



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

**DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL
COMUNITARIO PARA LA OPERADORA DE TURISMO
KACHA OPTUR S.A. PARROQUIA CACHA, CANTÓN
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

TRABAJO DE TITULACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA TITULACIÓN DE GRADO

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

LAURA BEATRIZ SUCUY JANETA

RIOBAMBA – ECUADOR

2016

©2016, Laura Beatriz Sucuy Janeta

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

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

El Tribunal de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL COMUNITARIO PARA LA OPERADORA DE TURISMO KACHA OPTUR S.A. PARROQUIA CACHA, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, de responsabilidad de la señorita Laura Beatriz Sucuy Janeta, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

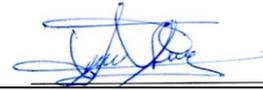
ING. CATALINA MARGARITA VERDUGO BERNAL

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ING. CARLOS RENATO CHÁVEZ VELÁSQUEZ

ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Laura Beatriz Sucuy Janeta soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



LAURA BEATRIZ SUCUY JANETA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios el motor quien da significado a mi estilo de vida, por su amor incomparable, por nunca soltarme de su mano en momentos difíciles de mi trayecto de vida.

A mis amados padres, por sentar en mí bases de responsabilidad y deseos de superación, con cuyo amor y apoyo incondicional me han impulsado para poder continuar con mi formación académica.

A mis hermanos Alicia, Sara, Anthony y Adrián, por sus consejos y constante motivación me han permitido ser su ejemplo en el estudio, estoy segura que ustedes lograrán aún más metas y objetivos.

A mi compañero de vida, mi amado esposo Leonardo, por su amor, tiempo y paciencia ya que sin su confianza y apoyo no habría logrado culminar con este objetivo.

Con gran amor y orgullo de manera especial a mi príncipe, mi razón de ser, mi motivo de superación, Elián Mihail Valla Sucuy, ¡TE AMO! Príncipe...

A mis amigos y compañeros que por circunstancias de la vida tuvieron que retornar pronto con el Todopoderoso, desde donde estén estarán orgullosos de ver este logro alcanzado.

AGRADECIMIENTO

Mi más grande agradecimiento siempre será para mi Dios, por soplarme aliento cada día, por mantener su propósito perfecto en mi vida.

A mis padres Ángel y Rosa por sus sabios consejos, quienes han sabido impulsarme para alcanzar todo lo que me propongo, por guiarme en el camino del respeto, la honradez y la perseverancia, de igual forma a mis padres por parte de mi esposo gracias por brindarme su confianza.

A mi amado esposo Leonardo, por su apoyo y paciencia incondicional, por haber estado a mi lado en todo tiempo y soportar mi mal carácter cuando algo me salía mal.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, en especial a la escuela de Ingeniería en Ecoturismo por ser el lugar de mi crecimiento académico y personal.

A mis queridos tutores Catita Verdugo y Renato Chávez, por su predisposición, apoyo y guía en la culminación del presente trabajo.

A mis profesores por la guía y tutela recibida a lo largo de la carrera.

Un profundo agradecimiento a la Operadora de Turismo KACHA OPTUR S.A. en la persona de: Dr. Jorge Duchicela, Ing. Carlos Duchicela, Ángel Sucuy y Ángela Huilcarema por darme la oportunidad de formar parte de su gran equipo de trabajo y sobre todo por brindarme su apoyo y conocimiento para el desarrollo y término de este proyecto.

Laura Sucuy

CONTENIDO

RESUMEN.....	vi
SUMARY.....	vii
I. DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL COMUNITARIO PARA LA OPERADORA DE TURISMO KACHA OPTUR S.A. PARROQUIA CACHA, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO	1
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. JUSTIFICACIÓN.....	3
III. OBJETIVOS	4
A. OBJETIVO GENERAL	4
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
IV. HIPÓTESIS	4
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	5
A. TURISMO	5
B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO	7
C. INVENTARIO DE ATRACTIVOS	9
D. ESTUDIO DE MERCADO.....	11
E. PRODUCTO TURÍSTICO.....	13
F. DISEÑO DE PRODUCTOS	16
G. VIABILIDAD COMERCIAL	18
H. ESTUDIO AMBIENTAL	20
I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	22
J. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	26
VI. MATERIALES Y MÉTODOS.....	32
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	32
B. MATERIALES Y EQUIPOS	33
C. METODOLOGÍA.....	34
VII. RESULTADOS.....	40
A. VALIDACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA CACHA	40
B. ESTUDIO DE MERCADO.....	112
C. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO DE TURISMO RURAL COMUNITARIO	162

D. VIABILIDAD AMBIENTAL PARA EL PRODUCTO	214
E. VIABILIDAD LEGAL ADMINISTRATIVO PARA LA OPERACIÓN	225
F. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO.....	259
VIII. CONCLUSIONES.....	271
IX. RECOMENDACIONES.....	272
X. RESUMEN.....	273
XI. SUMMARY	274
XII. BIBLIOGRAFÍA.....	275
XIII. ANEXOS	278

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Diagnóstico 5 estrellas.....	35
Tabla 2: Comunidades de la Parroquia Cacha.....	42
Tabla 3: Población de la Parroquia Cacha por Comunidades 2015.....	44
Tabla 4: Características constructivas de las viviendas por comunidades.....	46
Tabla 5: Disponibilidad de agua.....	47
Tabla 6: Disponibilidad de Energía eléctrica, alcantarillado, recolección de desechos.....	48
Tabla 7: Disponibilidad de servicios de salud en las comunidades de la parroquia Cacha.....	49
Tabla 8: Instituciones educativas por comunidades.....	50
Tabla 9: Disponibilidad del servicio de telefonía móvil y fija.....	51
Tabla 10: Uso actual del suelo en la Parroquia Cacha.....	53
Tabla 11: Especies de flora presentes en la parroquia Cacha.....	56
Tabla 12: Especies de fauna presentes en la parroquia Cacha.....	57
Tabla 13: Funcionarios del GAD Parroquial Rural Cacha.....	61
Tabla 14: Instituciones que trabajan en la parroquia Cacha.....	62
Tabla 15: Clasificación de los turistas.....	114
Tabla 16: Edad de los turistas.....	114
Tabla 17: Género de los turistas.....	115
Tabla 18: Ciudad de procedencia.....	116
Tabla 19: Estado civil.....	117
Tabla 20: Nivel de instrucción educativa.....	118
Tabla 21: Ocupación.....	119
Tabla 22: Motivo de viaje.....	120
Tabla 23: Tamaño del grupo.....	121
Tabla 24: Organización del viaje.....	122
Tabla 25: Medios de comunicación.....	123
Tabla 26: Preferencia de Turismo Rural Comunitario.....	124
Tabla 27: Actividades turísticas.....	125
Tabla 28: Servicios turísticos demandados.....	126
Tabla 29: Hospedaje en cabañas autóctonas.....	127
Tabla 30: Tiempo estimado de estadía.....	128
Tabla 31: Estimación del gasto por paquete turístico.....	129
Tabla 32: Edad de los turistas.....	130
Tabla 33: Género de los turistas.....	131

Tabla 34: País de procedencia.....	132
Tabla 35: Estado civil.....	133
Tabla 36: Nivel de instrucción educativa.....	134
Tabla 37: Ocupación.....	135
Tabla 38: Motivo de viaje.....	136
Tabla 39: Tamaño del grupo.....	137
Tabla 40: Organización del viaje.....	138
Tabla 41: Medios de comunicación.....	139
Tabla 42: Preferencia de Turismo Rural Comunitario.....	140
Tabla 43: Actividades turísticas.....	141
Tabla 44: Servicios turísticos demandados.....	142
Tabla 45: Hospedaje en cabañas autóctonas.....	143
Tabla 46: Tiempo estimado de estadía.....	144
Tabla 47: Estimación del gasto por paquete turístico.....	145
Tabla 48: Proyección de la demanda para los próximos 5 años.....	149
Tabla 49: Establecimientos de hospedaje del cantón Riobamba.....	151
Tabla 50: Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Riobamba.....	152
Tabla 51: Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento del cantón Riobamba.....	153
Tabla 52: Agencias de viajes del cantón Riobamba.....	153
Tabla 53: Caracterización de los centros de turismo comunitario de la CORDTUCH.....	155
Tabla 54: Caracterización de los paquetes turísticos Puruwa Trekking.....	158
Tabla 55: Caracterización de los paquetes turísticos Puruwa Biking.....	159
Tabla 56: Caracterización de los paquetes turísticos Puruwa Climbing.....	159
Tabla 57: Caracterización de los paquetes turísticos Sierra Centro.....	160
Tabla 58: Caracterización de los paquetes turísticos Ruta Ecuador.....	160
Tabla 59: Proyección de la oferta para los próximos 5 años.....	160
Tabla 60: Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.....	161
Tabla 61: Proyección de la demanda objetiva para los próximos 5 años.....	162
Tabla 62: Proyección de la demanda objetiva por periodos para los próximos 5 años.....	162
Tabla 63: Aceptación de actividades turísticas.....	166
Tabla 64: Equipamiento para el museo.....	168
Tabla 65: Equipamiento.....	170
Tabla 66: Equipamiento de baños a implementarse.....	171
Tabla 67: Insumos de mantenimiento.....	171
Tabla 68: Insumos de mantenimiento a implementarse.....	172
Tabla 69: Equipamiento para las habitaciones.....	174
Tabla 70: Equipamiento para las habitaciones a implementarse.....	175

Tabla 71: Equipamiento de cocina.....	177
Tabla 72: Equipamiento de cocina a implementarse.....	178
Tabla 73: Equipamiento restaurante.....	179
Tabla 74: Equipamiento restaurante a implementarse.....	179
Tabla 75: Materia prima para el cuy asado con papas y salsa de maní.....	180
Tabla 76: Materia prima para el timbo.....	181
Tabla 78: Materia prima para la colada de máchica.....	182
Tabla 79: Materia prima para las humitas.....	183
Tabla 80: Materia prima para las tortillas de maíz.....	183
Tabla 81: Materia prima para la chicha de jora.....	184
Tabla 82: Equipo para el área de Guianza.....	185
Tabla 83: Detalles del paquete.....	186
Tabla 84: Análisis de costos.....	189
Tabla 85: Detalles del paquete.....	191
Tabla 86: Análisis de costos.....	195
Tabla 88: Análisis de costos.....	198
Tabla 89: Detalles del paquete.....	200
Tabla 90: Análisis de costos.....	202
Tabla 91: Evaluación del proceso de operación.....	206
Tabla 92: Tarifario.....	207
Tabla 93: Plan de comercialización.....	209
Tabla 94: Presupuesto Marketing Mix.....	215
Tabla 95: Matriz Causa – Efecto.....	216
Tabla 96: Matriz de cuantificación de impactos ambientales.....	217
Tabla 97: Información del calentador solar de agua.....	219
Tabla 98: Información del filtro de bioarena.....	220
Tabla 99: Información de la letrina abonera seca.....	222
Tabla 100: Información del huerto agroecológico.....	224
Tabla 101: Costo para las tecnologías limpias.....	225
Tabla 102: Resumen del Estudio legal.....	237
Tabla 103: Personal necesario para la Operación.....	239
Tabla 104: Funciones de los Accionistas.....	240
Tabla 105: Funciones del Presidente.....	241
Tabla 106: Funciones del Gerente.....	242
Tabla 107: Funciones del Operador – Guía.....	243
Tabla 108: Funciones del Promotor de ventas.....	243
Tabla 109: Funciones del Contador.....	244

Tabla 110: Boucher de reservación.....	249
Tabla 111: Registro de Clientes.....	249
Tabla 112: Registro de reservaciones.....	250
Tabla 113: Hoja de ruta.....	251
Tabla 114: Registro del personal de Guianza.....	251
Tabla 115: Lista de establecimientos.....	253
Tabla 116: Lista de involucrados.....	254
Tabla 117: Inversiones del proyecto.....	260
Tabla 118: Usos y fuentes del proyecto.....	261
Tabla 119: Depreciación de Activos Fijos.....	262
Tabla 120: Amortización de activos diferidos.....	263
Tabla 121: Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.....	264
Tabla 122: Estructura de ingresos.....	264
Tabla 123: Estado de resultados.....	265
Tabla 124: Flujo de caja.....	266
Tabla 125: Valor actual neto.....	267
Tabla 126: Tasa interna de retorno.....	267
Tabla 127: Relación costo beneficio.....	269
Tabla 128: Punto de equilibrio.....	270
Tabla 129: Resumen de resultado.....	270

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1. Mapa base de la Parroquia Cacha.....	41
Figura 2. Nivel de instrucción.....	45
Figura 3. Ocupación.....	46
Figura 4. Uso actual del suelo.....	53
Figura 5. Cobertura y uso del suelo.....	54
Figura 6. Amenaza al componente biofísico de la parroquia Cacha.....	58
Figura 7. Organigrama funcional del GADPa Cacha.....	62
Figura 8. Edad de los turistas.....	115
Figura 9. Género de los turistas.....	116
Figura 10. Ciudad de procedencia.....	117
Figura 11. Estado civil.....	118
Figura 12. Nivel de instrucción educativa.....	119
Figura 13. Ocupación.....	120
Figura 14. Motivo de viaje.....	121
Figura 15. Tamaño del grupo.....	122
Figura 16: Organización del viaje.....	123
Figura 17. Medios de comunicación.....	124
Figura 18. Preferencia de Turismo Rural Comunitario.....	125
Figura 19. Actividades turísticas.....	126
Figura 20. Servicios turísticos demandados.....	127
Figura 21. Hospedaje en cabañas autóctonas.....	128
Figura 22. Tiempo estimado de estadía.....	129
Figura 23. Estimación del gasto por paquete turístico.....	130
Figura 24. Edad de los turistas.....	131
Figura 25. Género de los turistas.....	132
Figura 26. País de procedencia.....	133
Figura 27. Estado civil.....	134
Figura 28. Nivel de instrucción educativa.....	135
Figura 29. Ocupación.....	136
Figura 30. Motivo de viaje.....	137
Figura 31. Tamaño del grupo.....	138
Figura 32. Organización del viaje.....	139
Figura 33. Medios de comunicación.....	140

Figura 34. Preferencia de Turismo Rural Comunitario.....	141
Figura 35. Actividades turísticas.....	142
Figura 36. Servicios turísticos demandados.....	143
Figura 37. Hospedaje en cabañas autóctonas.....	144
Figura 38. Tiempo estimado de estadía.....	145
Figura 39. Estimación del gasto por paquete turístico.....	146
Figura 40. Mapa general de la Parroquia Cacha.....	163
Figura 41. Croquis Centro Turístico Pucará Tambo.....	164
Figura 42. Planta Turística Pucará Tambo.....	167
Figura 43. Centro Interpretativo del CT Pucará Tambo.....	167
Figura 44. Baños públicos CT Pucará Tambo.....	170
Figura 45. Jardín botánico CT Pucará Tambo.....	172
Figura 46. Hospedaje CT Pucará Tambo.....	173
Figura 47. Habitaciones CT Pucará Tambo.....	174
Figura 48. Restaurante CT Pucará Tambo.....	176
Figura 49. Cuy asado con papas.....	180
Figura 50. Timbo.....	181
Figura 51. Colada de máchica.....	182
Figura 52. Humitas.....	182
Figura 53. Tortillas de maíz.....	183
Figura 54. Chicha de jora.....	184
Figura 55. Cacha, tradición y cultura.....	186
Figura 56. Elaboración de la máchica.....	186
Figura 57. Ruta Senderos al Chuyuk.....	191
Figura 58. Siembra de plantas nativas.....	191
Figura 59. Convivencia comunitaria.....	196
Figura 60. Tostado de cebada.....	196
Figura 61. Ruta Puruwa Ñan.....	199
Figura 62. Puruwa Ñan.....	200
Figura 63. Imagen corporativa de la Operadora.....	203
Figura 64. Página Web.....	210
Figura 65. Red Social Facebook.....	211
Figura 66. Diseño de trípticos.....	212
Figura 67. Afiches.....	213
Figura 68. Tarjeta de presentación.....	214
Figura 69. Porta vasijas.....	214
Figura 70. Gorras.....	214

Figura 71. Organigrama Estructural de la Operadora.....	240
Figura 72. Flujograma de reservación.....	248
Figura 73. Flujograma de servicio de Guianza.....	250
Figura 74. Flujograma de servicio de hospedaje y alimentación.....	252
Figura 75. Flujograma de confirmación con involucrados.....	254
Figura 76. Representación gráfica del VAN y TIR.....	268
Figura 77. Punto de equilibrio.....	271

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta en español e inglés.....	278
Anexo 2. Acta de constitución de la Operadora KachaOptur S.A.....	283

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL COMUNITARIO PARA LA OPERADORA DE TURISMO KACHA OPTUR S.A. PARROQUIA CACHA, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

El turismo en los últimos años se ha convertido en una actividad con eficientes réditos económicos a nivel mundial, así lo afirma la World Travel & Tourism Council, en su actualización anual 2016, que considerando sus impactos más amplios, la contribución total del viaje y el turismo a la economía global en 2015 fue de 7,2 trillones de dólares lo que equivale al 9,8% del PIB de toda la economía de ese año, aportando a la creación de 2,5 millones de puestos de trabajo nuevos directamente en el sector en 2015, y en total se crearon 7,2 millones de empleos nuevos como resultado de la actividad directa, indirecta e inducida total.

