	0	2
3	Parque Central Valle Hermoso	0km	1	0	0	1	0	0	0	2
4	La Bocana	6km	0	0	1	0	0	0	2	3
5	Campamento Bereano Río Blanco	7 km	0	0	0	0	0	0	1	1
6	Hostería Valle Hermoso	0,50km	0	0	0	0	0	0	1	1
7	Balneario Race Tracke	0,70km	0	0	0	1	0	0	0	1
8	Hostería Kashama	0,50 km	0	0	0	0	0	0	1	1
9	Finca del Coronel	5km	0	0	0	1	0	0	1	2
10	Tolas y Caverna del recinto Chigüilpe	6km	0	0	1	1	0	0	0	2
11	El Recreito	12km	0	0	1	1	0	0	0	2
12	La Sirenita	15km	0	0	0	0	0	0	1	1
13	Cristóbal Colon	15,50km	0	1	0	0	0	0	0	1
14	Río Comohacemos	17km	0	0	1	1	0	0	0	2
15	Finca Marianita	16km	0	0	1	0	0	0	0	1
16	Puente Limite entre Valle Hermoso y Pichincha	20km	0	0	0	0	0	1	0	1
<b>Total</b>			<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>24</b>

Cuadro N°70. Diseño de las señales turísticas

DISEÑO DE LA SEÑALES PARA EL PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO DE VALLE HERMOSO		
ORIENTATIVAS		
<b>Señal 01</b>		
<b>Tipo:</b> Orientativa		
<b>Subtipo:</b> Tótems		
<b>Diseño:</b>		
<b>Medidas:</b> 2.40x1.20m		
<b>Leyenda:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Lado A</b> Fotografía representativa de la parroquia. <b>Texto:</b> Caverna del río Chigüilpe</li> <li>• <b>Lado B</b> Fotografía representativa, pictogramas. <b>Texto:</b> Rafting en el río Blanco.</li> </ul>		
<b>Pictogramas:</b> Alojamiento, rafting, hospedaje, observación de aves, fotografía, caverna.		
<b>Ubicación:</b> Parque central de Valle Hermoso		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	691387	9990288
INFORMATIVAS DE ATRACTIVOS Y SERVICIOS		
<b>Señal 02</b>		
<b>Tipo:</b> Informativa de atractivos y servicios		
<b>Subtipo:</b> Panel informativo de atractivos		
<b>Medidas:</b> 2.00 x 1.00 m		
<b>Leyenda:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nombre del atractivo:</b> Playa de las garzas</li> <li>• <b>Texto informativo:</b> En las tardes se puede observar cientos de garzas "<i>Ardea alba</i>" que llegan a pernoctar a este lugar.</li> </ul>		
<b>Pictogramas:</b> Observación de aves, Observación de flora, Vista panorámica, No botar basura, No fogatas, No coger la fauna.		
<b>Ubicación:</b> Playa de las garzas		

<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	690696	9990884

**Señal 03****Tipo:** Informativa de atractivos y servicios**Subtipo:** Panel informativo de atractivos**Medidas:** 2.00x1.00m**Modelo de letrero:****Leyenda:** La Bocana

- **Texto informativo:** Inicio de las regatas de rafting. Es la unión del río Toachi con el río Blanco, lugar espectacular para disfrutar de los paisajes naturales.

**Ubicación:** La Bocana

<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	696869	9987776

**Señal 04****Tipo:** Informativa de atractivos y servicios**Subtipo:** Panel informativo de atractivos**Medidas:** 2.00x1.00m**Modelo de letrero:**

<b>Leyenda:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nombre del atractivo:</b> El Recreíto</li> <li>• <b>Texto informativo:</b> Grupo de doce mujeres emprendedoras elaboran la mejor pasta de chocolate artesanal del sector y el delicioso vino a partir de la fermentación del mucilago del cacao.</li> </ul>		
<b>Pictogramas:</b> Agroturismo, observación de flora, artesanías de la costa, fotografía, no recolectar flora y fauna, no botar basura.		
<b>Ubicación:</b> El Recreíto		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	695724	9998473
<b>Señal 05</b>		
<b>Tipo:</b> Informativa de atractivos y servicios		
<b>Subtipo:</b> Panel informativo de atractivos		
<b>Medidas:</b> 2.00 x 1.00m		
<b>Leyenda:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nombre del atractivo:</b> Caverna del río Chigüilpe</li> <li>• <b>Texto informativo:</b> Fenómeno espeleológico con una altura máxima de 2 metros, recorrido en forma de laberinto donde se puede observar especies de murciélagos, arácnidos e insectos que sobreviven en la oscuridad.</li> </ul>		
<b>Pictogramas:</b> Observación de flora y fauna, caminata, natación, No recolectar flora y fauna, no fogatas, no botar basura.		
<b>Ubicación:</b> Caverna del río Chigüilpe		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	691793	9995595
<b>Señal 06</b>		
<b>Tipo:</b> Informativa de atractivos y servicios		
<b>Subtipo:</b> Panel informativo de atractivos		
<b>Modelo de letrero:</b>		
<b>Leyenda:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nombre del atractivo:</b> Río Comohacemos</li> </ul>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Texto informativo en español:</b> En este río se puede disfrutar de un baño en las aguas cristalinas y refrescantes, rodeado de exuberante flora de la zona.</li> </ul>		
<b>Pictogramas:</b> Natación, observación de flora, fotografía, No hacer fogatas, no botar basura, no recolectar flora y fauna.		
<b>Ubicación:</b> Río Comohacemos		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	702916	9993615
<b>Señal 07</b>		
<b>Tipo:</b> Informativa de atractivos y servicios		
<b>Subtipo:</b> Valla de atractivos		
<b>Medidas:</b> 2.40 x 1.20m		
<b>Leyenda:</b> Finca Marianita - Producción de panela y alcohol artesanal		
<b>Pictogramas:</b> Agroturismo, cabalgatas		
<b>Ubicación:</b> Vía a Los Bancos – Finca Marianita		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	704963	9995256
<b>APROXIMACIÓN A DESTINOS TURÍSTICOS</b>		
<b>Señal 08</b>		
<b>Tipo:</b> Aproximación a destinos turísticos		
<b>Subtipo:</b> Señal de direccionamiento (Troqueladas) –Atractivos		
<b>Medidas:</b> 2.40 x 0.60 m		
<b>Modelo de letrero:</b>		
		
<b>Leyenda:</b> Playa de Las Garzas – 500m		
<b>Flecha:</b> Izquierda		
<b>Pictogramas:</b> Rafting		
<b>Ubicación:</b> Puente de entrada a Valle Hermoso		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	691302	9990194
<b>Señal 09</b>		
<b>Tipo:</b> Aproximación a destinos turísticos		
<b>Subtipo:</b> Señal de direccionamiento (Troqueladas)-Informativas de atractivos		

<b>Medidas:</b> 2.40 x 0.60 m		
<b>Modelo de letrero:</b>		
		
<b>Leyenda:</b> La Bocana		
<b>Flecha:</b> Izquierda		
<b>Pictogramas:</b> Rafting		
<b>Ubicación:</b> Parque central dirección a La Bocana		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	691433	9990305
<b>Señal 10</b>		
<b>Tipo:</b> Aproximación a destinos turísticos		
<b>Medidas:</b> 2.40 x 0.60 m		
<b>Subtipo:</b> Señal de direccionamiento (Troqueladas) – Informativas de servicios		
<b>Modelo de letrero:</b>		
		
<b>Leyenda:</b> Balneario		
<b>Pictogramas:</b> Natación		
<b>Flechas:</b> Izquierda		
<b>Ubicación:</b> Vía a La Bocana – Entrada al balneario Race Tracke		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	691993	9989897
<b>Señal 11</b>		
<b>Tipo:</b> Aproximación a destinos turísticos		
<b>Subtipo:</b> Señal de direccionamiento (Troqueladas)-Informativa de atractivos		
<b>Medidas:</b> 2.40 x 0.60 m		
<b>Modelo de letrero:</b>		

		
<b>Leyenda:</b> Finca del Coronel "Mishilick" – 4km		
<b>Pictogramas:</b> Agroturismo		
<b>Flecha:</b> Izquierda		
<b>Ubicación:</b> Vía Valle Hermoso-Los Bancos desvió hacia Flor del Valle		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	691217	9991061
<b>Señal 12</b>		
<b>Tipo:</b> Aproximación a destinos turísticos		
<b>Subtipo:</b> Señal de direccionamiento (Troqueladas)-Informativa de atractivos		
<b>Medidas:</b> 2.40 x 0.60 m		
<b>Modelo de letrero:</b>		
		
<b>Leyenda:</b> Caverna del río Chigüilpe		
<b>Flecha:</b> Izquierda		
<b>Pictogramas:</b> Sitios arqueológicos		
<b>Ubicación:</b> Vía Valle Hermoso-Los Bancos, km 3.		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	692978	9992018
<b>Señal 13</b>		
<b>Tipo:</b> Aproximación a destinos turísticos		
<b>Subtipo:</b> Señal de direccionamiento (Troqueladas)-Informativa de atractivos		
<b>Medidas:</b> 2.40 x 0.60 m		
<b>Leyenda:</b> El Recreíto – 2km		
<b>Pictogramas:</b> Observación de aves, Observación de flora, Vista panorámica, No botar basura, No fogatas, No coger la fauna.		
<b>Ubicación:</b> Playa de las garzas		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	690696	9990884

<b>Señal 14</b>		
<b>Tipo:</b> Aproximación a destinos turísticos		
<b>Subtipo:</b> Señal de direccionamiento (Troqueladas)-Informativa de atractivos		
<b>Medidas:</b> 2.40 x 0.60 m		
<b>Modelo de letrero:</b>		
		
<b>Leyenda:</b> Río Comohacemos – 500m		
<b>Ubicación:</b> Centro poblado Cristóbal Colón – Entrada hacia el río Comohacemos		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	690738	9990658
<b>INFORMATIVAS DE DESTINO</b>		
<b>Señal 15</b>		
<b>Tipo:</b> Informativas de destino		
<b>Subtipo:</b> Informativas de destino		
<b>Medidas:</b> 2.40 x 0.60m		
<b>Modelo de letrero:</b>		
		
<b>Leyenda:</b> Cristóbal Colón		
<b>Ubicación:</b> Entrada al Recinto Cristóbal Colón		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	702072	9994717
<b>IDENTIFICATIVAS</b>		
<b>Señal 16</b>		
<b>Tipo:</b> Identificativas		
<b>Subtipo:</b> Valla de atractivos y servicios		
<b>Medidas:</b> 4.80 x 2.40 m		
<b>Leyenda:</b> Ruta Valle Hermoso-Deportes de aventura, caverna, agroturismo		
<b>Flecha:</b> Derecha		
<b>Pictogramas:</b> Alojamiento, alimentación, rafting y caverna.		
<b>Ubicación:</b> Vía Santo Domingo – La Concordia km 23		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	689874	9988791

<b>Señal 17</b>		
<b>Tipo:</b> Identificativas		
<b>Subtipo:</b> Valla de atractivos y servicios		
<b>Medidas:</b> 4.80 x 2.40 m		
		
<b>Foto N° 27. Modelo de letrero</b> <i>Por: Araceli Silva Ch</i>		
<b>Leyenda:</b> Valle Hermoso- Deportes de aventura, caverna, agroturismo		
<b>Flecha:</b> Recta		
<b>Pictogramas:</b> Natación, rafting, hospedaje, alimentación		
<b>Ubicación:</b> Vía Valle Hermoso – Los Bancos		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	709656	997937
<b>PICTOGRAMAS</b>		
<b>Señal 18</b>		
<b>Tipo:</b> Pictograma		
<b>Subtipo:</b> Pictograma de atractivos turísticos		
<b>Medidas:</b> 0.60 x 0.60 m		
<b>Modelo de letrero:</b>		
<b>Pictogramas:</b> Observación de aves		
<b>Ubicación:</b> Vía a La Bocana		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	693314	9988974
<b>Señal 19</b>		
<b>Tipo:</b> Pictograma		
<b>Subtipo:</b> Pictograma de atractivos turísticos		
<b>Medidas:</b> 0.60 x 0.60m		
<b>Modelo de letrero:</b>		



**Pictogramas:** Vivero

**Ubicación:** Vía a La Bocana – Vivero Sustrato Paolo

Coordenadas geográficas	Longitud	Latitud
	692190	9989728

**Señal 20**

**Tipo:** Pictograma

**Subtipo:** Pictograma de servicios turísticos

**Medidas:** 0.60 x 0.60 m

**Modelo de letrero:**



**Pictogramas:** Alojamiento

**Ubicación:** Campamento Bereano del río Blanco

Coordenadas geográficas	Longitud	Latitud
	699812	9988662

**Señal 21**

**Tipo:** Pictograma

**Subtipo:** Pictograma de servicios turísticos

**Modelo de letrero:**



**Pictogramas:** Alojamiento

**Ubicación:** Hostería Valle Hermoso

Coordenadas geográficas	Longitud	Latitud
	691889	9989981

**Señal 22**

**Tipo:** Pictogramas

**Subtipo:** Pictogramas de servicios turísticos

**Medidas:** 0.60 x 0.60m

**Modelo de letrero:**



**Pictogramas:** Alojamiento

**Ubicación:** Hostería Kashama

Coordenadas geográficas	Longitud	Latitud
	691221	9991055

**Señal 23**

**Tipo:** Pictogramas

**Subtipo:** Pictogramas de servicios turísticos

**Medidas:** 0.60 x 0.60m

**Modelo de letrero:**

		
<b>Pictogramas:</b> Piscina		
<b>Ubicación:</b> Piscinas La Sirenita		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	701909	9994589
<b>Señal 24</b>		
<b>Tipo:</b> Pictogramas		
<b>Subtipo:</b> Pictogramas de actividades turísticas		
<b>Medidas:</b> 0.60 x 0.60m		
<b>Modelo de letrero:</b>		
		
<b>Pictogramas:</b> Agroturismo		
<b>Ubicación:</b> Finca del Coronel		
<b>Coordenadas geográficas</b>	<b>Longitud</b>	<b>Latitud</b>
	688279	9994579

#### i. Presupuesto de la señalética

El presupuesto del sistema de señalética para el producto turístico es de \$**35.249,15**, los costos de las señales están planteados según el presupuesto referencial por la Dirección del MINTUR de Santo Domingo de los Tsáchilas considerando el diseño, implementación y mantenimiento de las señales.

**Cuadro N° 71. Presupuesto del sistema de señalización**

<b>Tipo de señal</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Material</b>	<b>Doble lado</b>	<b>Unidad</b>	<b>Medida</b>	<b>Precio Unitario (\$)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio TOTAL (\$)</b>	<b>Responsable</b>
Orientativa	Totems	Metal	No	m	2,40 x 1,20	2253,26	1	2253,26	LETRA SIGMA CÌA LTD
Informativas de atractivos y servicios	Panel informativo de atractivos	Madera	No	m	2,00 x 1,00	1803,45	5	9017,25	LETRA SIGMA CÌA LTD
Informativas de atractivos y servicios	Valla de atractivos	Metal	Si	m	2,40 x 1,20	1687,77	1	1687,77	LETRA SIGMA CÌA LTD
Aproximación a destinos turísticos	Señal de direccionamiento	Metal	Si	m	2,40 x 0,60	895,11	5	4475,55	LETRA SIGMA CÌA LTD
Aproximación a destinos turísticos	Señal de direccionamiento	Metal	No	m	2,40 x 0,60	560,96	3	1682,88	LETRA SIGMA CÌA LTD
Identificativas	Valla de atractivos y servicios	Metal	Si	m	4,80 x 2,40	8785,93	1	8785,93	LETRA SIGMA CÌA LTD
Identificativas	Valla de atractivos y servicios	Metal	No	m	4,80 x 2,40	5895,33	1	5895,33	LETRA SIGMA CÌA LTD
Pictogramas	Pictogramas de atractivos y servicioturísticos	Metal	Si	m	0,60 x 0,60	276,09	2	552,18	LETRA SIGMA CÌA LTD
Pictogramas	Pictogramas de atractivos y servicioturísticos	Metal	No	m	0,60 x 0,61	179,8	5	899	LETRA SIGMA CÌA LTD
<b>TOTAL</b>							<b>24</b>	<b>35249,15</b>	

**e) Programa de capacitaciones**

Con la finalidad de brindar un servicio de calidad se ejecutará un programa de capacitación con distintos proyectos enfocados a mejorar la calidad de prestación de servicios turísticos y a la gente de la comunidad que participa de forma directa o indirecta en el producto.

**Cuadro N° 72. Programa de capacitación turística**

<b>PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO DE LA PARROQUIA VALLE HERMOSO.</b>			
<b>Objetivo:</b> Desarrollar habilidades y destrezas en el personal de los establecimientos turísticos y la gente de la comunidad involucrados en el producto turístico.		<b>Audiencia:</b> Prestadores de servicios e integrantes de la comunidad.	
<b>PROYECTO 01</b>			
<b>Área de capacitación:</b> Servicios de hospedaje	<b>Título:</b> Servicio de hospedaje	<b>Numero de talleres:</b> 2 talleres de 8 horas	
<b>Objetivo:</b> Desarrollar conocimientos y habilidades en el personal que trabaja en los establecimientos de hospedaje en la parroquia para brindar un servicio de calidad al cliente.			
<b>Contenido de aprendizaje</b>	<b>Estrategias metodológicas</b>	<b>Recursos didácticos</b>	<b>Evaluación</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Calidad en el servicio</li> <li>• Buenas prácticas ambientales</li> <li>• Turismo comunitario</li> <li>• Evaluación del servicio por parte del cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer grupos de trabajo</li> <li>• Establecer un clima igualitario entre formador y participante</li> <li>• Formulación de preguntas y respuestas</li> <li>• Presentación de distintos ejemplos acorde con el tema.</li> <li>• Realizar actividades lúdicas</li> <li>• Presentar exposiciones teóricas-prácticas involucrando al participante con el expositor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información impresa</li> <li>• Información digital (Diapositivas, videos, fotografías)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación de la asistencia cumpliendo en un 80%</li> <li>• Evaluación del aprendizaje por medio de una evaluación escrita</li> <li>• Evaluación del grado de satisfacción del participante.</li> </ul>
<b>PROYECTO 02</b>			
<b>Área de capacitación:</b> Servicios de alimentación	<b>Título:</b> Servicio de alimentación	<b>Numero de talleres:</b> 2 talleres de 8 horas	
<b>Objetivo:</b> Desarrollar conocimientos y habilidades en el personal que trabaja en los restaurantes para brindar un servicio de calidad al visitante.			
<b>Contenido de aprendizaje</b>	<b>Estrategias metodológicas</b>	<b>Recursos didácticos</b>	<b>Evaluación</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Manipulación e higiene de alimentos</li> <li>• Preparación de platos propios del sector</li> <li>• Turismo comunitario</li> <li>• Montaje de mesas</li> <li>• Mantenimiento de lencería y menaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer grupos de trabajo</li> <li>• Establecer un clima igualitario entre formador y participante</li> <li>• Formulación de preguntas y respuestas</li> <li>• Presentación de distintos ejemplos acorde con el tema.</li> <li>• Realizar actividades lúdicas</li> <li>• Presentar exposiciones teóricas-prácticas involucrando al participante con el expositor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información impresa</li> <li>• Información digital (Diapositivas, videos, fotografías)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación de la asistencia cumpliendo en un 80%</li> <li>• Evaluación del aprendizaje por medio de una evaluación escrita</li> <li>• Evaluación del grado de satisfacción del participante.</li> </ul>

<b>PROYECTO 03</b>			
<b>Área de capacitación:</b> Guianza		<b>Título:</b> Formación de guías locales	<b>Numero de talleres:</b> 4 talleres de 8 horas
<b>Objetivo:</b> Desarrollar capacidades y habilidades turísticas de guianza en las personas naturales pertenecientes a la parroquia Valle Hermoso.			
<b>Contenido de aprendizaje</b>	<b>Estrategias metodológicas</b>	<b>Recursos didácticos</b>	<b>Evaluación</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos básicos de turismo</li> <li>• Promoción, comercialización y gestión del turismo comunitario</li> <li>• Problemas ambientales generados por la actividad agrícola, ganadera e industrial</li> <li>• Flora y fauna del sector</li> <li>• Técnicas de guiar</li> <li>• Conocimientos básicos de primeros auxilios</li> <li>• Oferta turística de la parroquia Valle Hermoso</li> <li>• Inglés básico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer grupos de trabajo</li> <li>• Establecer un clima igualitario entre formador y participante</li> <li>• Formulación de preguntas y respuestas</li> <li>• Presentación de distintos ejemplos acorde con el tema.</li> <li>• Realizar actividades lúdicas</li> <li>• Presentar exposiciones teóricas-prácticas involucrando al participante con el expositor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información impresa</li> <li>• Información digital (Diapositivas, videos, fotografías)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación de la asistencia cumpliendo en un 80%</li> <li>• Evaluación del aprendizaje por medio de una evaluación escrita</li> <li>• Evaluación para el facilitador del taller por medio de los participantes</li> </ul>
<b>PROYECTO 04</b>			
<b>Área de capacitación:</b> Preservación del medio ambiente		<b>Título:</b> Preservación del medio ambiente	<b>Numero de talleres:</b> 2 talleres de 8 horas
<b>Objetivo:</b> Hacer que las personas adquieran los conocimientos necesarios para que puedan preservar el entorno que los rodea, incluyendo la naturaleza y sus costumbres y tradiciones.			
<b>Contenido de aprendizaje</b>	<b>Estrategias metodológicas</b>	<b>Recursos didácticos</b>	<b>Evaluación</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Integración de la comunidad</li> <li>● Determinación de actividades turísticas a realizarse</li> <li>● Atención de la conducta del turista en la zona</li> <li>● Flora y fauna existe en la zona</li> <li>● Determinación de problemas de los sistemas agrícolas</li> <li>● Determinación de agentes contaminantes</li> <li>● Preservaciones de los lugares naturales para interés turístico</li> <li>● Costumbres y tradiciones</li> <li>● Tratamiento de los desperdicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Establecer grupos de trabajo</li> <li>● Establecer un clima igualitario entre formador y participante</li> <li>● Formulación de preguntas y respuestas</li> <li>● Presentación de distintos ejemplos acorde con el tema.</li> <li>● Realizar actividades lúdicas</li> <li>● Presentar exposiciones teóricas-prácticas involucrando al participante con el expositor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Información impresa</li> <li>● Información digital (Diapositivas, videos, fotografías)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Evaluación de la asistencia cumpliendo en un 80%</li> <li>● Evaluación del aprendizaje por medio de una evaluación escrita</li> <li>● Evaluación para el facilitador del taller por medio de los participantes.</li> </ul>
--	--	--	---

El presupuesto total para la implementación del programa de capacitación es de \$533, 40 dólares, no se consideró el costo de recursos humanos debido a que el GAD parroquial cuenta con un técnico en el área de turismo y los equipos ya se adquirieron al adecuar el centro de operaciones.

Cuadro N° 73. Presupuesto del programa de capacitación turística

RECURSOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>MATERIALES DE OFICINA</b>				
Papelógrafos	u	100	0,2	20
Lápiz	u	100	0,25	25
Borrador	u	100	0,25	25
Marcador	u	100	0,8	80
Esferográfico	u	100	0,35	35
Carpetas	u	100	0,4	40
Resma de papel	u	6	5,5	33
<b>Subtotal</b>				<b>258</b>
<b>RECURSOS HUMANOS</b>				
Técnico en turismo	u	0	0	0
<b>Subtotal</b>				<b>0</b>
<b>EQUIPOS</b>				
Computadora	u	0	0	0
Proyector	u	0	0	0
Impresora	u	0	0	0
<b>Subtotal</b>				<b>0</b>
<b>LOGISTICA</b>				
Transporte	u		250	250
<b>Subtotal</b>				<b>250</b>
<b>Total sin imprevistos</b>				<b>508</b>
<b>Imprevistos 5%</b>				<b>25,40</b>
<b>TOTAL</b>				<b>533,40</b>

## 7. Estrategias de comercialización

### a. Canales de distribución

Para la venta del producto de turismo comunitario se utilizarán los canales de distribución directa desde el productor hacia el consumidor y de forma indirecta utilizando alianzas como intermediarios para llegar al cliente. A continuación se describe los canales de distribución del producto.

**Cuadro N° 74. Canales de distribución del producto**

<b>Objetivo:</b> Incrementar la cuota del mercado nacional y extranjero a captar por la organización comunitaria.			
<b>Canal</b>	<b>Táctica</b>	<b>Política de funcionamiento</b>	<b>Target</b>
Directo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta directa del producto desde la oficina a los turistas que llegan a la parroquia.</li> <li>• A través de las ferias que se realizan en la provincia.</li> <li>• Ofertar el producto turístico en los centros de visitantes del Parque Nacional Cotopaxi y la Reserva Ecológica Los Ilinizas.</li> <li>• A través de visitas en centros educativos, instituciones públicas y privadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto directo entre vendedor y comprador.</li> <li>• Brindar información clara y sencilla de los paquetes a ofertar.</li> <li>• Concretar la venta de los paquetes de acuerdo a los gustos y preferencias del turista</li> <li>• Dar seguimiento post venta de los paquetes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas extranjeros</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas locales</li> </ul>
Indirecto	Alianzas con agencias y operadoras de viajes de las ciudades de Santo Domingo, Quito y Guayaquil.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto con las operadoras de turismo.</li> <li>• Presentación de paquetes turísticos naturales y</li> </ul>	Turistas nacionales y extranjeros

		culturales. •Negociar las formas de pago, reservación y cancelación. •Incluir a las operadoras que ofertan los paquetes turísticos en el portal web de la parroquia. •Dar seguimiento	
--	--	--	--

## b. Estrategias de comercialización (4C)

La estrategia de comercialización se definió en base al estudio de mercado de las 4C (consumidor, costo, conveniencia y comunicación) el cual se detallan a continuación:

### 1) Estrategia de comercialización del consumidor

#### a) **Estrategia 1.** Implementación de facilidades turísticas para brindar un servicio de calidad

- Estructuración de los paquetes turísticos en base a los gustos y preferencias del turista.
- Implementar productos turísticos complementarios como: Centros de información.
- Adecuación de senderos ecológicos.
- Implementación de señalética informativa, orientativa e interpretativa para facilitar el acceso a los lugares turísticos.
- Mejoramiento de la planta turística existente que presten servicios de calidad.

#### b) **Estrategia 2.** Conservación de los recursos naturales y culturales involucrados en el producto turístico

- Gestionar los estudios arqueológicos de los asentamientos ancestrales presentes en las comunidades.
- Fomentar actividades que permitan la convivencia en armonía con la naturaleza (Programas de reciclaje, reforestación, educación ambiental).

- Recuperar y valorizar las técnicas ancestrales de manejo del suelo, cultivos tradicionales de la zona, mediante la implementación de parcelas demostrativas.
- Conservar las costumbres y tradiciones propias de los habitantes de la costa del sector rural heredada por nuestros abuelos, para incentivar y dar a conocer a la juventud y a los visitantes de la riqueza que posee la parroquia Valle Hermoso.

**c) Estrategia 3: Apertura del producto a nuevos segmentos de mercado**

El producto turístico comunitario está dirigido a los segmentos de mercado: Turistas locales la PEA (Población económicamente activa) de la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, los turistas nacionales y extranjeros que visitan la RE Los Ilinizas y el PN Cotopaxi; sería importante enfocarlo hacia otros sectores potenciales tales como a los estudiantes de los establecimientos educativos de nivel primario, secundario, superior, a la población de la tercera edad, personas con capacidades especiales de la provincia y de los mercados potenciales como lo es Quito y Guayaquil.

**d) Estrategia 4. Evaluación del proceso de operación del producto de turismo comunitario**

Para dar seguimiento y evaluación a los servicios de operación del producto y así brindar un servicio de calidad que satisface las necesidades del turista, se plantea lo siguiente:

**Cuadro N° 75. Evaluación del proceso de operación**

Actividades turísticas a Evaluar	Criterios de evaluación	Responsable	Herramienta de evaluación
Alimentación	- Atención al cliente - Producto fresco - Limpieza - Utilización de productos de la zona	Coordinador del área de operaciones	- Check list - Hoja de evaluación al cliente
Hospedaje	- Atención al cliente - Limpieza - Productos de calidad - Precio equitativo	Coordinador del área de operaciones	- Hoja de evaluación al cliente - Check list
Guianza	- Técnicas de guiar	Coordinador del área de	- Hoja de evaluación al

Actividades turísticas a Evaluar	Criterios de evaluación	Responsable	Herramienta de evaluación
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo de grupos</li> <li>- Interpretación</li> <li>- Atención al cliente</li> </ul>	operaciones	cliente del servicio prestado
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comodidad</li> <li>- Seguridad</li> <li>- Atención al cliente</li> </ul>	Coordinador del área de operaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoja de evaluación al cliente del servicio prestado</li> <li>- Check list – ficha de inspección</li> </ul>
Prestación de servicios de deportes extremos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguridad</li> <li>- Equipos en buen estado</li> <li>- Atención al cliente</li> </ul>	Coordinador del área de operaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoja de evaluación al cliente del servicio prestado</li> <li>- Ficha de inspección de área.</li> </ul>
Área de visita de los atractivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantenimiento permanente</li> <li>- Seguridad</li> <li>- Conservación de los atractivos</li> </ul>	Coordinador del área de operaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ficha de evaluación del área.</li> </ul>

**e) Estrategia 5. Fortalecimiento organizativo**

- Consolidar una estructura organizativo fuerte y sólida
- Incentivar la práctica de mingas en la comunidad

**2) Estrategias de comercialización de costo**

**a) Estrategia 1. Promoción en la venta**

- Con el fin de promover la compra del producto a un mayor grupo de turistas se propone la creación de incentivos con promociones de precio a grupos de más de 20 pax con un descuento del 5% y en los meses de: Julio que son las fiestas del cantón Santo Domingo, agosto que son las fiestas de la parroquialización de Valle Hermoso y noviembre mes de las fiestas de provincialización de Santo Domingo de los Tsáchilas.

- Los clientes fijos o reincidentes tendrán un incentivo al momento de la compra.
- Implementar un sistema de descuento por compras frecuentes y a clientes nuevos.

**b) Estrategia 2: Creación y actualización del precio de acuerdo al mercado**

Los precios se actualizarán periódicamente de acuerdo al mercado, precios justos determinados a partir de la disponibilidad económica de los clientes y de los costos por comisión de acuerdo al mercado y a la competencia.

**3) Estrategia de la comercialización de la convivencia**

**a) Estrategia 1: Alianza con instituciones**

- Establecer alianzas con la Dirección provincial del Ministerio de Turismo, Unidad de turismo del GAD provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas, Área de turismo de Desarrollo Económico del GAD Municipal de Santo Domingo, FEPTCE, Centro de visitantes de las áreas protegidas PN Cotopaxi y RE Los Illinizas.
- Participar en las ferias de exposición y agro-productivas de la provincia con stands informativos ofertando el producto turístico comunitario de la parroquia Valle Hermoso: Feria de exposiciones por la Cantonización de Santo Domingo (junio y julio), Expo-Tsáchila (Noviembre), feria de exposiciones agro-productivas realizadas en las diferentes parroquias del Cantón Santo Domingo y La Concordia, feria de exposiciones realizada por ASOGAN (Asociación de ganaderos de la provincia).
- Incluir a la parroquia Valle Hermoso en los recorridos gratuitos que realizan las Unidades de Turismo del GAD Municipal y Provincial.