Dentro de este panorama mundial, en Ecuador el turismo se ha convertido en un eje impulsor en generar ingresos, siendo una de las principales actividades económicas en importancia debido a que ocupa el tercer puesto en las exportaciones no petroleras después del banano y el camarón, según la Coordinación General de Estadística e Investigación (2015). La significativa biodiversidad, la riqueza cultural, la variabilidad climática hace de nuestro país un potencial turístico atrayendo a más de un millón de visitantes al año, lo que ha permitido abrir nuevas alternativas de empleo, el respeto y valorización a pueblos y nacionalidades.

El turismo comunitario en Ecuador presenta una historia intensa en vicisitudes, dificultades y éxitos, abordada desde diferentes perspectivas e intereses, tanto de forma general como en referencia a experiencias comunitarias concretas. Sin embargo, Ecuador es uno de los países más desarrollados y reconocidos en el ejercicio del Turismo comunitario ya que cuenta con más de cien experiencias comunitarias y otro tanto en proceso de formación a lo largo de su territorio. Además de dinamizar y vigorizar el mercado interno y externo, el turismo comunitario ha podido 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. El turismo comunitario actúa de manera indirecta como un factor de reafirmación del carácter pluricultural del estado Ecuatoriano (PROCASUR, 2011).

Ecuador se caracteriza por ser un país pluricultural y multiétnico conformada por 14 nacionalidades y 18 pueblos (CODENPE, 2012). La declaratoria de pluriculturalidad garantiza

la unidad y reconocimiento a la diversidad cultural, implica reconocer los derechos de los pueblos y por tanto el respeto hacia los diferentes sectores sociales (Constitución de la República del Ecuador, 2008). La Nacionalidad Kichwa de la sierra, abarca a la mayoría de pueblos, en donde aún mantienen sus propias manifestaciones culturales específicas como festividades, astronomía, arquitectura, gastronomía, entre otros. Dentro de estos pueblos se encuentra la histórica Parroquia Cacha, calificada por el Padre Juan de Velasco como tierra y cuna de los reyes Duchicelas, descendientes del gran régulo Puruwa Condorazo, gobernantes de esta nación antes de la llegada de los Caras-Shyris.

Cacha una parroquia importante, con atractivos turísticos poco conocidos y que a pesar de sus limitantes económicos, sus habitantes aún mantienen sus rasgos culturales Puruwaes, heredados de la dinastía Shyri-Duchicela, como lo afirma el Padre Juan de Velasco, destacando a Cacha como el lugar de nacimiento del padre y la última reina de Quito; Paccha Duchicela, lo que indudablemente con su historia, naturaleza y añadido a esto su tradición textil constituye una ventaja comparativa para el desarrollo turístico de la parroquia.

Actualmente la empresa operadora de turismo Kacha Optur S.A. a través del Centro Turístico Cultural Pucará Tambo, impulsa el turismo dentro de la zona como rescate de la cultura, manejo sostenible de su patrimonio y una fuente de trabajo para sus pobladores, ofertando productos y servicios en alianza con CACHAMSI (Cacha Medical Spanish Institute), entidad internacional que envía grupos pasantes desde Estados Unidos, aportando así en el desarrollo económico de la localidad, por ello en esta propuesta se diseña un producto de turismo rural comunitario para la operación de este establecimiento turístico en la localidad.

A. JUSTIFICACIÓN

Por el desconocimiento del ejercicio turístico por parte del personal de la Operadora Cacha Ally Samay, no se ha trabajado conforme a su naturaleza con casos en que la operadora proveía servicios de alojamiento y alimentación directamente al consumidor, añadido a ello la falta de métodos de promoción y comercialización, han dado lugar a la liquidación de dicho establecimiento.

Esta empresa turística impulsada por la Familia Duchicela coterráneos de la parroquia Cacha, en común acuerdo con las autoridades pertinentes han firmado un contrato de comodato del Centro Turístico Cultural Pucará Tambo, principal atractivo turístico de la zona, a través del cual se establecerá acciones que tiendan al mejoramiento de la calidad del producto turístico parroquial y con ello el alcance de nuevos mercados para garantizar la sostenibilidad de la actividad dentro de la zona. Cacha como “Raíz de la Nacionalidad Puruwá”, se encuentra rodeada de una riqueza histórica de tradiciones, costumbres e identidades culturales manifestadas en su cotidianidad como vestimenta, gastronomía, artesanías, agricultura las mismas que dan un valor agregado al desarrollo turístico local.

A pesar de los desaciertos, en los últimos años la entidad ha efectuado alianzas con organizaciones internacionales para brindar sus servicios desde este centro, desde donde también se realiza la operación de Turismo Comunitario. Actualmente se ha dado la apertura a la operadora Kacha Optur S.A. con escritura pública N° 20150601004P06410, para que oferte sus productos de manera planificada y responsable, siendo la parroquia rural Cacha su principal oferta y medio de operación; es necesario diseñar de manera técnica un producto de turismo rural comunitario incluyendo en sus beneficios a las comunidades de la parroquia.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un producto de turismo rural comunitario para la operadora de turismo Kacha Optur S.A. de la Parroquia Cacha, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Validar el potencial turístico de la Parroquia Cacha.
2. Elaborar el estudio de mercado.
3. Diseñar técnicamente el producto de turismo rural comunitario.
4. Determinar la viabilidad ambiental para el producto.
5. Identificar la viabilidad legal administrativa para la operación.
6. Definir el análisis económico financiero.

IV. HIPÓTESIS

El estudio contribuirá al manejo sostenible de los atractivos naturales y culturales de la parroquia Cacha a través de un producto alternativo de turismo rural comunitario de la Operadora de Turismo Kacha Optur S.A.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Definición

Según la OMT (2008) el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios. La misma organización afirma que el turismo, como tal, tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos.

Para Hunziker y Krapf (2012) turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.

El turismo tiene muchas definiciones que cambian según la época, la cultura y las características de la persona u organización que las emiten. Con esta palabra se abarcan tanto a) la actividad de los turistas, b) el conjunto de servicios que se proveen a los turistas y c) la reflexión sobre las dos anteriores, es decir, el estudio del turismo como actividad socioeconómica y cultural, así como de sus actores. (Quezada, 2010, p. 16)

2. Tipologías de turismo

Para Ibáñez y Rodríguez (2011) son:

- a. **Turismo tradicional.-** Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan son: la visita a playas y grandes destinos turísticos o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades.

b. Turismo alternativo.- Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Presupone que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local. Esta modalidad de turismo está conformada por actividades que en su nombre indican su característica principal: turismo cultural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cinegético, entre otros.

1) **Turismo cultural.-** Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de entrar en contacto con otras culturas y acercarse a sus identidades. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de los bienes de patrimonio cultural. Los turistas que practican esta modalidad turística buscan el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos.

2) **Turismo rural.-** Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Este tipo de turismo complementa las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores.

3) **Agroturismo.-** Es una actividad en la que el turista busca vincularse con las labores del campo. Otras de sus motivaciones son: el contacto con las actividades económicas tradicionales en localidades regularmente pequeñas y experimentar la vida rural campesina.

4) **Ecoturismo.-** Es un nuevo movimiento conservacionista, basado en la industria turística. Se plantea como viajes turísticos responsables que conservan el entorno y ayudan al bienestar de la comunidad local.

3. Turismo comunitario

Se asume como una modalidad que forma parte del turismo rural, ya que esta se desarrolla en el medio rural a través de diferentes servicios turísticos, con la especificidad de ser gestionado bajo modelos de gestión comunitaria, quiere decir que son las asambleas de las organizaciones

locales o regionales quienes toman las decisiones, entre ellas, el cómo se reparten las utilidades de la actividad turística.

La participación de la población local es un elemento de primera importancia en el Turismo Rural, pero es en el Turismo Comunitario donde alcanza su máxima expresión, pues este no solo considera la participación comunitaria o la generación de beneficios para las poblaciones locales como se considera, sino que también y como aspecto fundamental, la autogestión y el control local directo por parte de las comunidades locales o las iniciativas turísticas que han decidido desarrollar.

El Turismo Comunitario, bajo esta línea, debe asumir una nueva concepción de territorio en el que se ejerza una gestión socio-productiva a nivel de una o varias comunidades, en la que además del aspecto productivo, se fortalezcan las redes y las relaciones sociales de ese espacio. Es decir, no una visión meramente productiva y mercantil, sino también una visión que considere un manejo razonable de los recursos, que sea respetuosa del ambiente y responsable con el entorno social. (Kekutt, 2014)

B. 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.

El turismo sostenible tiene especial potencial de desarrollo en las zonas que ofrecen entornos naturales que se combinan con grupos étnicos que buscan la forma de reportar beneficios económicos a sus comunidades y se convierte en una motivación para la conservación y desarrollo sostenible.

Evaluar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales:

Primera fase: 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.

Segunda fase: 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. (Tierra, 2012)

i) Diagnóstico situacional

Es la identificación, descripción y análisis evaluativo de la situación actual de la organización o el proceso, en función de los resultados que se esperan y que fueron planteados en la misión. A su vez se obtiene una mirada sistemática y contextual, retrospectiva y prospectiva, descriptiva y evaluativa. (Parra, 2008)

ii) Identificación de factores y variables

El diagnóstico identifica las variables que conforman o afectan la organización. La mirada tanto al sistema como a su entorno será una mirada espacial y temporal simultáneamente, en el reconocimiento que la situación actual ha sido provocada por hechos y variables de efectos anteriores, y que el desempeño futuro dependerá de las circunstancias que las tendencias y el devenir ofrezcan. Un esquema práctico es el diagnóstico por factores: humano, económico, territorial, político-administrativo, en razón a la importancia del rol que cada uno de estos componentes cumple en el proceso de desarrollo.

a. Factor humano

- 1) **Aspectos demográficos.-** población total, distribución por edad y sexo, número de familias, estratificación, localización de la población.
- 2) **Educación.-** grado de escolaridad, expectativas de la comunidad acerca de la educación, limitaciones y posibilidades que les da su situación educativa.
- 3) **Salud.-** morbilidad, utilización del servicio de salud, mortalidad y sus causas, longevidad, hábitos de consumo, limitaciones que pueden resultar del estado de salud.
- 4) **Recreación.-** idea sobre el descanso, disponibilidad de tiempo libre, a que lo dedican.
- 5) **Organización.-** formas de organización, sentido de pertenencia al sistema organizativo, origen de las organizaciones, expectativas en torno a la organización.
- 6) **Liderazgo:** identificación de los líderes, caracterización de los líderes, nivel de satisfacción de la comunidad, expectativas sobre su función, conflictos entre líderes, como los resuelven frente a la comunidad, etc.

- b. Económico.-** Trata de dar una mirada integral para ver las condiciones, los recursos que se usan, la manera de usarlos, la propiedad y tenencia de los mismos, las actividades y los resultados que se obtienen. Como recursos económicos consideramos la tierra, el agua, el clima, la biodiversidad, el conocimiento, la información, la tecnología, el dinero, la infraestructura, el tiempo, los equipos, la fuerza de trabajo, entre otros. Hacer un diagnóstico económico incluye describir la disponibilidad y acceso a tales recursos, la calidad de los mismos y su utilidad en el proceso productivo.
- c. Territorial.-** Definición de las estrategias territoriales de uso, ocupación y manejo del suelo urbano y rural. Diseño y adopción de los instrumentos y procedimientos de gestión que regulen integralmente las actuaciones de los diferentes sectores que afectan la estructura del territorio.
- d. Las instituciones.-** se orienta a la evaluación de pertinencia, función y desempeño del aparato estatal, o en otros términos a lo que también se denomina la oferta institucional. Se trata de evaluar la acción del estado, pero también la viabilidad de promover una nueva institucionalidad, entendida ésta como unas nuevas relaciones, nuevas conductas, nuevos roles y nuevas metodologías.
- e. Variables estratégicas.-** Cualquiera sea la naturaleza de la organización, un ente territorial, una institución pública o privada, una empresa económica, etc., conviene evaluar en primera instancia si la organización planea y actúa estratégicamente; si tiene definido un proyecto institucional; si se conoce y conoce su entorno. (Parra, 2008)

C. INVENTARIO DE ATRACTIVOS

Según el MINTUR, (2004) manifiesta:

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

1. 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.

2. Facilidades turísticas

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.

3. Etapas para elaborar el inventario

- a) **Clasificación de los atractivos.-** Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.
- b) **Recopilación de información.-** Se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.
- c) **Trabajo de campo.-** Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.
- d) **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.

4. Clasificación de los atractivos turísticos

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace 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 lacustres, 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.

Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.

Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos

D. ESTUDIO DE MERCADO

Recopila, registra y analiza datos en relación con un segmento de mercado, al cual la empresa ofrece sus productos. Con el propósito de conocer su opinión sobre todo aquello que se requiera para superar las expectativas del cliente. Son los insumos de partida para la mezcla de mercadotecnia (producto, precio, plaza, promoción) o marketing mix; que convierten en estrategias para incrementar participación en el mercado o buscar posicionamiento. (García, 2006)

1. Análisis de la demanda

Es la identificación cuantitativa, a partir de análisis histórico y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda, etc. (Baca, 2011)

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 objetivo. Para dicho agrupamiento se utilizan cinco tipos de variables que son: socioeconómicas, geográficas, motivacionales, de hábitos, gastos, preferencias y de personalidad. (Hernández, 2008, p. 58)

b. Muestreo

El muestreo es una herramienta de la investigación científica, cuya función básica es determinar que parte de una población debe examinarse, con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población. (Arboleda, 1998)

c. Muestra

Es una colección de unidades de muestreo obtenidas a partir de un marco o marcos. En ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, se selecciona una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población. (Arboleda, 1998)

d. 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 se identifica el tipo de información de campo que se va a buscar y obtener.

Para la obtención de información primaria es necesario centrarse en el tipo de variable que se manejará (análisis de la demanda-oferta), después identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra. Para la obtención de información secundaria es necesario centrarse en el tipo de variable que se manejará (análisis de la demanda-oferta), después identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra.

La muestra es definida mediante la siguiente fórmula, dispuesta a continuación:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

p = (0,5) Probabilidad de ocurrencia

q = (0,5) Probabilidad de no ocurrencia

e = (5%) Margen de error

z = (1,96) Nivel de confianza

2. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen a distintos precios en un momento determinado.

a. Investigación y análisis de la competencia

Se define a la competencia, como la oferta inmediatamente sustitutiva de los bienes y servicios que serán producidos por la nueva inversión. Esa competencia la ejercen empresas específicas que normalmente ya tienen una adecuada experiencia de la cual puede valerse el promotor de un nuevo proyecto para definir su producto, omitiendo las fallas que han cometido los competidores y acentuando sus aciertos.

En el caso de sitios no desarrollados turísticamente, debe considerarse como competencia a las empresas similares que estén ubicadas en áreas distantes, a pesar de su lejanía espacial. Esto último se justifica no tanto porque efectivamente sean sustitutos a considerar para el segmento de la demanda que interese captar, sino por la experiencia que es posible aprovechar en beneficio del diseño final del proyecto. (Hernández, 2008, p. 73)

E. PRODUCTO TURÍSTICO

El producto es el “conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante y que satisfacen sus necesidades”. El producto turístico incluye los atractivos del destino, así como las industrias “soporte” de la actividad turística. No solo se debe pensar como producto en hotel, restaurante, recurso. Éste debe incluir el valor experiencial que incluye el proceso de obtención de información, la planeación y la reserva del viaje, la guianza, el transporte, la interacción con la población local, etc. (turisTIC.com, 2011).

1. Los recursos turísticos

Son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda. Estos recursos han sido categorizados en:

- a. **Sitios naturales.**- esta categoría agrupa a los lugares geográficos que, por sus atributos propios, tienen gran importancia y constituyen atractivos turísticos.
- b. **Manifestaciones culturales.**- se consideran los diferentes sitios y expresiones culturales del país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como restos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) y que representan por ello una atracción en sí mismos.
- c. **Folklor.**- es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes, gastronomía, que representan y sintetizan el carácter único y diferente del país, región y/o pueblo.
- d. **Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas.**- comprenden aquellas obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología alcanzado por el país, la región o el pueblo, con características únicas de gran importancia y relevantes para el turismo.
- e. **Acontecimientos programados.**- categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

2. Los atractivos turísticos

Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.

3. La planta turística

Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Estos se clasifican en: alojamiento, restaurantes, etc.

4. Servicios complementarios

Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo, tales como:

- Sistema bancario.
- Servicios de transporte diversos.
- Servicios de salud.
- Cabinas de internet.
- Comercio en general.
- Otros (policía, bomberos, etc.)

5. Medios de transporte

Son los medios que permiten al viajero acceder a los destinos elegidos. Se clasifican en:

- Transporte terrestre.
- Transporte acuático.
- Transporte aéreo.

6. La infraestructura básica

Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad. Entre estos encontramos:

- Rutas de acceso. Pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos, terminales, etc.
- Comunicaciones. Abarca los servicios de teléfono, correo, telégrafo, internet, correo electrónico, etc.
- Equipamiento urbano. Comprende los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica. (mincetur, 2014)

F. DISEÑO DE PRODUCTOS

1. Diseño de productos turísticos

Los productos turísticos están formados por un agregado de infraestructuras, equipamientos, servicios públicos, servicios turísticos, valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias. La competitividad de un producto turístico está condicionada por la competitividad agregada de todos sus componentes.

Cuando un turista compra un producto turístico compra un producto que está sustentado en lo que se denomina la “oferta turística” de un país o región y esta oferta se fundamenta en el “patrimonio turístico” de un país o región. Pero el producto no solo tiene características o atributos atendiendo a su fabricación industrial, pues al satisfacer una necesidad humana el producto tiene atributos de orden psicológico y sociológico. Entonces al diseñar el producto, no se puede hacer una definición objetiva del mismo sino que hay que hacerlo pensando en el turista, utilizando su visión. (Ogando, et al., 2006)

2. Paquetes turísticos

Se denomina así al conjunto de actividades que se estructuran de manera articulada y que satisfacen las necesidades de los consumidores turísticos. El paquete es adquirido en el lugar de origen y consumido en el lugar de destino. Incluye una gran variedad de facilidades y servicios complementarios adaptados a las necesidades del cliente. Posibilita programar la oferta para crear un producto turístico nuevo. Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, comidas, diversiones), pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y en una sola transacción (De la Colina, 2009).

a. **Características del paquete turístico**

1) **La tangibilidad**

Se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en si, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

2) **La intangibilidad**

Se deduce del hecho de que las características de los componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan como es el producto, que uso le darán y que resultados esperan obtener. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

3) **Caducidad**

Los productos turísticos no se pueden almacenar.

4) **Agregabilidad y sustitutibilidad**

El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.

5) **Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo**

Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén los clientes y prestario en el momento del consumo. Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras. El consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.

6) **Heterogeneidad**

El producto turístico está formado por muchas partes y condicionado por muchos factores. (De la Colina, 2009)

G. VIABILIDAD COMERCIAL

1. Promoción y comercialización

Consiste en la toma de decisiones sobre el precio al que se venderán los servicios, las empresas de intermediación que van a intervenir, las actuaciones de promoción, información y venta que se van a desarrollar y, por último, las acciones de comunicación que la empresa llevará a cabo para dar a conocer su producto a través de la publicidad. (Ruano, 2012)

2. El marketing turístico como marketing de servicios

Cuando se viaja se recibe fundamentalmente servicios, de transporte, alojamiento, restauración, diversión, entretenimiento, información etc. Los servicios turísticos comparten con el resto de servicios una serie de aspectos diferenciales en comparación con los productos tangibles, lo que obliga a las empresas de servicios, y en este caso a las empresas turísticas, a aplicar técnicas de marketing distintas. (Baños, Álvarez, 2015, p 14)

3. Marketing operacional y marketing mix en el turismo

a. Marketing operacional

El marketing operacional determina las acciones a seguir en el día a día de una empresa, implica la puesta en funcionamiento de las herramientas precisas del marketing mix para conseguirlo. Su función, por lo tanto, es planificar, ejecutar y controlar las acciones del marketing para la consecución de los objetivos y estrategias a medio y corto plazo. Se plasma en el Plan anual de marketing y cuenta con las herramientas del marketing mix para alcanzar los objetivos.

Las funciones del marketing operacional son:

- Elaboración de planes de marketing
 - Ejecución y control de las acciones de marketing
 - Coordinación del personal de marketing y relaciones con el resto de la organización.
- (Ruano, 2012)

b. Marketing mix

El marketing mix es el conjunto de herramientas de marketing utilizadas por las empresas para conseguir sus objetivos comerciales en relación con un público objetivo

Con la evolución de los canales de comunicación, que ahora están más enfocados en el cliente y en brindarle la posibilidad de compartir experiencias de compra en su entorno los negocios y marcas han tenido que buscar nuevas maneras de acercarse a los clientes y dejarles saber que no solo es importante su dinero, también es de suma relevancia su experiencia.

Es por eso que surgió la evolución del mix de marketing de las 4 P's a las 4 C's. Su enfoque, orientado completamente al cliente, está pensado en pasar de un marketing de masas a un marketing enfocado en un público específico.

Las variables que lo componen son:

- Cliente
- Costo
- Conveniencia
- Comunicación

1) Cliente

Tener una orientación pensada en el cliente genera productos y/o servicios basados en las necesidades reales de cada uno, garantizando así su aceptación en el mercado. Los costos disminuyen y la producción mejora sus resultados, ya que al escuchar lo que el público desea obtener, es más fácil desarrollar y ofertar.

Es una estrategia que más allá de solo obedecer a lo que el cliente demanda; sirve para que la información que se consiga de cada uno sea utilizada para mejorar constantemente el desarrollo de productos.

2) Costo

La satisfacción del cliente tiene un costo, su fidelización otro. Todo tiene un costo que a su vez va a generar beneficios mayores. Captar clientes tiene un precio más elevado de promoción y marketing, que de fidelización. Además, un cliente satisfecho hará promoción del producto sin costo alguno.

En este sentido, el costo no se refiere al precio que va a tener un producto sino al costo de satisfacción que tendrá el cliente, incluyendo el tiempo invertido en la compra o el costo por consumir cierto producto en lugar de otro.

3) Conveniencia

Lo primero que debes hacer es cuestionar en donde se encuentra el público de tu marca, por lo que es momento de investigar cómo compran tus clientes y ver la manera de facilitarle el proceso.

Todo lo que ayude a que el cliente se estrese menos al realizar una compra es útil en este punto. Pensar cómo puede hacer que ahorre tiempo y genere una experiencia de compra memorable, que pueda compartir con su entorno y que lo haga regresar al negocio.

4) Comunicación

Los clientes ya no se creen todo lo que se dice. Es momento de hacer campañas de comunicación que estén orientadas a comunicar un valor y no solo buscar vender un producto.

Procurar hacer campañas más interactivas, que establezcan una comunicación con cada uno de los clientes, que informen algo, que los invite a conocer la marca y los productos.

Es obligación conocer cada uno de los canales de comunicación que se vaya a utilizar en la estrategia y cual se considera que será el impacto en los clientes potenciales, para designar los recursos específicos a cada uno. (Custom fit, 2012)

H. ESTUDIO AMBIENTAL

1. Evaluación de impacto ambiental

La Evaluación de Impacto Ambiental, es un procedimiento jurídico-administrativo que tiene por objetivo la identificación, predicción e interpretación de los impactos ambientales que un proyecto o actividad produciría en caso de ser ejecutado, así como la prevención, corrección y valoración de los mismo, todo ello con el fin de ser aceptado, modificado o rechazado por parte de las distintas Administraciones Públicas competentes.

Es un instrumento de conocimiento al servicio de la decisión y no un instrumento de decisión. La EIA, es un procedimiento analítico orientado a formar un juicio objetivo sobre las consecuencias de los impactos derivados de la ejecución de una determinada actividad.

Así pues, la EIA es un proceso que atiende a dos vertientes complementarias, por un lado establece el procedimiento jurídico-administrativo para la aprobación, modificación o rechazo de un Proyecto o actividad, por parte de la administración, por el otro, trata de elaborar un análisis encaminado a predecir las alteraciones que el proyecto o actividad puede producir en la salud humana y ambiental. (Conesa, 2003)

2. Matriz de Lázaro Lagos

La Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle – Columbus, todo gracias al ingenio del científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa. (Lagos, 2000)

a. Parámetros para la evaluación de Impactos Ambientales

Naturaleza.- Se determina si el impacto es positivo o negativo

Magnitud.- Determinado a través de tres rangos: Baja intensidad, Moderada intensidad y Alta intensidad.

Importancia.- Se determina a través de tres rangos de evaluación: Sin importancia, Menor importancia, Moderada importancia.

Certeza.- Determinado con tres rangos definidos: C, si el impacto ocurriría con una probabilidad del 75%; D, con probabilidad entre 50 y 75%; I, si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

Tipo.- Se define a través de: Primario, secundario y acumulativo.

Reversibilidad.- Puede ser Reversible o Irreversible.

Duración.- A corto, mediano y largo plazo.

Tiempo en aparecer.- Corto, mediano y largo plazo. (Elliot, 1990)

I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Se refiere al estudio del marco administrativo y legal del proyecto, es decir la estructura organizativa y los requerimientos legales del proyecto.

1. Estudio administrativo

Trata de establecer la estructura organizativa que dirigirá el proyecto, diseñando aquella que más se adapte a los requerimientos de la posterior operación.

Las preguntas a responder son:

- ✓ ¿Cuál es la estructura administrativa?
- ✓ ¿Puede ser una estructura de cabida al proyecto?
- ✓ ¿Qué personal adicional requiere el proyecto?
- ✓ ¿Cuánto se pagará en salarios administrativos?
- ✓ ¿Cuánto se gastará anualmente en útiles administrativos?

a. Estructura organizacional

Se explica cómo está organizada la empresa, de acuerdo a las diferentes áreas de trabajo. Presentar el diagrama de la organización de la empresa, a fin de ilustrar las relaciones existentes entre las áreas de trabajo. Se debe escribir como está organizada la empresa, de arriba hacia abajo (organigrama).

En empresas con pequeño número de empleados, es necesario utilizar un diagrama para describir las relaciones, sin embargo será necesario definir el organigrama de la empresa a medida que aumentan sus operaciones. (García, 2006).

1) Organigrama

Es la representación gráfica de la de la estructura formal de autoridad y de la división especializada del trabajo de una organización por niveles jerárquicos. Grafica compuesta por una serie de rectángulos, que representan a los organismos o cargos, los cuales se unen entre sí por líneas, que representan a las relaciones de comunicación y autoridad dentro de la organización. (Hernández, 2007)

a) Tipos de organigramas

Por su ámbito:

Generales.- Contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características.

Específicos.- Muestran en forma particular la estructura de un área de la organización.

Por su contenido:

Integrales.- Son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia.

Funcionales.- Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. De utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

Por su presentación o disposición gráfica:

Verticales.- Presentan las unidades ramificadas de arriba abajo a partir del titular, en la parte superior y desagregan los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada.

Horizontales.- Despliegan las unidades de izquierda a derecha y colocan al titular en el extremo izquierdo. Los niveles jerárquicos se ordenan en forma de columnas y las relaciones entre unidades se ordenan por líneas dispuestas horizontalmente.

Mixtos.- Utiliza combinaciones verticales y horizontales para ampliar las posibilidades de graficación.

Circulares.- En este tipo de diseño gráfico, la unidad organizativa de mayor jerarquía se ubica en el centro de una serie de círculos concéntricos, cada uno de los cuales representan un nivel distinto de autoridad, que decrece desde el centro hacia los extremos y el último círculo, es decir el más extenso, indica el menor nivel de jerarquía de autoridad. (De Zuani, 2005)

2. Manual de funciones

Dentro de la estructura organizacional de cualquier empresa, una vez que se ha diseñado la distribución del trabajo por áreas y por puestos, así como establecidos sus niveles de autoridad, es necesario darle fundamentación a dicho diseño: para ello, resulta indispensable plasmar en un

documento, la descripción de cada uno de los puestos establecidos, sus funciones, tareas, líneas de comunicación y relaciones de autoridad que tengan.

Facilita la identificación de los puestos, sus límites, soporta a la organización en el orden que necesita para su buen funcionamiento y sobre todo, permite la fluidez del trabajo, su complementación y eficiencia.

Un manual de funciones está constituido por:

Nombre del puesto.- Es el título que la empresa le da al puesto. La persona que lo ocupe, derivará de él su gentilicio por ejemplo: Gerencia de ventas, su titular será, Gerente de ventas.

Descripción genérica.- Es la justificación del puesto, la razón por la que existe. Resume el objetivo fundamental del puesto.

Funciones.- Describe las responsabilidades que la persona deberá cumplir en su puesto. Se anuncian en infinitivo; por ejemplo: supervisar el trabajo de los asistentes.

Tareas.- Señala las actividades concretas que se realizarán, correspondientes a cada función; por ejemplo: revisa los informes de actividades de cada supervisor.

Relaciones de los puestos

- **Internas.-** Se refiere a las relaciones que el puesto tiene con otros puestos de otras áreas, por razones de trabajo; por ejemplo: el encargado de compras con el encargado de cobranzas.
- **Externas.-** Se refiere a las relaciones que tiene el puesto con entidades o personas fuera de la empresa; por ejemplo; el contador con el Seguro Social.

Líneas de autoridad.- Es la relación de dependencia del puesto. Cuál es el puesto inmediato superior (jefe) y que puestos le reportan (subalternos).

El manual de funciones, como instrumento de apoyo directo a la organización, debe estar permanentemente actualizado y se debe conceder la importancia que tiene, para la buena funcionalidad de los puestos. (Montalván, 2008)

3. Estudio legal

Se refiere a los requerimientos legales del proyecto para su operación y aprobación respectiva. Por ejemplo:

- ✓ Obligaciones ante el Registro Mercantil
- ✓ Obligaciones ante el Servicio de Rentas
- ✓ Obligaciones ante el Ministerio de Turismo

Las interrogantes a responder son:

- ✓ ¿Qué incentivos y penalidades legales existen para ubicar el proyecto en la región?
- ✓ ¿Qué tipo de empresa o institución será la encargada de producir el bien o prestar el servicio?: sociedad anónima, empresa individual, pequeña o gran contribuyente, estatal, autónoma, mixta
- ✓ ¿Qué tipo de patente o licencia debe pagarse y solicitarse de acuerdo al tipo de productos y cuál es el monto de lo mismos?
 - Patente, licencias, otros. (Fernández, 2007)

a. Ley de Compañías

La Ley de Compañías es el marco jurídico bajo el cual funcionan las empresas legalmente constituidas en el Ecuador, se expidió el 5 de noviembre de 1999 por el Congreso Nacional y consta de 457 artículos donde se norma y regula la actividad empresarial dentro del país. El ente que vigila que se cumplan con todas las disposiciones exigidas en la ley es la Superintendencia de Compañías donde están registradas todas las empresas que funcionan legalmente en Ecuador.

La propia ley se encarga de darnos el concepto cuando dice que compañía es la persona jurídica que nace de la declaración de la voluntad de una o más personas para unir sus capitales e industrias y en el ejercicio de esa personalidad, puede ejercer operaciones civiles o mercantiles generando utilidades.

La Ley de Compañías considera las siguientes clases de sociedades mercantiles; las compañías en nombre colectivo; La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La compañía de responsabilidad limitada; La compañía anónima y; La compañía de economía mixta. Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La ley reconoce además la compañía accidental o cuentas en participación. (Ley de Compañías, 2007)

b. Ley de turismo

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (Ley de Turismo, 2008)

J. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Estudio económico

El análisis debe aportar elementos de juicio seguros sobre la viabilidad, conveniencia y oportunidad del proyecto. Constituye un balance de las ventajas y desventajas de asignar al proyecto analizado los recursos necesarios para su realización, en términos más amplios, la tarea de evaluar consiste en comparar los beneficios y los costos del proyecto, con miras a determinar si el cociente que expresa la relación entre unos y otros presenta o no ventajas mayores que las que se obtendrían con proyectos distintos, igualmente viables. (ILPES, 2006)

a. Presupuesto de inversión

Le denominaremos Inversión al monto de recursos que en forma de capital requiere la empresa en proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, así como aquellas erogaciones que

se requerirán durante su funcionamiento para reponer activos fijos obsoletos o para permitir ampliaciones en la planta productiva original, a las que también se conoce como reinversiones.

La mayoría de los proyectos turísticos permiten agrupar su presupuesto en once apartados específicos que son: terreno, adecuaciones infraestructurales, edificaciones, equipo, mobiliario y decoración, instalaciones especiales, blancos y lencería, gastos preoperatorios, capital de trabajo, gastos financieros de preoperación e imprevistos. (Hernández, 2008)

b. Fuentes de financiamiento

Para crear y desarrollar una empresa propia se necesita dinero y este se lo puede obtener de distintas fuentes: ahorros personales, parientes y amigos, bancos y financieras, cooperativas de ahorro y crédito, inversionistas privados, organismos no gubernamentales (ONG) o gubernamentales.

La primera fuente de recursos financieros para iniciar una empresa proviene de sus propios ahorros, es la mejor manera de tranquilidad y sin preocupaciones sobre la urgencia de cubrir los préstamos adquiridos. Algunas investigaciones señalan que dos de cada tres empresarios manifiestan que es la forma óptima de iniciar un negocio. Dependiendo de las exigencias financieras de la empresa, si es que son pequeñas se podrán cubrir con los ahorros personales, en otros casos se deberá recurrir a otras fuentes. (García, 2006)

c. Depreciación de activos y amortizaciones de intangibles

Contable y legalmente se encuentra aceptado que las empresas consideren a manera de gasto, una partida para la reposición periódica de activos y la recuperación de erogaciones previas efectuadas en intangibles. En el sentido financiero y económico este renglón constituye un flujo de efectivo que en realidad se incorpora a las utilidades netas de la empresa y asimismo de sus beneficios finales al cabo de cada periodo operativo.

De manera que si bien los montos consignados para cubrir la depreciación de activos y amortizar intangibles aparecen como un egreso independiente en la estructura general de estos costos y gastos dentro de un estado de resultados, con posterioridad lo contemplamos como fuente de efectivo en los análisis de rentabilidad financiera.

Los montos respectivos a considerar en cada periodo dependen de tres variables: 1. Los precios base para efectuar los cálculos correspondientes de los activos sujetos a depreciación y el monto de los intangibles aceptables de amortizar; 2. Las tasas legales aplicables según los distintos activos y 3. Los apoyos fiscales en materia de depreciación. (Hernández, 2008)

d. Estructura de costos

Un conocimiento bien fundamentado de los costos debe ser la base para poner precio a los diferentes productos o servicios que la empresa ofrece a sus clientes. Conocer a fondo los costos permite determinar la relación de costo/beneficio de cada producto y la rentabilidad, además de evaluar el rendimiento de cada miembro del personal.

Hablar de manejo de costos es sinónimo de búsqueda permanente de un mejor aprovechamiento de los recursos invertidos e incremento de la productividad.