**b) Estrategia 2. Estrategias de comercialización con operadoras de turismo y agencias de viaje**

Crear estrategias de comercialización con Agencias de Viajes y Operadoras de Turismo de las ciudades de Santo Domingo, Quito, Guayaquil, se detalla a continuación

**Cuadro N° 76. Agencias y operadoras de turismo para comercializar el producto**

<b>Agencias de viajes u operadoras de turismo</b>	<b>Tipo de turismo que vende</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
<b>Santo Domingo</b>			
Santo Domingo Adventure	Turismo tradicional, aventura, agroturismo	<a href="http://www.sd-adventure.com/">http://www.sd-adventure.com/</a>	09 99 246 994
TeXtreme Santo Domingo	Aventura	<a href="https://www.facebook.com/Textreme">https://www.facebook.com/Textreme</a>	0992005812
Ecuallur Adventure	Turismo Tradicional, aventura	<a href="https://es-es.facebook.com/pages/Ecoallur">https://es-es.facebook.com/pages/Ecoallur</a>	2729191
<b>Quito</b>			
Ecole Travel	Turismo tradicional, naturaleza, voluntariado	<a href="http://www.ecoleidiomas.com/">http://www.ecoleidiomas.com/</a>	26014757
Metropolitan Touring	Turismo tradicional	www.metropolitantouring.com.ec.Agencia	2902154
Cometa Travel	Turismo tradicional	<a href="mailto:cometa@cometatravel.com">cometa@cometatravel.com</a>	099 535 12 86
Ecuaturis	Turismo tradicional	EQUITO@AZ.PRO.EC	2843647
Tours Sin Límite Cia Ltda.	Turismo tradicional	www.toursunlimited	2525834
<b>Guayaquil</b>			
Ecuamundi Agencia de viajes y turismo	Turismo de naturaleza, aventura, sol y playa, cultural	<a href="http://www.ecuamundi.de/">http://www.ecuamundi.de/</a>	(593) (4) 2325341
Walking Ecuador	Turismo vivencial	<a href="http://www.walkingecuador.com/">http://www.walkingecuador.com/</a>	4-2315205

**Fuente:** Información secundaria

#### 4) Estrategias de comercialización de comunicación

##### a) Estrategia 1. Definición de la imagen corporativa

###### i. Imagen corporativa



###### ii. Slogan

“Cultura, Naturaleza y Aventura”

###### iii. Detalle de los símbolos

- **Cacao:** El cacao es reconocido como de gran calidad, de escaso contenido en tanino, reservado para la fabricación de los chocolates más finos. Representa para los productores uno de los productos agrícolas más importantes ya que usan granos en la elaboración del chocolate artesanal.
- **Bote de rafting:** Representa los deportes extremos que se realiza en Valle Hermoso como es el rafting y kayak.

- **Sol:** Representa la característica de un ambiente caluroso de la Costa Ecuatoriana, fuente de luz y energía que brilla en lo alto del cielo, energía indispensable para la vida.
- **Agua:** Representa la riqueza hidrológica importante para la vida, siendo uno de los principales como es Río Blanco uno de los atractivos turístico más importantes del lugar.
- **Montaña:** Representa la riqueza natural, donde alberga gran variedad flora y fauna

#### iv. Detalle del significado de los colores

- **Naranja:** Es el color de la caída de la hoja y de la cosecha, combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo.
- **Amarillo:** El amarillo simboliza la luz del sol. Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía.
- **Verde:** El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.
- **Azul:** Simboliza al cielo y la riqueza hidrológica, tiene una percepción de calma y tranquilidad.

## b) Estrategia 2. Diseño de medios informativos impresos y electrónicos

Cuadro N° 77. Plan de publicidad para el producto turístico comunitario de Valle Hermoso

Tipo de canal	Medio Publicitario	Detalle	Precio publicidad por año		Grupo Objetivo
			Cantidad	Precio	
	Tarjetas de presentación	Contendrán información básica como: números de contacto, dirección y página web.	1000 u	\$ 250,00	Turistas nacionales y extranjeros
	Afiches	En los afiches estarán expuestas fotografías de los atractivos turísticos que se oferta en producto de turismo comunitario	1000 u	\$ 800,00	Turistas nacionales y extranjeros
	Página Web	La página web contendrá toda la información del producto de turismo comunitario, contactos, información de la comunidad, la misma que debe ser actualizada periódicamente.	1 u	\$500,0	Turistas nacionales y extranjeros
	Redes sociales	Este medio de difusión permite realizar			Turistas nacionales y

Tipo de canal	Medio Publicitario	Detalle	Precio publicidad por año		Grupo Objetivo
			Cantidad	Precio	
Directo	(Facebook y twitter)	actualizaciones en tiempo real, así también, iniciar una relación con los turistas quienes pueden comentar acerca de la experiencia obtenida durante las actividades y recomendar a sus amigos o familiares. A través de este medio se manejarán estadísticas actualizadas del perfil de nuestros seguidores y por ende se podrá adecuar los futuros productos en base a los requerimientos del mercado.	1 u	\$0,00	extranjeros
	Cuenta en Youtube	Constituye una herramienta importante que permitirá subir videos sobre las visitas con los grupos de turistas, dando a conocer de manera directa las actividades vivenciales ejecutadas con la	1 u	\$0,00	Turistas nacionales y extranjeros

Tipo de canal	Medio Publicitario	Detalle	Precio publicidad por año		Grupo Objetivo
			Cantidad	Precio	
		comunidad.			
Indirecto	Trípticos	Los trípticos serán distribuidos en sitios estratégicos como: Unidad provincial del Ministerio de Turismo, Unidad de turismo de los GAD Municipal y Provincial, hoteles, restaurantes, agencias de viajes y operadoras de turismo de la ciudad de Santo Domingo y Quito, así como estarán presentes en el centro de operación turística de la parroquia Valle Hermoso. Los mismos contendrán información acerca de los paquetes turísticos y de las actividades a realizarse.	1000 u	\$1000,00	Turistas nacionales y extranjeros.
	Reportajes televisivos locales y nacionales	Se gestionará en los canales locales tales como Zarazay TV y Magestad TV para			

Tipo de canal	Medio Publicitario	Detalle	Precio publicidad por año		Grupo Objetivo
			Cantidad	Precio	
		transmitan la oferta del producto de turismo comunitario, así como se utilizaran alianzas como el MINTUR para que se incluyan en los reportajes nacionales.	10 u	\$0,00	Turistas nacionales y extranjeros
<b>TOTAL</b>					<b>\$2550,00</b>

## **VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL**

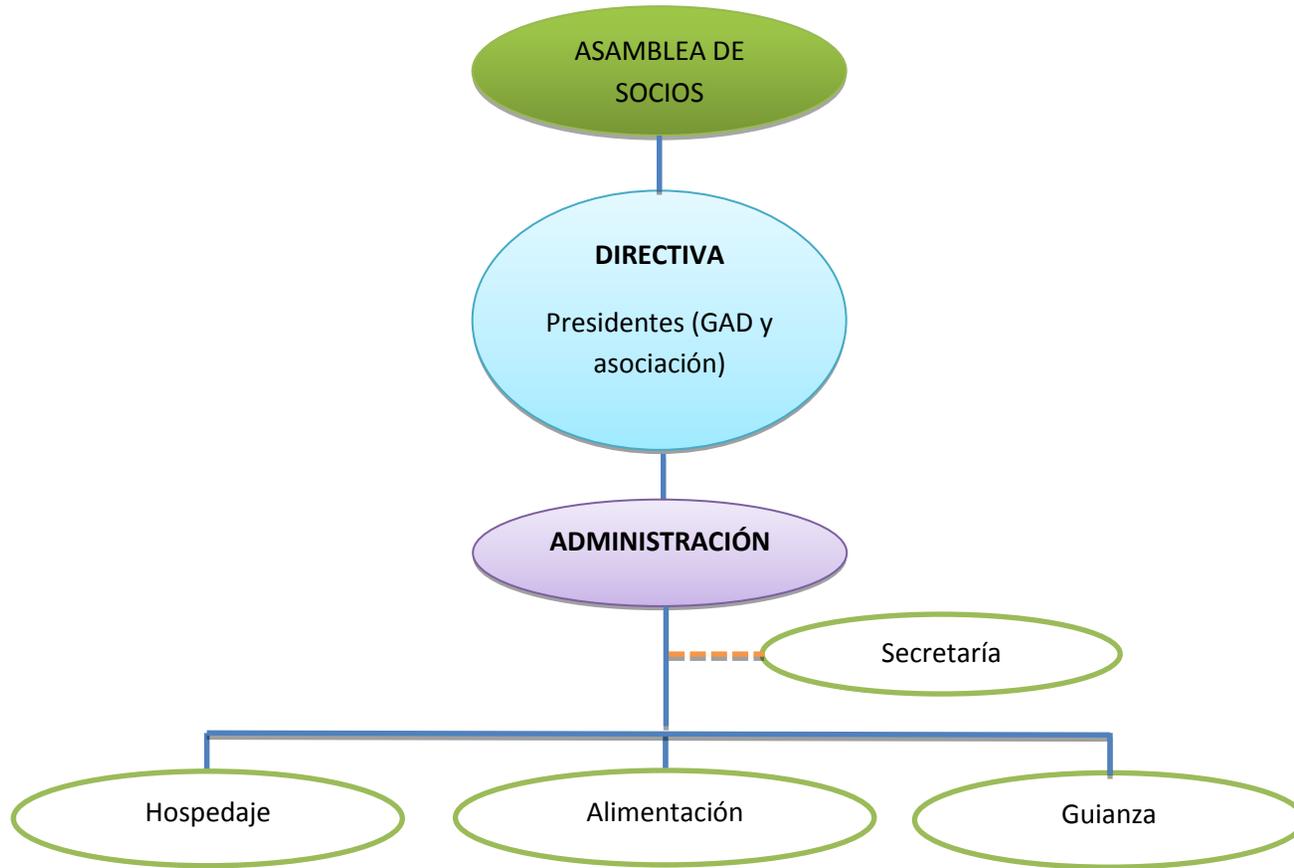
### **1. Estudio Administrativo**

Se realizó un análisis entre los involucrados y las entidades que se verán beneficiados del proyecto propuesto mediante talleres participativos y juntas donde se debatieron aspectos que a continuación se detallan

#### **a. Modelo de Gestión**

La organización será de tipo mixta es decir una sociedad donde las partes implicadas serán el sector público el “GAD parroquial de Valle Hermoso” y por otra parte entidades de ámbito no gubernamental siendo en este caso las personas que pertenecen a la parroquia Valle Hermoso, se llevaran a cabo concesiones, conciertos o arrendamientos con el fin de generar una estructura organizativa mediante reglamentos de obligaciones y derechos con los que contarán los participantes de la entidad en mención.

**b. Estructura organizativa**



### c. Talento humano y remuneración

**Cuadro N°78. Talento humano y remuneración**

Cargo	Núm	Salario	Remuneración total	Vacaciones	Décimo cuarto	Aporte IESS 11,15%	Fondos de reserva	Remuneración anual Total
Administrador	1	700,00	8400,00	350,00	318,00	936,60	785,40	10790,00
Contador	1	400,00	4800,00	200,00	318,00	535,20	448,80	6302,00
Recepcionista	1	400,00	4800,00	200,00	318,00	535,20	448,80	6302,00
							<b>TOTAL</b>	23394,00

Para el pago de los servicios de hospedaje, alimentación, guianza, recreación y esparcimiento se hará mediante facturación directa o por prestación de servicios profesionales.

### d. Manual de cargos

#### 1) Asamblea de Socios

**Cuadro N° 79. Manual de cargo de la asamblea de socios**

Datos de Identificación				
<b>Localización</b>		Directivo junta parroquial		
<b>Nivel de reporte inmediato</b>				
Misión del Cargo				
“Dirigir, gestionar y tomar decisiones en las actividades que se realizaran en el proyecto procurando siempre el desarrollo óptimo del mismo y resolución de inconvenientes si así fuese el caso”.				
Perfil	Formación Académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Títulos de tercer nivel preferentemente	Utilitarios informáticos: Microsoft Office.	No	De 5 a 10 años en posiciones o funciones similares

		Conocimientos contables		
<b>Responsabilidades del cargo</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Liderar procesos de cambio y mejorar del proyecto.</li> <li>2. Controlar el cumplimiento de la planificación estratégica planteada, supervisando su correcta ejecución.</li> <li>3. Mantener relaciones de primer nivel con los participantes.</li> <li>4. Buscar y mantener el liderazgo.</li> <li>5. Brindar capacitación y mantener preocupación por el desarrollo propio y de los miembros de la organización</li> <li>6. Buscar la mejora sustancial y sostenible de los productos y/o servicios de la organización, mantener una red de contactos estratégicos para la generación de nuevos negocios, productos y servicios.</li> </ol>				
<b>Indicadores de medición</b>				
	<b>Indicador Empresarial</b>		<b>Indicador de Proceso</b>	
	Cumplimiento de todas las actividades turísticas en el rango presupuestado.		Cumplimiento del Plan Operativo	
<b>Condiciones de trabajo</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demostrar condiciones de eficiencia y eficacia en el desarrollo del proyecto.</li> <li>2. Desarrollar la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables y con la parroquia.</li> <li>3. Contar con los materiales adecuados para entregar información oportuna y rendición de cuentas.</li> </ol>				
<b>Perfil de Competencias</b>				
<b>Competencias Estructurales</b>				
<b>1. Compromiso</b>				
	<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>		
	Sentido de pertenencia	Se siente identificado, practica, transmite, promueve y define los principios en la parroquia.		
	Lealtad	Es ejemplo y modelo de compromiso con la gente, exige compromiso y responsabilidad de todos los miembros clave del proyecto, promueve y define directrices y normas de respeto y		

		colaboración.
Respeto		Mantiene un clima de tolerancia, apertura y respeto en toda la organización, define las normas y principios a seguir.
<b>2. Trabajo en equipo</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Cooperación		Comparte, propone y/o aprueba planes y programas relacionados al mejoramiento de la colaboración e integración de áreas o equipos conformados por los miembros claves de la comunidad.
Sinergia		Capacidad para trabajar con el equipo para lograr un mejor desempeño.
<b>3. Integridad</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Moral		Es modelo y exige el cumplimiento de normas morales y de respetabilidad de todos los colaboradores de la organización, define las normas de actuación y comportamientos generales.
Profesionalismo		Cumple y transmite iniciativa y fuerza a la organización, vela por la calidad y eficiencia en la ejecución de actividades del nivel directivo. Es modelo de referencia y consulta para todos los miembros de la compañía.
Respeto a la institucionalidad		Define las normas y políticas de la compañía, asegura el cumplimiento de leyes y reglamentos nacionales y/o internacionales que impacten en la organización estableciendo planes de acción.
<b>Competencias Direccionales</b>		
<b>4. Orientación al capacitado</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Énfasis en el capacitado		Entiende y satisface las necesidades de las personas. Cumple con los objetivos planteados.
Cumplimiento de compromisos		Define y aprueba alianzas estratégicas, compromisos y acuerdos organizacionales, verifica el cumplimiento y alcance de resultados.
<b>5. Liderazgo</b>		

<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Desarrollo de personas		Desarrolla habilidades en el equipo para el logro de metas propuestas.
Conducción efectiva de equipos		A través del ejemplo inspira a los miembros claves de la parroquia a que busquen la excelencia en todas sus actividades, enfatizando en la alineación estrategias turísticas.
Delegación / empoderamiento		Ofrece autonomía y poder de decisión para las personas de la parroquia que, según sus criterios, están más aptos a buscar nuevas estrategias.
Visión de largo plazo		Visualiza oportunidades y amenazas y en base a ellos desarrolla planes estratégicos, creando nuevas formas de afrontar con éxito los desafíos en la parroquia.
<b>6. Orientación a resultados</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Definición de objetivos		Define los indicadores macro para la comunidad, establece los estándares de medición de cumplimiento.
Cumplimiento de metas		Cumplimiento de todas las actividades turísticas en el rango presupuestado.
Administración de riesgos		Evalúa, identifica y mide los riesgos de la parroquia a través de la utilización de herramientas técnicas y minimiza al máximo riesgos internos y externos.
Generación de valor		Establece los lineamientos estratégicos para la mejora en los procesos.
<b>Competencias Técnicas</b>		
<b>7. Sentido de competitividad</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Creación de diferencial competitivo		Genera estrategias y prácticas para la parroquia.
Valor percibido por el cliente		Establece los lineamientos y estrategias que impactan en la generación de valor y sustentabilidad para la parroquia.
Creatividad e innovación		Práctica de metodologías participativas.
<b>8. Conocimiento del mercado</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>

Inteligencia de mercado	Conoce profundamente los distintos mercados, clientes y competidores en los cuales desarrollan la parroquia.
<b>9. Orientación a la calidad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de excelencia	Define estándares de excelencia en productos y servicios y programas de mejora de procesos clave de toda la parroquia.
Mejora continua	Verifica el cumplimiento en toda la parroquia y proyecto.
Enfoque de calidad	Hace bien las cosas desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de calidad. Es ejemplo de actitud hacia la calidad para sus pares y colaboradores.
<b>Competencias Técnico Funcionales</b>	
Capacidad de Relacionamiento Gubernamental y Empresarial.	Capacidad de mantener relaciones duraderas con organismos empresariales y gubernamentales, buscando proactivamente oportunidades para la empresa.
Capacidad de Negociación	Capacidad para crear y emplear mecanismos y dinámicas efectivas de negociación con clientes proveedores y otras instancias de importancia para la empresa, con el objetivo de conseguir con ética los objetivos propuestos, buscando relaciones mutuamente beneficiosas.
Trabajo Bajo Presión	Capacidad de controlar el descontento o irritación en ambientes desfavorables, facilidad en establecer prioridades en ambientes tensos y presionados, procurando relajarse para evitar o acumular tensiones innecesarias, logrando los resultados esperados.
Análisis Financiero Económico	Capacidad de realizar un análisis económico financiero de la empresa, identificando las metas financieras, analizando las diferencias entre esas metas y la situación financiera actual.
Manejo de relaciones con clientes	Habilidad para lograr una buena relación con el cliente, demostrando capacidad para atender sus requerimientos de manera satisfactoria y oportuna.
Visión de Mercado	Capacidad de identificar oportunidades para alcanzar los

	resultados esperados de su gestión a través del conocimiento del negocio y del mercado.
Capacidad de Planeación y Organización	Capacidad de establecer estrategias y acciones para la consecución de objetivos con un manejo eficiente de los recursos y el tiempo.
Habilidad Numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
Administración de proyectos	Habilidad de administrar proyectos, a través del planeamiento y coordinación de actividades, personas y recursos, asegurando el cumplimiento de plazos y metas.

## 2) Directiva

### Cuadro. Manual de cargo de la directiva

Datos de Identificación				
<b>Localización</b>		Dirección del proyecto		
<b>Nivel de reporte inmediato</b>		Junta de socios		
Misión del Cargo				
“Elaborar planes, estrategias y mecanismos de control para el proyecto”.				
<b>Perfil</b>	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>	<b>Nivel de Experiencia</b>
	Ingeniero Ecoturismo  Doctorado en proyectos  Administrador de Empresas	Utilitarios informáticos: Microsoft Office.  Conocimientos contables  Conocimiento tributario laboral	Inglés Nivel: Medio	De 5 a 10 años en posiciones o funciones similares

	Deseable: Maestría en Administración de Empresas o afines	Conocimientos de sistemas de indicadores de gestión (Cuadro de mando integral)		
<b>Responsabilidades del cargo</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solución de problemas</li> <li>2. Toma de decisiones</li> <li>3. Liderar para llevar al grupo de trabajo al éxito.</li> <li>4. Elaborar planes, estrategias y mecanismos de control</li> <li>5. Evaluar, identificar y medir los riesgos del proyecto a través de la utilización de herramientas técnicas y minimizar al máximo la exposición de la organización a los riesgos internos y externos identificados.</li> <li>6. Establecer los lineamientos y estrategias que impactan en la generación de valor y sustentabilidad para la organización.</li> <li>7. Buscar la mejora sustancial y sostenible de los productos y/o servicios de la organización, mantener una red de contactos estratégicos para la generación de nuevos negocios, productos y servicios.</li> </ol>				
<b>Indicadores de medición</b>				
	<b>Indicador Empresarial</b>		<b>Indicador de Proceso</b>	
	Satisfacción de la comunidad con el Proyecto		Mejoramiento en el desarrollo de las actividades turísticas.	
<b>Condiciones de trabajo</b>				
“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera del sector”.				
<b>Perfil de Competencias</b>				
<b>Competencias Estructurales</b>				
<b>1. Compromiso</b>				
	<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>	
	Sentido de pertenencia		Se siente identificado, practica, transmite, promueve y define los principios en el equipo de trabajo.	

Lealtad		Es ejemplo y modelo de compromiso organizacional, exige responsabilidad de todos los miembros clave de la equipo de trabajo, promueve y define directrices y normas de respeto y colaboración.
Respeto		Mantiene un clima de tolerancia, apertura y respeto en toda la organización, define las normas y principios a seguir.
<b>2. Trabajo en equipo</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Cooperación		Comparte, propone y/o aprueba planes y programas relacionados al mejoramiento de la colaboración e integración de las áreas que conforman su equipo de trabajo
Sinergia		Capacidad para trabajar con el equipo de trabajo del proyecto para lograr cambios que garanticen el éxito estratégico.
<b>3. Integridad</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Moral		Es modelo y exige el cumplimiento de normas morales y de respetabilidad de todos los colaboradores de nivel ejecutivo de la organización, define las normas de actuación y comportamientos generales.
Profesionalismo		Cumple y transmite iniciativa y fuerza al equipo, vela por la calidad y eficiencia en la ejecución de actividades del nivel directivo. Es modelo de referencia y consulta para todos los integrantes de su equipo.
Respeto a la institucionalidad		Asegura el cumplimiento de leyes y reglamentos nacionales y/o internacionales que impacten en la comunidad en donde se trabajará.
<b>Competencias Gerenciales</b>		
<b>4. Orientación al cliente y mercado</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Énfasis en el servicio y cliente		Entiende y satisface las necesidades del cliente. Cumple con los objetivos y estrategias de mercado. Comprende la cadena de valor y las necesidades de largo plazo de los clientes.
Cumplimiento de		Define y aprueba alianzas estratégicas, compromisos y

compromisos		acuerdos organizacionales, verifica el cumplimiento y alcance de resultados.
Identificación de oportunidades de negocio		Aprueba e implementa acciones específicas que permitan mejorar el posicionamiento de la organización.
<b>5. Liderazgo</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Desarrollo de personas		Aprueba programas de capacitación (internos o externos) y/o desarrollo de competencias, valores que influyan en toda la organización. Desarrolla habilidades en el equipo ejecutivo para el logro de metas empresariales.
Conducción efectiva de equipos		A través del ejemplo inspira a los miembros claves de la organización a que busquen la excelencia en todas sus actividades, enfatizando en la alineación estratégica organizacional.
Delegación / empoderamiento		Ofrece autonomía y poder de decisión para los profesionales que, según sus criterios, están más aptos a buscar nuevos negocios, mantener e incrementar el crecimiento de la organización.
Visión de largo plazo		Visualiza oportunidades y amenazas y en base a ellos desarrolla planes estratégicos, creando nuevas formas de afrontar con éxito los desafíos en la organización.
<b>6. Orientación a resultados</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Definición de objetivos		Define los indicadores macro para la organización del proyecto, establece los estándares de medición de nivel ejecutivo.
Cumplimiento de metas		Entiende el país y el mercado, sus características y cambios, definiendo junto al grupo ejecutivo la estrategia organizacional. Define metas para el cumplimiento del proyecto, monitorea su cumplimiento a través de indicadores estratégicos.
Generación de valor		Establece los lineamientos estratégicos para la mejora en los procesos organizacionales, con énfasis en la generación de

		valor para los accionistas, colaboradores y la comunidad. Establece parámetros de excelencia para el retorno de inversión.
<b>Competencias Técnicas</b>		
<b>7. Sentido de competitividad</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Creación de diferencial competitivo		Define las iniciativas de creación de diferencial competitivo de los negocios en el proyecto y verifica su cumplimiento efectivo. Genera estrategias y prácticas para que el proyecto genere un factor de diferenciación reconocido por los mercados.
Valor percibido por el cliente		Establece los lineamientos y estrategias que impactan en la generación de valor y sustentabilidad para la organización.
Creatividad e innovación		Define nuevas estrategias que agregan valor a todos los negocios del proyecto, que busquen un diferencial competitivo en el mercado y la generación de valor en la organización.
<b>8. Conocimiento del mercado</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Inteligencia de mercado		Conoce profundamente los distintos mercados, clientes y competidores en los cuales desarrolla sus negocios en el proyecto. Investiga, inicia y promueve mejoras que inciden en toda el equipo de trabajo.
Exploración y curiosidad		Busca la mejora sustancial y sostenible de los productos y/o servicios de la organización, mantiene una red de contactos estratégicos para la generación de nuevos negocios, productos y servicios.
Implementación de acciones y estrategias		Establece las directrices estratégicas generales para la empresa. Define, aprueba y monitorea el cumplimiento de dichas acciones con los miembros clave del equipo de trabajo.
<b>9. Orientación a la calidad</b>		
<b>Atributo</b>		<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de excelencia		Define estándares de excelencia en productos y servicios y programas de mejora de procesos clave. Es ejemplo de

		calidad y actuación frente a su equipo.
Mejora continua		Define estándares de excelencia en base a datos históricos para productos, servicios y programas de mejora de procesos. Verifica el cumplimiento en toda la organización / corporación.
Enfoque de calidad		Hace bien las cosas desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de calidad. Es ejemplo de actitud hacia la calidad para sus pares y colaboradores.
<b>Competencias Técnico Funcionales</b>		
Capacidad de Relacionamiento Gubernamental y Empresarial.		Capacidad de mantener relaciones duraderas con organismos empresariales y gubernamentales, buscando proactivamente oportunidades para el proyecto.
Capacidad de Negociación		Capacidad para crear y emplear mecanismos y dinámicas efectivas de negociación con clientes proveedores y otras instancias de importancia para la empresa, con el objetivo de conseguir con ética los objetivos propuestos, buscando relaciones mutuamente beneficiosas. Adoptar posiciones y propuestas para buscar consensos. Capacidad de confrontar y manejar conflictos con ecuanimidad.
Trabajo Bajo Presión		Capacidad de controlar el descontento o irritación en ambientes desfavorables, facilidad en establecer prioridades en ambientes tensos y presionados, procurando relajarse para evitar o acumular tensiones innecesarias, logrando los resultados esperados.
Análisis Financiero Económico		Capacidad de realizar un análisis económico financiero de la empresa, identificando las metas financieras, analizando las diferencias entre esas metas y la situación financiera actual. Determinar acciones necesarias para que la empresa atienda esas metas y las implicaciones de las tendencias e implicaciones económicas en la organización.
Manejo de relaciones con		Habilidad para lograr un buen relacionamiento con el cliente,

clientes	demonstrando capacidad para atender sus requerimientos de manera satisfactoria y oportuna.
Visión de Mercado	Capacidad de identificar oportunidades para alcanzar los resultados esperados de su gestión a través del conocimiento del negocio y del mercado.
Capacidad de Planeación y Organización	Capacidad de establecer estrategias y acciones para la consecución de objetivos con un manejo eficiente de los recursos y el tiempo. Considerar y evaluar los posibles escenarios y prepararse a fin de capitalizar oportunidades y minimizar riesgos.
Habilidad Numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
Administración de proyectos	Habilidad de administrar proyectos, a través del planeamiento y coordinación de actividades, personas y recursos, asegurando el cumplimiento de plazos y metas. Administrar aspectos económicos y financieros, prever y gerenciar problemas y/o conflictos

### 3) Administración

**Cuadro N° 84.**Manual de cargos de la administración

<b>Datos de Identificación</b>	
<b>Localización</b>	Administración
<b>Nivel de reporte inmediato</b>	Directiva
<b>Misión del Cargo</b>	
“Administrar, gestionar, dirigir las actividades necesarias para lograr el cumplimiento del proyecto”.	