Se puede clasificar en función a la naturaleza del gasto, dividiéndose en costos fijos y costos variables.

El costo fijo agrupa todos los costos en los que incurre la empresa independientemente del nivel de producción, por ejemplo el sueldo fijo del gerente, arrendamiento del local, pagos de los servicios básicos, entre otros.

El costo variable agrupa todos los costos que están relacionados directamente con las ventas de los servicios o el bien, por ejemplo, gastos de materiales y viáticos, alquiler de equipos, empaques, etc. (García, 2006)

e. Estado de resultados

Para la formulación de los proyectos, este instrumento contable es quizás el más apreciado, efectivo e importante, no obstante que cada uno tiene su función en el conjunto.

Se le conoce también con el nombre de “pérdidas y ganancias” y tiene como objetivos centrales en el estudio de preinversión mostrar: 1. Los volúmenes y ritmos de ventas esperados; 2. La estructura de costos y gastos consolidada, así como su evolución; 3. Los montos y coeficientes de utilidades por alcanzar tanto en el ámbito operacional como en sus resultados finales; 4. Los niveles de pérdida y los periodos en que se presentan. (Hernández, 2008)

f. Flujo de caja

El constante movimiento financiero que ocurre en la empresa como producto de su actividad, cuando transforma materias primas, agrega insumos, mano de obra, energía y materiales; cuando comercializa mercaderías, productos o servicios; cuando recibe ingresos por las ventas al contado o a plazos; cuando paga por las compras efectuadas, salarios, contribuciones sociales, impuestos, servicios de terceros; cuando realiza transacciones bancarias, efectúa inversiones y

capta financiamientos, genera un flujo permanente de entradas y salidas de recursos (dinero), denominado Flujo de caja.

La eficiente gestión de Caja presupone que el Flujo sea administrado racionalmente, a efectos de incrementar el patrimonio del emprendedor y eliminar el desperdicio de recursos financieros. Por tanto, la gestión de Caja debe ser previsional; para gerenciar en una forma adecuada los recursos presentes, debe también tomar en cuenta los recursos futuros de la empresa, valiéndose para esto de las previsiones de caja que se generan en las previsiones de ventas, de producción, de egresos e inversiones, etc. El Flujo de Caja representa la previsión, el control o el registro del movimiento de recursos financieros (entradas y salidas de dinero), durante un periodo determinado. (García, 2006)

2. Evaluación financiera

La evaluación es la comparación de carácter económico que se efectúa entre las ventajas y desventajas que resultan de emplear ciertos factores productivos en la realización de un programa o de un proyecto de inversión.

Se le conoce también como análisis beneficio-costos (b/c); esta aceptación técnica es más exacta, dado que el término costo puede manejarse en forma tanto explícita como implícita.

La evaluación puede efectuarse ya sea en función de uno solo de los factores productivos a intervenir (regularmente se toma el capital) o tomar al conjunto (evaluación socioeconómica). De igual forma, es susceptible de ejecutarse por ponderación, según los efectos estimados que un programa pueda generar. (Hernández, 2008).

3. Análisis de rentabilidad

Una vez que se ha determinado las inversiones fijas y corrientes necesarias para la implementación de su proyecto de inversión, es oportuno que las evalúe desde un punto de vista financiero, a fin de determinar la posible rentabilidad que le producirá su negocio.

El emprendedor debe saber cuáles son los riesgos para la recuperación del capital invertido, analizando la viabilidad del negocio en el periodo de un año, si el dinero invertido será recuperado, en cuanto tiempo y a que tasa de retorno.

Sobre el aspecto económico-financiero, la inversión de capital debe someterse a una triple exigencia: debe ser rentable (ofrecer un retorno satisfactorio), debe ser segura (tener el menor riesgo posible) y poseer liquidez (generar adecuado flujo de caja).

a. Valor presente neto (V.P.N.)

Este indicador muestra el monto beneficios reales que un proyecto aportaría al inversionista privado y considera tanto el valor cronológico del dinero, como su costo de oportunidad.

Se define como: la cantidad absoluta que resulta de deducir a la suma de ingresos netos actualizados, el total de inversiones actualizadas.

$$\text{V.P.N.} = \text{flujos de efectivo actualizado} - \text{inversiones actualizadas}$$

Por lo tanto el indicador será un número absoluto (la cantidad de beneficios o pérdidas) y la comparación entre proyectos solo podrá efectuarse observando cuál tiene la cantidad mayor o menor, según sean utilidades o pérdidas, con el empleo de un mismo costo de oportunidad para todos.

Las inversiones, en tanto egresos o salidas para el inversionista, se inscriben con signo negativo, mientras que los flujos de efectividad lo harán con signo positivo. Cuando la cantidad que resulte tenga signo positivo, el V.P.N. mostrará un resultado satisfactorio, en caso de ser negativo será lo contrario. (Hernández, 2008)

b. Tasa interna de retorno (TIR)

Ibid. Se dice que la TIR es aquella en la cual el VPN = 0, es decir, donde los ingresos netos y egresos de inversión se igualan en sus valores actualizados.

En el caso en que se determina el signo del VPN, podemos tomar decisiones de orden cualitativo. Sin embargo, no estamos en posibilidad de encontrar qué tanto en porcentajes es mejor a partir de su tasa relevante.

Cuando nos proponemos decidir sobre la base de coeficientes relativos habrá que encontrar un índice de rentabilidad confiable, que ubique en un marco más definido.

Al hablar de confiabilidad se pretende incluir las consideraciones hechas a propósito de los conceptos emitidos anteriormente sobre evaluación privada. En particular aquellos sobre los que se sustenta la técnica del VPN. Es por eso que la TIR incluye el valor actualizado en su cálculo. Aun así, hay una diferencia clara en la toma de decisiones vía VPN y la que se realiza en base a la TIR. Del primero se obtiene una cantidad absoluta cuyo signo es el ilustrativo y de la segunda

se desprende un índice que, como todo número relativo, nos muestra una relación aproximada, que en este caso es de rentabilidad.

c. Periodo de recuperación del capital

Ibid. En algunos casos, cuando las disponibilidades de recursos financieros son pocas y las oportunidades de colocación del capital son numerosas, es importante saber cuáles son las alternativas que implican menores periodos de recuperación para capital invertido, de manera que pueda usarse éste en nuevos proyectos.

Este indicador es perfectamente compatible con el cálculo del VPN o la tasa interna de retorno y puede servir como auxiliar a éstos, de manera que los complemente en la decisión final.

Su estimación es sencilla y consiste en definir el momento en que la suma de beneficios netos equivale a la suma de inversiones, dependiendo del origen que tenga cada capital.

En cuanto a la suma de beneficios, deberá contabilizarse su costo de oportunidad.

d. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas que debe realizarse para no obtener ni pérdida ni ganancia, es decir, cubrir los costos totales. Existen tres métodos para obtener el Punto de Equilibrio, estos son: Método Gráfico, Método de la Ecuación, Método del Margen de Contribución o Utilidad Marginal.

Método gráfico.- Hace posible la representación gráfica de las relaciones existentes entre el volumen de ventas y los costos fijos variables de un determinado estado de ingresos y egresos.

Método de la ecuación.- Según este método que utiliza una incógnita en número de unidades, el resultado que se obtiene es el punto de equilibrio en unidades vendidas.

$$\text{Ventas} = \text{Costos variables} + \text{Costos fijos} + \text{Utilidad}$$

Siendo las ventas igual al precio de venta multiplicado por el número de unidades que se busca.

$$\text{Ventas} = 4 \times (\text{Precio unitario de venta})$$

Los costos variables serán iguales al costo variable unitario conocido multiplicado por el número de unidades que se buscan. (García, 2006)

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La Operadora de Turismo Kacha Optur S.A. se encuentra en la Provincia de Chimborazo a 11 km al suroeste del cantón Riobamba en la Parroquia rural Cacha, comunidad Machángara, con sede en el Centro Turístico Cultural Pucará Tambo.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Cacha (PDOT), (2015) indica lo siguiente:

2. Ubicación Geográfica

Latitud:	1° 42'37'' Sur
Longitud:	78°38'54'' Este
Altitud:	2 900 a 3 700 msnm

Realizado por: Laura Sucuy, 2016

3. Límites

Norte:	Parroquia Licán
Sur:	Cantón Colta y Parroquia Punín
Este:	Parroquia San Luis y Cantón Chambo
Oeste:	Cantón Colta.

Realizado por: Laura Sucuy, 2016

4. Características climáticas

Temperatura:	Oscila entre 8 y 16 °C
Precipitación media anual:	411,74 mm
Humedad relativa:	45%
Clasificación bioclimática	Seco temperado

Realizado por: Laura Sucuy, 2016

5. Clasificación ecológica

La parroquia Cacha según MAE (2012), posee los siguientes pisos ecológicos:

• Estepa espinosa Montano Bajo	(e.e.M.B)
• Bosque seco Montano Bajo	(b.s.M.B)

Realizado por: Laura Sucuy, 2016

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Materiales

Libreta de campo, hojas de papel bond, marcadores, esferos, portaminas, borrador, carpeta, papelotes, pilas.

2. Equipos

Computadora, impresora, escáner, GPS, cámara digital, flash memory

C. METODOLOGÍA

El presente trabajo se realizó con las metodologías que se detallan a continuación:

1. Primer objetivo: Validar el potencial turístico de la Parroquia Cacha

a. Diagnóstico situacional de la Parroquia Cacha

Se recopiló información secundaria a través de instituciones y fuentes que tengan estudios de la parroquia, así como el GAD Parroquial Rural Cacha. Para el levantamiento de información primaria se basó en entrevistas con la población involucrada, además se enfocó en el diagnóstico estrella con los cinco ámbitos que son: Físico-espacial, ecológico-territorial, socio-cultural, económico-productivo y político-administrativo.

Tabla 1: Diagnóstico 5 estrellas.

ÁMBITOS	INFORMACIÓN
Físico-espacial	División política Límites Vías de acceso Latitud Longitud Rango altitudinal
Socio-cultural	Nacionalidad Población Nivel de instrucción Ocupación Vivienda Servicios básicos Salud Medios de transporte Comunicación Servicios sanitarios Abastecimiento de productos
Ecológico-territorial	Temperatura promedio anual Precipitación media anual Humedad relativa Suelo Clasificación ecológica Problemas ambientales

Económico-productivo	Actividades económicas Desarrollo actual del turismo Interés en el desarrollo turístico
Político-administrativo	Administración interna Instituciones que trabajan en la zona

Fuente: Tierra, 2012. Texto Básico Planificación Territorial.

Realizado por: Laura Sucuy

b. Validación del Inventario de Atractivos Turísticos

Se realizó la recopilación de información secundaria de inventario de atractivos en tesis y otros documentos antes realizados. Posteriormente se realizó salidas de campo para validar o determinar los atractivos existentes, las mismas que fueron sistematizadas y jerarquizadas según el requerimiento, para lo que se utilizará la metodología del MINTUR, 2004.

Para el registro de inventario de Patrimonio Cultural Inmaterial se utilizó la metodología propuesta por el INPC, la recopilación de esta información se realizó con salidas de campo para las entrevistas con la población.

La Convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, firmada en Paris en el año 2003, y de la cual Ecuador forma parte, señala que el Patrimonio Cultural Inmaterial, se manifiesta en los siguientes ámbitos:

- a. Tradiciones y expresiones orales
- b. Artes del espectáculo
- c. Usos sociales
- d. Conocimiento y usos relacionados con la naturaleza y el universo
- e. Técnicas artesanales tradicionales

Con salidas de campo y el uso de GPS, se realizó la Georeferenciación de los sitios identificados e inventariados, lo que también ayudó para el diseño de mapas y rutas a seguir, mediante la utilización del programa Arc Gis 10.3.

2. Segundo objetivo: Determinar el estudio de mercado

a. Análisis de la demanda

Para determinar el universo, se tomó el total de turistas nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad de Riobamba, el tamaño de la muestra se calculó con la siguiente fórmula de poblaciones finitas:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

p = (0,5) Probabilidad de ocurrencia

q = (0,5) Probabilidad de no ocurrencia

e = (5%) Margen de error

z = (1,96) Nivel de confianza

Se utilizó la encuesta como herramienta para la recopilación de datos.

b. Análisis de la oferta

Se realizó el estudio de la oferta actual que presenta la parroquia Cacha y su oferta complementaria fueron las que presenta el Cantón Riobamba en cuanto a atractivos, productos y planta turística, posteriormente se realizó la confrontación entre oferta y demanda para determinar la demanda insatisfecha y finalmente obtener el mercado objetivo.

3. Tercer objetivo: Diseñar técnicamente el producto de turismo rural comunitario

a. Diseño técnico del producto

Se tomó como base el cumplimiento del objetivo dos y el análisis del potencial turístico de la parroquia Cacha, servicios e infraestructura existentes en la zona.

Se identificó la planta turística necesaria para las actividades, así como las necesidades y requerimientos de las instalaciones, con lo que se elaboró paquetes turísticos considerando los siguientes elementos:

- Nombre del paquete
- Codificación (numeración)
- Duración (horas, días, noches)
- Modalidad (historia, naturaleza, cultura)
- Itinerario
- Descripción de actividades
- Dificultad (fácil, moderado, alto)
- Servicios que se incluyen y no se incluyen
- Precio (por pax)
- Observaciones
- Fotografía
- Mapa de identificación del recorrido

Una vez diseñado los paquetes se estructuró los costos de cada uno de ellos, se realizó las respectivas consideraciones del caso.

b. Estrategias de promoción y comercialización

La Operadora de Turismo Kacha Optur dará a conocer sus productos en el mercado turístico tomando en consideración los siguientes componentes del Marketing Mix.

- a. Cliente
- b. Costo
- c. Conveniencia
- d. Comunicación

4. Cuarto objetivo: Determinar la viabilidad ambiental para el producto

Para determinar la viabilidad ambiental se cumplió los siguientes pasos:

- Se utilizó la matriz de Lázaro Lagos para la evaluación del grado de impacto ambiental que causaría la operación del producto en los componentes ambientales (aire, agua, suelo, flora, fauna, socioeconómico y paisaje)
- Con la interacción de la relación causa efecto se analizó la magnitud de la alteración, el grado de impacto y su importancia con lo que se propuso acciones que servirán para reducir los impactos negativos que se puedan generar en la operación turística.

5. Quinto objetivo: Determinar la viabilidad legal administrativo para la operación

- Para el estudio legal se consideraron leyes y normas establecidas en la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo del Ecuador y la Ley de Régimen Tributario Interno, así como establecer los mecanismos de redistribución.
- En la parte administrativa y de operación se establecieron los siguientes parámetros: estructura administrativa, manual de funciones, manual de procedimientos, personal necesario para la operación, estructura de procedimientos y reglamento interno.

6. Sexto objetivo: Determinar el análisis económico financiero

Para la elaboración del estudio económico se calculó y analizó:

- a. Presupuesto de inversiones
- b. Fuentes de financiamiento
- c. Depreciación de activos fijos
- d. Amortización de activos diferidos
- e. Estructura de gastos para la vida útil del proyecto
- f. Consumo aparente e ingresos por paquetes vendidos
- g. Estado de resultados
- h. Flujo de caja

Para realizar el análisis financiero se consideró el estudio de mercado, el diseño técnico y estudio económico, lo que determinó la rentabilidad del proyecto con los siguientes indicadores:

- a. Valor actual neto (VAN)
- b. Tasa interna de retorno (TIR)
- c. Relación costo beneficio (RC/B)
- d. Periodo de recuperación del capital
- e. Punto de equilibrio

La parroquia rural Cacha se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, formada por 19 comunidades los cuales están divididos de la siguiente forma:

Tabla 2: Comunidades de la Parroquia Cacha

ASENTAMIENTO HUMANO	POR ZONAS	SUPERFICIE (Has)
Amula Shihuiquis	Alta	130,77
Amula Casa Loma	Alta	262,30
Amula Grande Rayo Loma	Alta	92,10
Cruzada Hualiquis	Alta	145,14
Cacha Chuyug	Alta	311,63
Obraje	Baja	103,02
Cauñag	Baja	47,95
Cachatón San Francisco	Media	190,02
Gaubug	Alta	113,48
Huagshi	Baja	159,37
Calguacha Lemapamba	Alta	125,94
Machángara	Media	128,16
Pucará Quinche	Baja	43,76
San Miguel de Quera	Alta	304,52
San Pedro	Media	84,04
San Antonio de Muru Gallo	Alta	74,36
San Antonio de Bashug	Media	92,41
San Antonio de Shilpalá	Baja	139,06
Verde Pamba	Alta	90,54
Total	19	2638,57

Fuente: PDOT Cacha, 2015

Realizado por: Laura Sucuy

Las zonas se refieren a la altitud en la que están establecidas las comunidades de la Parroquia.

2) Límites

Límite político administrativo:

Norte:	Comunidad Chipate Alto
Sur:	Comunidades Pardo, San José, Parroquia Santiago de Quito, Comunas de Alabado Grande, Monjas Alto (Cantón Colta)
Este:	Las comunidades de Tungurahuilla, Tzalarón y Parroquia de San Luis
Oeste:	Gatazo Chico, Murunguil, Curiquina, Rinconada, Gatazo Zambrano, Alchabug y Santo Domingo de Ugshapamba.

Fuente: PDOT Cacha, 2015

Realizado por: Laura Sucuy

3) Vías de acceso

La parroquia Cacha tiene acceso desde la ciudad de Riobamba por la Av. Atahualpa y desde el cantón Colta a través de la carretera Panamericana entrando por la comunidad Gatazo.

Posee un total de 65,80 km de vías, 15,29 km en caminos de verano, menos de 1 km de carreteras sin pavimentar de un carril, 24,98 km de carreteras sin pavimentar de dos carriles y un total de 25,50 km de senderos. La parroquia posee transporte público brindado por la cooperativa Rey Cacha.

La caracterización de la red vial, para la parroquia, identifica que existen 24,47 km de tierra; 1,41 km de empedrado, 2,44 km de lastre y 23,23 km de asfalto, 0,31 km de adoquinado, el estado de las mismas a nivel general va de malo a regular. (PDOT Cacha, 2012)

4) Hidrología

Al pie del Chuyug se encuentra la laguna Kapak Kocha que no alcanza a abastecer el agua para el consumo humano, peor aún para riego. Actualmente la organización de segundo grado FECAIPAC cuenta con la adjudicación oficial para brindar este servicio, de parte de CODERECH, de las vertientes de los páramos de la comunidad Guangupud, quebradas de Puyal y Majada. Adicionalmente existe una pequeña vertiente llamada Pakcha Wayco que provee agua para riego a la comunidad Shilpalá y de igual forma la vertiente de Convicalpa para las comunidades de las zonas altas.

b. **Ámbito Socio Cultural**

1) **Nacionalidad**

El 100% de los pobladores de la Parroquia Cacha se autodenominan indígena Puruhá de la nacionalidad Kichwa. (INEC, 2010)

2) **Población**

La Parroquia Cacha según el INEC, para el año 2010 registraba en el informe del censo una población de 3278, constituyéndose el 1,40% de la población del cantón Riobamba.

Según el trabajo de campo realizado por el Equipo Técnico PDyOT 2015, registran de la siguiente manera:

Tabla 3: Población de la Parroquia Cacha por Comunidades 2015

Comunidad	Hombres	Mujeres	Total
Bashug	25	26	51
Cachatón	156	142	298
Casa Loma	371	373	744
Cauñag	41	53	94
Chuyug	385	361	746
Cruzada			
Hualiquis	108	103	211
Gaubug	111	99	210
Huagshi	123	133	256
Lema Pamba	146	106	252
Machángara	66	73	139
Obraje	199	193	392
Pucará			
Quinche	152	173	325
Quera	171	204	375
Rayoloma	90	103	193
San Pedro	94	92	186
Shuhiquis	201	205	406

Shilpalá	204	232	436
Verde Pamba	64	68	132
Total	2707	2739	5446

Fuente: PDyOT Cacha, 2015

Realizado por: Laura Sucuy

Las parroquias rurales tienen una población inferior a los 9000 habitantes e incluso por la expulsión constante de población, esta se va reduciendo significativamente año tras año, al punto que el crecimiento demográfico es negativo con el 2,82% cada año.

3) Nivel de instrucción

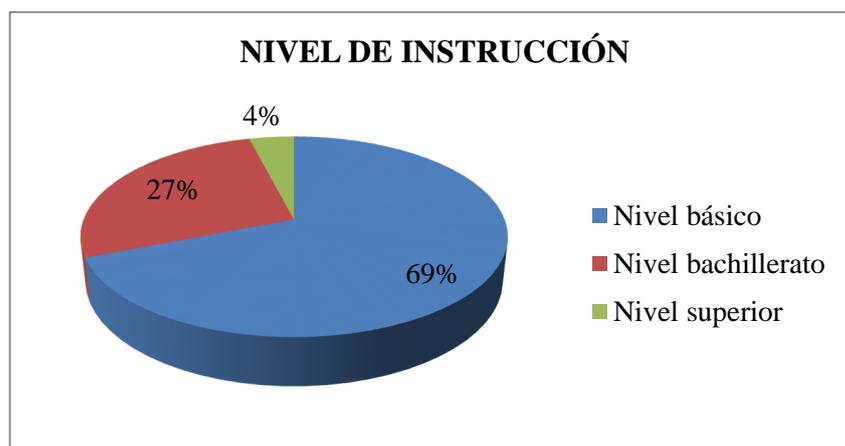


Figura 2. Nivel de instrucción

Fuente: INEC, 2010

A nivel cantonal se evidencia un alto porcentaje de analfabetismo y analfabetismo funcional, en Cacha las condiciones económicas posibilitan únicamente el acceso a la educación primaria, es decir, el 69% asiste a la escuela, mientras que el 27% lo hace a nivel secundaria y únicamente el 4% acceden a una formación superior. De estos valores la mayor proporción de acceso a la educación corresponde al género masculino.

4) Ocupación

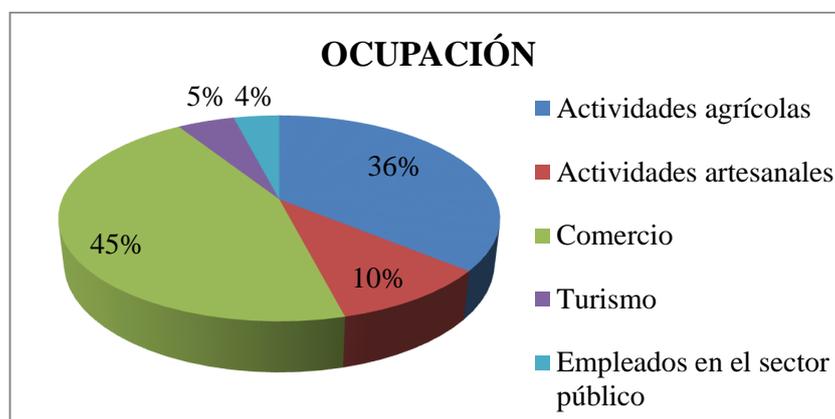


Figura 3. Ocupación

Fuente: PDyOT Cacha, 2015

En la Parroquia Cacha existen pequeños productores dedicados al cultivo de quinua, maíz, cebada y papa, un pequeño grupo se dedica a las artesanías y producción de miel, un grupo cerrado se dedica al turismo y un minúsculo grupo son empleados públicos.

5) Vivienda

Tabla 4: Características constructivas de las viviendas por comunidades

Comunidad	Número de familias con vivienda propia	Características constructivas de la vivienda		
		# de viviendas con construcción tradicional	# de viviendas con construcción mixta	# de viviendas con construcción de hormigón
Shiguiquis	60	20	40	0
Casaloma	150	55	80	15
Rayoloma	67	12	30	25
Cruzada	50	26	20	4
Hualiquiz				
Cacha Chuyuc	80	50	20	10
Obraje	48	10	18	20
Cauñag	20	8	5	7
Cachaton San Francisco	52	7	45	0
Gaubuc	90	25	50	15
Huagshi	60	50	10	0
Lemapamba	40	20	10	10
Machangara	25	2	15	8
Pucará Quinche	55	15	30	10
San Miguel de Quera	70	0	0	70

San Pedro	60	10	30	20
San Antonio de Murugallo	34	2	27	5
San Antonio de Bashug	16	1	11	4
San Antonio de Shilpala	70	11	29	30
Verdepamba	25	1	20	4
Total	1072	325	490	257

Fuente: PDyOT Cacha, 2015

Realizado por: Laura Sucuy

En la parroquia Cacha un total de 1072 familias cuentan con viviendas propias de las cuales 325 familias mantienen una construcción tradicional, 490 familias cuentan con viviendas con construcción mixta y 257 familias cuentan con viviendas de construcción con hormigón.

Además, en la parroquia existen familias que han sido beneficiadas por programas de vivienda específicamente en 7 comunidades de la parroquia con un total de 12 familias beneficiarias.

6) Servicios básicos

a) Agua

Tabla 5: Disponibilidad de agua

	Disponibilidad		Forma de aprovisionamiento			
	Si	No	Red publica	Agua entubada	Carro repartidor	Pozos propios
	98%	2%		100%		20%
Total	100%		100%			20%

Fuente: PDyOT Cacha, 2015

Realizado por: Laura Sucuy

El 98% de la población tiene acceso al servicio de agua entubada, la cual es administrada por la Junta Administradora de agua de la parroquia, además un 20% de las comunidades, especialmente las comunidades bajas cuentan con pozos propios a más del servicio de agua entubada, las mismas son administradas por juntas de agua de cada comunidad.

b) Energía eléctrica, alcantarillado, recolección de desechos

Tabla 6: Disponibilidad de Energía eléctrica, alcantarillado, recolección de desechos

	Servicio de energía eléctrica		Servicio de alcantarillado		Servicio de recolección de basura	
	Si	No	Si	No	Si	No
	99%	1%		100%	10%	90%
Total	100%		100%		100%	

Fuente: PDyOT Cacha, 2015

Realizado por: Laura Sucuy

El 99% de las comunidades de Cacha se abastecen de energía eléctrica por sistema interconectado de la Empresa Eléctrica Riobamba S.A. mientras que el 1% de la población carece de este servicio.

El 100% de la población de la parroquia carece del servicio de alcantarillado, las aguas servidas son acumuladas en pozos sépticos.

El servicio de recolección de basura llega solamente al 10% de la población de Cacha, hasta la cabecera parroquial incluida las comunidades que se encuentran en el camino hasta llegar a ella, mientras que el 90% de las comunidades no cuentan con este servicio.

c) Tratamiento de desechos sólidos

La parroquia no dispone del servicio de recolección de desechos domiciliarios y desechos hospitalarios en las comunidades excepto en la cabecera parroquial, además no se cuenta con tanques recolectores, los desechos orgánicos son utilizados para la alimentación de los animales y como abono para los cultivos, mientras que los inorgánicos se queman y posteriormente se entierran. Sin embargo existen familias quienes disponen de vehículo, que recolectan los desechos para luego depositarlos en los contenedores que se encuentran en Riobamba.

7) Salud

Tabla 7: Disponibilidad de servicios de salud en las comunidades de la parroquia Cacha

Comunidad	Nombre de la Institución	Forma de administración		Tipo de institución				
		Publica MSP	IESS	Subcentro de salud	Centro de salud	Dispensario publico	Puesto de salud	Privada
Cacha Chuyug	MSP Chuyug	x					x	
Cacha Obraje	Seguro campesino		x			x		
Huagshi	MSP Huagshi	x					x	
Machángara	MSP Machángara	x		x				
Pucará Quinche	MSP Pucará Quinche	x					x	
San Miguel de Quera	Puesto de Salud Quera	x					x	
Total	6	5	1	1		1	4	

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

En la parroquia existen 6 establecimientos de salud en diferentes comunidades: 5 son administradas por el MSP y uno por el IESS; 4 son considerados como puestos de salud, 1 como dispensario público y 1 se considera subcentro de salud. La infraestructura de la mayoría de los establecimientos va de un estado bueno a regular y la atención es básica.

Los dos médicos asignados a dar atención médica, son rurales que permanecen durante un año, hay un medico odontólogo, enfermeras y auxiliares, todo el equipo hacen la cobertura en los cinco establecimientos en determinados días. Cabe recalcar que la empresa CACHAMSI provee médicos extranjeros que vienen a realizar sus pasantías quienes también brindan sus servicios en la parroquia.

8) Educación

Tabla 8: Instituciones educativas por comunidades

Comunidad	Nombre de la institución	Maestros	Alumnos	Observaciones
Cruzada Hualiquiz	Colegio “La Paz”	3	5	Institución por cerrarse por falta de alumnos
	Escuela “Manuel Chile”	1	25	Por fusionarse
Cacha Chuyug	Escuela “Shyri I”	4	20	Funcionando
Cacha Obraje	CIBV Reina Paccha	5	15	Funcionando
	Unidad Educativa “Shyri Cacha”	14	225	Asisten de las comunidades donde se cerraron las instituciones educativas
Cachatón San Francisco	Escuela “Cacha Duchicela”	3	20	Funcionando
San Miguel de Quera	Escuela “Bartolomé Ruiz”	3	15	Institución por cerrarse por falta de alumnos
San Antonio de Shilpala	Fernando Daquilema	6	40	Funcionando

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

La fusión de instituciones educativas ha reducido la incidencia de la cobertura de educación, es así que de las 29 instituciones funcionales actualmente la parroquia cuenta con 8 Instituciones Educativas de las cuales todas cuentan con el nivel básico y 2 con el nivel bachillerato, Además se dispone de un solo Centro Infantil del Buen Vivir (CIBV) en toda la parroquia.

9) Medios de transporte

La cooperativa de transportes Rey Cacha es el único servicio de transporte con el que cuenta la parroquia Cacha, este servicio cubre las comunidades: Shilpalá, Obraje, Pucará Quinche, San Pedro, Cauñag, Huagshi, Cachatón y Cacha Chuyug, los pobladores del resto de comunidades deben transportarse en vehículos particulares o camionetas o ir hasta las comunidades por donde pasa el bus para ocupar este servicio. Existen 6 buses de esta cooperativa que salen desde la Carabobo y Carondelet cada 45 minutos.

10) Comunicación

a) Radio y televisión

La parroquia Cacha recibe la cobertura de la mayoría de las emisoras de radio y algunas de televisión, siendo las siguientes las más frecuentadas: radio La voz de AIIECH, Tricolor, Buenas Nuevas, Radiofónicas, Gama Tv, Ecuavisa, TVS, Ecuavisión. Además las antenas de las mismas se encuentran en el cerro Igno de la parroquia. No reciben información de ningún medio de comunicación escrita.

b) Telefonía fija y móvil

Tabla 9: Disponibilidad del servicio de telefonía móvil y fija

Telefonía fija (CNT)	Porcentaje	Telefonía móvil	Porcentaje
Si	11%	Si	73%
No	89%	No	27%
Total	100%	Total	100%

Fuente: PDyOT Cacha, 2015

Realizado por: Laura Sucuy

El 73% de la población tiene acceso al servicio de telefonía móvil, mientras que el 27% no cuenta con el servicio. La red Claro es la única que da cobertura en la parroquia, mientras que la cobertura de la operadora Movistar y de la Corporación de Telecomunicaciones son nulas.

En cuanto a telefonía fija CNT, el 11% tienen acceso a este servicio específicamente en la cabecera parroquial y el 89% carece de la misma.

c) Internet

El acceso al servicio de internet se da únicamente en la comunidad Cacha Obraje en el colegio Shyri Cacha y en un Cyber particular, y en la cabecera parroquial en el Infocentro, en donde se cuenta con 10 computadoras disponibles para todo el público.

11) Servicios sanitarios

En la parroquia Cacha el total de las familias no cuentan con alcantarillado por tanto cada familia ha construido pozos sépticos, las mismas están ubicadas a unos 5 metros de los baños que están situados fuera de las casas.

c. Ámbito Ecológico Territorial

1) Temperatura promedio anual

La temperatura promedio anual varía entre los 8 a 16°C, durante el día, mientras que en las noches se experimenta hasta 5°C

2) Precipitación media anual

Las comunidades de Cacha se encuentran en la parte alta de la cuenca Hidrográfica del río Pastaza, cuyo afluente principal es el río Chambo. Estas zonas son de precipitaciones variables entre 410 hasta los 615 mm de precipitación anual. La mayor cantidad de lluvias se distribuye entre los meses de noviembre a mayo, mientras que los meses de julio a octubre se caracterizan por una escasa precipitación.

3) Humedad relativa

La humedad relativa presente en el aire de la parroquia Cacha es del 45%

4) Suelo

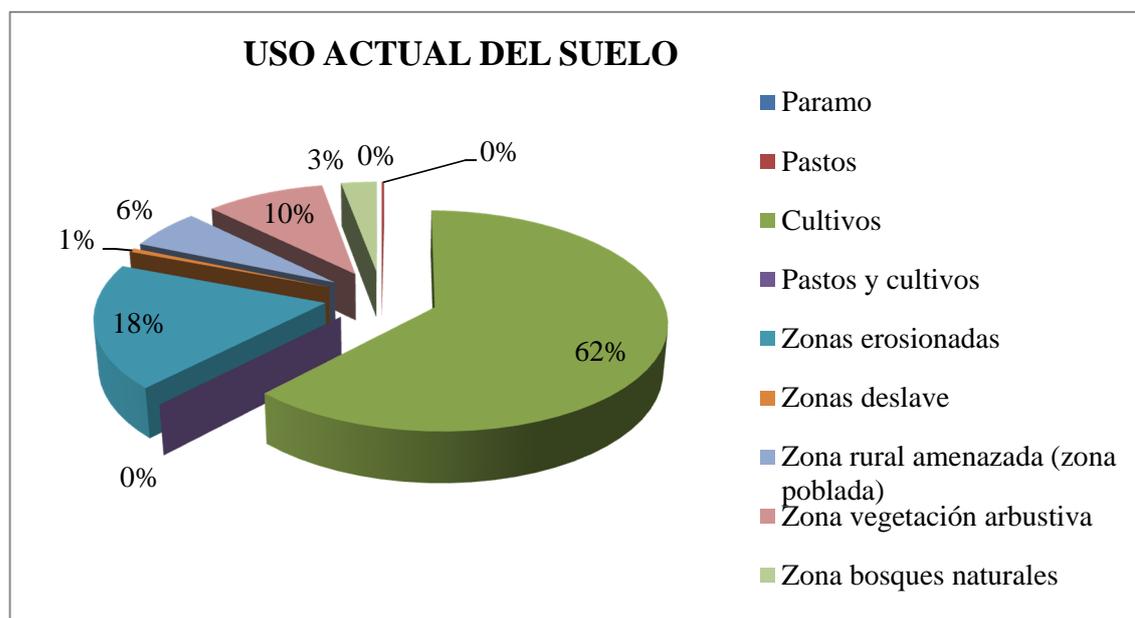
La formación geológica de los suelos de la Parroquia Cacha es de origen volcánico terciario, se identifica como canchagua sin capa negra en zonas secas por lo que la producción agrícola se limita a cereales como cebada, trigo y otros como maíz, en zonas altas como las comunidades Chuyug y Rayo Loma se puede apreciar terrenos con capas negras aptas para sembríos de tubérculos.