	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>	<b>Nivel de Experiencia</b>
<b>Perfil</b>	Ingeniero Ecoturismo  Doctorado en proyectos  Administrador de Empresas  Deseable: Maestría en Administración de Empresas o afines	Utilitarios informáticos: Microsoft Office.  Conocimientos contables  Conocimiento tributario laboral  Conocimientos de sistemas de indicadores de gestión (Cuadro de mando integral)	Inglés Nivel:  Medio	De 5 a 10 años en posiciones o funciones similares
<b>Responsabilidades del cargo</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solución de problemas</li> <li>2. Toma de decisiones</li> <li>3. Liderar para llevar al grupo de trabajo al éxito.</li> <li>4. Mantener las relaciones de primer nivel con los clientes</li> <li>5. Asegurar y velar por la obtención de la rentabilidad que se haya definido y presupuestado en la Organización.</li> <li>6. Buscar la innovación tecnológica y mantener el liderazgo del negocio.</li> <li>7. Liderar procesos de cambio y mejora en el proceso de cumplimiento del proyecto</li> <li>8. Autorizar cambios de presupuestos en el proyecto.</li> <li>9. Mantener la preocupación por el desarrollo propio y de los miembros de su equipo de trabajo.</li> <li>10. Manejar los recursos económicos del proyecto, flujo de caja, ingresos y egresos del proyecto.</li> <li>11. Liderar procesos de cambio y mejora de la compañía en recursos materiales y humanos.</li> </ol>				

12. Autorizar cambios de presupuestos de obras y proyectos de la Compañía.	
13. Brindar capacitación y mantener preocupación por el desarrollo propio y de los miembros de su equipo de trabajo.	
<b>Indicadores de medición</b>	
<b>Indicador Empresarial</b>	<b>Indicador de Proceso</b>
Rentabilidad del proyecto Satisfacción de la comunidad con el Proyecto Flujo de Caja.	Mejoramiento en el desarrollo de las actividades turísticas.
<b>Condiciones de trabajo</b>	
“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera del sector”.	
<b>Perfil de Competencias</b>	
<b>Competencias Estructurales</b>	
<b>1. Compromiso</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de pertenencia	Se siente identificado, practica, transmite, promueve y define los principios en el equipo de trabajo.
Lealtad	Es ejemplo y modelo de compromiso organizacional, exige responsabilidad de todos los miembros clave de la equipo de trabajo, promueve y define directrices y normas de respeto y colaboración.
Respeto	Mantiene un clima de tolerancia, apertura y respeto en toda la organización, define las normas y principios a seguir.
<b>2. Trabajo en equipo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Cooperación	Comparte, propone y/o aprueba planes y programas relacionados al mejoramiento de la colaboración e integración de las áreas que conforman su equipo de trabajo
Sinergia	Capacidad para trabajar con el equipo de trabajo del proyecto para lograr cambios que garanticen el éxito estratégico.
<b>3. Integridad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>

Moral	Es modelo y exige el cumplimiento de normas morales y de respetabilidad de todos los colaboradores de nivel ejecutivo de la organización, define las normas de actuación y comportamientos generales.
Profesionalismo	Cumple y transmite iniciativa y fuerza al equipo, vela por la calidad y eficiencia en la ejecución de actividades del nivel directivo. Es modelo de referencia y consulta para todos los integrantes de su equipo.
Respeto a la institucionalidad	Asegura el cumplimiento de leyes y reglamentos nacionales y/o internacionales que impacten en la comunidad en donde se trabajará.
<b>Competencias Gerenciales</b>	
<b>4. Orientación al cliente y mercado</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Énfasis en el servicio y cliente	Entiende y satisface las necesidades del cliente. Cumple con los objetivos y estrategias de mercado. Comprende la cadena de valor y las necesidades de largo plazo de los clientes.
Cumplimiento de compromisos	Define y aprueba alianzas estratégicas, compromisos y acuerdos organizacionales, verifica el cumplimiento y alcance de resultados.
Identificación de oportunidades de negocio	Aprueba e implementa acciones específicas que permitan mejorar el posicionamiento de la organización.
<b>5. Liderazgo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Desarrollo de personas	Aprueba programas de capacitación (internos o externos) y/o desarrollo de competencias, valores que influyan en toda la organización. Desarrolla habilidades en el equipo ejecutivo para el logro de metas empresariales.
Conducción efectiva de equipos	A través del ejemplo inspira a los miembros claves de la organización a que busquen la excelencia en todas sus actividades, enfatizando en la alineación estratégica organizacional.
Delegación /	Ofrece autonomía y poder de decisión para los profesionales

empoderamiento	que, según sus criterios, están más aptos a buscar nuevos negocios, mantener e incrementar el crecimiento de la organización.
Visión de largo plazo	Visualiza oportunidades y amenazas y en base a ellos desarrolla planes estratégicos, creando nuevas formas de afrontar con éxito los desafíos en la organización.
<b>6. Orientación a resultados</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Definición de objetivos	Define los indicadores macro para la organización del proyecto, establece los estándares de medición de nivel ejecutivo.
Cumplimiento de metas	Entiende el país y el mercado, sus características y cambios, definiendo junto al grupo ejecutivo la estrategia organizacional. Define metas para el cumplimiento del proyecto, monitorea su cumplimiento a través de indicadores estratégicos.
Administración de riesgos	Evalúa, identifica y mide los riesgos del proyecto a través de la utilización de herramientas técnicas y minimiza al máximo la exposición de la empresa a los riesgos internos y externos identificados.
Generación de valor	Establece los lineamientos estratégicos para la mejora en los procesos organizacionales, con énfasis en la generación de valor para los accionistas, colaboradores y la comunidad. Establece parámetros de excelencia para el retorno de inversión.
<b>Competencias Técnicas</b>	
<b>7. Sentido de competitividad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Creación de diferencial competitivo	Define las iniciativas de creación de diferencial competitivo de los negocios en el proyecto y verifica su cumplimiento efectivo. Genera estrategias y prácticas para que el proyecto genere un factor de diferenciación reconocido por los mercados.

Valor percibido por el cliente	Establece los lineamientos y estrategias que impactan en la generación de valor y sustentabilidad para la organización.
Creatividad e innovación	Define nuevas estrategias que agregan valor a todos los negocios del proyecto, que busquen un diferencial competitivo en el mercado y la generación de valor en la organización.
<b>8. Conocimiento del mercado</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Inteligencia de mercado	Conoce profundamente los distintos mercados, clientes y competidores en los cuales desarrolla sus negocios en el proyecto. Investiga, inicia y promueve mejoras que inciden en toda el equipo de trabajo.
Exploración y curiosidad	Busca la mejora sustancial y sostenible de los productos y/o servicios de la organización, mantiene una red de contactos estratégicos para la generación de nuevos negocios, productos y servicios.
Implementación de acciones y estrategias	Establece las directrices estratégicas generales para la empresa. Define, aprueba y monitorea el cumplimiento de dichas acciones con los miembros clave del equipo de trabajo.
<b>9. Orientación a la calidad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de excelencia	Define estándares de excelencia en productos y servicios y programas de mejora de procesos clave. Es ejemplo de calidad y actuación frente a su equipo.
Mejora continua	Define estándares de excelencia en base a datos históricos para productos, servicios y programas de mejora de procesos. Verifica el cumplimiento en toda la organización / corporación.
Enfoque de calidad	Hace bien las cosas desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de calidad. Es ejemplo de actitud hacia la calidad para sus pares y colaboradores.
<b>Competencias Técnico Funcionales</b>	
Capacidad de	Capacidad de mantener relaciones duraderas con organismos

Relacionamiento Gubernamental y Empresarial.	empresariales y gubernamentales, buscando proactivamente oportunidades para el proyecto.
Capacidad de Negociación	Capacidad para crear y emplear mecanismos y dinámicas efectivas de negociación con clientes proveedores y otras instancias de importancia para la empresa, con el objetivo de conseguir con ética los objetivos propuestos, buscando relaciones mutuamente beneficiosas. Adoptar posiciones y propuestas para buscar consensos. Capacidad de confrontar y manejar conflictos con ecuanimidad.
Trabajo Bajo Presión	Capacidad de controlar el descontento o irritación en ambientes desfavorables, facilidad en establecer prioridades en ambientes tensos y presionados, procurando relajarse para evitar o acumular tensiones innecesarias, logrando los resultados esperados.
Análisis Financiero Económico	Capacidad de realizar un análisis económico financiero de la empresa, identificando las metas financieras, analizando las diferencias entre esas metas y la situación financiera actual. Determinar acciones necesarias para que la empresa atienda esas metas y las implicaciones de las tendencias e implicaciones económicas en la organización.
Manejo de relaciones con clientes	Habilidad para lograr un buen relacionamiento con el cliente, demostrando capacidad para atender sus requerimientos de manera satisfactoria y oportuna.
Visión de Mercado	Capacidad de identificar oportunidades para alcanzar los resultados esperados de su gestión a través del conocimiento del negocio y del mercado.
Capacidad de Planeación y Organización	Capacidad de establecer estrategias y acciones para la consecución de objetivos con un manejo eficiente de los recursos y el tiempo. Considerar y evaluar los posibles escenarios y prepararse a fin de capitalizar oportunidades y minimizar riesgos.
Habilidad Numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y

		precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
Administración de proyectos		Habilidad de administrar proyectos, a través del planeamiento y coordinación de actividades, personas y recursos, asegurando el cumplimiento de plazos y metas. Administrar aspectos económicos y financieros, prever y gerenciar problemas y/o conflictos

#### 4) Secretaria

**Cuadro N° 80. Manual de cargo de secretaria**

<b>Datos de Identificación</b>			
<b>Localización</b>	Secretaría		
<b>Nivel de reporte inmediato</b>	Administración		
<b>Misión del Cargo</b>			
“Llevar un ordenado control de las actividades y servicios que oferta la empresa con una atención de calidad a los clientes”.			
<b>Perfil</b>	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>
	Secretaria	Utilitarios informáticos: Microsoft Office. Conocimientos contables. Conocimiento tributario laboral. Conocimiento de administración de empresas.	Inglés Nivel: Alto
<b>Responsabilidades del cargo</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fijar las metas y presupuestos de la Compañía, de manera que sean coherentes con las necesidades de la empresa buscando su rentabilidad.</li> <li>2. Liderar el proceso de ventas de la Compañía, brindando apoyo a todas las áreas comerciales de la Compañía.</li> </ol>			

3. Controlar el cumplimiento de la planificación estratégica de la compañía, supervisando su correcta ejecución.
4. Mantener las relaciones de primer nivel con socios estratégicos (principales clientes y principales proveedores).
5. Asegurar y velar por la obtención de la rentabilidad que se haya definido y presupuestado en la Organización.
6. Determinar los precios de venta y descuentos de los diferentes proyectos presupuestados y las condiciones de crédito.
7. Aprobar las liquidaciones de comisiones de ventas.
8. Manejar el flujo de caja de la Compañía y aprobar los ingresos y egresos de efectivo dentro de los lineamientos estratégicos de la Empresa.
9. Manejar los recursos económicos, flujo de caja, ingresos y egresos de la Compañía
10. Alcanzar eficiencia y eficacia con los recursos humanos disponibles.
11. Crear, mantener y desarrollar un contingente de recursos humanos, con habilidad y motivación.

#### **Condiciones de trabajo**

“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en oficina con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”.

#### **Perfil de Competencias**

##### **Competencias Estructurales**

##### **1. Compromiso**

<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de pertenencia	Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad.
Lealtad	Confidencialidad de información de la empresa.
Respeto	Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal.

##### **2. Trabajo en equipo**

<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Cooperación	Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones.

Sinergia	Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas.
Integración Organizacional	Capacidad de organizar y que promulgue una buena relación laboral entre el personal.
<b>3. Integridad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Ética	Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso.
Profesionalismo	Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos.
Respeto a la institucionalidad	Respeto las normas y reglas internas de la empresa.
<b>Competencias Gerenciales</b>	
<b>4. Orientación al cliente y mercado</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Énfasis en el servicio y cliente	Atiende al cliente y cumple con sus expectativas.
Cumplimiento de compromisos	Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria.
Identificación de oportunidades de negocio	Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar.
<b>5. Liderazgo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Desarrollo de personas	Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal.
Conducción efectiva de equipos	Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados
Delegación / empoderamiento	Sabe escoger a las personas más preparadas para la contratación o asignación de tareas.
Visión de largo plazo	Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de

	una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción.
<b>6. Orientación a resultados</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Definición de objetivos	Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo.
Cumplimiento de metas	Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro.
Administración de riesgos	Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados.
Generación de valor	Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario.
<b>Competencias Técnicas</b>	
<b>7. Sentido de competitividad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Creación de diferencial competitivo	Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo.
Valor percibido por el cliente	Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos).
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo.
<b>8. Conocimiento del mercado</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Inteligencia de mercado	Conoce y entiende el mercado, sus segmentos, así como los competidores, clientes y productos / servicios que se ofrecen.
Exploración y curiosidad	Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas

	tecnologías, métodos de trabajo y conceptos.
Implementación de acciones y estrategias	Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional.
<b>9. Orientación a la calidad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de excelencia	Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes
Mejora continua	Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente
Enfoque de calidad	Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios.
<b>Competencias Técnico Funcionales</b>	
Habilidad numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
Capacidad de análisis	Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos.
Manejo de información estadística	Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas.
Manejo del sistema de remuneración	Conocimiento del sistema de remuneración utilizado por la empresa, evaluándolo y sugiriendo modificaciones en el mismo para alinearlo a la estrategia de la empresa y a las tendencias del mercado.
Atención al cliente	Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos.
Atención Telefónica	Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad.
Manejo de Correspondencia	Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente.

Control de Efectivo	Capacidad de manejar efectivo y controlar los saldos fijos de caja y de las cuentas bajo su responsabilidad, realiza conciliaciones bancarias y contables, así como control de libros diarios.
---------------------	--

## 5) Área de hospedaje

**Cuadro N° 81. Manual de cargo del área de hospedaje**

<b>Datos de Identificación</b>			
<b>Localización</b>	Establecimientos de hospedaje		
<b>Nivel de reporte inmediato</b>	Administración		
<b>Misión del Cargo</b>			
“Entregar servicios de hospedaje adecuados y de calidad para cumplir y llenar las expectativas de los clientes”.			
<b>Perfil</b>	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>
	Bachiller o más	Utilitarios informáticos: Microsoft Office. Conocimientos contables. Conocimiento tributario laboral. Conocimiento de administración de empresas.	Inglés Nivel: Alto
<b>Responsabilidades del cargo</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formular políticas de reservaciones y cancelaciones.</li> <li>2. Dar la bienvenida, trasladar a los clientes con su equipaje a las habitaciones y estar pendiente de que cuenten con lo necesario según los requerimientos exigidos.</li> <li>3. Entregar llaves.</li> <li>4. Tomar recados para los clientes.</li> <li>5. Dotar de suministros y materiales de aseo para los servicios higiénicos de las habitaciones.</li> <li>6. Proveer del menaje necesario a todas las habitaciones.</li> </ol>			

7. Devolución de pertenencias a los clientes en caso de olvido.	
<b>Condiciones de trabajo</b>	
“Se desarrollará las funciones en los establecimientos de hospedaje”.	
<b>Perfil de Competencias</b>	
<b>Competencias Estructurales</b>	
<b>1. Compromiso</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de pertenencia	Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad.
Lealtad	Confidencialidad de información de la empresa.
Respeto	Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal.
<b>2. Trabajo en equipo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Cooperación	Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones.
Sinergia	Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas.
Integración Organizacional	Capacidad de organizar y que promulgue una buena relación laboral entre el personal.
<b>3. Integridad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Ética	Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso.
Profesionalismo	Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos.
Respeto a la institucionalidad	Respeto las normas y reglas internas de la empresa.
<b>Competencias Gerenciales</b>	

<b>4. Orientación al cliente y mercado</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Énfasis en el servicio y cliente	Atiende al cliente y cumple con sus expectativas.
Cumplimiento de compromisos	Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria.
Identificación de oportunidades de negocio	Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar.
<b>5. Liderazgo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Desarrollo de personas	Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal.
Conducción efectiva de equipos	Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados
Delegación / empoderamiento	Sabe escoger a las personas más preparadas para la contratación o asignación de tareas.
Visión de largo plazo	Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción.
<b>6. Orientación a resultados</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Definición de objetivos	Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo.
Cumplimiento de metas	Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro.
Administración de riesgos	Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados.
Generación de valor	Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario.

<b>Competencias Técnicas</b>	
<b>7. Sentido de competitividad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Creación de diferencial competitivo	Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo.
Valor percibido por el cliente	Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos).
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo.
<b>8. Conocimiento del mercado</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Inteligencia de mercado	Conoce y entiende el mercado, sus segmentos, así como los competidores, clientes y productos / servicios que se ofrecen.
Exploración y curiosidad	Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos.
Implementación de acciones y estrategias	Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional.
<b>9. Orientación a la calidad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de excelencia	Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes
Mejora continua	Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente
Enfoque de calidad	Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios.

<b>Competencias Técnico Funcionales</b>	
Habilidad numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
Capacidad de análisis	Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos.
Manejo de información estadística	Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas.
Manejo del sistema de remuneración	Conocimiento del sistema de remuneración utilizado por la empresa, evaluándolo y sugiriendo modificaciones en el mismo para alinearlo a la estrategia de la empresa y a las tendencias del mercado.
Atención al cliente	Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos.
Atención Telefónica	Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad.
Control de Efectivo	Capacidad de manejar efectivo y controlar los saldos fijos de caja y de las cuentas bajo su responsabilidad, realiza conciliaciones bancarias y contables, así como control de libros diarios.

## 6) Área de alimentación

**Cuadro N° 82. Manual de cargo del área de hospedaje**

<b>Datos de Identificación</b>	
<b>Localización</b>	Establecimientos de alimentación
<b>Nivel de reporte inmediato</b>	Administración
<b>Misión del Cargo</b>	
“Entregar servicios de alimentación adecuados y de calidad para cumplir y llenar las expectativas de los clientes”.	

	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>
<b>}Perfil</b>	Bachiller o más	Utilitarios informáticos: Microsoft Office. Conocimientos contables. Conocimiento tributario laboral. Conocimiento de administración de empresas.	Inglés Nivel: Medio
	<b>Responsabilidades del cargo</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definir y elaborar las recetas</li> <li>2. Adquirir todos los ingredientes necesarios para la elaboración de los platos</li> <li>3. Utilizar alimentos frescos.</li> <li>4. Procurar tener variedad en la carta capaz de cubrir con clientes que requieran dietas especiales.</li> <li>5. Cumplir con las normas de sanidad y salubridad en la preparación de alimentos y bebidas.</li> <li>6. Poseer un inventario de los utensilios, materiales y equipos de cocina.</li> <li>7. Tener mecanismos de emergencia y primeros auxilios.</li> </ol>			
<b>Condiciones de trabajo</b>			
“Se desarrollará las funciones en los establecimientos de alimentación”.			
<b>Perfil de Competencias</b>			
<b>Competencias Estructurales</b>			
<b>1. Compromiso</b>			
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>		
Sentido de pertenencia	Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad.		
Lealtad	Confidencialidad de información de la empresa.		
Respeto	Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal.		
<b>2. Trabajo en equipo</b>			
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>		

Cooperación	Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones.
Sinergia	Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas.
Integración Organizacional	Capacidad de organizar y que promulgue una buena relación laboral entre el personal.
<b>3. Integridad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Ética	Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respeto a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso.
Profesionalismo	Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos.
Respeto a la institucionalidad	Respeto las normas y reglas internas de la empresa.
<b>Competencias Gerenciales</b>	
<b>4. Orientación al cliente y mercado</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Énfasis en el servicio y cliente	Atiende al cliente y cumple con sus expectativas.
Cumplimiento de compromisos	Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria.
Identificación de oportunidades de negocio	Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar.
<b>5. Liderazgo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Desarrollo de personas	Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal.
Conducción efectiva de equipos	Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados
Delegación / empoderamiento	Sabe escoger a las personas más preparadas para la

	contratación o asignación de tareas.
Visión de largo plazo	Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción.
<b>6. Orientación a resultados</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Definición de objetivos	Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo.
Cumplimiento de metas	Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro.
Administración de riesgos	Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos sean medidos y estudiados.
Generación de valor	Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario.
<b>Competencias Técnicas</b>	
<b>7. Sentido de competitividad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Creación de diferencial competitivo	Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo.
Valor percibido por el cliente	Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos).
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo.
<b>8. Conocimiento del mercado</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Inteligencia de mercado	Conoce y entiende el mercado, sus segmentos, así como los competidores, clientes y productos / servicios que se ofrecen.

Exploración y curiosidad	Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos.
Implementación de acciones y estrategias	Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional.
<b>9. Orientación a la calidad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de excelencia	Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes
Mejora continua	Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente
Enfoque de calidad	Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios.
<b>Competencias Técnico Funcionales</b>	
Habilidad numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
Capacidad de análisis	Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos.
Manejo de información estadística	Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas.
Manejo del sistema de remuneración	Conocimiento del sistema de remuneración utilizado por la empresa, evaluándolo y sugiriendo modificaciones en el mismo para alinearlo a la estrategia de la empresa y a las tendencias del mercado.
Atención al cliente	Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos.

Control de Efectivo	Capacidad de manejar efectivo y controlar los saldos fijos de caja y de las cuentas bajo su responsabilidad, realiza conciliaciones bancarias y contables, así como control de libros diarios.
---------------------	--

## 7) Área de guianza

**Cuadro N° 83. Manual de cargos del área de guianza**

<b>Datos de Identificación</b>				
<b>Localización</b>		Área guianza		
<b>Nivel de reporte inmediato</b>		Administración		
<b>Misión del Cargo</b>				
Brindar el servicio de guianza siguiendo parámetros de seguridad y calidad				
<b>Perfil</b>	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>	<b>Nivel de Experiencia</b>
	Bachiller	Manejo de equinos	Ninguno	Mínimo 1 años en posiciones o responsabilidades similares.
<b>Responsabilidades del cargo</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Basar siempre su función mediante los estatutos y reglamentos de la corporación</li> <li>2. Mostrar cordialidad en caso de que el personal de la empresa o clientes necesiten de su contingente.</li> <li>3. Crear condiciones agradables y seguras para los recorridos</li> <li>4. Solicitar las herramientas necesarias para realizar un mantenimiento de calidad</li> <li>5. Coordinar los servicios de alimentación y alimentación.</li> <li>6. Poseer información actualizada y veraz de los atractivos turísticos.</li> <li>7. Velar por la protección del medio ambiente.</li> <li>8. No solicitar bonificaciones a los turistas</li> <li>9. Procurar resolver problemas laborales sin que el turista se encuentre presente.</li> <li>10. Usar los senderos establecidos.</li> </ol>				

11. Estar siempre pendiente de las exigencias del turista	
12. Aprobar el curso de primeros auxilios de la Cruz Roja	
13. Informar a los turistas acerca de los beneficios botánicos y prevenir el consumo si fuese el caso	
14. Será de responsabilidad del guía encontrarse en estado sobrio y lúcido.	
<b>Indicadores de medición</b>	
<b>Condiciones de trabajo</b>	
El trabajo se lo realizará en todo el espacio que los paquetes turísticos fueron establecidos	
<b>Perfil de Competencias</b>	
<b>Competencias Estructurales</b>	
<b>1. Compromiso</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Lealtad	Mantener buenos vínculos con todos los integrantes de la empresa y cumplir con las promesas y compromisos establecidos en el inicio de las relaciones laborales, procurando siempre el beneficio mutuo.
Respeto	Promueve la tolerancia, apertura y respeto en su equipo de trabajo, da cumplimiento a las normas y principios establecidos.
<b>2. Trabajo en equipo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Cooperación	Presta su contingente incondicional, para poder alcanzar los resultados esperados y brindar siempre servicios de calidad a los clientes.
<b>3. Integridad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Ética	Actúa con una conducta intachable, promoviendo sólidos fundamentos morales y de respetabilidad dentro de su equipo de trabajo con fin de lograr el bienestar de la organización.
Respeto a la institucionalidad	Es ejemplo de cumplimiento de las normas y políticas de la compañía, establece propuestas de mejora a las mismas.
<b>Competencias Técnicas</b>	
<b>4. Sentido de competitividad</b>	

<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas inmediatas cuando ocurren daños en la estructura de la construcción, ya sean instalaciones sanitarias, eléctricas, de agua es decir soluciona problemas de esta índole en forma oportuna o reporta las daños en caso de no lograr repararlos.
<b>9. Orientación a la calidad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de excelencia	Eleva el nivel de calidad para maximizar los beneficios de la empresa, mejorando cada vez más sus habilidades.
Mejora continua	Mejoramiento continuo con miras a la perfección a través de replanteamientos en los procesos preestablecidos en caso de ser necesario.
Enfoque de calidad	Logra calidad en la prevención y no en la corrección de imperfecciones, no requiere de supervisión ni control para la generación de calidad.
<b>Competencias Técnico Funcionales</b>	
Conocimiento de Producto	Demuestra conocimiento y dominio de las diversas características de un tour y de las actividades que le competen.
Trabajo Bajo Presión	Capacidad de controlar el descontento o irritación en ambientes desfavorables, facilidad en establecer prioridades y dar soluciones a problemas suscitados en el lugar de trabajo.
Manejo de relaciones con clientes	Habilidad para lograr un buen relacionamiento con el cliente, en caso de ser requerido, demostrando capacidad para atender sus necesidades de manera eficiente y adecuada.
Capacidad de Planeación y Organización	Capacidad de establecer un plan de trabajo diario, a fin de maximizar recursos y minimizar riesgos, accidentes o percances que alteren nuestra oferta de servicios de calidad.
Conocimiento de Procesos	Capacidad de entender las secuencias del proceso en la ejecución de eventos, para conocer cuándo debe actuar.
Elaboración de Informes	Capacidad de generar informes con datos relevantes para la toma de decisiones, demostrando capacidad analítica y de síntesis.

**e. Flujogramas del proceso productivo**

Se han elaborado los flujogramas del proceso productivo que la asociación poseerá en cada área así como también la estructura de los paquetes turísticos elaborados

### 1) Flujograma del proceso de reservación

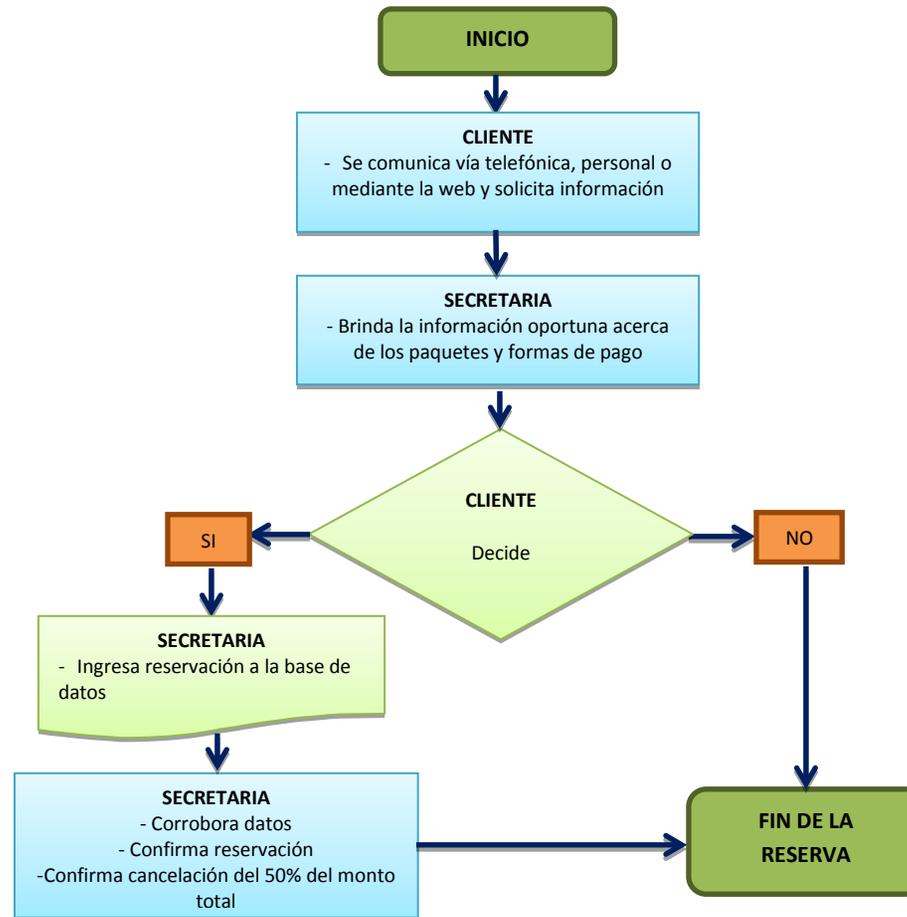
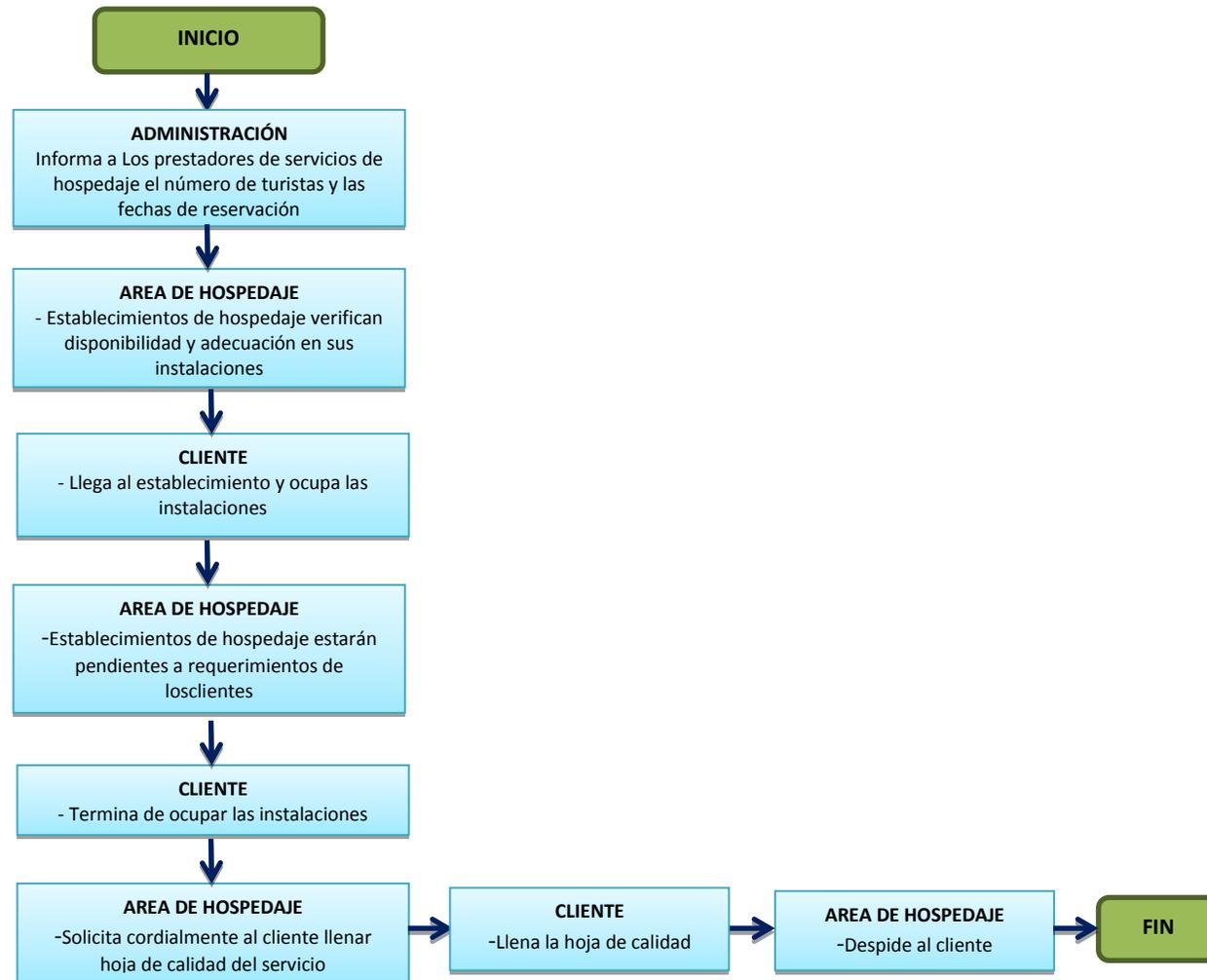


Gráfico N° 02. Flujograma del proceso de reservación

## 2) Flujograma del proceso de hospedaje



**Gráfico N° 03. Flujograma del proceso de hospedaje****3) Flujograma del proceso de alimentación**

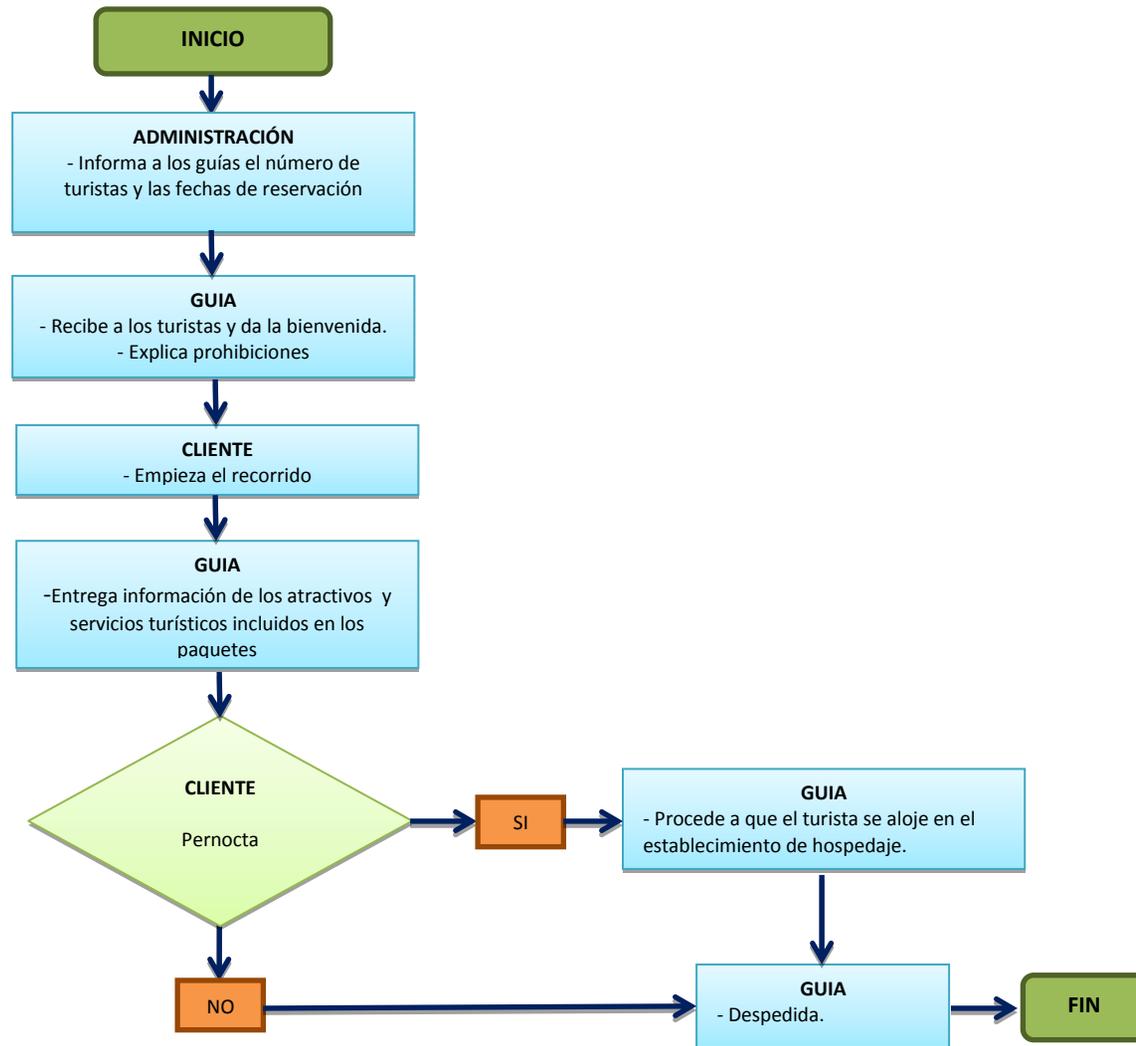
**Gráfico N° 04. Flujograma del proceso de alimentación****4) Flujograma del proceso de guianza**

Gráfico N° 05. Flujograma del proceso de guianza

5) Flujograma del paquete turístico “Adentrando en la magia de Valle Hermoso”

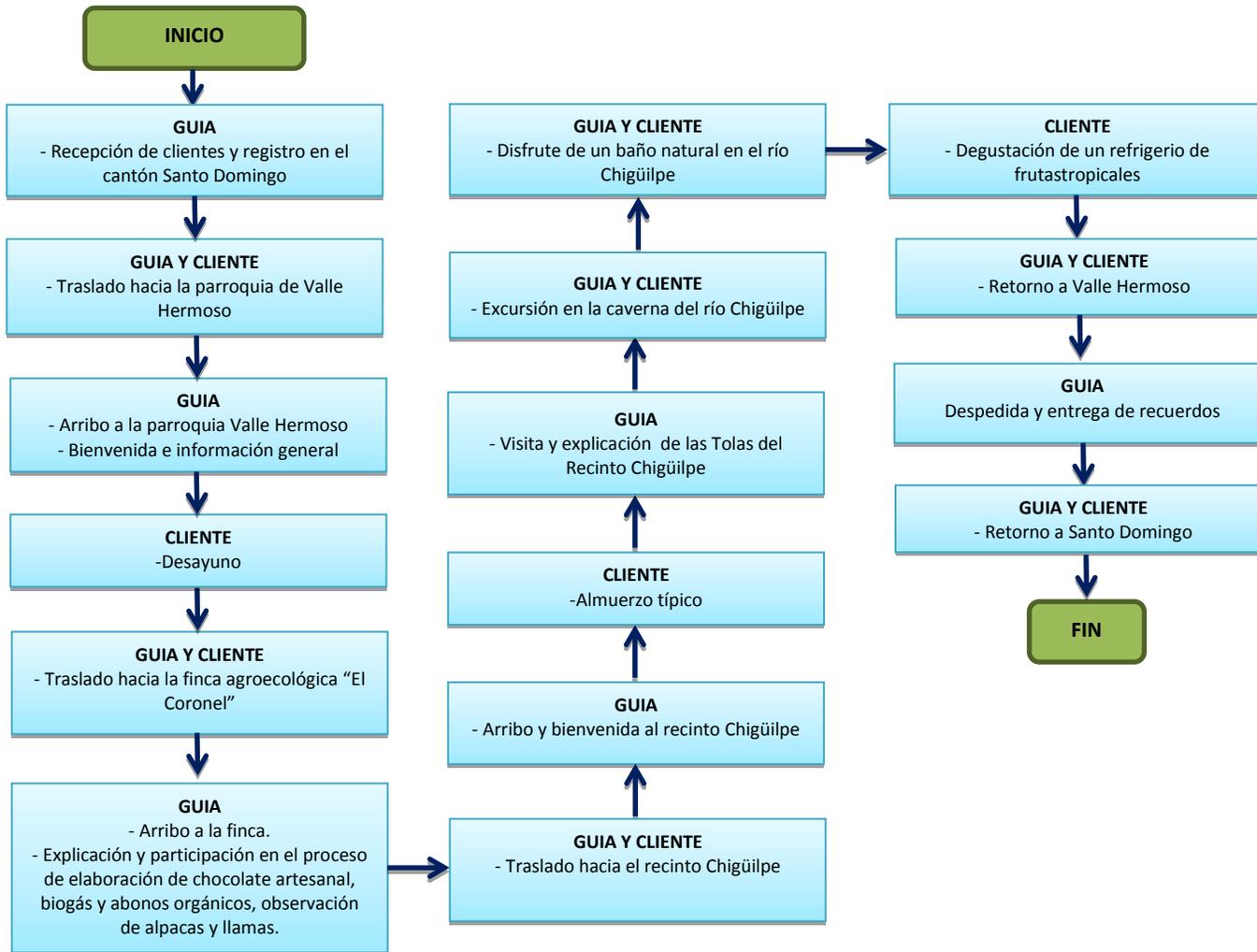


Gráfico N° 06. Flujograma del paquete turístico: Adentrando en la Magia de Valle Hermoso

6) Flujograma del paquete turístico “Valle Hermoso extremo”

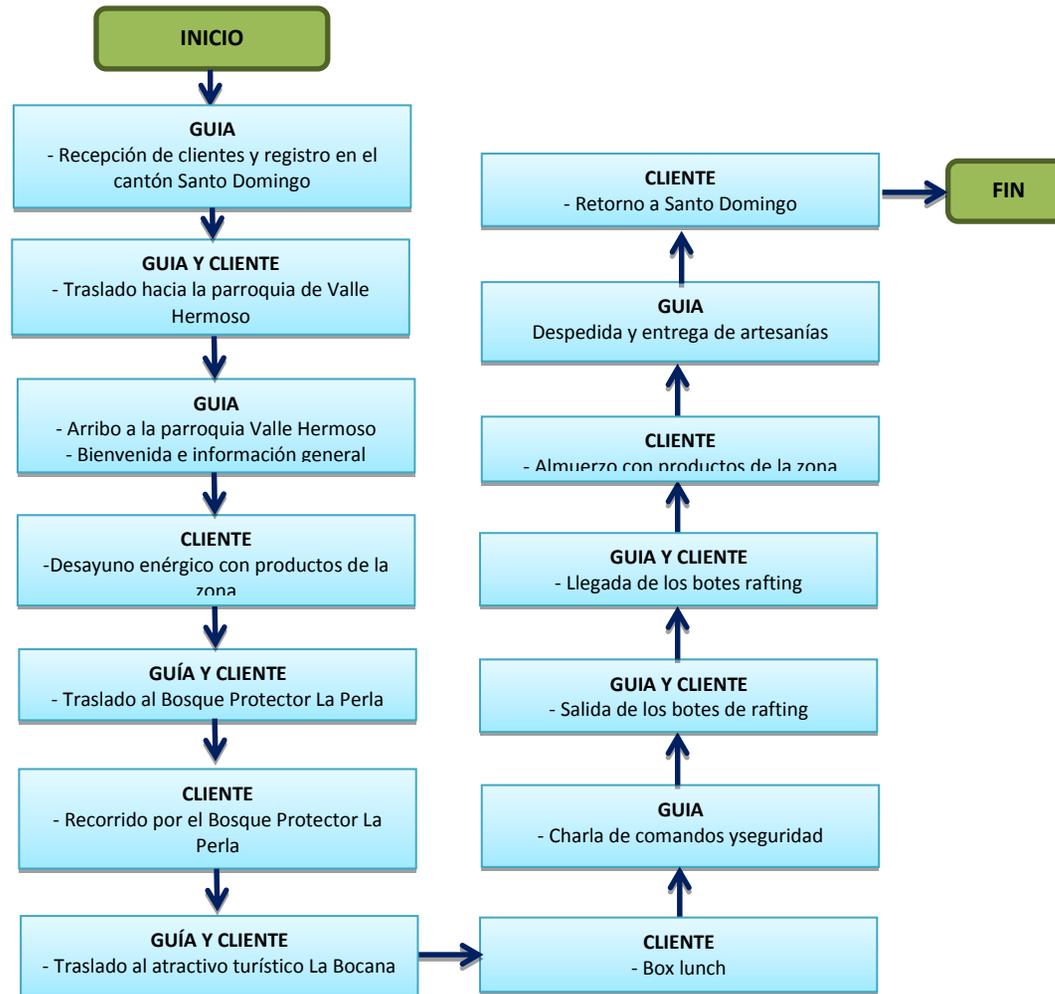


Gráfico N° 07. Flujograma del paquete turístico: Valle Hermoso extremo

7) Flujograma del paquete turístico “Una experiencia dulce”

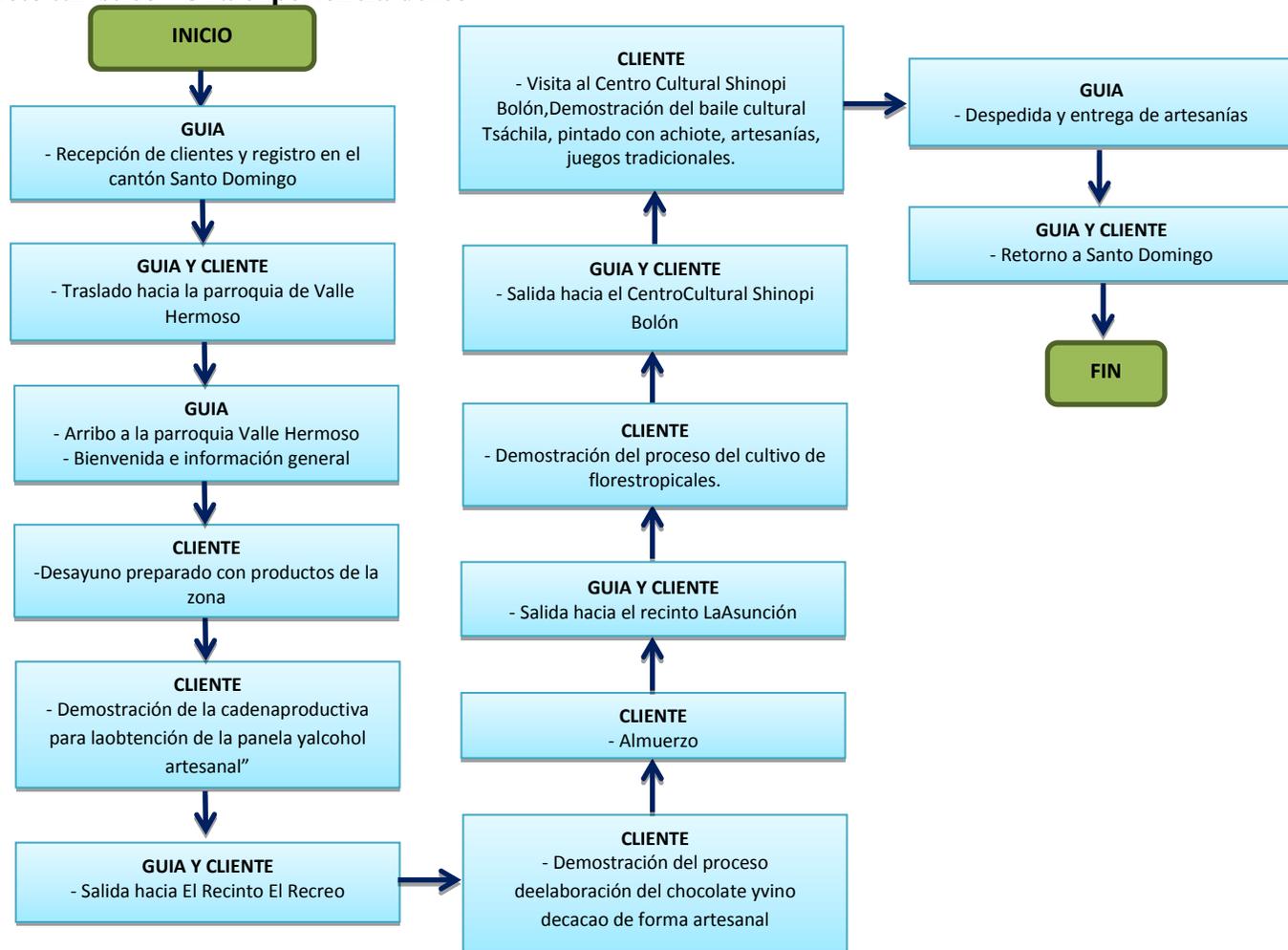
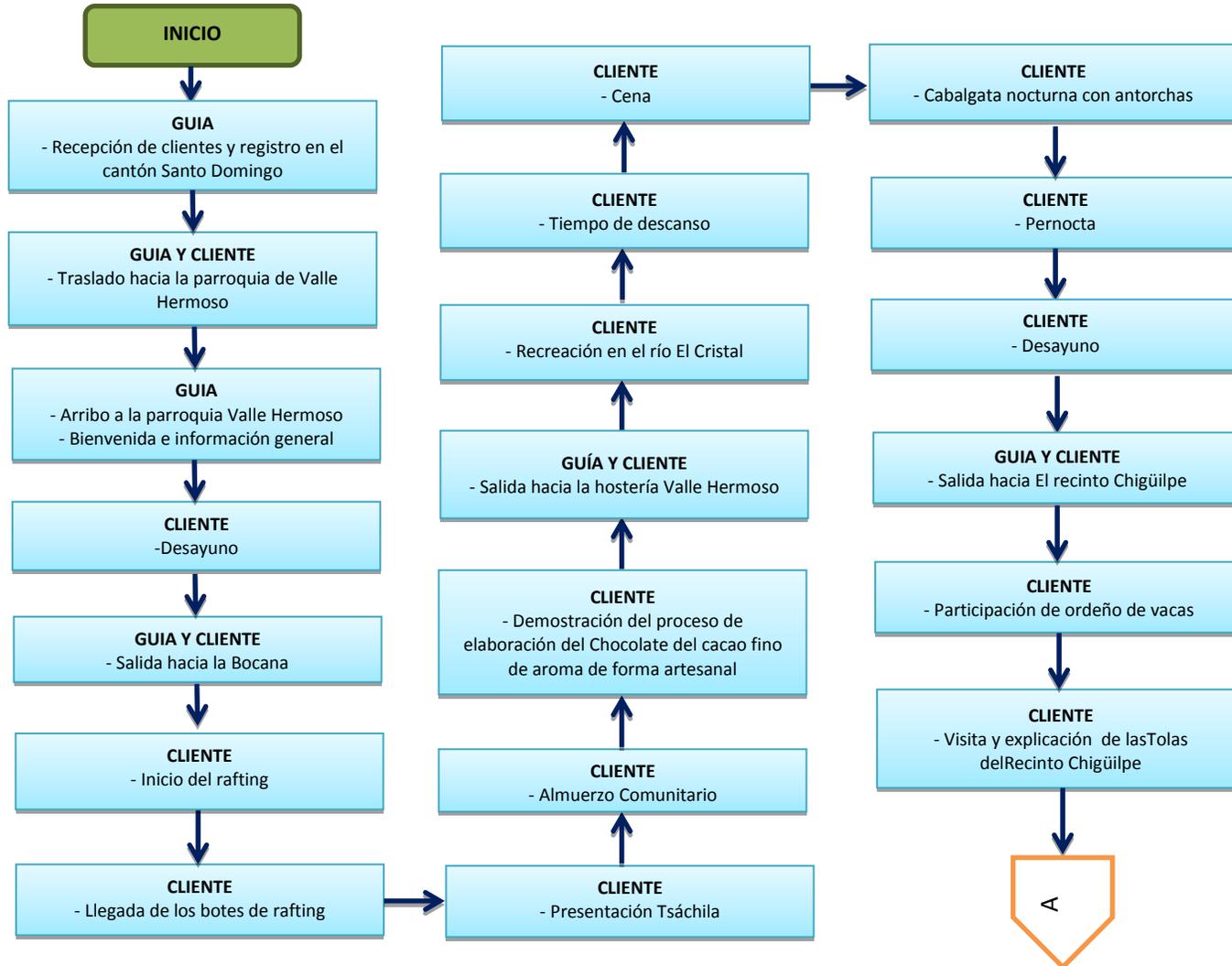
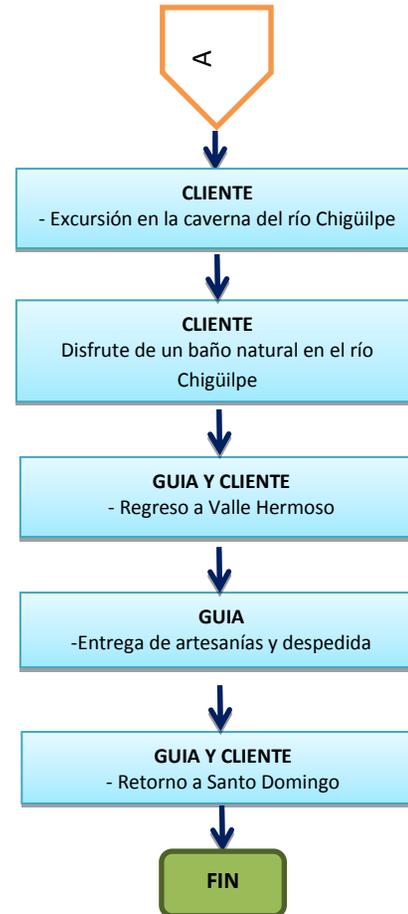


Gráfico N° 08. Flujograma del paquete turístico: Una experiencia dulce

8) Flujograma del paquete turístico “Descubriendo Valle Hermoso”



**Gráfico N° 09. Flujograma del paquete turístico: Descubriendo Valle Hermoso**



## **f. Reglamento interno para clientes y funcionarios**

### **1) Reglamento interno para funcionarios**

**a) El personal de la compañía deberá portar en todo momento su credencial.**

**b) Queda prohibido a los trabajadores:**

- Ejecutar cualquier acto que pueda poner en peligro su seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de terceras personas así como al establecimiento o en el lugar en que el trabajo se desempeñe.
- Provocar en el centro de trabajo, escándalos, riñas o cometer actos que alteren la disciplina así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero sin causa justificada.
- Suspender y ausentarse de sus labores sin autorización de la administración.
- Distraerse en cualquier actividad ajena al trabajo.

**c) Juntas**

En caso de que algún Socio o el Gerente necesiten convocar a junta, se registrara en redes sociales y correos electrónicos con 3 días de anticipación y se mencionará en dicha solicitud:

- Motivo de la junta.
- Moderador y/o responsable de la reunión
- Plan de trabajo.
- Quienes participarán en ésta.
- Duración de la junta (el moderador deberá hacer cumplir el tiempo estimado y concretar acuerdos)
- Orden del día y Fecha.

**d) Normativa para la prestación de servicios (Prestador-cliente)**

- El cliente por encima de todo. Es el cliente a quien debemos tener presente antes de nada.
- No hay imposibles, a veces los clientes solicitaran cosas casi imposibles que con un poco de esfuerzo y ganas, se lograra cumplir lo que desea.
- Cumplir todo lo prometido al cliente.
- Satisfacer al cliente a medida de entregar un servicio que cumpla lo pedido y mucho más de lo que espera. ¿Cómo lograrlo? Conociendo muy bien a nuestros clientes enfocándonos en sus necesidades y deseos.
- Para el cliente usted marca la diferencia. Las personas que tendrán contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, dependerá del trato amable y cordial que brinde además de una calurosa bienvenida pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso hace la diferencia.
- Fallar en un punto significa fallar en todo. Puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero que pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega accidentada se perderá absolutamente todo
- El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente. La única verdad es que los clientes son quienes, en su mente y su sentir lo califican, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo. Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátese de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

## **2) Reglamento para clientes**

Según el código de ética mundial de la OMT se ha elaborado este reglamento para lograr de esta manera salvaguardar los recursos privados y naturales del presente proyecto

- a)** Para aumentar el sentido de sus viajes, recabe información con anterioridad a su salida, sobre las características de la región a visitar, su geografía, costumbres y cultura.
- b)** Respete la fragilidad cultural, social y medio ambiental de la parroquia, adoptando los paquetes elaborados para esta zona.
- c)** Respete la soledad y dignidad de los pobladores locales y demás visitantes de la zona.
- d)** No compre productos de especies de flora y fauna amenazadas, en lo posible filme o tome fotografías.
- e)** Camine siempre por los senderos definidos y señalizados para el uso turístico.
- f)** Apoye los programas diseñados en la parroquia para mejorar el medio ambiente y revalorizar la cultura local.
- g)** En lo posible, use medios de transporte ambientalmente sanos, la propuesta de este proyecto es que usted camine hacia los atractivos más cercanos. Aporte con criterios constructivistas a los servicios que se oferta en las hojas de calidad de servicio.
- h)** Ayude a fomentar con su proceder a la conservación de energía y del medio ambiente, a la protección del agua y el aire, al reciclaje de materiales, al manejo de desechos y materiales tóxicos al control del ruido.

## **2. Estudio legal**

### **a. Tipo de Empresa**

Para la administración y buen manejo de los recursos naturales y culturales que posee la parroquia Valle Hermoso se propone la constitución de una asociación de turismo sostenible y patrimonial llamada Valle Hermoso, empresa de tipo mixta, donde se contará con la participación de entidades públicas así como también de los miembros de la población de la parroquia.

### **b. Normativa legal**

Las leyes y reglamentos que abalizan la conformación de la entidad son la Constitución de la República del Ecuador, la Ley de Turismo, el Reglamento General de Actividades Turísticas y el COOTAD.

#### **1) Constitución Política del Ecuador**

Considerando la Constitución Política del Ecuador actual, publicada el 20 de Octubre del 2008 en el Registro Oficial 449, se considera los siguientes artículos para el fundamento legal:

### **Capítulo cuarto**

#### **Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades**

**Art. 57.** Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

**Numeral 8.** Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

**Numeral 13.** Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.

**Numeral 6.** Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.

## **Organización territorial del estado**

### **Capítulo primero**

#### **Principios generales**

**Art. 238.** Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional.

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales.

### **Capítulo cuarto**

#### **Régimen de competencias**

**Art. 267.** Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

- 1.** Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.

2. Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
6. Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.

## **Régimen de desarrollo**

### **Capítulo primero**

#### **Principios generales**

**Art. 276.** El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

## **Capítulo cuarto**

### **Soberanía económica**

#### **Sección primera**

##### **Sistema económico y política económica**

**Art. 283.** El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

## **Capítulo sexto**

### **Trabajo y producción**

#### **Sección primera**

#### **Formas de organización de la producción y su gestión**

**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.

**Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

## **2) Ley de Turismo**

Legalizada mediante el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001. Consideramos los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto.

## **Capítulo I**

### **Generalidades**

**Art. 4.** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

### **3) Reglamento General de Actividades Turísticas**

## **Título V**

### **Del ecoturismo y la sostenibilidad**

**Art. 156. Ecoturismo.** Se considera ecoturismo a la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que las rodea. Dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y deberán generar oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado.

**Art. 157. Políticas permanentes de ecoturismo y principios generales.-** Las políticas nacionales de ecoturismo, serán coordinadas por el Ministerio de Turismo, sometiéndose a las siguientes políticas y principios generales que tendrán el carácter de permanentes:

- a. Establecer mecanismos de concertación intersectorial que logren coordinar y armonizar los diversos intereses y acciones de los actores involucrados en el ecoturismo;
- b. Incorporar y reconocer la cosmovisión y la cultura de las comunidades locales en el desarrollo de productos de ecoturismo, en su forma de organización y manejo, en la formulación de políticas, en la planificación relacionada y en la promoción;

**Art. 180. Promoción.-** El Ministerio de Turismo promoverá las medidas necesarias para impulsar el turismo, social e interno con el objeto de que la mayoría de los habitantes del país puedan participar en los programas turísticos, a través de la formulación, coordinación, aprobación y promoción de los programas de turismo social, tomando en cuenta para tal efecto las temporadas, eventos tradicionales y folclóricos y demás circunstancias favorables.

Para cumplir con los planes y programas de turismo social que el Ministerio de Turismo ejecute, otorgará subvenciones y se podrá utilizar la planta turística de su propiedad con tarifas especiales.

**Art. 181. Difusión.-** El Ministerio de Turismo, para el cumplimiento de sus objetivos en materia de turismo social, propiciará el establecimiento de políticas de difusión para los mismos, con el objeto de estimular el conocimiento y estudio de aquellas zonas del país que por sus cualidades y características, contribuyen a su esparcimiento y formación cultural.

#### 4) COOTAD

**Capítulo IV**  
**Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural**  
**Sección Primera**  
**Naturaleza jurídica, sede y funciones**

**Artículo 64.- Funciones.-** Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

h) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos;

i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad;

#### 5) Requisitos legales

Para poder constituir la empresa turística se necesita realizar los siguientes trámites:

##### 1) Registro de turismo

El registro de turismo se lo deberá hacer en el Ministerio de Turismo por una sola vez en la oficina regional correspondiente o en su oficina nacional.

Los requisitos para el registro son:

- Petición por escrito realizado por el interesado.

- Certificado de la designación y/o nombramiento del representante por parte de la Asamblea General de la organización.
- Estatutos de la asociación notariados mediante escritura pública con un costo de 1000,00 USD
- Copias de la cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizado del representante legal de la organización.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Pago de 80,00 USD.

**a) Registro Único de Contribuyentes.**

Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:

- Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal
- Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

## 2) Licencia Anual de Funcionamiento LUAF

Para obtener la licencia anual de funcionamiento los requerimientos son:

- a) Solicitud de Registro de Catastro Turístico dirigida al Señor Alcalde
- b) Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo
- c) Patente municipal actualizada
- d) Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional)
- e) Copia certificada del RUC
- f) Lista de precios del establecimiento turístico
- g) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

### c. Gatos de constitución

**Cuadro N° 84. Gastos de constitución**

<b>Gastos</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
De constitución	Estatutos Constitución	250
	Elevación escritura de registro	500
	Registro nombramiento legal	150
De permisos, patentes y licencias	Registro del MINTUR	80
	Licencia de funcionamiento	80
<b>TOTAL</b>		<b>1060</b>

## **D. VIABILIDAD SOCIO-AMBIENTAL**

Para determinar la viabilidad socio-ambiental se utilizará la Matriz de Lázaro Lagos donde se explicará la evaluación matricial de impactos con relación a los componentes socio-ambientales que están inmersos al impacto.

### **3. Identificación de acciones que pueden causar impacto**

#### **a. Fase de instalación**

##### **1) Implementación de señalética turística**

Se toma en cuenta esta acción ya que al ubicar señalética en los distintos atractivos turísticos es inevitablemente causar un impacto negativo sobre el área de montaje.

##### **2) Construcción de áreas de descanso**

La implementación de áreas de descanso necesitará de movimientos de tierra y área de construcción por lo cual se ha considerado común a actividad generadora de impacto.

##### **3) Implementación de basureros**

La implementación de basureros generará impacto en el espacio terrestre por lo tanto se lo ha considerado en el estudio.

#### **b. Fase de Operación**

##### **1) Operación turística**

La operación turística se la produce con personas, los cuales son generadores de impactos, motivo por el cual se encuentra involucrada dentro de presente proyecto.

## **2) Actividades turísticas y recreacionales**

Los turistas que visiten la parroquia Villa Hermoso para realizar las actividades turísticas y recreacionales producirán impactos sociales y ambientales en el proyecto.

## **3) Educación ambiental**

La educación ambiental se enfocará a la importancia y sensibilización de proteger el medio ambiente para los visitantes.

## **4) Generación de fuentes de trabajo**

Es un factor de beneficio a la localidad, el personal que laborará en el proyecto será pertenecientes a la parroquia Valle Hermoso. Todas las actividades generan fuentes temporales o permanentes de empleo, además, los negocios locales y pequeñas empresas serán beneficiados.

## **5) Tránsito de vehículos**

En los recorridos que se harán en cada uno de los paquetes turísticos propuestos, la movilización se lo hará por medio de vehículos quienes generan un impacto

## **2. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno, susceptibles a recibir impactos**

### **a. Aire**

El Aire es un factor susceptible a sufrir impactos con las actividades turísticas que se realicen en el área de estudio, al ser un elemento vital del ser humano, se debe hacer un estudio responsable del mismo. La utilización de vehículos en las dos fases de estudio produce un efecto negativo

sobre este elemento. El principal impacto a ser evaluado en este factor ambiental será la emisión de gases contaminantes.

#### **b. Suelo**

La fase de instalación causará sin duda impactos ambientales centrados principalmente en la compactación y la contaminación por desechos sólidos.

#### **c. Agua**

La utilización del agua es indispensable, por lo que es importante darle un buen uso de este recurso tan imprescindible para la humanidad. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

- 1) Incremento de utilización de agua en fuentes y vertientes
- 2) Conservación de los recursos hídricos

#### **d. Flora y Fauna**

La presencia de los turistas, puede causar impactos negativos tanto en flora como en fauna, aún más en la etapa de construcción mediante la modificación del hábitat.

La flora en la visita de los turistas se puede ver afectada en la recolección de las mismas.

En fauna la alteración del hábitat y comportamiento de las especies dará como resultado el alejamiento de especies.

La señalética restrictiva que se implementé beneficiará para que no se originen efectos mayores en estos elementos. Los principales impactos a ser evaluado en este factor ambiental son:

- 1) Alejamiento de especies de fauna
- 2) Pérdida de flora

### 3) Reforestación de especies nativas

#### **e. Socio económico**

El desarrollo del turismo en la zona contribuirá a crear relaciones culturales manejadas siempre en principios de igualdad y respeto. Otro beneficio del presente proyecto será con la economía parroquial por medio de la generación de fuentes de empleo.

Los principales impactos a ser evaluado en este factor ambiental son:

- 1) Aumento de turismo en la zona.
- 2) Sensibilización de turistas.
- 3) Intercambio cultural.
- 4) Aporte a la economía local.