Tabla 10: Uso actual del suelo en la Parroquia Cacha

Uso actual del suelo	Superficie (ha)	Porcentaje (%)
Paramo	0,00	0,00
Pastos	6,57	0,2
Cultivos	1637,04	62
Pastos y cultivos	0,00	0
Zonas erosionadas	483,17	18,6
Zonas deslave	15,42	0,6
Zona rural amenazada (zona poblada)	155,82	6
Zona vegetación arbustiva	253,726	9,7
Zona bosques naturales	77,86	2,9
Total	2629,61	100

Fuente: PDyOT Cacha, 2015

Realizado por: Laura Sucuy

**Figura 4.** Uso actual del suelo

Fuente: PDyOT Cacha, 2015

Realizado por: Laura Sucuy

Del suelo de la parroquia Cacha, los cultivos llevan la mayor extensión, a estos le sigue la zona erosionada debido a que el terreno es de canchagua, la zona de vegetación arbustiva también tiene una superficie representativa, mientras que la de menor proporción es la zona de pastos, quedando nula el suelo de páramo.

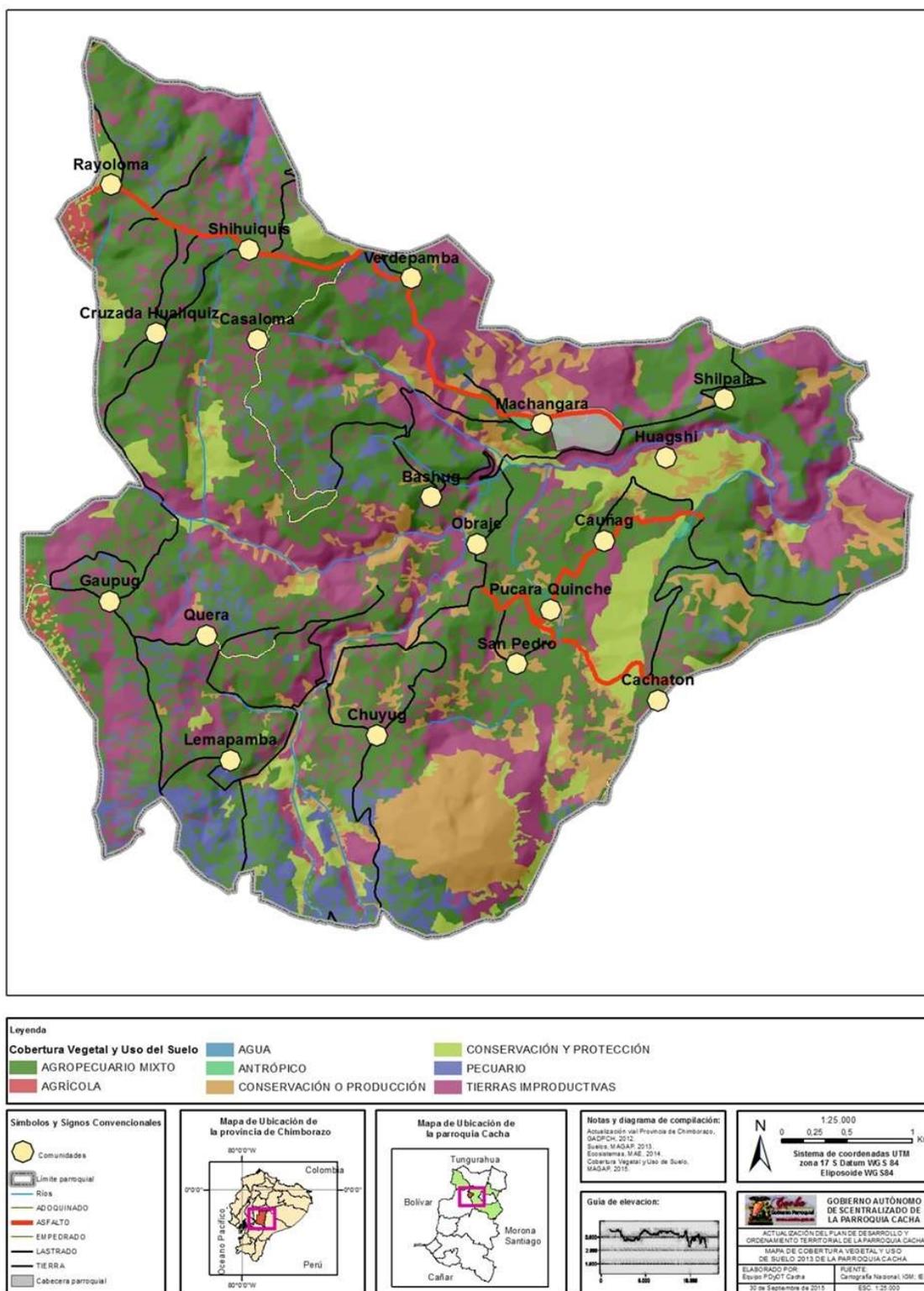


Figura 5. Cobertura y uso del suelo
 Fuente: PDyOT Cacha, 2015

5) Clasificación ecológica

Según la clasificación ecológica del Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (SINAGAP) 2014, En la parroquia Cacha predomina el Bosque Seco Montano Bajo (b.s.M.b) y Estepa Espinosa Montano Bajo (e.e.M.B).

a) Bosque seco montano bajo b.s.M.b

Se ubica y desarrolla en lugares escarpados y con colinas entre 900 hasta 1.600 m. A estas altitudes la neblina provoca precipitaciones horizontales incluso durante la estación seca, por ello más del 50% de los elementos florísticos puede mantener su follaje y se encuentra una mezcla de elementos tropicales secos y elementos florísticos premontanos. Estos bosques se localizan en las estribaciones occidentales de los Andes, inmediatamente por encima de la formación anterior; en particular en las provincias de Loja y El Oro. La cordillera costeña en Manabí y Guayas puede ser demasiado baja para contener esta vegetación (y demasiado húmeda en sus partes altas). Algunas especies características son: *Fulcaldea laurifolia*, *Chionanthus pubescens*, *Annona cherimolia*, *Tecoma stans*, *Jacaranda sparreri* y *Cordia alliodora*. Todavía existen algunos remanentes relativamente bien conservados de estas formaciones, en particular en los bosques secos montanos bajos. (MAE, 2012)

b) Estepa Espinosa Montano Bajo e.e.M.B

Comprende la parte baja del callejón interandino, cuenta con una precipitación de 250 a 500 mm al año. Incluye alturas entre 2200 hasta 2600 m. la vegetación dominante es el matorral de tipo xerofítico dominado por el árbol espinoso *Acacia macracantha*. Los arbustos *Croton menthedorus* y *Dodonea viscosa*, el cactus *Opuntia soederstromiana*, y las herbáceas *Datura stramonium*, *alternanthera porrigens*, y *Muehlenbergia microsperma*, son frecuentes en esta formación vegetal. (MAE, 2012)

6) Descripción general de flora y fauna

Tabla 11: Especies de flora presentes en la parroquia Cacha

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
ASTERACEAE	<i>Baccharis latifolia</i>	Chilca
POACEAE	<i>Cortaderia nítida</i>	Sigse
MYRTACEAE	<i>Eucaliptus citriodora</i>	Eucalipto
ASTERACEAE	<i>Franseria artemisoides</i>	Marco
ASTERACEAE	<i>Tenacetum balsamito</i>	Santa María
PINACEAE	<i>Pinus radiata</i>	Pino
ASTERACEAE	<i>Taraxacum officinale</i>	Taraxaco
ROSACEAE	<i>Prunus salicifolia</i>	Capulí
VERBENACEAE	<i>Verbena litoralis</i>	Verbena
AGAVACEAE	<i>Agave americana</i>	Cabuya
URTICACEAE	<i>Urtica dioica</i>	Ortiga
POACEAE	<i>Pennisetum clandestinum</i>	Kikuyo
SCROPHULARIACEAE	<i>Buddleja incana</i>	Quishuar
ASTERACEAE	<i>Matricaria chamomilla</i>	Manzanilla
FABACEAE	<i>Trifolium repens</i>	Trébol
BORAGINACEAE	<i>Borrago officinalis</i>	Borraja
LAMIACEAE	<i>Mentha rotundifolia</i>	Menta
CHENOPODIACEAE	<i>Chenopodium ambrosioides</i>	Paico
LAMIACEAE	<i>Mentha spicata</i>	Hierba buena
PLANTAGINACEAE	<i>Plantago major</i>	Llantén
CANNACEAE	<i>Canna edulis</i>	Atzera
BRASSICACEAE	<i>Brassica napus</i>	Nabo
RUTACEAE	<i>Ruta graveolens</i>	Ruda
APIACEAE	<i>Petroselinum sativum</i>	Perejil

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

En la parroquia Cacha se pudo identificar 24 especies de plantas representativas pertenecientes a 19 familias distribuidas de la siguiente manera: 5 especies pertenecen a la familia Asteraceae, dos especies dentro de las Poaceae, una especie corresponde a las familias Myrtaceae, Pinaceae, Rosaceae, Verbenaceae, Agavaceae, Urticaceae, Scrophulariaceae, Fabaceae, Boraginaceae, Lamiaceae, Chenopodiaceae, Plantaginaceae, Cannaceae, Brasicaceae, Rutaceae y Apiaceae.

Tabla 12: Especies de fauna presentes en la parroquia Cacha

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
CULUMBIDAE	<i>Streptopelia turtur</i>	Tórtola
CARDINALIDAE	<i>Pheucticus chrysopeplus</i>	Pájaro amarillo
CANIDAE	<i>Cannis lupussignatus</i>	Lobos
BUFONIDAE	<i>Bufobufo</i>	Sapo
MEPHITIDAE	<i>Conepatus chinga</i>	Zorrillo
LEPORIDAE	<i>Oryctolagus cuniculus</i>	Conejo
ACCIPITRIDAE	<i>Geranoaetus melanoleucus</i>	Águila
TROPIDURIDAE	<i>Stenocercus guentheri</i>	Lagartija
COLUMBIDAE	<i>Zenaida auriculata</i>	Paloma
TROCHILIDAE	<i>Trochilidae spp</i>	Quinde
ACCIPITRIDAE	<i>Buteo magnirostris</i>	Gavilán
DIDELPHIDAE	<i>Metachirus Nudicaudatus</i>	Raposa
FALCONIDAE	<i>Falco sparverius</i>	Guarro
MUSTELIDAE	<i>Mustela frenata</i>	Chucuri

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

En la parroquia Cacha se pudo identificar 14 especies de fauna representativa pertenecientes a 12 familias distribuidas de la siguiente manera: 2 especies pertenecientes a la familia Columbidae, 2 corresponden a la familia Accipitridae y una especie para las familias Cardinalidae, Canidae, Bufonidae, Mephitidae, Leporidae, Tropicuridae, Trochilidae, Didelphidae, Falconidae y Mustelidae.

7) Problemas ambientales

Los principales problemas que enfrenta la parroquia Cacha son: Deslizamientos en las quebradas de las comunidades Machángara, Shilpalá y Bashug con ocurrencia media que afecta a cultivos en la zona de depósito, viviendas y vías de acceso; Erosión y Sequía.

Las amenazas al sistema biofísico es latente, actualmente no posee ecosistemas y los pocos recursos son vulnerables, los programas como Socio Bosque y el Plan de Acción de Biocorredores del Buen Vivir que se ha ejecutado a través del Ministerio del Ambiente en conjunto con otras Instituciones, busca recuperar zonas de importancia hídrica, zonas en proceso de desertificación, zonas erosionadas, entre otros.

El agua para varios usos es uno de los limitantes, ya que la zona se caracteriza por presentar un periodo de lluvias dispersas solamente de 5 meses entre Enero y Mayo, lo que determina que en ciertos casos cuentan con agua únicamente para consumo humano y en cantidades reducidas.

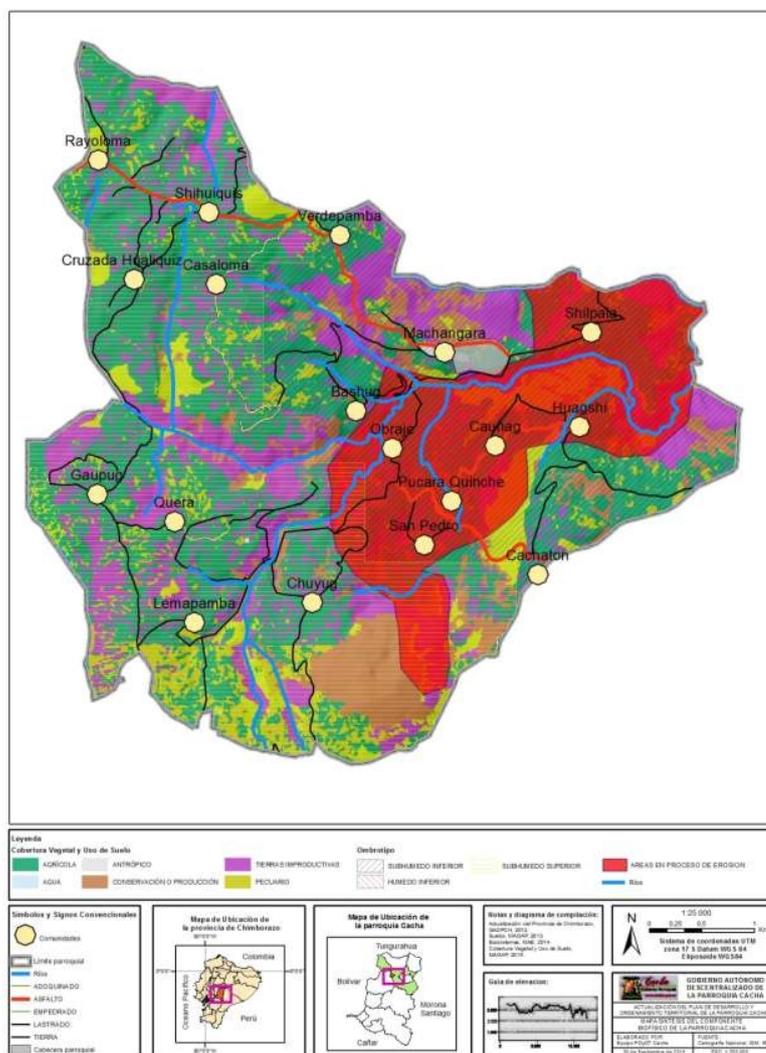


Figura 6. Amenaza al componente biofísico de la parroquia Cacha
Fuente: PDIOT Cacha, 2015

d. **Ámbito Económico Productivo**

1) **Actividades económicas**

En la Parroquia Cacha existen pequeños productores dedicados al cultivo de quinua, cebada, maíz, papas y en los últimos años un grupo de habitantes se han dedicado al cultivo de mora y frutilla, su limitante continua siendo el acceso al agua y falta de asistencia técnica para el mejoramiento de los cultivos. Su mercado es interno, para su autoabastecimiento y en algunos casos sus productos lo venden en la ciudad de Riobamba. Un pequeño grupo se dedica a las

artesanías destacándose la elaboración de ponchos, fajas, shigras y producción de miel de abeja. Un grupo cerrado se dedica al turismo y un minúsculo grupo son empleados públicos.

La comunidad San Miguel de Quera se ha emprendido un proyecto conjuntamente con el Gobierno Provincial de Chimborazo en el cultivo de papa, en cooperación con el apoyo del Gobierno de Japón, a lo que los pobladores consideran una alternativa para no salir de la parroquia.

2) Desarrollo actual del turismo

La falta de conocimientos y unidad entre las autoridades parroquiales, añadido a ello el desinterés de sus pobladores, ha dado lugar al bajo rendimiento turístico dentro de la zona. Sin embargo existe una gran ventaja que poseen en dos épocas del año, que atraen a turistas por los eventos Kaway e Inti Raimy, con lo que se calcula aproximadamente la llegada de 400 turistas al año. Por lo que Cacha Alli Samay como empresa turística impulsada por la Familia Duchicela coterráneos de la parroquia Cacha, en común acuerdo con las autoridades pertinentes han firmado un contrato de comodato del Centro Turístico Cultural Pucará Tambo, principal atractivo turístico de la zona, a través del cual se establecerá acciones que tiendan al mejoramiento de la calidad del producto turístico parroquial y con ello el alcance de nuevos mercados para garantizar la sostenibilidad de la actividad dentro de la zona.

El Centro Turístico Pucará Tambo es el único ente que impulsa el turismo dentro de la parroquia, brindando servicios de alojamiento, alimentación, paquetes turísticos, etc. en los últimos meses se ha visto un incremento considerable de turistas después de un arduo trabajo de varios años de quienes conforman el centro, esto con publicaciones en revistas, prensa escrita, páginas web, redes sociales, etc.

La asignación de un vocal de turismo dentro de la junta parroquial y la consideración de este atractivo turístico por parte del departamento de turismo del Municipio de Riobamba, ha aportado en la difusión a nivel local.

e) Ámbito Político Administrativo

1) Administración interna

La parroquia Cacha se encuentra organizada y representada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural y la Organización Autónoma de Cacha, (FECAIPAC) Federación de Pueblos Indígenas de la Nación Puruwá-Cacha, Organismo de segundo grado.

a) Naturaleza Jurídica GAD Parroquial Rural

Según el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD, 2010. En el Art. 63 establece que “Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Están integrados por los órganos previstos en el COOTAD para el ejercicio de las competencias que les corresponden.”