#### **f. Paisaje**

El paisaje es otro factor en donde la intervención humana podría intervenir a manera de negativa. Siendo los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental los siguientes:

- 1) Generación y eliminación de basura
- 2) Perturbación por ruido
- 3) Conservación del entorno natural

## 1. Matriz Lázaro Lagos

Cuadro N° 85. Matriz de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1) Implementación de señalética	2) Construcción de áreas de descanso	3) Implementación de basureros	4) Operación turística	5) Actividades turísticas y recreacionales	6) Educación ambiental	7) Generación de fuentes de trabajo	8) Tránsito de vehículos		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
<b>A. AIRE</b>	X	X	X					X	Emisión de gases contaminantes	(-)	3	2	C	S <sub>c</sub>	1	3	C	N	8
<b>B. SUELO</b>				X	X				Compactación	(-)	2	2	D	P <sub>r</sub>	2	2	M	S	7
				X	X				Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	2	2	C	P <sub>r</sub>	2	3	C	S	8
<b>C. AGUA</b>				X	X				Incremento de utilización de agua en fuentes y vertientes	(-)	2	2	D	S <sub>c</sub>	1	3	C	S	7
				X	X				Conservación de los recursos hídricos	(+)	2	2	D	P <sub>r</sub>	2	3	C	S	10
<b>D. FLORA Y FAUNA</b>	X	X	X	X	X				Alejamiento de especies de fauna	(-)	2	2	C	P <sub>r</sub>	2	2	C	S	7
				X	X				Perdida de flora	(-)	2	2	C	P <sub>r</sub>	2	2	C	S	7
	X	X	X	X	X	X			Conservación de las especies de flora y fauna	(+)	2	2	D	P <sub>r</sub>	2	1	M	S	8

<b>E. SOCIO ECONÓMICO</b>				X	X		X		Aumento de turismo en la zona.	(+)	2	3	C	P r	2	3	L	S	1 1
						X			Sensibilización de turistas.	(+)	2	3	D	P r	2	3	M	S	1 1
				X	X				Intercambio cultural. (Conservación del patrimonio)	(+)	2	2	D	P r	2	3	M	S	1 0
	X	X	X	X			X		Aporte a la economía local.	(+)	2	2	C	P r	2	3	M	S	1 0
<b>F. PAISAJE</b>				X	X				Generación y eliminación de Basura	(-)	3	3	D	P r	1	1	C	S	7
	X	X	X	X	X				Perturbación por ruido	(-)	3	3	D	P r	2	2	C	S	9
				X	X	X			Conservación del entorno natural	(+)	2	2	D	P r	1	3	C	S	6

## 2. Matriz evaluación Lázaro Lagos

**Cuadro N° 86. Matriz evaluación Lázaro Lagos**

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								TOTAL	TOTAL	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	(+)	(-)	
<b>A</b>	-8	-8	-8					-8	-	<b>32</b>	<b>32</b>
<b>B</b>				-7,-8	-7,-8				-	<b>30</b>	<b>30</b>
<b>C</b>				-7	-7,+ 10	+10			<b>20</b>	<b>14</b>	<b>34</b>
<b>D</b>	-7, +8	-7, +8	-7,+8	-7,-7,+8	-7,-7, +8	+8			<b>48</b>	<b>49</b>	<b>97</b>
<b>E</b>				+11,+10, +10	+10, +11	+11	+11, +10		<b>84</b>	-	<b>84</b>
<b>F</b>	-9	-9	-9	7,-9,+6	-7,-9, +6	+6			<b>18</b>	<b>59</b>	<b>79</b>
<b>TOTAL (+)</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>35</b>	<b>21</b>	-	<b>170</b>		
<b>TOTAL (-)</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	-	-	<b>8</b>		<b>184</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>96</b>	<b>96</b>	<b>42</b>	<b>21</b>	<b>8</b>			<b>356</b>

### 3. Evaluación de la Matriz de Lázaro Lagos.

Los resultados obtenidos muestran que los valores positivos son de 170 frente a una variable negativa de 184, la medición del porcentaje ha sido calculado mediante una regla de tres simple donde el 100% equivale a 180 puntos que se obtiene de multiplicar los 15 impactos descritos por 12 que es el máximo de calificación o ponderación el resultado es 7,78% que según la tabla de afecciones ambientales es un proyecto con impacto No-significativo.

**Cuadro N° 87. Afectaciones al medio ambiente.**

<b>Rangos en %</b>	<b>Porcentaje de afectación</b>
<b>0-20</b>	No significativo
<b>20-40</b>	Poco significativo
<b>40-60</b>	Medianamente significativo
<b>60-80</b>	Significativo
<b>80-100</b>	Muy significativo

#### a. Actividades

Las acciones del proyecto de beneficio son la operación turística y las actividades turísticas y recreacionales igualadas con 45 puntos, a continuación se encuentra la educación ambiental con 35 puntos, seguido por la generación de fuentes de empleo representado por 21 puntos, finalmente la implementación de señalética, la construcción de áreas de descanso y la implementación de basureros (9 puntos), las actividades descritas son de gran importancia en la concientización ambiental y apoyo a que el proyecto marche correctamente.

Así como la operación turística y las actividades turísticas y recreacionales son las actividades más beneficiosas son también aquellas acciones que causan mayor impacto negativo en el proyecto con 52 puntos, incluidos a continuación la instalación y la construcción de señaléticas, áreas de descanso y basureros se igualan con 29 puntos y el tránsito de vehículos con 8.

## **b. Componentes Ambientales**

El componente socio-económico es el de mayor beneficio alcanzó una puntuación de 84 ya que sin duda la creación de fuentes de trabajo, el intercambio cultural y la sensibilización con el medio ambiente son factores muy importantes para la armonía ambiental.

El Agua, la flora y la fauna son componentes que se benefician con la conservación de recursos hídricos y de especies de flora y fauna. El componente agua obtuvo un valor de 20, en cambio la flora y fauna con 48.

Encabezando los componentes que resultan afectados tenemos el paisaje con 59, sin duda la modificación del entorno y la eliminación de los desechos son actividades relevantes, continúa el componente flora y fauna (49), el suelo obtuvo una puntuación negativa de 32 que básicamente se debe a la modificación del hábitat, además el aire con 30 y el agua con 14 son valores negativos mínimos gracias a las actividades de mitigación de impactos que se detalla en el plan de mitigación.

## 4. Plan de mitigación

Cuadro N° 88. Plan de mitigación

COMPONENTE	IMPACTOS	MEDIDAS	RESPONSABLE		CUANDO		REQUERIMIENTO	COSTO
			Realiza	Control	Realiza	Control		
<b>AIRE</b>	Emisión de gases contaminantes	Realizar revisión vehicular	Técnico	GAD parroquial	Todo el tiempo	Mensual	Registro	-
<b>SUELO</b>	Compactación	Adecuación de senderos.	Arquitecto	Dueños de fincas y GAD parroquial	Inicio de la obra civil	Diario	Propuesta de adecuación del sendero se encuentra en el estudio técnico.	-
	Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Manejo de desechos.	Arquitecto	GAD parroquial	Mientras se adecuan los senderos	Semanal	Se dispone la implementación de basureros separadores de desechos especificados en el estudio técnico	-
<b>AGUA</b>		Implementación de señalética de concienciación en las	Personal de la GAD	GAD parroquial	Fase operativa	Anual	27 letreros pegables	216

	Incremento de utilización de agua en fuentes y vertientes	fincas de uso del agua y del respeto a las fuentes y vertientes						
<b>FLORA Y FAUNA</b>	Alejamiento de especies de fauna	Capacitación de la flora y la fauna del sector	Ingeniero en ecoturismo	GAD parroquial	Inicio del proyecto	Anual	2 Capacitaciones acerca del cuidado y protección de la flora y la fauna.	80
	Perdida de flora							
	Conservación de especies de flora y fauna							
<b>SOCIO ECONÓMICO</b>	Aumento de turismo en la zona	Capacitación al personal y a la comunidad sobre turismo sostenible.	Ingeniero en ecoturismo	GAD parroquial	Antes de iniciar la operación turística	Anual	2 Capacitaciones al personal y a la comunidad.	80
	Sensibilización de turistas							
	Aporte a la economía local							

	Intercambio cultural (Conservación del patrimonio)	Evaluación arqueológica en la zona	Arqueólogo	INPC y GAD parroquial	Aprobada la propuesta	Anual	Se realizará el reconocimiento de los lugares patrimoniales de la parroquia como: Las Tolas del recinto Chigüilpe, El Mirador de la Selva, El Cristal	20000
<b>PAISAJE</b>	Generación y eliminación de basura	Los desechos inorgánicos, serán transportados para su posterior desalojo en los basureros municipales del cantón Santo Domingo. Los desechos orgánicos se los utilizará para generar abonó con el fin de apoyar al desempeño de la agricultura.	Arquitecto	GAD parroquial	Mientras se adecuan los senderos	Semanal	Se dispone la implementación de basureros separadores de desechos especificados en el estudio técnico	-
	Perturbación por ruido	Se verificarán que los tiempos de los recorridos por los atractivos sean los adecuados para que las personas y vehículos no produzcan impacto.	Guía	GAD parroquial	En la fase operativa	En los recorridos de los paquetes	Se llevará control de entrada y salida de vehículos en los diferentes recorridos.	-

	Conservación del entorno	Reforestación del terreno con especies de plantas nativas.	Arquitecto	GAD parroquial	En la etapa de construcción	Semestral	Colocación de plantas como: guayacan blanco, chisparo, caoba, caña guadua, sande y copal	Gestión con patrocinio del Gad provincial y mingas de beneficiarios y voluntarios
							<b>TOTAL</b>	20376

## VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

### 1. Viabilidad económica

#### a. Inversiones del proyecto

**Cuadro N° 89. Inversiones del proyecto**

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
<b>INVERSIONES FIJAS</b>		<b>44350,18</b>	<b>44350,18</b>
Limpieza y desbroce de los atractivos 0,5 ha		7500,00	7500,00
Señalética		35249,15	35249,15
Basureros		1730,15	1730,15
Sitios de descanso		1447,57	1447,57
Adecuación de la oficina		1500,00	1500,00
Muebles y enseres		1647,66	1647,66
Equipos de computación		2555,00	2555,00
Imprevistos		220,65	220,65
<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b>		<b>25336,32</b>	<b>25336,32</b>
Gastos de constitución legal de la empresa		1060,00	1060,00
Estudios		20376,00	20376,00
+Promoción y publicidad		2550,00	2550,00
Capacitación a personal		833,00	833,00
Intereses antes del funcionamiento		266,46	266,46
Imprevistos		250,85	250,85
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>21672,00</b>	<b>21672,00</b>
Sueldos y salarios		21172,00	21172,00
Contingencias		500,00	500,00
<b>TOTAL</b>		<b>91358,49</b>	<b>91358,49</b>

En el cuadro descrito se mencionan todas las inversiones fijas y diferidas así como también el capital de trabajo que se necesitará en el presente proyecto, el fin es conocer el total de la inversión que se necesitará para la propuesta del producto turístico.

**b. Fuentes y usos del proyecto**

**Cuadro N°90. Fuentes y usos del proyecto**

<b>TOTAL</b>	<b>Uso de fondos</b>	<b>Fuentes de financiamiento</b>	
		<b>Rec. propios</b>	<b>Banco</b>
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>44350,18</b>	13000	63950,95
Señalética	35249,15	35249,15	
Basureros	1730,15	1730,15	
Sitios de descanso	1447,57	1447,57	
Adecuación de la oficina	1500,00	1500	
Muebles y enseres	1647,66	1647,66	
Equipos de computación	2555,00	2555	
Imprevistos	220,65	220,648	
<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b>	<b>25336,32</b>		
Gastos de constitución legal de la empresa	1060,00	1060	
Estudios	20376,00	20376	
Promoción y publicidad	2550,00	2550	
Capacitación a personal	1341,00	1341	
Intereses durante la propuesta	266,46	266,4622758	
Imprevistos	250,85	250,8546228	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>21672,00</b>		
Sueldos y salarios	21172,00	21172	
Contingencias	500	500	
<b>TOTAL</b>	<b>91358,49</b>	91866,49	63950,95

Las fuentes y usos del proyecto describe los recursos propios que la empresa necesitará y cuál será el monto necesario de préstamo que se requerirá para realizar el proyecto.

**c. Financiamiento del proyecto**

**Cuadro N° 91. Financiamiento del proyecto**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
PRESTAMO (MINTUR) 70%	63950,95
GAD PARROQUIAL VALLE HERMOSO	13000,00
ASOCIADOS	14407,55
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>91358,49</b>
<b>TOTAL APORTE ASOCIACIÓN</b>	<b>27407,55</b>

El Ministerio de Turismo con su programa “Negocios Turísticos Productivos”, conjuntamente con el Banco del Fomento otorgan préstamos, que van de \$701,00 hasta \$300000,00 con un plazo máximo de pago de 10 años y una tasa de interés del 5%.

El financiamiento requiere de la inversión de tres entidades como el Ministerio de Turismo que aportará con el préstamo el monto del 70% del total de la inversión, el GAD parroquial cuenta con un capital para invertir en proyectos de turismo según el POA \$13000. La Asociación mixta o empresa que se constituirá tendrá que aportar con el restante.

**d. Depreciación de los activos fijos**

**Cuadro N°92. Depreciación de los activos fijos**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR DEL BIEN</b>	<b>DEPR. ANUAL</b>	<b>VALOR SALVAMEN.</b>	<b>VALOR DE DEPRECIACION</b>	<b>DURACION DEL PROYECTO</b>	<b>% DEPR.</b>	<b>AÑOS LEY</b>
Señalética	35249,15	3524,92	17624,58	17624,58	5	10%	10
Basureros	1730,15	173,02	865,08	865,08	5	10%	10
Sitios de descanso	1447,57	144,76	723,79	723,79	5	10%	10
Adecuación de la oficina	1500,00	75,00	0,00	375,00	5	10%	20
Muebles y enseres	1647,66	164,77	823,83	823,83	5	10%	10
Equipos de computación	2555,00	851,67	0,00	4258,33	5	33%	3
<b>TOTAL</b>		4082,45	20037,27	20412,27			

La depreciación de los activos es un cálculo muy importante que nos indicará cual es el monto de recuperación de los bienes con los que cuenta la empresa al quinto año por su valor de depreciación según porcentajes y años establecidos en las leyes.

**e. Amortización de activos diferidos**

**Cuadro N°93. Amortización de activos diferidos**

<b>DIFERIDO</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28016,55</b>	<b>5603,31</b>	<b>5603,31</b>	<b>5603,31</b>	<b>5603,31</b>	<b>5603,31</b>
Gastos de constitución legal de la empresa	1060,00	212,00	212,00	212,00	212,00	212,00
Estudios	20376,00	4075,20	4075,20	4075,20	4075,20	4075,20
Promoción y publicidad	2550,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00
Capacitación a personal	833,00	166,60	166,60	166,60	166,60	166,60
Intereses antes del funcionamiento	3197,55	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Se han hecho los diferidos de cada uno de las inversiones que se podrán pagar anualmente.

**f. Cálculo del pago de la deuda o amortización del préstamo**

El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:

**a.** Préstamo \$63.950,95

**b.** Plazo 1 año

**c.** Capitalizable anual

**d.** Interés 5%

**Cuadro N° 94. Cálculo del pago de la deuda**

<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL PREST.</b>	<b>INTERES</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>	<b>CUOTA PAGO</b>	<b>SALDO</b>
1	63950,95	266,46	5329,25	5595,71	58621,70
2	58621,70	266,46	5329,25	5595,71	53292,46
3	53292,46	266,46	5329,25	5595,71	47963,21
4	47963,21	266,46	5329,25	5595,71	42633,96
5	42633,96	266,46	5329,25	5595,71	37304,72
6	37304,72	266,46	5329,25	5595,71	31975,47
7	31975,47	266,46	5329,25	5595,71	26646,23
8	26646,23	266,46	5329,25	5595,71	21316,98
9	21316,98	266,46	5329,25	5595,71	15987,74
10	15987,74	266,46	5329,25	5595,71	10658,49

PERIODO	CAPITAL PREST.	INTERES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
11	10658,49	266,46	5329,25	5595,71	5329,25
12	5329,25	266,46	5329,25	5595,71	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>3197,55</b>	<b>63950,95</b>	<b>67148,49</b>	

Se calculó los pagos del préstamo los mismos se realizarán mensualmente y se concluirá el pago del mismo en el lapso de un año.

**g. Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto**

**Cuadro N° 95. Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto**

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>1. COSTOS DE PRODUCCION</b>						
Sueldos y salarios	21.172,00	22.203,08	23.284,37	24.418,31	25.607,49	26.854,57
<b>Subtotal</b>	<b>21.172,00</b>	<b>22.203,08</b>	<b>23.284,37</b>	<b>24.418,31</b>	<b>25.607,49</b>	<b>26.854,57</b>
<b>2. COSTOS DE ADMINISTRACION</b>						
Depreciaciones Ac. Fijos	4082,45	4281,27	4489,766	4708,42	4937,72	5178,18
Gastos de constitución legal de la empresa	1060	1111,62	1165,758	1222,53	1282,07	1344,50
<b>Subtotal</b>	<b>5.142,45</b>	<b>5.392,89</b>	<b>5.655,52</b>	<b>5.930,95</b>	<b>6.219,79</b>	<b>6.522,69</b>
<b>3. GASTOS DE VENTAS</b>						
Promoción y publicidad	2550,00	2550	2550	2550	2550	2550
<b>Subtotal</b>	<b>2.550,00</b>	<b>2.550,00</b>	<b>2.550,00</b>	<b>2.550,00</b>	<b>2.550,00</b>	<b>2.550,00</b>
<b>4. COSTOS FINANCIEROS</b>						
Intereses bancarios		3.197,55				
<b>Subtotal</b>	<b>0,00</b>	<b>3.197,55</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>28.864,45</b>	<b>33.343,51</b>	<b>31.489,89</b>	<b>32.899,26</b>	<b>34.377,27</b>	<b>35.927,26</b>

Aquí se resumen todos los costos y gastos que se tendrá en los 5 años del proyecto, las proyecciones se las hizo con el cálculo del interés compuesto con la tasa de inflación del Ecuador que es el 4,87%.

## h. Estructura de ingresos

**Cuadro N° 96. Estructura ingresos totales**

CONCEPTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Paquete 1: Adentrando a la magia de Valle Hermoso 16,66%	7385,53	9122,54	11404,29	14407,87	18368,19
Paquete 2: Valle Hermoso extremo 16,66%	11352,94	14023,05	17530,52	22147,59	28235,34
Paquete 3: Una experiencia dulce 16,66%	7385,53	9122,54	11404,29	14407,87	18368,19
Paquete 4: Descubriendo Valle Hermoso 50%	73303,28	90543,54	113190,46	143001,83	182309,02
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>99.427,28</b>	<b>122.811,66</b>	<b>153.529,54</b>	<b>193.965,17</b>	<b>247.280,75</b>

Los ingresos han sido calculados según el número de paquetes, en este caso han sido propuestos cuatro, han sido divididos en porcentajes diferentes de acuerdo a la pregunta de permanencia de la encuesta. Para conocer los ingresos se multiplicó el número de personas por el precio de cinco pax ya que representa el grado de aceptación mayoritario en la pregunta del número de personas con las que desea viajar.

## i. Estado proforma de resultados

**Cuadro N°97. Estado proforma de resultados**

RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas netas	99.427,28	122.811,66	153.529,54	193.965,17	247.280,75
- Costos de producción	22.203,08	23.284,37	24.418,31	25.607,49	26.854,57
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>77.224,21</b>	<b>99.527,30</b>	<b>129.111,23</b>	<b>168.357,68</b>	<b>220.426,18</b>
-Costos de administración	5.392,89	5.655,52	5.930,95	6.219,79	6.522,69
-Costos de ventas	2.550,00	2.550,00	2.550,00	2.550,00	2.550,00
<b>Utilidad operativa</b>	<b>69.281,32</b>	<b>91.321,77</b>	<b>120.630,28</b>	<b>159.587,90</b>	<b>211.353,49</b>
-Costo financiero	3.197,55	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad neta antes de rep de utilidades</b>	<b>66.083,77</b>	<b>91.321,77</b>	<b>120.630,28</b>	<b>159.587,90</b>	<b>211.353,49</b>
- Reparto de utilidades 15%	9.912,57	13.698,27	18.094,54	23.938,18	31.703,02
<b>Utilidad neta antes de impuestos</b>	<b>56.171,20</b>	<b>77.623,51</b>	<b>102.535,74</b>	<b>135.649,71</b>	<b>179.650,47</b>
- Impuestos 25%	14.042,80	19.405,88	25.633,93	33.912,43	44.912,62
<b>Utilidad neta</b>	<b>42.128,40</b>	<b>58.217,63</b>	<b>76.901,80</b>	<b>101.737,28</b>	<b>134.737,85</b>

El presente cuadro representa las utilidades netas después de obtener la diferencia relacionada a los costos e impuestos que el proyecto requiere.

## j. Balance general

Cuadro N° 98. Balance general

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente (capital de trabajo)	21.672,00	22.727,43	23.834,25	24.994,98	26.212,24	27.488,77
Activo fijo	44.350,18	44.350,18	44.350,18	44.350,18	44.350,18	44.350,18
Depreciación acumulada		4.082,45	8.164,91	12.247,36	16.254,81	81.199,06
Ac. diferi (valor anual de amort)	25.336,32	20.269,05	15.201,79	10.134,53	5.067,26	0,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>91.358,49</b>	<b>91.429,11</b>	<b>91.551,13</b>	<b>91.727,04</b>	<b>91.884,49</b>	<b>153.038,01</b>
Pasiv. corr (intereses)		3.197,55				
Pasiv. Largo p. (préstamo)		63.950,95				
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0,00</b>	<b>67.148,49</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Patrimonio	91.358,49	91.358,49	91.358,49	91.358,49	91.358,49	91.358,49
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		-67.077,88	192,63	368,55	525,99	61.679,51
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	91.358,49	158.506,99	91.358,49	91.358,49	91.358,49	91.358,49

El balance general hace referencia al restante de capital que se obtendrá luego de confrontar el total de activos y pasivos versus el patrimonio que poseerá la empresa.

**k. Cálculo del flujo de caja del proyecto (cash flow)**

**Cuadro N° 99. Balance general**

	<b>RUBROS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
+	VENTAS		99.427,28	122.811,66	153.529,54	193.965,17	247.280,75
+	VALOR SALVAMENTO						20037,27
-	COST. PRODUCC.		22.203,08	23.284,37	24.418,31	25.607,49	26.854,57
-	COSTOS. ADMINIS.		5.392,89	5.655,52	5.930,95	6.219,79	6.522,69
-	COSTOS VENTAS		2.550,00	2.550,00	2.550,00	2.550,00	2.550,00
-	COSTOS FINANCIEROS		3.197,55	0,00	0,00	0,00	0,00
-	AMORT. ACT. DIFE.(1 AÑ)		63.950,95	0,00	0,00	0,00	0,00
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		2.132,82	91.321,77	120.630,28	159.587,90	231.390,76
-	REPARTO UTILIDADES		319,92	13.698,27	18.094,54	23.938,18	34.708,61
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		1.812,90	77.623,51	102.535,74	135.649,71	196.682,14
-	IMPUESTO		453,22	19.405,88	25.633,93	33.912,43	49.170,54
=	UTILIDAD NETA		1.359,67	58.217,63	76.901,80	101.737,28	147.511,61
+	DEPRECIACIONES		4.082,45	4.082,45	4.082,45	4.082,45	4.082,45
+	AMORT. ACT. NOMINAL		5.067,26	5.067,26	5.067,26	5.067,26	5.067,26
-	INVERSIONEN MAQ. Y EQ.	2.555,00					
-	INV. TERRENO Y OBRA FISICA	47.426,87					
-	INVERSION OTROS	1.868,31					
-	INV. ACT. NOMINAL	25.336,32					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO	21.672,00					
+	RECUP. CAPITAL TRABAJO						
-	AMORT. PRESTAMO		63.950,95	0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-98.858,49</b>	<b>-53.441,56</b>	<b>67.367,35</b>	<b>86.051,52</b>	<b>110.887,00</b>	<b>156.661,33</b>

El cuadro representa el movimiento de efectivo con el que contará la empresa anualmente tomando en consideración las utilidades en comparación con las inversiones que se requieren en el proyecto.

## 1. Punto de equilibrio

**Cuadro N° 100. Punto de Equilibrio**

<b>Rubro</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos Totales	99.427,28	122.811,66	153.529,54	193.965,17	247.280,75
Costos fijos totales	33343,51	31489,89	32899,26	34377,27	35927,26
Costos variables totales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Unidades a producir	874,55	1080,24	1350,43	1706,09	2175,05
Precio de mercado	346,9	346,9	346,9	346,9	346,9
CVU= Costo Variable Unitario	86,7	86,7	86,7	86,7	86,7
QE= Punto de equilibrio para las unidades producidas	128	121	126	132	138
YE= Punto de equilibrio para los ingresos	33344	31490	32899	34377	35927
PE= Precio de equilibrio	124,9	115,9	111,1	106,9	103,3
MG= Margen de Error	222,1	231,1	235,8	240,1	243,7
U= Porcentaje de producción	0,38	0,28	0,23	0,19	0,15

El punto de equilibrio es el valor de las unidades producidas, los ingresos y el precio para no tener ni pérdidas ni ganancias dentro de la empresa.

## 2. Evaluación financiera

### a. Evaluación financiera

**Cuadro N° 101. Evaluación financiera.**

<b>VAN</b>	\$ 190.151,19
<b>TIR</b>	35,55%
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN</b>	3 años
<b>RELACIÓN BENEFICIO/COSTO</b>	\$ 3,72

El Valor Actual Neto es un resultado positivo de \$190.151,19 que representa sobre el proyecto la generación de ingresos.

Se obtuvo una tasa interna de retorno del 35,55% que en comparación con la tasa pasiva de los bancos (5%) lo que indica que el proyecto generará una ganancia 7 veces mayor que la entidad bancaria.

Con la relación beneficio costo se ha obtenido un valor de \$3,72 lo que indica que por cada \$1,00 invertido se obtendrá una ganancia de 2,72.

Finalmente el período de recuperación del capital invertido será en un tiempo de tres años.

## **VI. CONCLUSIONES**

- A.** Mediante la validación del potencial turístico se determinó 17 atractivos turísticos los cuales el 47% corresponden a la categoría sitios naturales y el 53% a la categoría de manifestaciones culturales, mismas que pueden ser aprovechados sosteniblemente, mediante el desarrollo de la oferta turística.
- A.** En la Viabilidad comercial se identificó el nivel de aceptación del turista nacional con el 98%, local 95% y extranjero con el 100%; lo que indica que existe una amplia aceptación por realizar las actividades propuestas en el producto.
- B.** Los cuatro paquetes turísticos han sido diseñados tomando en cuenta el perfil del turista local, nacional y extranjero que incluye la visita a sitios naturales y culturales y forme parte de la vida cotidiana de la comunidad.
- C.** El proyecto administrativamente estableció la necesidad de contratar a 3 personas con dependencia laboral directamente de la empresa, legalmente se determinó el tipo de empresa como una asociación mixta además se estableció los derechos y obligaciones turísticas.
- D.** La viabilidad socio-ambientalmente es factible por mostrar un impacto negativo no significativo en la implementación del proyecto, sin duda el trabajo que involucra personas es señal de impactos negativos al ambiente pero también se generan beneficios al desarrollo parroquial.
- F.** El proyecto es económico y financieramente viable por los resultados obtenidos descritos en los siguientes indicadores: Valor Actual Neto (VAN)= \$190.151,19, tasa interna de retorno (TIR)= 35,55%, la relación beneficio/costo= \$ 3,72 lo que indica que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 2,72 ctvs, y la recuperación del capital será en un tiempo de 3 años.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- A.** Se recomienda que las autoridades e instituciones a fines sigan apoyando a los proyectos para mejorar la calidad de vida de las comunidades, y de esta manera obtener ingresos económicos.
- B.** Es necesario que el GAD parroquial competente se encargue de mejorar la infraestructura básica necesaria para la parroquia.
- C.** Se recomienda implementar a cabalidad la propuesta del diseño técnico mediante la participación de la comunidad para que el adecuado funcionamiento del proyecto.
- D.** Se requerirá contratar el personal según el perfil establecido para los puestos de trabajo y recordar siempre a los funcionarios la utilización del manual de cargos establecido.
- E.** Considerar las actividades propuestas en el plan de mitigación con el fin de contrarrestar los impactos provocados por el inicio de funcionamiento del proyecto.
- F.** Estar pendiente del punto de equilibrio y no descuidar las unidades mínimas a producir para evitar pérdidas en el proyecto.

## VIII. RESUMEN

### VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: determinar la factibilidad para la implementación de un producto de turismo comunitario en la parroquia Valle Hermoso, cantón Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, a través de un proceso participativo se recopiló información primaria y secundaria con salidas de campo. Con la validación del potencial turístico se identificó 17 atractivos naturales y culturales aptos para un aprovechamiento sostenible. Mediante la viabilidad comercial se detalla el perfil del turista local, nacional y extranjero, con el análisis de la confrontación demanda y oferta se estipuló los clientes objetivos para el proyecto. En la estructura técnica se elaboró 4 paquetes turísticos, se definieron estrategias de difusión y comercialización en base a las 4C de la mercadotecnia (Costo, conveniencia, consumidor y comunicación). El estudio ambiental es factible por mostrar un impacto negativo no significativo en la implementación del producto. Para una adecuada operación del proyecto, funcionará como figura legal una empresa de economía mixta regulada por las leyes pertinentes del Ecuador. El estudio económico-financiero determina que la inversión inicial será de \$91358,49 dando un VAN positivo \$ 190.151,19 y una relación beneficio costo de \$ 3,72 centavos, el tiempo de recuperación de la inversión será de 3 años alcanzando un TIR de 35,55%. Se concluye que el producto turístico comunitario es factible para la implementación, el cual mejorará la calidad de vida de la población.