La sede del GAD parroquial rural es la cabecera parroquial prevista en la ordenanza cantonal de creación de la parroquia rural.

b) Competencias exclusivas GAD Parroquial Rural

Según el COOTAD, 2010 artículo 65:

Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen:

- a) Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;
- b) 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;
- c) Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural;

- d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente;
- e) Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno;
- f) Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base;
- g) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias; y,
- h) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

c) Estructura del GAD Parroquial Rural Cacha

Los representantes del GAD Parroquial trabajan en sus cargos por un periodo de cinco años (2014-2019). Los mismos fueron electos de la siguiente forma:

Tabla 13: Funcionarios del GAD Parroquial Rural Cacha

FUNCIONARIOS	CARGO	FUNCIONES QUE DESEMPEÑA
Ab. Alberto Ganán	Presidente	Planificación y conducción Coordinación y seguimiento Evaluación de políticas y acciones del Gobierno Parroquial
Ing. Carmen Tiupul Urquizo	Vicepresidente	Todas las que asigna la ley y además encargada de la comisión de Ordenamiento Territorial y Cultura
Alfredo Taguacundo Paguay	Primer vocal	Todas las asignadas por la ley y además encargado de la comisión de Ambiente, Producción y gestión nacional Cooperación Internacional.
Segundo Manuel Janeta Paguay	Segundo vocal	Todas las asignadas por la ley y además encargado de la comisión de Turismo, Deportes, Control y Vigilancia.
María Josefina Janeta	Tercer vocal	Todas las asignadas por la ley y además encargada de la comisión de Salud y Educación.
Gerardo Tiuglla Guishi	Secretario-Tesorero	Elaboración de documentos correspondientes al área de secretaria y contabilidad

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

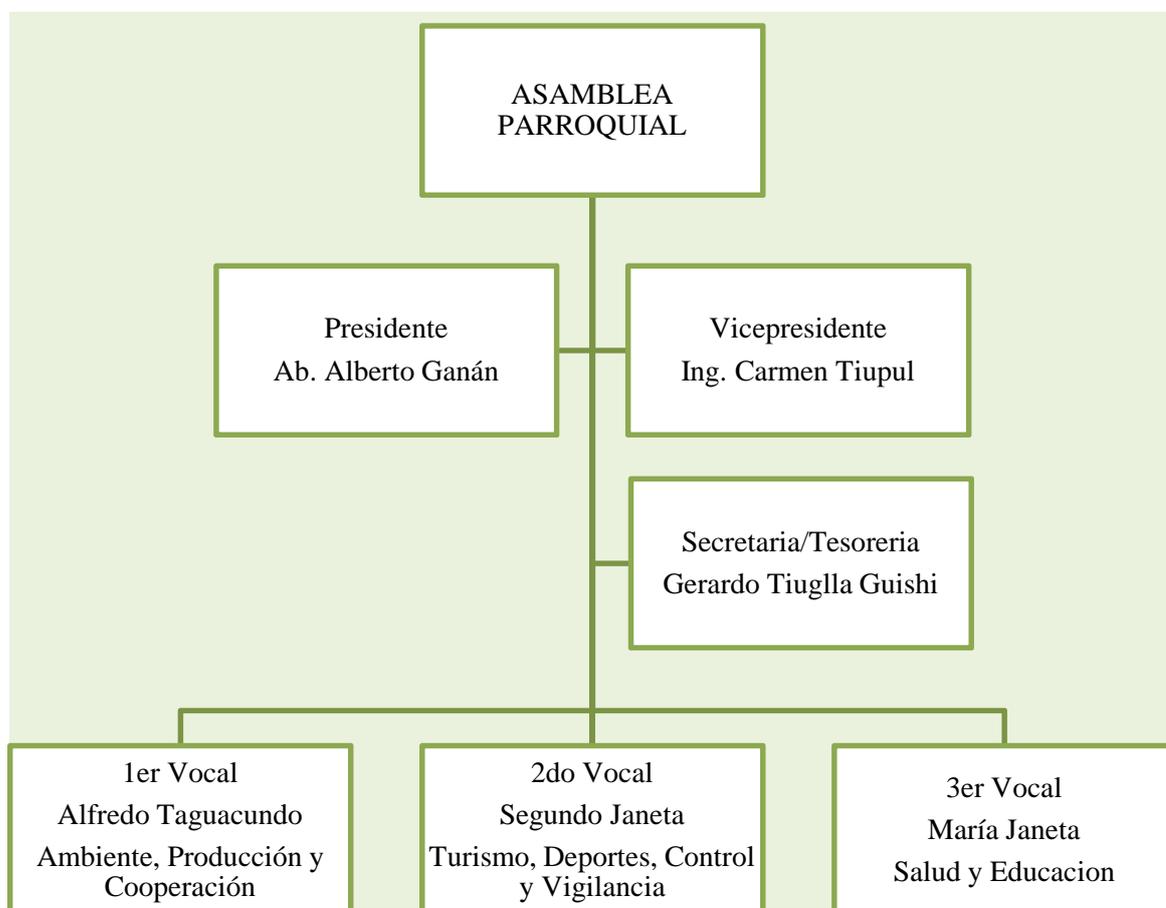


Figura 7. Organigrama funcional del GADPa Cacha

Fuente: GAD Parroquial Cacha, 2016

Elaboración: Laura Sucuy

2) Instituciones que trabajan en la zona

Tabla 14: Instituciones que trabajan en la parroquia Cacha

INSTITUCIÓN/ORGANIZACIÓN/ONG	PRINCIPALES ACCIONES EJECUTADAS EN LA PARROQUIA
Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial (GADPa)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de casas comunales ✓ Mantenimiento a las carreteras ✓ Mantenimiento a escuelas
Federación de Pueblos Indígenas de la Nación Puruhá (FECAIPAC)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Red de Caminos vecinales ✓ Construcción de escuelas y colegios ✓ Complejo Turístico Pucará Tambo
Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial (GADPR)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asfalto de carreteras ✓ Alumbrado público ✓ Empedrado de carreteras
Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dotación de kits para huertos familiares ✓ Capacitación

Ministerio del Ambiente (MAE)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan de reforestación ✓ Mantenimiento y reemplazo de plantas nativas ✓ Capacitaciones
Ministerio de Telecomunicaciones (MINTEL)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitación en el área informática
Ministerio de Educación (MINEDUC)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alimentación escolar
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de cerramientos ✓ Fomento al turismo
Ministerio de Salud Pública (MSP)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención médica ✓ Medicinas ✓ Dotación de alimentos y juguetes
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención médica ✓ Medicinas
Brigada de Caballería Galápagos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dotación de alimentos, cobijas, colchones
Cacha Medical Spanish Institute (CACHAMSI)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Donación de zapatos ✓ Dotación de becas ✓ Atención médica ✓ Transportación a médicos de Cacha
Operadora turística KACHA OPTUR	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Turismo comunitario

Fuente: PDyOT Cacha, 2015 y Trabajo de Campo

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis del diagnóstico:

Los habitantes de la parroquia Cacha son indígenas del pueblo Puruhá, por la escasez de fuentes de trabajo en su mayoría tienen acceso únicamente a la educación primaria sumando altos porcentajes de analfabetismo. La mayor parte de la población se dedica al comercio debido a que la actividad agrícola es limitada por falta de fuentes de regadío. Con la implementación de un producto rural comunitario se pretende estimular a los pobladores a involucrarse en la misma y generar ingresos adicionales.

El mayor problema de la parroquia Cacha está entorno a los servicios básicos debido a que no cuenta con agua potable ni alcantarillado, sus habitantes se abastecen con agua entubada y los desechos sanitarios son acumulados en pozos sépticos, dando lugar a enfermedades estomacales y desnutrición por la presencia de parásitos. Añadido a esto está la falta de un servicio de recolección de desechos por lo que están obligados a quemar o enterrar, exponiéndose a la contaminación del ambiente. El Centro Turístico Pucará Tambo para brindar sus servicios especialmente en alimentación utiliza agua embotellada para la preparación de alimentos y desinfecta con cloro el agua del tanque reservorio.

La atención de salud es primaria en los distintos puestos del MSP, sin embargo en casos de emergencia son trasladados inmediatamente al hospital general de Riobamba.

La gente de Cacha puede trasladarse a la ciudad y viceversa en horarios limitados ya que el servicio de transporte brindado por la Cooperativa Rey Cacha dispone de pocas unidades que no abastece a todas las comunidades, sin embargo existen camionetas que brindan este servicio de forma ilegal.

El acceso a la comunicación es satisfactorio para la mayor parte de la población, limitada únicamente en el servicio de internet que existe solamente en dos comunidades, por lo que quienes necesiten de este medio deben trasladarse a la ciudad. Es por tanto que el CT Pucará Tambo pretende a futuro brindar este servicio de forma gratuita para los pobladores.

Debido a la falta de interés por mantener los pocos recursos que quedan en la parroquia por parte de las autoridades y la nula aportación al turismo debido a intereses políticos, la operadora ha optado en rescatar y mantener los recursos a través de limpiezas constantes y la difusión de los atractivos encaminados al posicionamiento como un destino turístico, de esta forma se muestra una buena imagen a los visitantes y se valora los recursos.

2. Validación del Inventario de Recursos Naturales y Culturales de la Parroquia Cacha

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha N° 001
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 03/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Cerro Chuyug	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Cerro	
	
<p>Foto N° 001 Por: Laura Sucuy</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Cacha Chuyug
2.5 Coordenadas X: 754780	2.6 Coordenadas Y: 9807585
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Centro poblado de la comunidad Cacha Chuyug	3.2 Distancia: 1 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3694 msnm	
4.2 Temperatura: 8 a 16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
<p>Para llegar al atractivo utilizando un vehículo se debe tomar la vía a Cacha a 10 km de Riobamba hasta la Y para llegar a la cabecera parroquial, desde ahí se toma la vía de tercer orden Obraje-Cacha Chuyug a unos 3 km hasta llegar al centro poblado de la comunidad Cacha</p>	

<p>Chuyug, posteriormente se toma la vía Cacha Chuyug-Alajahuan aproximadamente a 1 km hasta llegar al cerro Chuyug.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Su nombre proviene del idioma Tsachila que lleva como significado “salir del recién muerto”. Presenta una gran inclinación, con suelo de origen volcánico, ofrece una belleza paisajística especialmente por la presencia de avifauna y flora silvestre. Es un mirador estratégico a las comunidades de la parroquia y a la ciudad de Riobamba.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Flora silvestre: Poaceas (<i>Calamagrostis intermedia</i>), quishuar (<i>Buddleja incana</i>), hongos comestibles (<i>Infundibulicybe geotropa</i>), pino (<i>Pinus radiata</i>)</p> <p>Fauna silvestre: tzuktzuk, mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gorriones (<i>Passer domesticus</i>), huiracchuros (<i>Pheucticus auroventris</i>), gavilán (<i>Buteo leucorrhous</i>), golondrinas (<i>Hirundo rustica</i>)</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>Para llegar al sitio, se debe pedir autorización al presidente de la comunidad o pedir un recorrido al Centro Turístico Pucará Tambo quienes asignaran un guía conocedor del lugar.</p>
<p>4.8 Usos:</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales:</p> <p>Siembra y cosecha de árboles de pino, para la madera y combustible.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Senderismo ✓ Mirador ✓ Escalada ✓ Avistamiento de avifauna ✓ Reforestación con plantas nativas
<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Adecuación de un sendero turístico para el ingreso al lugar ✓ Inventario de avifauna ✓ Diseño técnico de un mirador
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Lugar de recreación del turista ✓ Difusión del atractivo
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Erosión y compactación del suelo por afluencia de turistas ✓ Contaminación del suelo ✓ Deterioro parcial del atractivo
<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: Alterado</p>

5.2 Causas:		
La siembra de árboles de pino y la tala de la misma por parte de la gente de la comunidad para beneficio propio, ha alterado el paisaje y con ello la avifauna existente.		
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		
6.1 Entorno: En proceso de deterioro		
6.2 Causas:		
El avance de la frontera agrícola y el pastoreo ha dado lugar a que el paisaje se altere limitándose a mostrar su innata belleza paisajística.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Tercer orden	
7.3 Estado de Vías: Buena	7.4 Transporte: Coop. Rey Cacha	
7.5 Frecuencia: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones:		
La accesibilidad no está en buenas condiciones, sin embargo la carretera desde la entrada a la comunidad es adoquinada, para llegar hasta el atractivo se sigue un camino amplio de tierra, se recomienda usar ropa abrigada.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Disponibilidad de servicios de alojamiento y alimentación en el Centro Turístico Pucará Tambo, telefonía celular (claro). Las poblaciones cercanas al atractivo cuentan con los servicios básicos como electricidad y agua entubada.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: no posee		
9.2 Energía Eléctrica: no posee		
9.3 Alcantarillado: no posee		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
✓ Iglesia de Alajahuan	1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o organización	3
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

Atractivos que 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.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha: N° 002
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 03/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Cerro Igno	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Cerro	
	
<p>Foto N° 002 Por: Laura Sucuy</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Shihuiquis
2.5 Coordenadas X: 753827	2.6 Coordenadas Y: 9812472
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Centro poblado de la comunidad Shihuiquis	3.2 Distancia: 1 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3552 msnm	
4.2 Temperatura: 8 a 16°C	

4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Para llegar al atractivo utilizando un vehículo se debe tomar la vía a Cacha a 10 km de Riobamba hasta la cabecera parroquial, desde ahí se toma la vía pavimentada hacia Amulá y se continua con la carretera de tierra hasta llegar a las faldas por donde se encuentra el desvío al cerro, este camino vecinal llega directo hasta la cima del cerro.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Es un cerro de mediana inclinación, posee una vegetación escasa debido a que el suelo está formado por cangahua, desde la cima se puede observar la ciudad de Riobamba, el nevado Chimborazo, Carihuairazo, Tungurahua, El Altar, Sangay y el cerro Chuyug, además se encuentra una especie de pequeña pirámide de la Misión Geodésica y las antenas de radio y televisión.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Flora silvestre: Poaceas (<i>Calamagrostis intermedia</i>), chilca (<i>Baccharis latifolia</i>) Fauna silvestre: gorriones (<i>Passer domesticus</i>), gavilán negro (<i>Buteo leucorrhous</i>), golondrinas (<i>Hirundo rustica</i>)</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>Para llegar al sitio, se debe pedir autorización a los dirigentes de la comunidad o pedir un recorrido al Centro Turístico Pucara Tambo quienes asignaran un guía conoedor del lugar.</p>
4.8 Usos
<p>4.8.1 Usos Actuales:</p> <p>En la cima del cerro se encuentran las antenas de radio y televisión de la ciudad, en las partes bajas usan las tierras para la agricultura.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mirador ✓ Reforestación con plantas nativas ✓ Interpretación ambiental
<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño técnico de un mirador ✓ Levantamiento de información
4.9 Impactos
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Difusión del atractivo ✓ Generación de empleo
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Erosión y compactación del suelo ✓ Contaminación ambiental
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Alterado

5.2 Causas:		
El avance de la frontera agrícola, la presencia de las antenas y la afluencia de vehículos con técnicos de las mismas ha alterado el paisaje.		
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		
6.1 Entorno: Alterado		
6.2 Causas:		
La principal causa de la alteración es el avance de la frontera agrícola, debido a que la tierra es negra se siente apetecida para este fin.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Segundo orden	
7.3 Estado de Vías: Buena	7.4 Transporte: Todo tipo	
7.5 Frecuencia: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones:		
Es necesario usar ropa abrigada e ir con personas conocedoras del lugar.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Servicios de alojamiento y alimentación a pocos kilómetros del lugar en el Centro Turístico Pucará Tambo, el sitio dispone de cobertura telefónica celular (claro). Las comunidades cercanas al atractivo cuentan con los servicios básicos como electricidad y agua entubada.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: no posee		
9.2 Energía Eléctrica: no posee		
9.3 Alcantarillado: no posee		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
✓ Balneario de Walcopo Duchicela	1 km	
✓ Centro turístico Pucará Tambo	2 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o organización	2
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		22

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

Atractivos que 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.