**IX. SUMMARY**

## X. BIBLIOGRAFÍA

1. Arboleda, G. (1998). *Proyectos formulación, evaluación y control*. Bogota. Colombia: AC Editores
2. Cobra, M. (2003). *Marketing de servicios, estrategias de turismo, finanzas, salud y comunicación*. Quito. Ecuador
3. Espinosa, G. P. (2010). *Rentabilidad económica y rentabilidad financiera*. Consultado el 11 de Julio de 2010. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/32889464/RENTABILIDAD-ECONOMICA-Y-RENTABILIDAD-FINANCIERA#scribd>
4. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2012). *Turismo Comunitario*. Quito. Ecuador
5. Gurria, M. (1991). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
6. Hernandez, E. (1997). *Proyectos turísticos-Formulación y evaluación*. México: Trillas.
7. Macias, G. W. (2013). *Diseño de un producto de turismo comunitario para potencializar la zona Julio Moreno Espinoza en la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas* (Ingeniero en Ecoturismo). Universidad Católica del Ecuador, Santo Domingo, Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador.
8. Ministerio de Turismo. (2010). *Reglamento de Centros de Turismo Comunitario*. Quito, Ecuador.
9. Ministerio de Turismo. (2004). *Metodología para la inventariación de atractivos turísticos*. Quito. Ecuador
10. Ocampo, E. (2003). *Costos y evaluación de proyectos*. México: CECOSA 2002
11. Oñate, S. (2006). *Seminario Taller para la Elaboración de paquetes turísticos*. Ecuador.
12. Organización Mundial de Turismo. (1998). *Turismo*. Disponible en <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
13. Programa Regional Ambiental para Centroamérica. (2001). *Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos*. Guatemala: PROARCA 1998
14. Rafael Luna. (2001). Estudio de Factibilidad. En R. L. Chávez, *Estudio de Factibilidad y Proyectos Ecoturísticos*. Guatemala: PROARCA 1998. p. 6.
15. Sierra, R. (1999). *Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador Continental*. Proyecto INEFAN/GEF-BIRF y eco-ciencia. Quito.
16. Silva, A. (2013). *Evaluación del potencial turístico de la parroquia Valle Hermoso, cantón Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador p. 256

17. Tierra, P. (2008). *Planificación Territorial*. Riobamba: ESPOCH.
18. Tuner, P. &. *UNAD*. Consultado el 14 de 05 de 2015. Obtenido de [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/358024/contLinea/leccin\\_10\\_valoracin\\_econmica\\_ambiental\\_y\\_el\\_analisis\\_costo\\_beneficio.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/358024/contLinea/leccin_10_valoracin_econmica_ambiental_y_el_analisis_costo_beneficio.html)
19. Turismo, M. d. (2014). *Manual de señalización turística*. Quito: Mintur 2004
20. Vanegas, P. (2010). *Proyectos Factibles*. Editorial RSS 2008
21. Váquiro, J. *Pymes futuro*. Consultado el 07 de 05 de 2015. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.ht>

## XI. ANEXOS

### A. ANEXO 01

#### 1. Atractivos naturales

Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico río Blanco

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Araceli Paola Silva Chamorro	1.2 Ficha N° 001
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 12-12-2013
1.5 Nombre del Atractivo: Río Blanco	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Río	
1.8 Subtipo: Rápido o raudal	
	
<b>Fotografía N° 01: Río Blanco</b> <b>Por: Araceli Silva Ch</b>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas	2.2 Cantón: Santo Domingo
2.3 Parroquia: Valle Hermoso	
2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84) X:0662242E	Y:9989514N
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Valle Hermoso	3.2 Distancia: 0km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 3304.2 Temperatura: 23 a 26°C	

<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El río Blanco atraviesa la parroquia Valle Hermoso de Este a Oeste el centro urbano se encuentra a las orillas del caudaloso río.
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b> El río Blanco posee unas caudalosas aguas, es uno de los principales ríos de la provincia y siendo de gran importancia para la parroquia debido a que es el principal atractivo turístico donde se practica deportes de aventura como el rafting y kayak.
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Rápidos y raudales de clase II y III Riberas Remanentes de bosque a las orillas La Bocana Especies de aves
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> En época de invierno el río es muy caudaloso y existen desbordamientos. Los deportes de aventura se realizan con mayor precaución.
<b>4.8 Usos</b>
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Este río actualmente es muy conocido y visitado por las características que presenta para realizar rafting y kayak, agencias de viaje de la provincia y el país realizan estos deportes en el río.
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Observación de aves, observación de flora y fauna.
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> La implementación de facilidades turísticas en los lugares claves de la práctica del rafting y kayak. Reforestación de las riberas del río.
<b>4.9 Impactos</b>
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> Con la continuación del turismo en el río Blanco se invectaría a la conservación del recurso.
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> La práctica de estos deportes de aventura por empresas privadas no deja ningún beneficio a la comunidad.

## 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

**5.1 Estado:** Conservado

### 5.2 Causas:

El atractivo se encuentra en el estado natural, con un buen caudal de agua siendo uno de los principales ríos de la provincia. Aunque existen problemas de contaminación del agua por las aguas servidas provenientes de Santo Domingo y por el botadero de basura del Cantón que se encuentra ubicado por este sector.

## 6. ENTORNO

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro

### 6.2 Causas:

Debido a las actividades agro-productivas y pecuarias se ha deforestado las riberas del río.

<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Carretera primer y segundo orden
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Conservado.	<b>7.4 Transporte:</b> vehículo público
	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año.

**7.7 Observaciones:**

### **8. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Infraestructura existente en la cabecera parroquial de Valle Hermoso tales como: alimentación donde ofrecen comida típica del lugar, alojamiento en hosterías tales como Kashama, Valle Hermoso, Campamento verano Río Blanco que está ubicado orillas del río.

### **9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**9.1 Agua:** Ríos, esteros                      **9.2 Energía Eléctrica:** Interconectado  
**9.3 Alcantarillado:** No existe.

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

<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
Río Cristal	1km
Comunidad Tsáchila Shinopi Bolon	4km
Bosque protector La Perla	3,50km

### **11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO**

**11.1 Difusión:** Nacional

### **12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO**

<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>55</b>

### **13. JERARQUIZACIÓN**

<b>Jerarquía III</b>
----------------------

**Cuadro N .**Ficha de inventario del atractivo turístico La Bocana

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N°</b> 002
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 15-04-2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> La Bocana	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Rápido o raudal	
	
<p><b>Fotografía N° 01:</b> Unión del río Toachi y Blanco "La Bocana"  <b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b> X: 696869E	Y: 9987776N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 6km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3304 <b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El atractivo se encuentra ubicado a 6 km de Valle Hermoso. En la unión del río Toachi y el río Blanco.	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b> Es la unión del río Toachi y el río Blanco, con una extensa playa de arena con flora típica del lugar, presenta piedras grandes a las orillas y en la mitad del río. Tiene aproximadamente un ancho de 25 m. Es apropiado para realizar deportes de aventura, actualmente este es el lugar de donde comienza la actividad de rafting y kayak.	

Además el paisaje natural es de lo que hace un lugar adecuado para disfrutar de la naturaleza.
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Playa de arena en las riberas Remanente de bosque secundario Río Blanco Río Toachi
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Para visitar se debe solicitar permiso al propietario de la finca porque para ingresar al río se debe cruzar por esta finca.
<b>4.8 Usos</b>
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Constituye un atractivo turístico que es visitado por la gente de la parroquia y el cantón para realizar rafting y kayak.
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Observación de aves, cabalgatas, fotografía. Crear una zona adecuada para la práctica del rafting.
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Es necesario que se implemente un sistema de señalética, infraestructura turística de baterías sanitarias, duchas, vestidores, adecuación de los senderos.
<b>4.9 Impactos</b>
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> Con la implementación del turismo se está haciendo conocido al lugar.
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> Los turistas que visitan el atractivo botan basura.

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>5.1 Estado:</b> No alterado
<b>5.2 Causas:</b> El atractivo se encuentra en su estado natural no ha sido intervenido.

<b>6. ENTORNO</b>
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro
<b>6.2 Causas:</b> Debido a que es una zona ganadera se puede observar los pastizales alrededor del río.

<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Carretera segundo orden.
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Conservado.	<b>7.4 Transporte:</b> vehículo privado
	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b> Se necesita dar mantenimiento a esta carretera ya que en invierno hay tramos que son intransitables.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura existente en la cabecera parroquial de Valle Hermoso tales como: alimentación donde ofrecen comida típica del lugar, alojamiento en hosterías.	

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Ríos, esteros	<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Interconectado

<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Balneario Las Cabañas RaceTracke	<b>10.2 Distancia:</b> 4 km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>11.1 Difusión:</b> Local

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
	APOYO	a) Acceso
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		<b>29</b>

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
<b>Jerarquía II</b>

**Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico Playa de las Garzas**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N°</b> 003
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 08-11-2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Playa de las Garzas	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Ribera	



**Fotografía N° 02:** Sendero de la playa de las Garzas  
**Por:** Araceli Silva Ch

2. UBICACIÓN	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b> X: 690702E	Y: 9990859N

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 0.50km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
<b>4.1 Altitud:</b> 249msnm <b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El atractivo se encuentra ubicado en las orillas del río Blanco, ingresando por el inicio del puente de ingreso a Valle Hermoso, al lado izquierdo.
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Durante el recorrido se puede divisar un paisaje natural formado por el caudal del río Blanco, apto para meditar estando en contacto de la naturaleza, se pueden observar especies de flora que se adaptan a las orillas de los ríos como el Chiparo una especie de árbol que se asimila al manglar. En un sector del recorrido se posan las tardes cientos de garzas bueyeras pertenecientes al nombre científico <i>Bubulcus ibis</i> formando un paisaje de color Blanco, siendo una zona de descanso y anidamiento para las aves.
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Playa de arena en las riberas Remanente de bosque secundario en la orilla del Río Río Blanco Isla de las Garzas

<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
No se requiere pedir autorización para visitar el sitio, pero para visitar la isla de las garzas se debe ir con alguien que conozca la zona.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
No se está dando un uso turístico, vía de acceso hacia fincas.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Observación de aves, ciclismo, fotografía, caminata.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Es necesario que se implemente un sistema de señalética, zona de parqueadero, adecuación de los senderos, adecuación de la zona donde terminan las regatas.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
Con la implementación del turismo se está haciendo conocido al lugar.	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
Los turistas que visitan el atractivo botan basura.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Los propietarios de las fincas aledañas mantienen y adecuan las orillas del río Blanco proyectando a la creación de un sector turístico.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b>	
Debido a que es una zona ganadera se puede observar los pastizales alrededor del río.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Carretera segundo orden.
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Conservado.	<b>7.4 Transporte:</b> vehículo privado
	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b> Se necesita dar mantenimiento a esta carretera ya que en invierno hay zonas donde hay desbordamiento del Río Blanco.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura existente en la cabecera parroquial de Valle Hermoso tales como: alimentación donde ofrecen comida típica del lugar, alojamiento en hosterías.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Ríos, esteros	<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Interconectado
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
La Bocana	7km
Río El Cristal	0.50km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>36</b>

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
<b>Jerarquía II</b>

**Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico Río Como Hacemos**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N</b> 004
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 16/04/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Río Como Hacemos	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Rápido o raudal	
	
<p><b>Fotografía N° 03: Río Como Hacemos</b>  <b>Por: Araceli Silva Ch</b></p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	
X: 702415E	Y: 9993709N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 8km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 418m.s.n.m	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El atractivo se encuentra ubicado en recinto Cristóbal Colón	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Es un río de agua cristalina, rodeado de un ambiente natural, la gente del sector visita este atractivo con frecuencia para disfrutar de un refrescante baño. El río está rodeado de un pequeño remanente de bosque primario el cual le da un aspecto muy natural al atractivo. Existen especies de peces como la guaña (especie de bagre de agua dulce), el cual forma parte de un plato típico y exquisito de Valle Hermoso.	

<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>
- Playa de arena - Río - Pequeño remanente de bosque primario
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>
No se necesita ningún permiso para visitar el lugar.
<b>4.8 Usos</b>
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>
Constituye un atractivo turístico que es visitado por la gente de la parroquia. Usado como balneario natural
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>
Adecuación para un balneario ecológico sin afectar el entorno natural
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>
Es necesario que se implemente un sistema adecuado de señalética. Implementación de facilidades turísticas (Basureros, cabañas, senderos) Adecuación de un parqueadero
<b>4.9 Impactos</b>
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>
Por la visita del lugar se está difundiendo turísticamente
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>
Los turistas que visitan el atractivo botan basura, contaminan bañándose con jabón y lavando la ropa.

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>5.1 Estado:</b> Conservado
<b>5.2 Causas:</b>
El atractivo en sí se encuentra conservado y el río no es contaminado

<b>6. ENTORNO</b>
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro
<b>6.2 Causas:</b>
El caudal de agua se ha ido reduciendo debido a que captan agua en las fincas cercanas al río para utilizar en procesos de ganadería y agricultura.

<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Secundaria
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Conservado	<b>7.4 Transporte:</b> privado
	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> - En la cabecera parroquial hay una asociación de camionetas que realizan fletes a este atractivo.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura existente en la cabecera parroquial de Valle Hermoso y hosterías que se encuentran en la zona. Tales como Kashama , Valle Hermoso, Campamento Bereano Río Blanco	

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>
<b>9.1 Agua:</b> De pozo <b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No existe

<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Finca Karen María	<b>10.2 Distancia:</b> 3 km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>11.1 Difusión:</b> Local

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		<b>32</b>

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
<b>Jerarquía II</b>

**Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico del Río El Cristal**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N°</b> 005
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 16/04/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Río El Cristal	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Rápido o Raudal	
	
<b>Fotografía N° 04:</b> Río El Cristal <b>Por:</b> Araceli Silva Ch	

<b>2.UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	<b>X:</b>
691817E	<b>Y:</b> 9990499N

<b>3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 500 m

<b>4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 344 m.s.n.m.	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26 °C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> A 500 metros del centro rural de la parroquia Valle Hermoso	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Río de agua cristalina, orillas de arena blanca, rodeado de flora y fauna, en las cercanías hay haciendas visualmente atractivas que acompañan y han mantenido la naturaleza del río.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Remanente de bosque secundario	

Playa con arena a las orillas del río
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> No existe ningún permiso para ingresar al río ya que es un balneario público
<b>4.8 Usos</b>
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Balneario público, en la ladera se encuentran viviendas, haciendas y una pequeña escuela infantil. Fuente directa de dotación de agua para ganado de las fincas cercanas.
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Balneario público proyectado para un sitio de recreación
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Creación de senderos, cabañas naturales, señalética
<b>4.9 Impactos</b>
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> Conservación del agua
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> Contaminación por el desecho de basura por parte de la población aledaña al atractivo. Ampliación de la colonización por parte de los habitantes del sector.

## 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

**5.1 Estado:** Conservado

**5.2 Causas:**

El Gobierno parroquial mediante el área ambiental tiene programas de protección de los ríos.

## 6. ENTORNO

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro

**6.2 Causas:**

Ampliación de la frontera agrícola.

Ampliación de caseríos de la cabecera parroquial.

Vertedero de basura en las orillas del río.

Vertedero de escombros de construcciones.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

**7.1 Tipo:** Terrestre

**7.2 Subtipo:** Secundario

**7.3 Estado de Vías:** Mal estado

**7.4 Transporte:** Santo Domingo

**7.5 Frecuencias:** Cada 10 minutos

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

**7.7 Observaciones:**

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS

Cerca de este atractivo se encuentran establecimientos de alojamiento y también se puede encontrar sitios de ventas de comida típica del sector.

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Ríos, esteros	<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Interconectado
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Río Blanco Playa de las Garzas	<b>10.2 Distancia:</b> 600 metros 800 metros
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>34</b>

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
<b>Jerarquía II</b>

**Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico La Chorrera**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N°</b> 006
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 16/04/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada “La Chorrera”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<p><b>Fotografía N° 05:</b> Cascada “La Chorrera”  <b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>	

<b>2.UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	
<b>X:</b> 687457E	<b>Y:</b> 9993734N

<b>3.CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 8 km

<b>4.CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 250 m.s.n.m.	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26 °C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm	

<p><b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> La cascada está ubicada a 8 km del centro rural de la parroquia Valle Hermoso, en la vía a Flor del Valle.</p>
<p><b>4.5 Descripción del atractivo</b> La cascada tiene aproximadamente seis metros de caída con un caudal medio. El Agua es cristalina, se evidencia la presencia de rocas. Rodeado de un pequeño remanente de bosque secundario donde se puede encontrar especies de animales, insectos como mariposas de hermosos colores, anfibios, etc.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman</b> Rocas aptas para realizar escalada, bosque secundario</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Para ingresar a este atractivo se debe solicitar permiso a la señora Zoila Proaño dueña de la finca donde se encuentra la cascada.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b> El agua de la cascada se utiliza como sitio de abastecimiento para el ganado y la agricultura de la finca.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Cascada proyectada para la realización de deportes de aventura como el canopping ya que presenta características propicias para esta actividad.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Adecuación del sitio para la realización de canopping. Recuperación del entorno ya que una parte se ve afectada por la ampliación del pastoreo.</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b> Conservación del agua y del entorno Ingresos económicos generados por los visitantes para el dueño de la finca</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativo</b> Vertedero de basura.</p>

## 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

**5.1 Estado:** En proceso de deterioro

### 5.2 Causas:

Captación de agua para abastecimiento de la finca.

Paso de la carretera causando una fragmentación del área.

## 6. ENTORNO

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro

### 6.2 Causas:

Ampliación de la zona de pastoreo.

Vertedero de escombros de la construcción del puente.

<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Secundario
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Mal estado	<b>7.4 Transporte:</b> Santo Domingo
<b>7.5 Frecuencias:</b> Cada 10 minutos	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Hace falta una ampliación de la vía que conduce al atractivo	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
En la cabecera parroquial existen establecimientos de alojamiento (hosterías) y alimentación que ofrecen comida típica del sector.	

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Ríos, esteros	<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No existe
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Finca Mishilik Tarabita de Flor del Valle	<b>10.2 Distancia:</b> 2 km 2 ½ km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>25</b>

### 13. JERARQUIZACIÓN

#### Jerarquía II

Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico Bosque Valle Hermoso

#### 1. DATOS GENERALES

<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N°</b> 007
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 17/04/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Bosque Valle Hermoso	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Bosques	
<b>1.8 Subtipo:</b> Bosque siempre verde piemontano	



**Fotografía N° 06** Bosque Valle Hermoso

**Por:** Araceli Silva Ch

#### 2. UBICACIÓN

<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	
<b>X:</b> 692336E	<b>Y:</b> 9990641N

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

<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 200 m
--	-----------------------------

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

<b>4.1 Altitud:</b> 374 m.s.n.m.	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26 °C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm	

<p><b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> A 200 metros del casco urbano de la parroquia Valle Hermoso, dentro de la Hostería Valle Hermoso</p>
<p><b>4.5 Descripción del atractivo.</b> El bosque está formado por setenta hectáreas de bosque primario con un sinnúmero de especies en flora y fauna. Aquí se realizan caminatas de observación de flora y fauna. Este bosque es privado ya que pertenece a la hostería Valle Hermoso.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Flora: Pambil, Paja toquilla, laurel, caña guadua, variedades de orquídeas, samanes, bijao, hongos, helechos. Fauna: Grillos, ranas, mariposas, monos aulladores, arañas, aves entre otras.</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Pedir permiso al Dr. Abad, propietario del terreno.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b> Visitado por los turistas que llegan a la hostería, actualmente la hostería e incluido el bosque se encuentra en venta.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Investigación científica de especies de flora y fauna, caminatas, observación de aves, protección del bosque para la conservación de las especies de monos que se encuentran en el bosque.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Elaboración de un estudio científico para identificar las especies de flora y fauna existentes en el bosque.</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b> Pulmón ambiental de Valle Hermoso Lugar de conservación de especies en peligro de extinción</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b> Deforestación, contaminación, caza ilegal</p>

## 5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

**5.1 Estado:** No alterado

**5.2 Causas:**

Es un bosque primario conservado por parte de la hostería Valle Hermoso único en la parroquia ya que la mayoría del territorio está dedicado a la agricultura.

## 6. ENTORNO

**6.1 Entorno:** Deteriorado

**6.2 Causas:**

Alrededor del bosque ha sido deforestado para remplazar por cultivos agrícolas y pastizales

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Secundario
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Conservado	<b>7.4 Transporte:</b> Santo Domingo
<b>7.5 Frecuencias:</b> Vehículo privado	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año

**7.7 Observaciones:**

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS

Se encuentra ubicado en terrenos de la hostería Valle Hermoso que brinda servicio de alojamiento y alimentación.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

<b>9.1 Agua:</b> Ríos, esteros	<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Interconectado
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico	

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Río Blanco Río Cristal	<b>10.2 Distancia:</b> 600 metros 200 metros
--	--

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

**11.1 Difusión:** Local.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		<b>37</b>

## 13. JERARQUIZACIÓN

**Jerarquía II**

**Cuadro N.** Ficha de inventario del atractivo turístico Caverna del río Chigüilpe

1. DATOS GENERALES	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N°</b> 008
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 20/04/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Caverna del Río Chigüilpe	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Fenómenos espeleológicos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Caverna	
	
<p><b>Fotografía N° 07:</b> Caverna del río Chigüilpe <b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>	
2. UBICACIÓN	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	
<b>X:</b> 691270E	<b>Y:</b> 9995112N
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 12km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
<b>4.1 Altitud:</b> 350m.s.n.m	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El atractivo se encuentra ubicado en el recinto Chigüilpe a las orillas del río del mismo nombre, en la finca Las Tolas.	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b> La entrada de la caverna está ubicada en la orilla del río Chiguilpe, la entrada es un hoyo de 0,40 x 1.00m de largo 2m aproximadamente. En el interior de la caverna existe una altura de 2,30m formada por varias entradas en forma de laberintos que se conectan entre sí, en el centro de la caverna existe un montículo de tierra en forma de altar, la gente del	

sector suponen que ese sitio fue sagrado. Moradores de la zona cuentan que dentro de la caverna han encontrado hachas de piedra y vasijas las mismas que no se sabe quién las tiene en su poder. La caverna es el hábitat de especies de murciélagos, grillos, arañas y otros insectos.

Los moradores que viven cerca de la caverna dicen que escuchan que una mujer grita por las noches.

Cuando descubrieron la existencia de la caverna fue por la búsqueda de un asesino prófugo de la justicia, el mismo que había llevado a la esposa y a la hija a tenerles escondidas ahí.

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

Caverna

Río Chigüilpe

Bosque secundario que rodea a la caverna

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

Para visitar este atractivo se debe contactar al señor Javier Gavilanes por ser el dueño de la finca, actualmente no se cobra entrada.

#### **4.8 Usos**

##### **4.8.1 Usos Actuales**

Constituye un atractivo turístico que es visitado por la gente de la parroquia.

##### **4.8.2 Usos Potenciales**

Conservación del lugar, desarrollo de un sistema turístico y que constituya en el atractivo principal de la parroquia.

##### **4.8.3 Necesidades turísticas**

Realizar un estudio científico para identificar el origen de la caverna

Arreglo de las vías de acceso hacia el atractivo

Adecuación del lugar para recibir a los turistas

Infraestructura turística

#### **4.9 Impactos**

##### **4.9.1 Impactos positivos**

Con la implementación del turismo se está llevando un proceso de conservación y concientización para el manejo adecuado de la misma.

Ingresos económicos por parte de la actividad turística

##### **4.9.2 Impactos negativos**

Contaminación con basura, grafitis en las paredes de la caverna.

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

**5.1 Estado:** Conservado

#### **5.2 Causas:**

La caverna tiene las mismas características desde cuando fue descubierta ya que no es muy visitada.

### **6. ENTORNO**

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro

#### **6.2 Causas:**

La caverna se encuentra en el Río Chigüilpe rodeado por un bosque secundario y de cultivos como: cacao, pimienta, plátano, cítricos.

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

**7.1 Tipo:** Terrestre

**7.2 Subtipo:** Carretera

<b>7.3 Estado de Vías:</b> Mal estado	<b>7.4 Transporte:</b> Privado
	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> La vía para llegar a la finca donde se encuentra el atractivo es de tercer orden solo en temporada de verano ingresan vehículos.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura existente en la cabecera parroquial de Valle Hermoso y hosterías que se encuentran en transcurso hacia el atractivo.	

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Ríos, esteros	<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Interconectado
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe. Pozo séptico.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Tolas	<b>10.2 Distancia:</b> 500 km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>11.1 Difusión:</b> Local

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	13
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	9
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		51

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
<b>Jerarquía III</b>

## 2. Atractivos culturales

### A. Tangibles

**Cuadro N.** Ficha de inventario del atractivo turístico cultural Finca agroecológica del Coronel

1. DATOS GENERALES	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N°</b> 009
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 19/04/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Mishilick – Finca agroecológica del Coronel	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Explotaciones agropecuarias	
	
<p><b>Fotografía N° 09:</b> Proceso de secado del cacao fino de aroma <b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>	
2. UBICACIÓN	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	
<b>X:</b> 688237E	<b>Y:</b> 9994522N
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
<b>4.1 Altitud:</b> 253m.s.n.m	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> Está ubicado a 5 km de Valle Hermoso vía a Flor del Valle.	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b> En esta finca se basa en explicar el proceso de elaboración de chocolate artesanal basado en un proceso orgánico de cultivo y de buena calidad, donde el turista puede actuar directamente y deleitar del delicioso chocolate.	

<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>  Elaboración del Chocolate  Observación de llamas y alpacas  Proceso de elaboración de abonos orgánicos, biogás.  Río Blanco y Cristal</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b>  Para visitar se debe hablar con la señora Gladis Pinto, con previa reservación. El costo para la visita de la finca es de \$8 a \$10.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b>  Se realiza un agroturismo donde el turista participa.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b>  Área de camping, cabalgatas, diseño de paquetes turísticos que abarquen a otros atractivos de la zona.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>  Sistema de señalética turística</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b>  Mediante las capacitaciones que se dictan en esta finca ayudan a que se difunda la práctica de un buen manejo del cacao y que se aproveche elaborando productos terminados.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b>  Los grupos de visitantes locales no tienen una visión ambiental por lo cual no toman importancia.</p>

<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> No alterado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b>  El proceso de elaboración de los productos se ha conservado desde hace muchos años.</p>

<p><b>6. ENTORNO</b></p>
<p><b>6.1 Entorno:</b> Conservado.</p>
<p><b>6.2 Causas:</b>  Está rodeado de cultivos de cacao, plátano, plantas propias al entorno del agroturismo. Se mantiene un manejo sostenible en la finca.</p>

<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p>	
<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre</p>	<p><b>7.2 Subtipo:</b> Carretera segundo orden</p>
<p><b>7.3 Estado de Vías:</b> Conservado.</p>	<p><b>7.4 Transporte:</b> vehículo privado</p>
	<p><b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año.</p>
<p><b>7.7 Observaciones:</b></p>	

<p><b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b></p>
<p>En la finca existe una capacidad de 15 personas para brindar alojamiento y alimentación así como mantienen convenios con la Hostería Kashama.</p>

<p><b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b></p>	
<p><b>9.1 Agua:</b> Agua entubada  Interconectado</p>	<p><b>9.2 Energía Eléctrica:</b></p>

<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Cascada “La Chorrera” La Bocana	<b>10.2 Distancia:</b> 2km 7 km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		48

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
<b>Jerarquía II</b>

**Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico cultural Finca agrícola Karen María**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>N:</b> 010
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>Fecha:</b> 14/11/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Finca Agrícola Karen María	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Explotaciones agropecuarias	
	
<b>Fotografía N° 010.</b> Parcela demostrativa de cacao fino de aroma <b>Por:</b> Araceli Silva Ch	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	<b>X:</b> 703365E <b>Y:</b> 9996508N

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Cristóbal Colón	

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 485m.s.n.m	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El atractivo se encuentra ubicado en el recinto San Isidro I, a 3km de Cristóbal Colón, en la vía a la Caoni, margen izquierdo.	

<p><b>4.5 Descripción del atractivo.</b> Es una finca dedicada cultivar cacao y café como productos principales de sostenibilidad económica. También cultivan plátano, cítricos (naranja, limón), maracuyá, caña de azúcar. Elaboran el chocolate artesanal Extensión 24 has de las cuales cacao 9 ½ has, maracuyá 5 has, café 3 has, cultivos de ciclo corto 4 has, bosque 2 has, área de vivienda 1 has. Tiene una parcela demostrativa de la especie de cacao que se pretende cultivar para la elaboración de la pasta de chocolate en Valle Hermoso, donde se explicará la forma de cultivo y el turista puede vivir la experiencia de formar parte del agroturismo.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Rio Merengue Bosque primario alrededor del río Elaboración artesanal del chocolate Parcela demostrativa de cacao fino de aroma</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Para poder visitar este atractivo se debe contactarse con el señor Regulo Morales propietario de la finca.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b> Finca agrícola</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Finca agroturística</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Arreglo de las vías de acceso hacia el atractivo Adecuación del lugar para recibir a los turistas</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b> Difusión del atractivo Ingresos económicos por parte de la actividad turística</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b> Actualmente no se está dando un uso turístico debido al uso agrícola.</p>
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> Conservado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b> La finca da uso agrícola</p>
<p><b>6. ENTORNO</b></p>
<p><b>6.1 Entorno:</b> Conservado</p>
<p><b>6.2 Causas:</b> Finca con variados cultivos agrícolas acorde a la zona.</p>
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p>
<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre/ secundaria <b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena</p>
<p><b>7.7 Observaciones:</b></p>

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS

No existen muchas facilidades turísticas en la parroquia

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

**9.1 Agua:** Ríos, esteros

**9.2 Energía Eléctrica:** Interconectado

**9.3 Alcantarillado:** No existe. Pozo séptico.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

**10.1 Nombre del atractivo:**

Finca La Marianita

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

**11.1 Difusión:** Local

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		<b>44</b>

## 13. JERARQUIZACIÓN

**Jerarquía II**

**Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico cultural Finca Marianita**

1. DATOS GENERALES	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N°</b> 011
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 20/04/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Finca Marianita-Producción de panela y alcohol artesanal	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Explotaciones agropecuarias	
	
<p><b>Fotografía N° 11:</b> Elaboración de la panela  <b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>	
2. UBICACIÓN	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	
X: 704952E	Y: 9995367N
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 18km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
<b>4.1 Altitud:</b> 507m.s.n.m	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b>	
El atractivo se encuentra ubicado a 18 km de Valle Hermoso siguiendo por la vía que conduce a Los Bancos	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b>	
En las molindas se muestra el proceso de elaborar la panela y el trago, así como también se puede disfrutar de un vaso de jugo de caña.	
El proceso de elaboración de la panela y el trago son:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corte de la caña.- Cuando la caña ya está madura se procede a cortar utilizando un machete.</li> <li>• Luego se procede a moler la caña en un trapiche.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cocina el jugo de caña durante unas 3 a 4 horas según la cantidad de jugo. Para el trago se coloca el jugo en recipientes donde se fermentan durante 24 horas.</li> <li>• La panela: La cocción del jugo llega a un punto que se hace espeso, se tiende a poner en moldes para que se haga la panela dura.</li> <li>• El trago: el jugo molido se pasa a tanques de fermento de 4-5 días, luego se pasa a los tanques de cocción, cuando hierve el vapor sube a unos recipientes donde se enfría y se convierte en líquido.</li> </ul> <p>Al turista se lo hace participante del proceso, se vende la panela y el trago, la panela tiene un precio de \$1,25 y el litro de trago cuesta \$3,00.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>  Elaboración del Trago  Elaboración de la Panela  Degustación del jugo de caña</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b>  Para visitar este atractivo se debe contactar con el señor Guido Humberto Naranjo Vega</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b>  Constituye un atractivo turístico que es visitado por la gente del cantón.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b>  Turismo comunitario, servicios de hospedaje.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>  Es necesario que se implemente un sistema de agua apta para la elaboración del producto</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b>  Con la implementación del turismo se está llevando un proceso de conservación y concientización para el manejo adecuado de la misma.  Difusión del atractivo a nivel local  Ingresos económicos por parte de la actividad turística</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p>

## 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

<p><b>5.1 Estado:</b> No alterado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b>  El proceso de elaboración de los productos se a conservado desde hace muchos años.</p>

## 6. ENTORNO

<p><b>6.1 Entorno:</b> Conservado.</p>
<p><b>6.2 Causas:</b>  Tiene un entorno de agroturismo lleno de cultivos propios de la zona</p>

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre</p>	<p><b>7.2 Subtipo:</b> Carretera</p>
<p><b>7.3 Estado de Vías:</b> Conservado.</p>	<p><b>7.4 Transporte:</b> Público</p>
	<p><b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año.</p>
<p><b>7.7 Observaciones:</b></p>	

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS

Infraestructura existente en la cabecera parroquial de Valle Hermoso y hosterías que se encuentran en transcurso hacia el atractivo.

### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

**9.1 Agua:** Ríos, esteros  
Interconectado

**9.2 Energía Eléctrica:**

**9.3 Alcantarillado:** No existe. Pozo séptico.

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

**10.1 Nombre del atractivo:**

Asociación Red Leche  
Río Como Hacemos

**10.2 Distancia:**

2 km  
3km

### 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	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		41

### 13. JERARQUIZACIÓN

**Jerarquía II**

**Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico Finca Florícola Don Ramón**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>N#</b> 013
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>Fecha:</b> 11/11/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Finca Florícola Don Ramón	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Explotaciones agropecuarias	
	
<p><b>Fotografía N° 15</b> Plantación de follaje <b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	<b>X:</b> 690803E <b>Y:</b> 99872229N

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> La Asunción	

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 348m.s.n.m	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El atractivo se encuentra ubicado en el recinto La Asunción	

<p><b>4.5 Descripción del atractivo.</b> Es una finca dedicada cultivar flores tropicales, tienen una extensión de 12 hectáreas y en su totalidad cultivo de flores las cuales se clasifican en: <b>Follaje</b>.- Las plantas de las cuales venden sus hojas (Choclera, mirto, chiflera) <b>Flores:</b>Plantas de las cuales venden sus flores entre estas están las maracas de diversos colores, las heliconias, bastón de rey, etc. Esta finca y todas las fincas del sector de la Asunción se dedican a este cultivo, los comerciantes compran las flores en la misma finca y se llevan hacia Guayaquil y Quito. Posee senderos naturales para recorrer cada tipo de plantas.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Plantación de flores</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Para poder visitar este atractivo se debe contactarse con el señor Manuel Ramón propietario de la finca.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b> Finca agrícola</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Finca demostrativa turística</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Arreglo de las vías de acceso hacia el atractivo Adecuación del lugar para recibir a los turistas</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b> Difusión del atractivo Ingresos económicos por parte de la actividad turística</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b> Actualmente no se está dando un uso turístico debido al uso agrícola.</p>
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> Conservado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b> La finca da uso agrícola</p>
<p><b>6. ENTORNO</b></p>
<p><b>6.1 Entorno:</b> Conservado</p>
<p><b>6.2 Causas:</b> Finca con variados cultivos agrícolas acorde a la zona.</p>
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p>
<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre/ secundaria</p>
<p><b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena</p>
<p><b>7.7 Observaciones:</b></p>
<p><b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b></p>
<p>No existen muchas facilidades turísticas en la parroquia</p>
<p><b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b></p>

<b>9.1 Agua:</b> Ríos, esteros	<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Interconectado
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe. Pozo séptico.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Centro Cultural Tsáchila Shinopi Bolon	2km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		40

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
<b>Jerarquía II</b>

**Cuadro N .**Ficha de inventario del atractivo turístico Tolas del Recinto Mirador de la Selva

1. DATOS GENERALES	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.3 Ficha N°</b> 014
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>Fecha:</b> 27/10/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Tolas del Recinto Mirador de la Selva	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Sitios Arqueológicos	
	
<b>Fotografía N° 16 -17 : Tolas en el Recinto Mirador de la Selva</b> <b>Por:</b> Araceli Silva Ch	
2. UBICACIÓN	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	
<b>X:</b> 698798E	<b>Y:</b> 9997660N
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 12 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
<b>4.1 Altitud:</b> 432m.s.n.m	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El atractivo se encuentra ubicado en el recinto Mirador de la Selva en diferentes fincas.	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b> Estas Tolas están ubicadas en el recinto Mirador de la Selva, son un conjunto de 7 Tolas, de las cuales 6 se encuentran a una distancia de 100 m aproximadamente y 1 la misma que es la más grande en forma rectangular se encuentra a 1 km de distancia aproximadamente, en la actualidad son utilizadas como zona de pastoreo para bovinos y como zona de cultivo de yuca.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Tolas Fincas	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	

Para poder visitar este atractivo se debe contactarse con los propietarios de las fincas en donde se encuentran ubicadas estas tolas.
<b>4.8 Usos</b>
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Están ubicadas en potreros con pastizales para alimento del ganado vacuno. Actualmente se encuentra en el proceso de registro arqueológico con el INPC.
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Adecuación y conservación para el desarrollo de un turismo arqueológico
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Arreglo de las vías de acceso hacia el atractivo Adecuación del lugar para recibir a los turistas Estudio científico arqueológico.
<b>4.9 Impactos</b>
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> Con la implementación del turismo se está llevando un proceso de conservación y registro de los sitios arqueológicos. Difusión del atractivo a nivel nacional. Ingresos económicos por parte de la actividad turística
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> Usos inadecuados del sitio arqueológico

## 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

<b>5.1 Estado:</b> En proceso de deterioro
<b>5.2 Causas:</b> Por desconocimiento de la importancia del patrimonio arqueológico han ido transformando las Tolas en zonas para la agricultura y ganadería.

## 6. ENTORNO

<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro
<b>6.2 Causas:</b> Zona de pastoreo para ganado bovino y cultivo de cacao, cítricos, pimienta.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Carretera
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Mal estado	<b>7.4 Transporte:</b> Privado
	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> La vía para llegar a la finca donde se encuentra el atractivo es de tercer orden solo en temporada de verano ingresan carros.	

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS

En Valle Hermoso están ubicadas hosterías como Eco-Resort KASHAMA y hostería Valle Hermoso y comedores donde ofrecen comida típica del sector
---

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

<b>9.1 Agua:</b> Ríos, esteros	<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Interconectado
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe. Pozo séptico.	

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Asociación de Mujeres El Recreito Caverna del Rio Chiguilpe	<b>10.2 Distancia:</b> 1 ½ km 2 1/2 km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>11.1 Difusión:</b> Local

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		35

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
<b>Jerarquía II</b>

**Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico Tolas del Recinto Chigüilpe**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.4 Ficha N°</b> 015
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 23/04/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Tolas del Recinto Chiguilpe	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Sitios Arqueológicos	
	
<p><b>Fotografía N° 12- 13:</b> Tola y vasija encontrada en este sitio <b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	
<b>X:</b> 691770E	<b>Y:</b> 9995612N

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Valle Hermoso	<b>3.2 Distancia:</b> 10 km

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 347m.s.n.m	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El atractivo se encuentra ubicado en el recinto Chigüilpe, en la finca Las Tolas.	
<b>4.5 Descripción del atractivo.</b> En la finca existen 3 montículos de tierra llamadas Tolas. Las dos pequeñas están a una distancia de 3 metros y la grande está a una distancia de 500m, la misma que tiene una altura de 10m aproximadamente. En una Tola se han hecho excavaciones y según los moradores cuentan que habían sacado objetos de gran valor, en la misma se encontró un hacha de piedra, restos de vasijas. Según los restos encontrados parece ser de la cultura Milagro Quevedo pero para saber con exactitud se debe realizar un estudio detallado de la cultura que habitaba en este sector. Encima de estas tolas se encuentran cultivos de cacao y pimienta.	

Actualmente el INPC se encuentra en el proceso de registro de los sitios de gran importancia arqueológica.
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Tolas Restos arqueológicos
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Para poder visitar este atractivo se debe contactarse con el señor Javier Gavilanes conecedor del sector
<b>4.8 Usos</b>
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> En estos montículos de tierra se encuentran cultivos agrícolas y en uno de estos está ubicada una cisterna de agua para consumo de la finca.
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Adecuación y conservación para el desarrollo de un turismo arqueológico
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Realizar un estudio científico para identificar la cultura que habito en este sector Arreglo de las vías de acceso hacia el atractivo Adecuación del lugar para recibir a los turista
<b>4.9 Impactos</b>
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> Con la implementación del turismo se está llevando un proceso de conservación y concientización para el manejo adecuado de la misma. Difusión del atractivo a nivel nacional Ingresos económicos por parte de la actividad turística
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> Usos inadecuados del sitio arqueológico, perdida de los objetos arqueológicos existentes en las Tolas

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>5.1 Estado:</b> En proceso de deterioro
<b>5.2 Causas:</b> Por desconocimiento de la importancia del patrimonio arqueológico han ido transformando las Tolas, cultivan plantas, hurto del contenido de las tolas.

<b>6. ENTORNO</b>
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro
<b>6.2 Causas:</b> Está rodeado en un 100% de cultivos, fragmentación del lugar por medio del camino público que conduce a las demás fincas.

<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Carretera
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Mal estado	<b>7.4 Transporte:</b> Privado
	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> La vía para llegar a la finca donde se encuentra el atractivo es de tercer orden solo en temporada de verano ingresan carros.	

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS

Infraestructura existente en la cabecera parroquial de Valle Hermoso y hosterías que se encuentran en transcurso hacia el atractivo.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

**9.1 Agua:** Ríos, esteros

**9.2 Energía Eléctrica:** Interconectado

**9.3 Alcantarillado:** No existe. Pozo séptico.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

**10.1 Nombre del atractivo:**

Caverna del Rio Chiguilpe

**10.2 Distancia:**

500 m

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

**11.1 Difusión:** Local

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		39

## 13. JERARQUIZACIÓN

**Jerarquía II**

**Cuadro N .Ficha de inventario del atractivo turístico Taller de arte y artesanías INEDIT**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N°</b> 016
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 23/04/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Taller de arte y artesanías INEDIT	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones Artísticas Contemporáneas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Obras de Arte	
	
<p><b>Fotografía N° 17. Jarrones de la hoja de pambil</b> <b>Por: Araceli Silva Ch</b></p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	
<b>X:</b> 691827E	<b>Y:</b> 9990873N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Santo Domingo	<b>3.2 Distancia:</b> 500 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 253m.s.n.m	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> Está ubicado a 500 m de Valle Hermoso vía a Flor del Valle.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Los diseños que fabrican son únicos elaborados en base a la hoja de la flor del pambil y troncos de madera de la playa. Se elaboran jarrones de las hojas de pambil, esculturas de alta calidad de troncos de madera. Los objetos son vendidos en Quito a la diseñadora Adriana Hoyos. Los pasos de la elaboración son los siguientes:	

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recolección de las hojas de la flor del pambil caídas en los bosques primarios y recolección de los troncos en la playa.</li> <li>- Traslado de la materia prima al taller, se quita el tercio pelo de la hoja, cuando esta mojada la hoja se le da forma luego procede a ser lijada.</li> <li>- Acabado con barniz y se coloca en una base elaborada de tabla tripex.</li> </ul>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Esculturas de madera Jarrones de hoja de la flor del pambil</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Para visitar se debe contactar con el señor Arturo Merino, con previa reservación.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b> Elaboración de esculturas de arte y decoración todo se fabrica bajo pedido</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Creación de una galería de arte con todas las esculturas</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Adecuación de una sala de exposiciones para mostrar al turista los objetos de arte</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b> Creación de una mente positiva sobre la elaboración de arte sin dañar a la naturaleza. Creación de plazas de trabajos locales</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b> Inseguridad</p>

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>5.1 Estado:</b> Conservado
<b>5.2 Causas:</b> El proceso de elaboración de los productos son totalmente ecológicos

<b>6. ENTORNO</b>
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro
<b>6.2 Causas:</b> Contaminación del paisaje con olores putrefactos resultado de la industria de la obtención del almidón de yuca que lo realizan en la propiedad que colinda.

<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Carretera segundo orden
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Mal estado	<b>7.4 Transporte:</b> vehículo privado
	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b>	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Existen lugares de hospedaje en la cabecera parroquial y comedores que ofrecen comida típica de la región.	

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Agua entubada Interconectado	<b>9.2 Energía Eléctrica:</b>
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Finca Mishilik Cascada "La Chorera"	<b>10.2 Distancia:</b> 2 km 3km

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>11.1 Difusión:</b> Provincial

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		36

<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>
<b>Jerarquía II</b>

1. DATOS GENERALES	
<b>1.1 Encuestador:</b> Araceli Paola Silva Chamorro	<b>1.2 Ficha N°</b> 016
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Verónica Sanunga, Ing. Verónica Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 23/04/2013
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Asociación El Recreito	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones Artísticas Contemporáneas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Obras de Arte	
	
<p><b>Fotografía N° 17.</b> Jarrones de la hoja de pambil <b>Por:</b> Araceli Silva Ch</p>	
2. UBICACIÓN	
<b>2.1 Provincia:</b> Santo Domingo de los Tsáchilas	<b>2.2 Cantón:</b> Santo Domingo
<b>2.3 Parroquia:</b> Valle Hermoso	
<b>2.4 Coordenadas UTM (Datum WGS84)</b>	
<b>X:</b> 691827E	<b>Y:</b> 9990873N
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Santo Domingo	<b>3.2 Distancia:</b> 500 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
<b>4.1 Altitud:</b> 253m.s.n.m	<b>4.2 Temperatura:</b> 23 a 26°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 a 4000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> Está ubicado a 500 m de Valle Hermoso vía a Flor del Valle.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Los diseños que fabrican son únicos elaborados en base a la hoja de la flor del pambil y troncos de madera de la playa. Se elaboran jarrones de las hojas de pambil, esculturas de alta calidad de troncos de madera. Los objetos son vendidos en Quito a la diseñadora Adriana Hoyos. Los pasos de la elaboración son los siguientes:	

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recolección de las hojas de la flor del pambil caídas en los bosques primarios y recolección de los troncos en la playa.</li> <li>- Traslado de la materia prima al taller, se quita el tercio pelo de la hoja, cuando esta mojada la hoja se le da forma luego procede a ser lijada.</li> <li>- Acabado con barniz y se coloca en una base elaborada de tabla tripex.</li> </ul>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Esculturas de madera Jarrones de hoja de la flor del pambil</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Para visitar se debe contactar con el señor Arturo Merino, con previa reservación.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b> Elaboración de esculturas de arte y decoración todo se fabrica bajo pedido</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Creación de una galería de arte con todas las esculturas</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Adecuación de una sala de exposiciones para mostrar al turista los objetos de arte</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b> Creación de una mente positiva sobre la elaboración de arte sin dañar a la naturaleza. Creación de plazas de trabajos locales</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b> Inseguridad</p>

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>5.1 Estado:</b> Conservado
<b>5.2 Causas:</b> El proceso de elaboración de los productos son totalmente ecológicos

<b>6. ENTORNO</b>
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro
<b>6.2 Causas:</b> Contaminación del paisaje con olores putrefactos resultado de la industria de la obtención del almidón de yuca que lo realizan en la propiedad que colinda.

<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Carretera segundo orden
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Mal estado	<b>7.4 Transporte:</b> vehículo privado
	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b>	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Existen lugares de hospedaje en la cabecera parroquial y comedores que ofrecen comida típica de la región.	

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>
----------------------------------

<b>9.1 Agua:</b> Agua entubada Interconectado		<b>9.2 Energía Eléctrica:</b>
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Finca Mishilik Cascada "La Chorera"		<b>10.2 Distancia:</b> 2 km 3km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Provincial		

**B. ANEXO 02****B.****1. Modelo de encuesta**



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO**



*Estimado turista, la presente encuesta tiene como objetivo conocer el perfil del turista nacional para estructurar un producto turístico para la parroquia Valle Hermoso, de la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, por lo que pedimos responder con la mayor sinceridad posible, su información será de gran ayuda.*

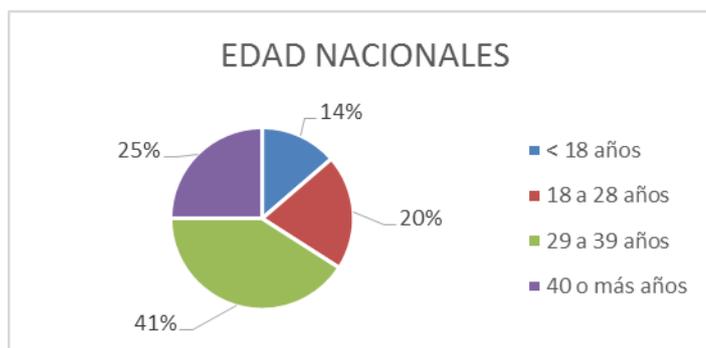
1. Edad: 18 a 28 (.....) 29 a 39 (.....) 40 o más (.....)
  2. Genero
    - a. Femenino (.....)
    - b. Masculino (.....)
  3. Lugar de Procedencia :  
Provincia:
  4. ¿Cuál es su principal motivo de viaje?
    - a. Turismo (.....)
    - b. negocios (.....)
    - c. visita a familiares o amigos (.....)
    - d. compras (.....)
    - e. Otros (.....) \_\_\_\_\_
  5. Usted viaja:
    - a. Solo (.....)
    - b. Amigos (.....)
    - c. Familiares (.....)
    - d. Compañeros de trabajo (.....)
    - e. En Pareja (.....)
  6. ¿En qué meses realiza viajes de turismo?
    - a. Enero-Marzo (.....)
    - b. Abril-Junio (.....)
    - c. Julio-Septiembre (.....)
    - d. Octubre-Diciembre (.....)
  7. ¿Conoce usted la parroquia Valle Hermoso del Cantón Santo Domingo?
    - a. Si (.....)
    - b. No (.....)
  8. ¿Ha realizado turismo comunitario?  
Si ( ) No ( )
  9. ¿Si se implementara un producto de turismo comunitario en la parroquia Valle Hermoso, lo visitaría?
    - a. Si (.....)
    - b. No (.....)
  10. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la parroquia?  
Un día (.....) 2 a 3 días (.....) mas 3 días (.....)
  11. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar?
    - a. Cabalgatas (.....)
    - b. Deportes de aventura (Rafting, kayak, ciclismo, caminatas) (.....)
    - c. Visita a fincas agro-productivas (.....)
    - d. Natación en balnearios naturales (.....)
    - e. Culturales (.....)
    - f. Observación de aves (.....)
    - g. Observación de flora y fauna (.....)
    - h. Todas las anteriores (.....)
  12. ¿Cuáles de los siguientes servicios son los más utilizados durante su viaje?
    - a. Alojamiento (.....)
    - b. Guianza turística (.....)
    - c. Transporte (.....)
    - d. Alimentación (.....)
  13. ¿Por qué medio o canal se informa de actividades turísticas?
    - a. Amigos (.....)
    - b. Guías turísticas o folletos (.....)
    - c. TV (.....)
    - d. Internet (.....)
    - e. Radio (.....)
    - f. Periódico (.....)
    - g. Otros (.....)
  14. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por día en la actividad turística?
    - a. 30- 40 dólares (.....)
    - b. 40- 60 dólares (.....)
    - c. 60 – 80 dólares (.....)
    - d. más de 80 dólares (.....)
- Gracias por su colaboración.

## C. ANEXO 03

### 1. Resultado de las encuestas en gráficos

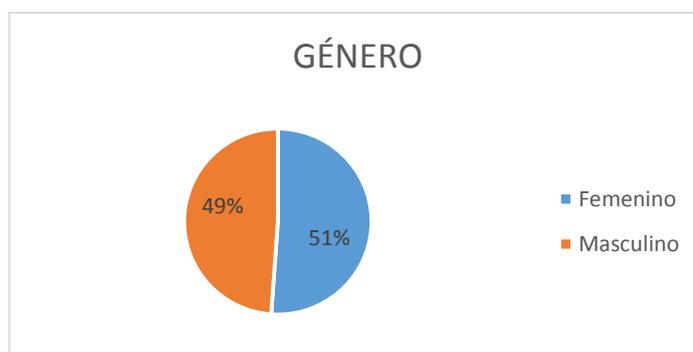
#### 1) Turistas nacionales

**a) Edad**



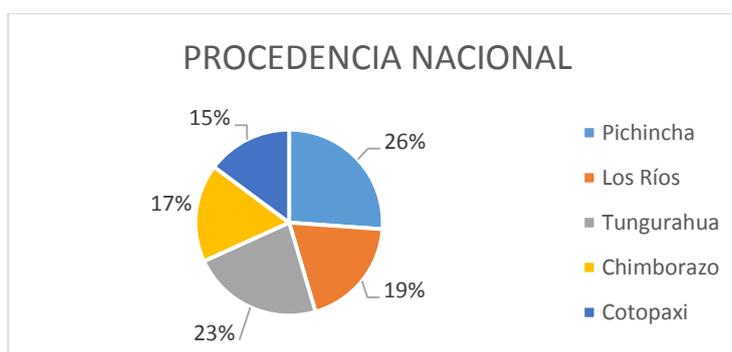
**Gráfico N° 10. Edad de los turistas nacionales**

**b) Género**



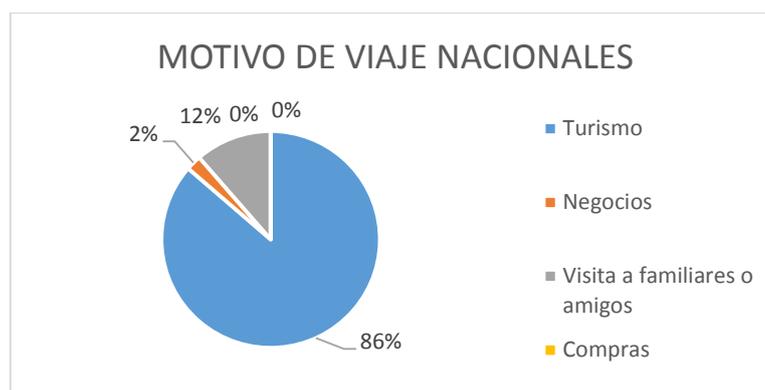
**Gráfico N° 11. Género de los turistas nacionales**

**c) Procedencia**



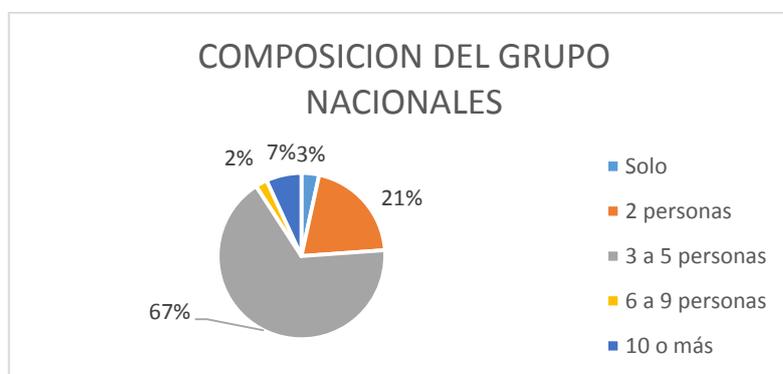
**Gráfico N° 12. Procedencia de los turistas nacionales**

**d) Motivo de viaje**



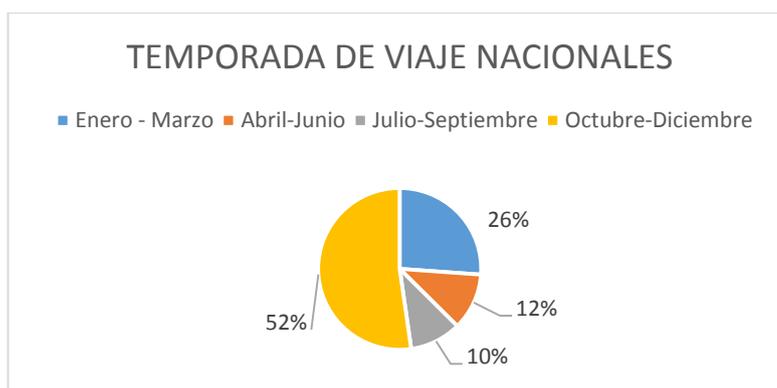
**Gráfico N° 13. Motivo de viaje de los turistas nacionales**

**e) Composición del grupo**



**Gráfico N° 14. Composición del grupo de viaje de los turistas nacionales**

**f) Temporada de viaje**



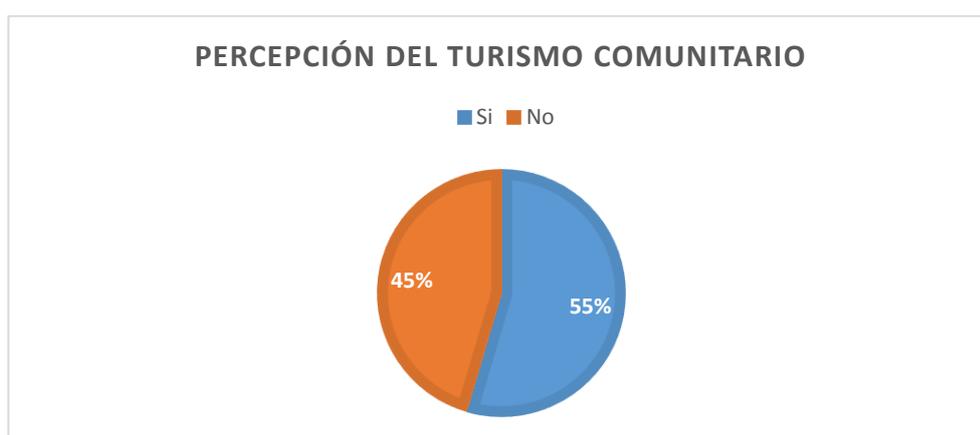
**Gráfico N° 15. Temporada de viaje de los turistas nacionales**

**g) Percepción de la parroquia Valle Hermoso**



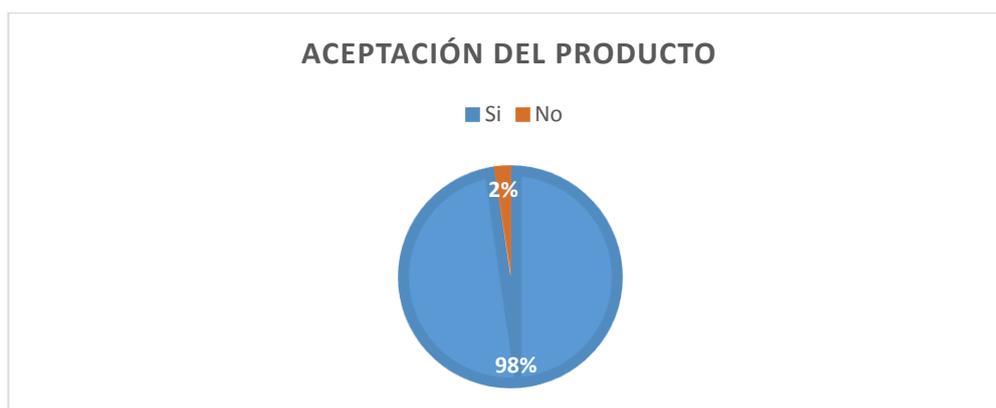
**Gráfico N° 16. Percepción de la parroquia por los turistas nacionales**

**h) Percepción del turismo comunitario**



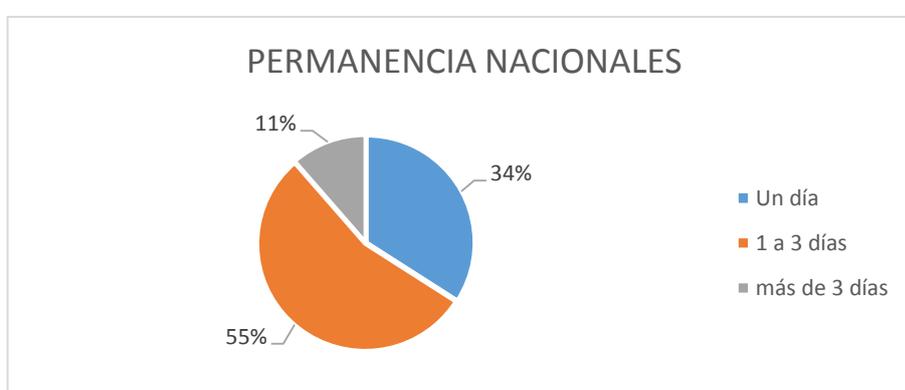
**Gráfico N° 17. Percepción del turismo comunitario por los turistas nacionales**

**i) Aceptación del producto de turismo comunitario**



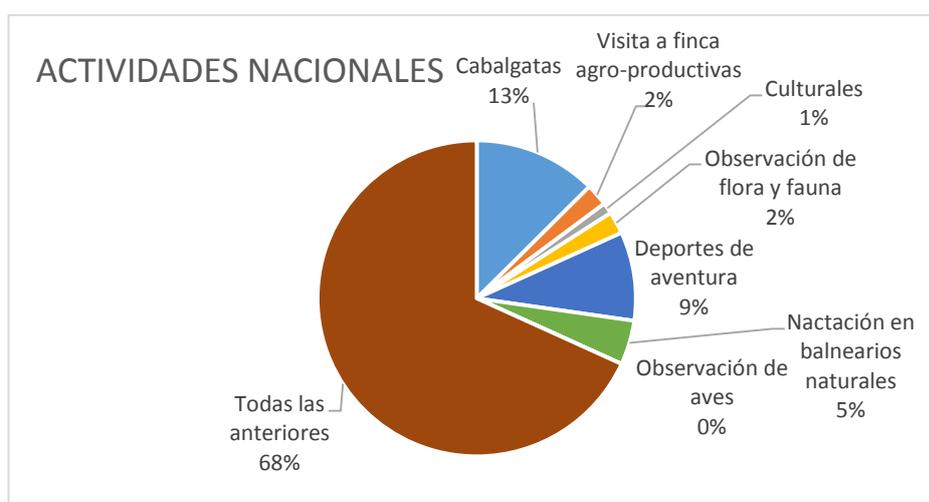
**Gráfico N° 18. Aceptación del producto de turismo comunitario por los turistas nacionales**

**j) Permanencia**



**Gráfico N° 19. Permanencia de los turistas nacionales**

**k) Actividades turísticas**



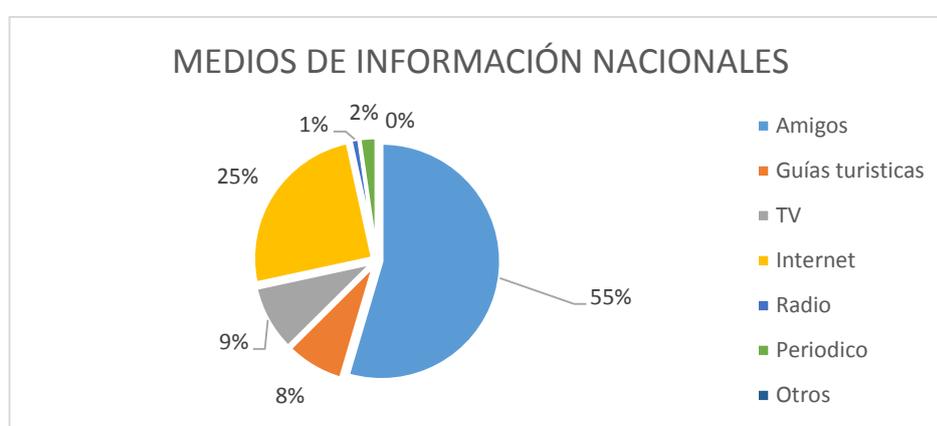
**Gráfico N° 20. Actividades de los turistas nacionales**

**l) Servicios turísticos**



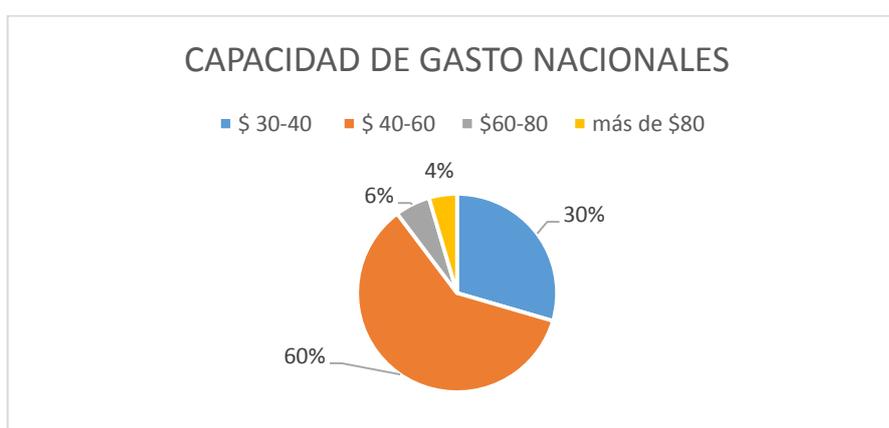
**Gráfico N° 21. Servicios turísticos de los turistas nacionales**

**m) Medios de información**



**Gráfico N° 22. Medios de información de los turistas nacionales**

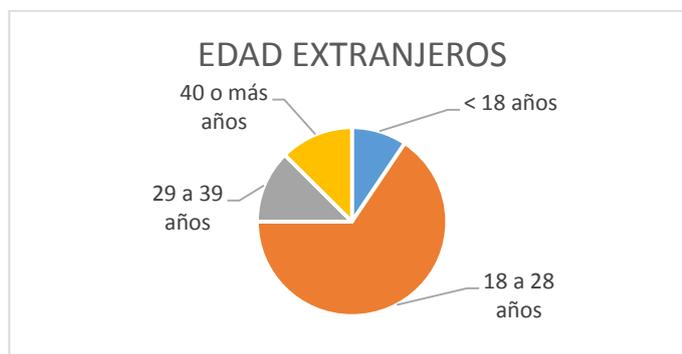
**n) Capacidad de gasto**



**Gráfico N° 23. Capacidad de gasto por los turistas nacionales**

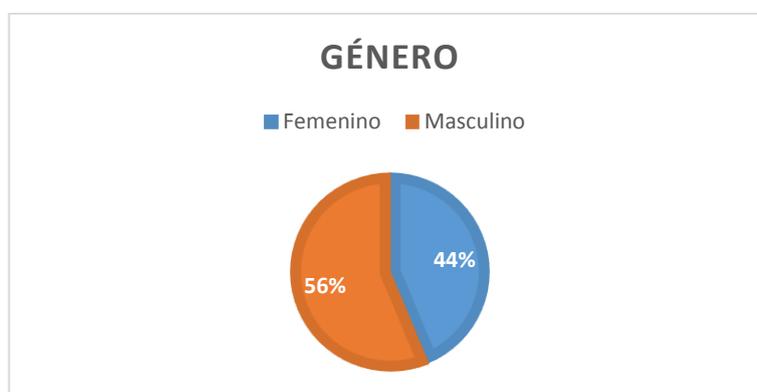
**2) Turistas extranjeros**

**a) Edad**



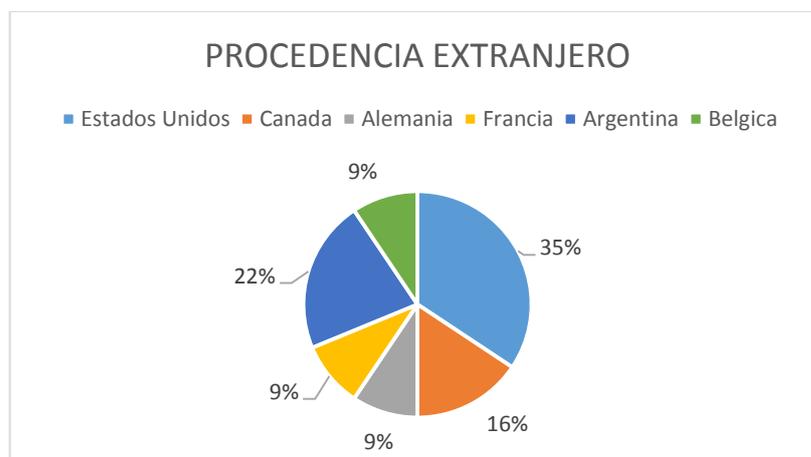
**Gráfico N° 24. Edad de los turistas extranjeros**

**b) Género**



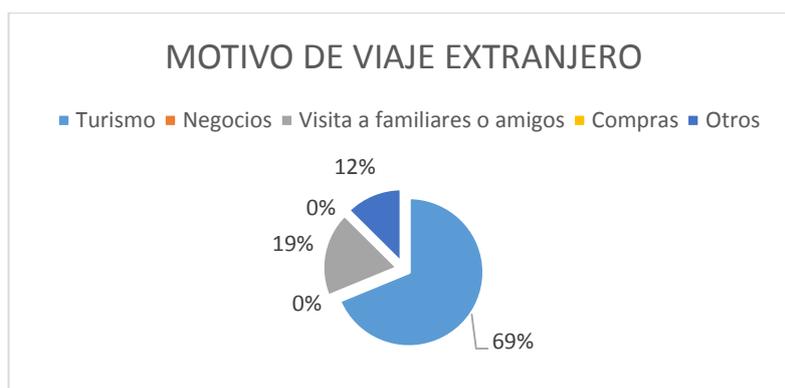
**Gráfico N° 25. Género de los turistas nacionales**

**c) Procedencia**



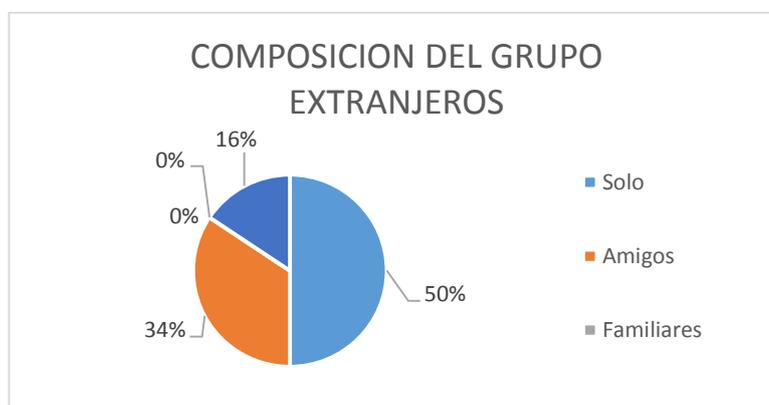
**Gráfico N° 26. Procedencia de los turistas extranjeros**

**d) Motivo de viaje**



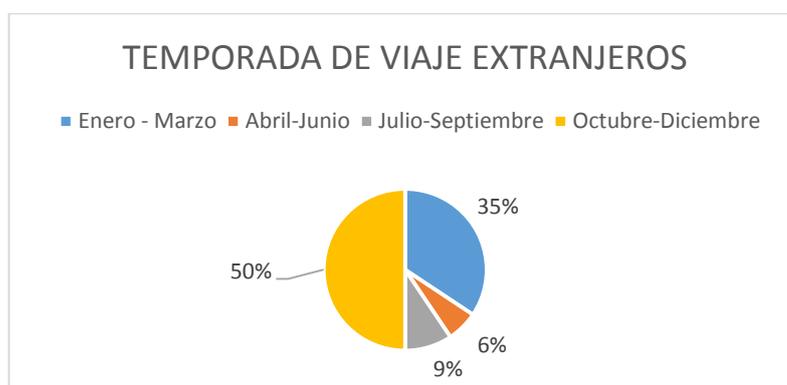
**Gráfico N° 27. Motivo de viaje de los turistas extranjeros**

**e) Composición del grupo**



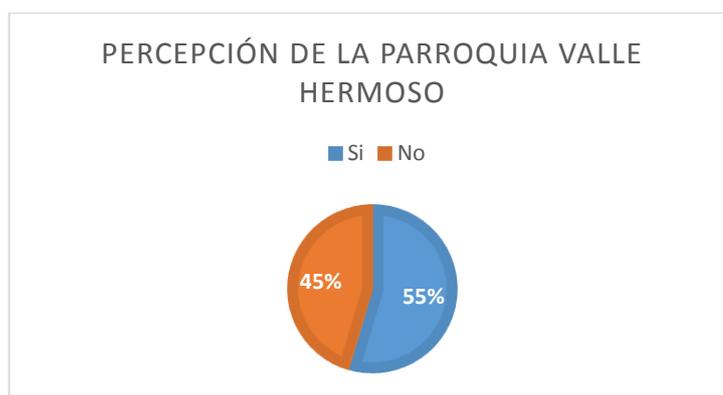
**Gráfico N° 28. Composición del grupo de viaje de los turistas extranjeros**

**f) Temporada de viaje**



**Gráfico N° 29. Temporada de viaje de los turistas extranjeros**

**g) Percepción de la parroquia Valle Hermoso**



**Gráfico N° 30. Percepción de la parroquia por los turistas extranjeros**

**h) Percepción del turismo comunitario**



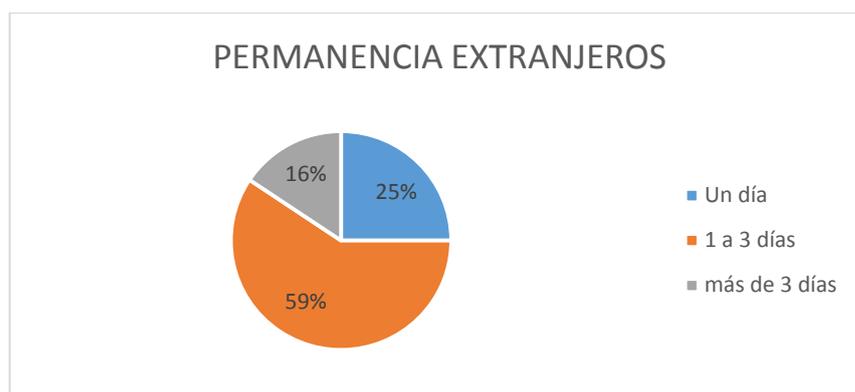
**Gráfico N° 31. Percepción del turismo comunitario por los turistas extranjeros**

**i) Aceptación del producto de turismo comunitario**



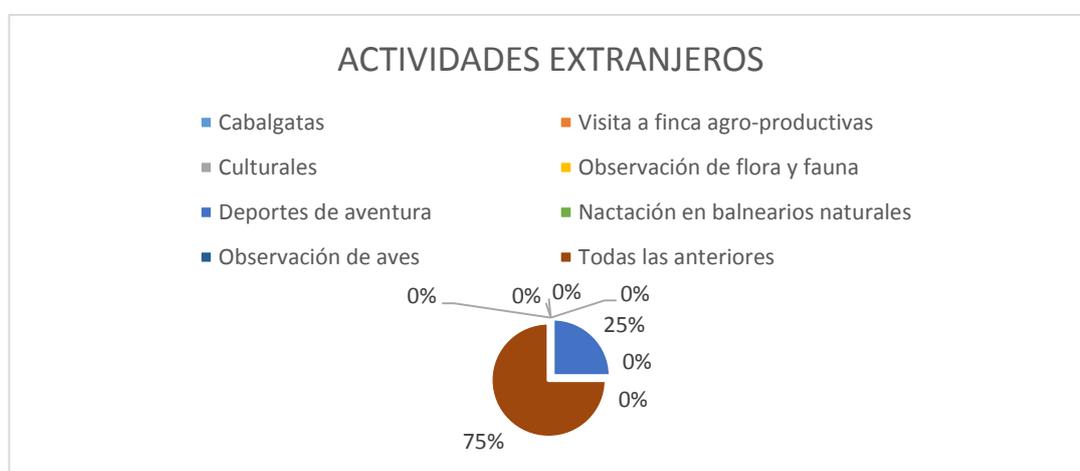
**Gráfico N° 32. Aceptación del producto de turismo comunitario por los turistas extranjeros**

**j) Permanencia**



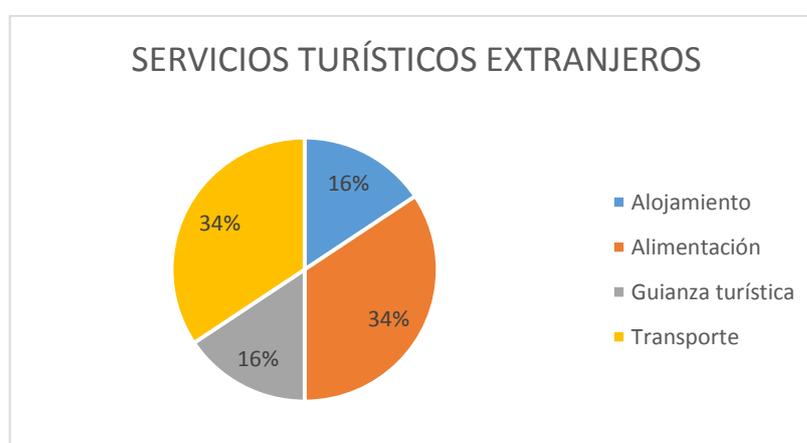
**Gráfico N° 33. Permanencia de los turistas extranjeros**

**k) Actividades turísticas**



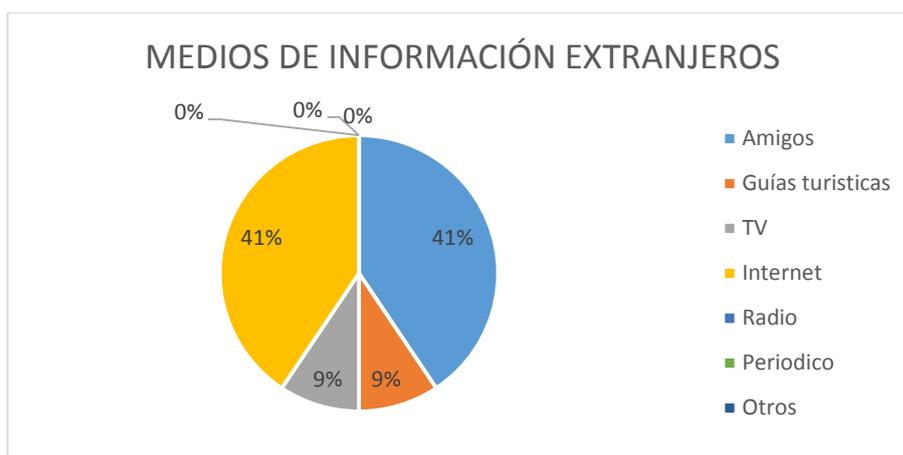
**Gráfico N° 34. Actividades de los turistas extranjeros**

**l) Servicios turísticos**



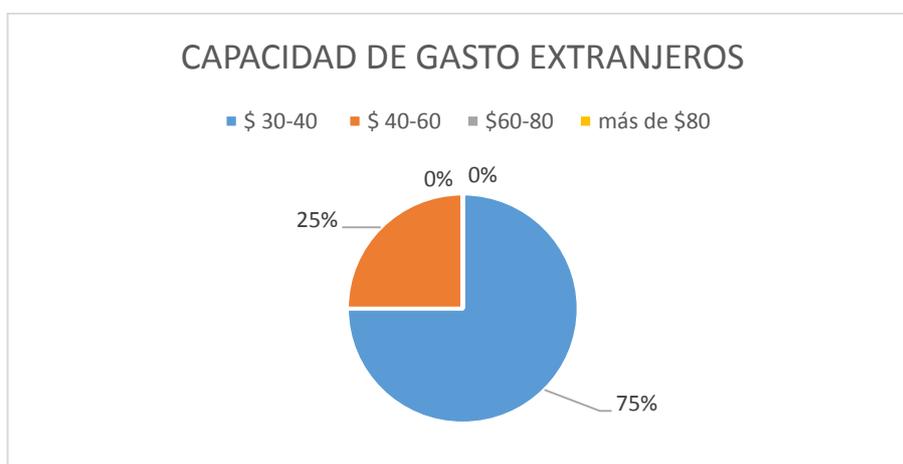
**Gráfico N° 35. Servicios turísticos de los turistas extranjeros**

**m) Medios de información**



**Gráfico N° 36. Medios de información de los turistas extranjeros**

#### n) Capacidad de gasto



**Gráfico N° 37. Capacidad de gasto por los turistas extranjeros**

### 3) Turistas locales

## a) Edad

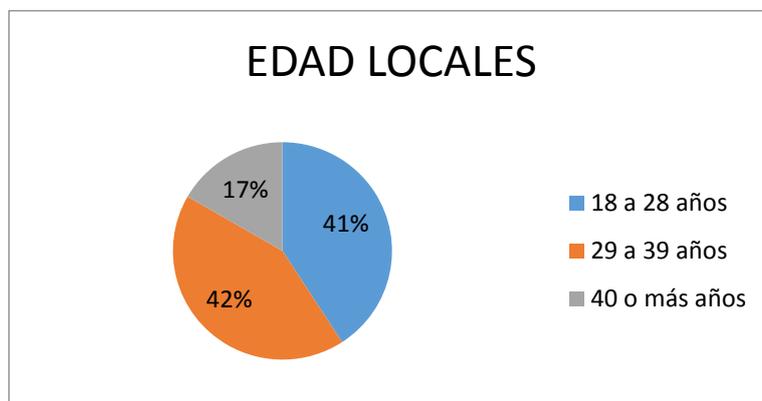


Gráfico N° 38. Edad de los turistas locales

## b) Género

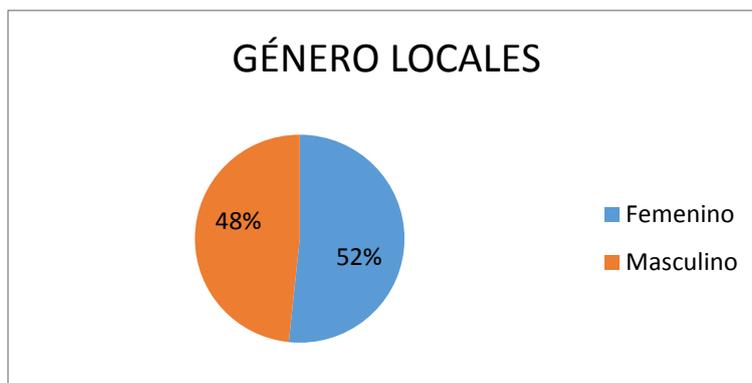


Gráfico N° 39. Género de los turistas locales

## c) Procedencia

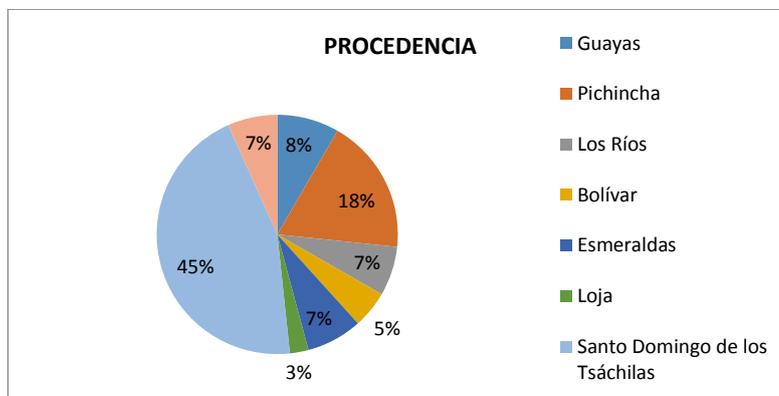
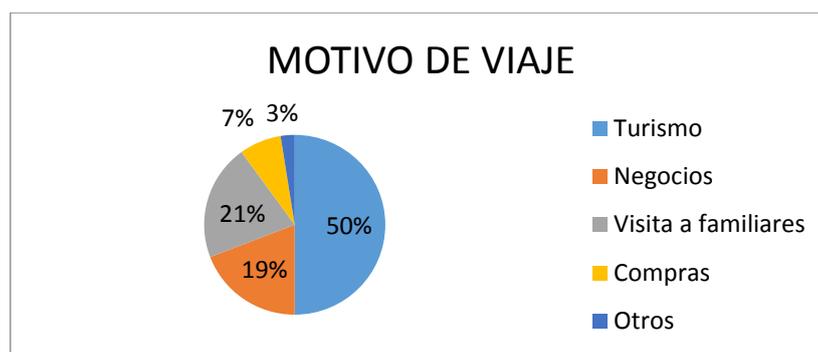


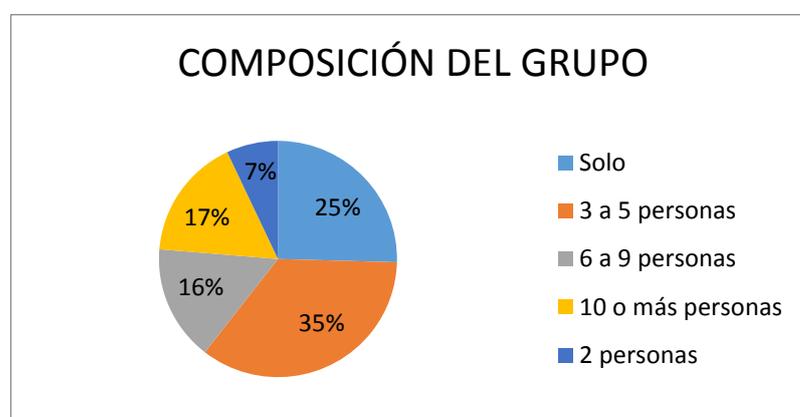
Gráfico N° 40. Procedencia de los turistas locales

## d) Motivo de viaje



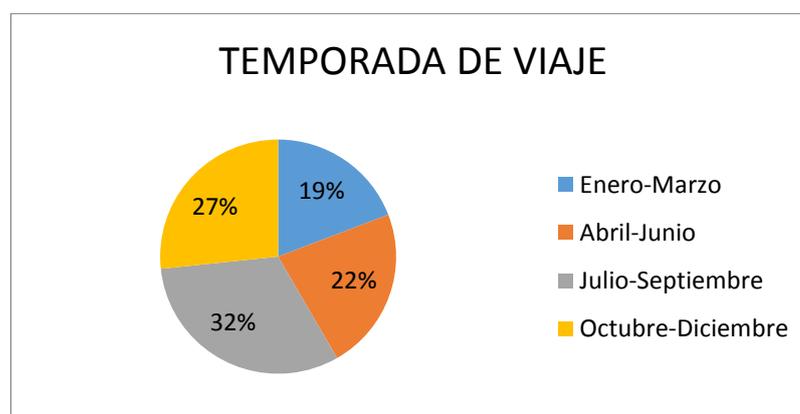
**Gráfico N° 41. Motivo de viaje de los turistas locales**

**e) Composición del grupo**



**Gráfico N° 42. Composición del grupo de viaje de los turistas locales**

**f) Temporada de viaje**



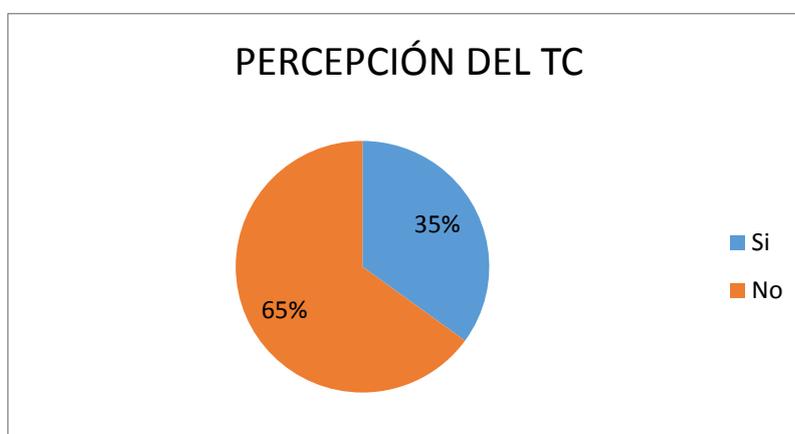
**Gráfico N° 43. Temporada de viaje de los turistas locales**

**g) Percepción de la parroquia Valle Hermoso**



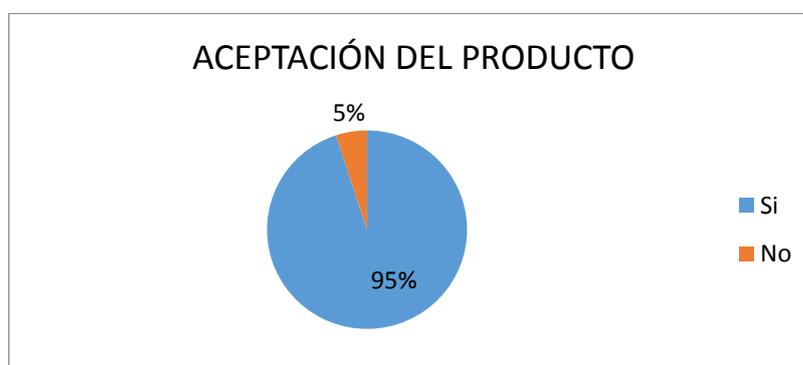
**Gráfico N° 44. Percepción de la parroquia por los turistas locales**

**h) Percepción del turismo comunitario**



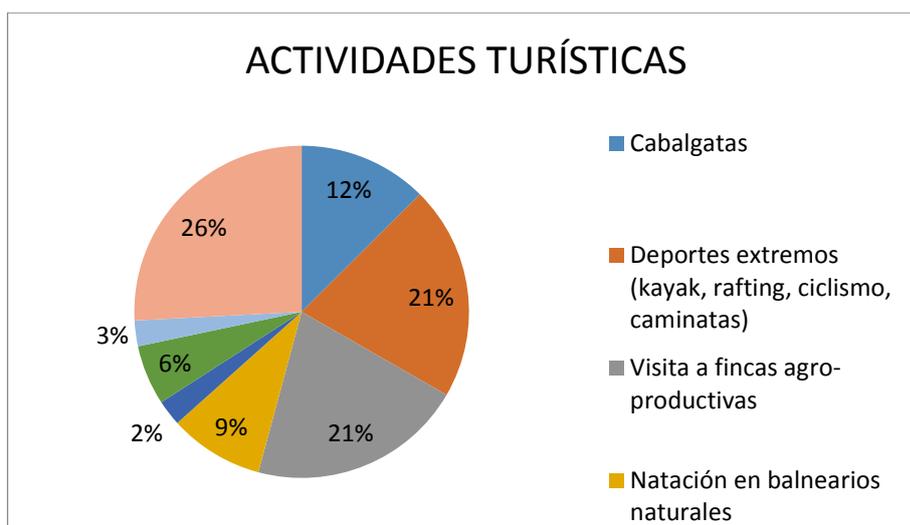
**Gráfico N° 45. Percepción del turismo comunitario por los turistas locales**

**i) Aceptación del producto de turismo comunitario**



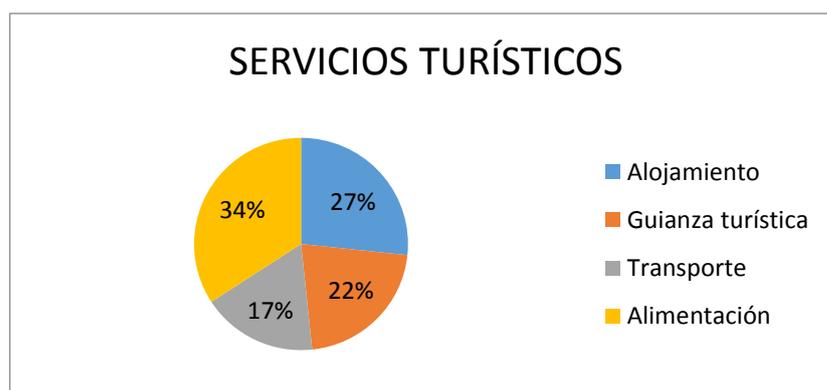
**Gráfico N° 46. Aceptación del producto de turismo comunitario por los turistas locales**

**j) Actividades turísticas**



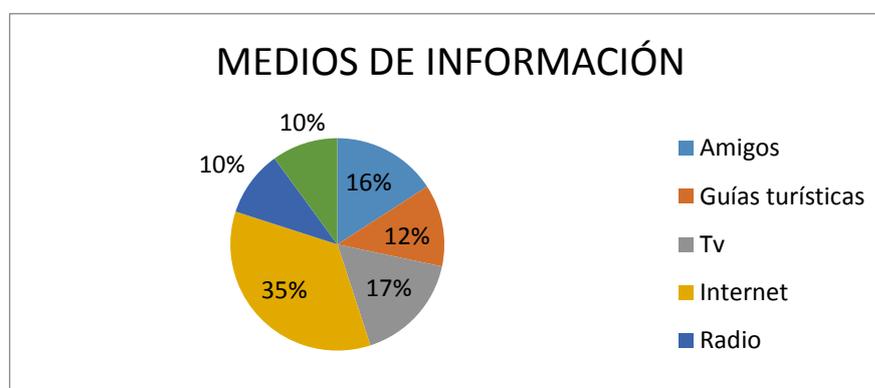
**Gráfico N° 47. Actividades de los turistas locales**

### k) Servicios turísticos



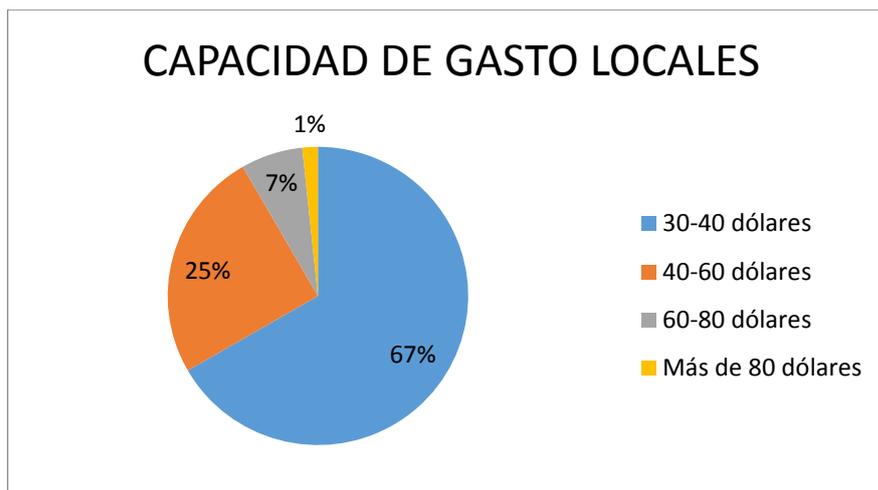
**Gráfico N° 48. Servicios turísticos de los turistas locales**

### l) Medios de información



**Gráfico N° 36. Medios de información de los turistas locales**

### m) Capacidad de gasto



**Gráfico N° 37. Capacidad de gasto por los turistas locales**