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha: N° 003
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 03/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Laguna Verde Kocha	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ambiente lacustre	
1.8 Subtipo: Cocha	



Foto N° 003
Por: Laura Sucuy

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Cachatón
2.5 Coordenadas X: 758433	2.6 Coordenadas Y: 9810807

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Centro poblado de la comunidad Cachatón	1 km
Centro poblado de la comunidad Pucará	230 m
Quinche	

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3112 msnm

<p>4.2 Temperatura: 8 a 16°C</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Al atractivo se puede llegar tomando la vía a Cacha a 10 km de Riobamba hasta la primera Y, desde ahí se toma la vía de tercer orden Obraje-Cachatón, a 2 km nos encontramos con otro desvío y se toma hacia la izquierda la vía Obraje-San Pedro aproximadamente a 1 km desde ahí antes de llegar al centro poblado de Cachatón se encuentra la Laguna Verde Cocha, desde donde también se tiene una vista espectacular al Cerro Chuyug.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Pequeña laguna que con el paso del tiempo va disminuyendo su tamaño, presenta la forma de una guitarra por lo que sus pobladores han tejido creencias sobre esta. El agua es oscura y turbia, alrededor y dentro de la laguna crece totora, sigse, paja y entre otros. El sitio es utilizado como fuente o bebedero de los animales de pasto.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Flora silvestre: Poaceas (<i>Calamagrostis intermedia</i>), totora (<i>Schoenoplectus californicus</i>), sigse (<i>Cortaderia nítida</i>), quicuyo (<i>Pennisetum clandestinum</i>).</p> <p>Fauna silvestre: mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gorriones (<i>Passer domesticus</i>), golondrinas (<i>Hirundo rustica</i>)</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>El acceso al sitio es libre sin embargo es necesario pedir la guía a personas conocedoras del lugar ya que se debe atravesar propiedades privadas.</p>
<p>4.8 Usos:</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales:</p> <p>Fuente o bebedero para los animales, al igual que la totora, especialmente para el ganado.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Senderismo ✓ Interpretación ambiental
<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Señalética interpretativa ✓ Planificación y diseño de un sendero ✓ Capacitar a la población acerca de la importancia de conservar la biodiversidad.
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Generación de ingresos económicos ✓ Promoción y difusión del atractivo
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Compactación y erosión del suelo ✓ Contaminación ambiental

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:		
5.1 Estado: Conservado		
5.2 Causas:		
El sitio no está intervenido		
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		
6.1 Entorno: En proceso de deterioro		
6.2 Causas:		
Debido principalmente al pastoreo y avance de la frontera agrícola por parte de la población		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Tercer orden	
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Camionetas	
7.5 Frecuencia: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones:		
Es recomendable usar ropa cómoda y zapatos confortables para poder descender al atractivo e ir acompañado de una personas que conozca el sitio. Llevar bloqueador solar y gorra.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Servicios de alojamiento y alimentación en la cabecera parroquial o en el Centro Turístico Pucará Tambo, el sitio dispone de cobertura telefónica celular (claro). Las comunidades cercanas al atractivo cuentan con los servicios básicos como electricidad y agua entubada.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: no posee		
9.2 Energía Eléctrica: no posee		
9.3 Alcantarillado: no posee		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Iglesia El Rosario	10.2 Distancia: 0,5 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o organización	1
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		15

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

Atractivos que 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.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha N° 004
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 03/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Kunuk Pokio	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Fuente	
	
<p>Foto N° 004 Por: Laura Sucuy</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Obraje
2.5 Coordenadas X: 760907	2.6 Coordenadas Y: 9811265
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Centro poblado de la comunidad Obraje	3.2 Distancia: 0,5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3010 msnm	
4.2 Temperatura: 8 a 16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm	

<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Se encuentra en la comunidad Obraje a 12 km de la ciudad de Riobamba, para llegar al atractivo se debe tomar la vía a Cacha hasta la primera Y en donde se continua con la vía de tercer orden hasta unos 2 km hasta el puente a la entrada al centro poblado de Obraje, para luego continuar a pie por chaquiñanes.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Es una fuente de escaso caudal y de agua transparente e inodora que brota desde la tierra. En horas de la madrugada el agua de esta fuente es relativamente caliente. Este sitio tiene un gran valor significativo para la comunidad debido a que aquí se realizan los baños de purificación de los pobladores.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Flora silvestre: Poaceas (<i>Calamagrostis intermedia</i>), sigse (<i>Cortaderia nítida</i>),diente de león (<i>Taraxacum officinale</i>), capulí (<i>Prunus salicifolia</i>), eucalipto (<i>Eucaliptus globulus</i>) Fauna silvestre: mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gorriones (<i>Passer domesticus</i>), golondrinas (<i>Hirundo rustica</i>)</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>La entrada al sitio es libre, sin embargo deberán ir acompañados de una persona que conozca el lugar, por el difícil acceso.</p>
<p>4.8 Usos:</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales:</p> <p>Ciertos pobladores de la comunidad aun utilizan para lavar la ropa, pero por lo general el uso del agua en este sector es mínimo.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Senderismo ✓ Avistamiento de avifauna ✓ Interpretación ambiental
<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Adecuación de un sendero turístico para el ingreso ✓ Inventario de avifauna ✓ Señalética turística
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Difusión del atractivo
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contaminación ambiental ✓ Deterioro parcial del atractivo
<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: En proceso de deterioro</p>

5.2 Causas:		
La ausencia de interés por este atractivo y el difícil acceso ha dado lugar al abandono del sitio por lo que se ha llenado de basura y con ello abundancia de malezas.		
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		
6.1 Entorno: En proceso de deterioro		
6.2 Causas:		
El entorno en general se presenta en proceso de deterioro por la poca importancia y falta de conocimientos por parte de las autoridades y comunidad.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Tercer orden	
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Camionetas	
7.5 Frecuencia: Diaria	7.5 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones:		
Se recomienda usar zapatos cómodos y bloqueador solar.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Servicio de alimentación en los alrededores del colegio Shyri Cacha a pocos minutos del sitio y de alojamiento en el Centro Turístico Pucará Tambo a 1 km del atractivo.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: no posee		
9.2 Energía Eléctrica: no posee		
9.3 Alcantarillado: no posee		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo	10.2 Distancia:	
Centro Turístico Pucará Tambo	1 km	
Iglesia Parroquial	0,5 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o organización	1
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		12

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

Atractivos que 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.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha N° 005
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 03/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Balneario de Hualcopo Duchicela	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Río	
1.8 Subtipo: Fuente	
	
<p>Foto N° 005 Por: Laura Sucuy</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Casa Loma
2.5 Coordenadas X: 752959	2.6 Coordenadas Y: 9810199
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Centro poblado de la comunidad Casa Loma	3.2 Distancia: 1 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	
4.2 Temperatura: 8°C	

4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>El atractivo se encuentra en la comunidad Casa Loma, para llegar al atractivo se debe tomar la vía a Cacha hasta la primera Y, para luego tomar la vía asfaltada hasta 2,6 km desde ese lugar, tomamos el desvío hacia la izquierda por la carretera de tercer orden hasta 1 km posteriormente llegamos al atractivo caminando.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Fuente y acumulación de agua de considerable caudal que brota desde la tierra, su coloración es oscura y profunda al fondo, por lo que los pobladores han tejido creencias acerca del lugar. Es de gran importancia para los pobladores que habitan cerca, debido a que llevan esta agua para solventar sus necesidades diarias.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Flora silvestre: Poaceas (<i>Calamagrostis intermedia</i>), sigse (<i>Cortaderia nítida</i>), diente de león (<i>Taraxacum officinale</i>), eucalipto (<i>Eucaliptus globulus</i>), chilca (<i>Baccharis latifolia</i>), kikuyo (<i>Pennisetum clandestinum</i>) Fauna silvestre: mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gorriones (<i>Passer domesticus</i>), golondrinas (<i>Hirundo rustica</i>)</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>El acceso al atractivo es libre, sin embargo se debe ir con personas que conozcan el sitio debido a que cerca del atractivo no existen zonas pobladas.</p>
4.8 Usos:
<p>4.8.1 Usos Actuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Zona de pastoreo ✓ Fuente de agua para poblaciones aledañas
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Senderismo ✓ Fotografía paisajística ✓ Interpretación ambiental ✓ Historia
<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño e implementación de un sendero ✓ Levantamiento de información ambiental ✓ Recopilación de historias y leyendas acerca del lugar
4.9 Impactos
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevo sitio de esparcimiento turístico ✓ Nuevas fuentes de empleo
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Compactación del suelo por exceso de turistas ✓ Contaminación ambiental
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: En proceso de deterioro

5.2 Causas:		
Principalmente por la presencia de basura y pisoteo por el acceso de personas de la comunidad para llevar el agua.		
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		
6.1 Entorno: En proceso de deterioro		
6.2 Causas: Perdida de especies de flora por el incremento de pastoreo.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Tercer orden	
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Camionetas	
7.5 Frecuencia: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa abrigada y cómoda, bloqueador solar		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Servicio de alojamiento y alimentación en el Centro Turístico Pucará Tambo a pocos minutos del atractivo.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: no posee		
9.2 Energía Eléctrica: no posee		
9.3 Alcantarillado: no posee		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Rumi wasi (casa de piedra) Centro Turístico Pucará Tambo	10.2 Distancia: 1 km 1,5 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o organización	1
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		12
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I Atractivos que 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.		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha N° 006
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 05/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Laguna Paila Kocho	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ambiente Lacustre	
1.8 Subtipo: Cocha	
	
<p>Foto N° 006 Por: Laura Sucuy</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Quera
2.5 Coordenadas X: 752958	2.6 Coordenadas Y: 9809339
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Centro poblado de la comunidad Quera	3.2 Distancia: 200 m
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3491 msnm	
4.2 Temperatura: 8°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
<p>Para llegar al atractivo utilizando un vehículo se debe tomar la vía a Cacha a 10 km de Riobamba hasta la Y, desde ahí se toma la vía de tercer orden Obraje-Quera a unos 5 km hasta llegar al centro poblado de la comunidad Quera, a unos 200 m detrás de la iglesia se encuentra la laguna.</p>	
4.5 Descripción del atractivo	
<p>Su nombre se debe a que ésta tiene la forma de una paila, los pobladores indican que al medio día exactamente a las 12 aparece una paila, por lo que se cree que es encantada. La cantidad de</p>	

<p>agua va disminuyendo durante todo el año, sin embargo esta nunca se seca, la gente de la comunidad asegura que cuando la laguna esta ya con poquísima agua indica que muy pronto empezará la lluvia.</p>	
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Flora silvestre: quishuar (<i>Buddleja incana</i>), wuantuk (<i>Brugmansia spp.</i>), marco (<i>Franseria artemisoides</i>), sigse (<i>Cortaderia nítida</i>) Fauna silvestre: mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gorriones (<i>Passer domesticus</i>), huiracchuros (<i>Pheucticus aroventris</i>), gavilán (<i>Buteo leucorrhous</i>), golondrinas (<i>Hirundo rustica</i>)</p>	
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>El acceso es libre pero se recomienda ir con personas que conozcan el sitio por los varios desvíos que se encuentran en la carretera.</p>	
<p>4.8 Usos:</p>	
<p>4.8.1 Usos Actuales: Bebedero para los animales</p>	
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Senderismo ✓ Interpretación cultural 	
<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Señalética interpretativa, informativa y direccional ✓ Planificación y diseño de un sendero 	
<p>4.9 Impactos</p>	
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevos lugares de visita ✓ Difusión del atractivo 	
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contaminación ambiental 	
<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>	
<p>5.1 Estado: En proceso de deterioro</p>	
<p>5.2 Causas:</p> <p>Principalmente por la presencia de basura y heces fecales de animales que se encuentran alrededor del atractivo.</p>	
<p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p>	
<p>6.1 Entorno: En proceso de deterioro</p>	
<p>6.2 Causas: Por falta de conocimientos e importancia de la comunidad no se da un manejo sostenible al entorno del atractivo.</p>	
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>	
<p>7.1 Tipo: Terrestre</p>	<p>7.2 Subtipo: Tercer orden</p>
<p>7.3 Estado de Vías: Regular</p>	<p>7.4 Transporte: Todo tipo</p>
<p>7.5 Frecuencia: Diaria</p>	<p>7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año</p>

7.7 Observaciones: Es recomendable ir con ropa cómoda y abrigada.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Servicio de alojamiento y alimentación en el Centro Turístico Pucará Tambo		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: no posee		
9.2 Energía Eléctrica: no posee		
9.3 Alcantarillado: no posee		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Ruinas de la vivienda de Fernando Daquilema	10.2 Distancia: 1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o organización	1
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		11
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		
Atractivos que 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.		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha N° 007
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 05/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Ruinas de la vivienda de Fernando Daquilema	
1.6 Categoría: Manifestación Cultural	
1.7 Tipo: Etnografía	
1.8 Subtipo: Arquitectura Vernácula	
	
<p>Foto N° 007 Por: Laura Sucuy</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Quera
2.5 Coordenadas X: 752989	2.6 Coordenadas Y: 9809492
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Centro poblado de la comunidad Quera	3.2 Distancia: 1 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3502 msnm	
4.2 Temperatura: 8°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
<p>Para llegar al atractivo utilizando un vehículo se debe tomar la vía a Cacha a 10 km de Riobamba hasta la Y, desde ahí se toma la vía de tercer orden Obraje-Quera a unos 5 km hasta llegar al centro poblado de la comunidad Quera, posteriormente se toma la vía Quera-Chacán Loma aproximadamente a 1 km hasta llegar al atractivo.</p>	
4.5 Descripción del atractivo	
<p>De acuerdo a la información proporcionada por un guía nativo, se cree que el sitio corresponde a los restos de una construcción que asemeja a una vivienda y que fue el lugar donde vivió el célebre Fernando Daquilema. Se puede observar paredes hechas de canchagua y piedra que tienen un grosor de entre 0,80 y 1 metro, con el paso de los años se halla cubierto de vegetación. En el entorno del sitio existen grandes espacios de terreno en donde se siembra y cosecha cebada, papas, habas, quinua y nabo de campo principalmente.</p>	

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Flora silvestre: Poaceas (<i>Calamagrostis intermedia</i>), sigse (<i>Cortaderia nítida</i>), chilca (<i>Baccharis latifolia</i>) Fauna silvestre: mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gorriones (<i>Passer domesticus</i>), golondrinas (<i>Hirundo rustica</i>)	
4.7 Permisos y Restricciones:	
El acceso es libre pero se recomienda ir con personas que conozcan el sitio debido a que existen varios desvíos en la carretera.	
4.8 Usos:	
4.8.1 Usos Actuales:	
Atractivo turístico de la parroquia	
4.8.2 Usos Potenciales:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Senderismo ✓ Interpretación cultural 	
4.8.3 Necesidades turísticas:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Señalética interpretativa, informativa y direccional ✓ Planificación y diseño de un sendero 	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sitio de visitas ✓ Difusión del atractivo 	
4.9.2 Impactos negativos	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Compactación y erosión del suelo ✓ Contaminación ambiental 	
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: En proceso de deterioro	
5.2 Causas:	
Por las inclemencias del clima y el paso de los años ha dado lugar a que este atractivo se siga deteriorando.	
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	
6.1 Entorno: En proceso de deterioro	
6.2 Causas:	
Principalmente por el avance de la frontera agrícola	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Tercer orden
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Todo tipo
7.5 Frecuencia: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones:		
Se recomienda el uso de ropa cómoda y abrigada		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Servicios de alojamiento y alimentación en el Centro Turístico Pucará Tambo a 15 minutos del atractivo.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: no posee		
9.2 Energía Eléctrica: no posee		
9.3 Alcantarillado: no posee		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Laguna Paila Kocha	10.2 Distancia: 1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	VARIABLE	VARIABLE
CALIDAD	a) Valor intrínseco b) Valor extrínseco c) Entorno d) Estado de Conservación y/o organización	3 2 3 1
APOYO	a) Acceso b) Servicios c) Asociación con otros atractivos	2 1 1
SIGNIFICADO	a) Local b) Provincial c) Nacional d) Internacional	1
TOTAL		14
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		
Atractivos que 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.		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha N° 008
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 04/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Centro Turístico Pucará Tambo	
1.6 Categoría: Manifestación Cultural	
1.7 Tipo: Histórica	
1.8 Subtipo: Centro Ceremonial	
	
<p>Foto N° 008 Por: Laura Sucuy</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Machángara
2.5 Coordenadas X: 755279	2.6 Coordenadas Y: 9811302
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad Machángara	3.2 Distancia: 800 m
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3278 msnm	
4.2 Temperatura: 8 a 16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
<p>El Centro Turístico Pucará Tambo se encuentra a 11 km de la ciudad de Riobamba, para llegar se toma la vía a Cacha hasta la primera Y, para luego tomar la carretera asfaltada vía Cacha-Machángara hasta el centro poblado desde ahí a unos 800 m siguiendo la misma carretera se llega al atractivo.</p>	
4.5 Descripción del atractivo	
<p>Todas las paredes de las instalaciones están construidas con bloques de canchagua, los cuales</p>	

<p>fueron talladas por personas del sector, los techos son de paja excepto del museo y restaurante, ubicada sobre un aloma donde antiguamente sus moradores lo consideraban como un sitio estratégico para adorar al sol, así como también de observación y un punto de encuentro entre las comunidades. Dentro del museo se puede observar la vestimenta y accesorios autóctonos de Cacha, los utensilios más antiguos, técnicas artesanales e historia.</p>
<p>1.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Museo etnográfico ✓ Plaza ceremonial ✓ Cabañas de hospedaje ✓ Mirador ✓ Restaurante ✓ Jardín botánico ✓ Almacén de artesanías
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>El costo del ingreso es 0,50 por persona que se paga a la entrada, para servicios de hospedaje y alimentación se realiza previa reserva.</p>
<p>4.8 Usos:</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales:</p> <p>El centro es el atractivo turístico principal de la parroquia, usado como tal para brindar todos los servicios antes mencionados y es utilizado por las comunidades en celebraciones como el Inty Raymi, Haway y festividades de Cacha.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recorridos turísticos ✓ Paquetes turísticos ✓ Conferencias ✓ Deportes de aventura
<p>4.1.1. Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estructuración de paquetes ✓ Implementación de infraestructura turística ✓ Levantamiento topográfico
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Generación de ingresos económicos para la parroquia ✓ Valoración y uso sostenible de los recursos naturales y manifestaciones culturales ✓ Centro de esparcimiento y reunión familiar
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contaminación ambiental ✓ Aculturación
<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: Conservado</p>

5.2 Causas: Gracias a la actual administración se ha realizado actividades enfocadas en el mantenimiento y conservación del atractivo.		
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		
6.1 Entorno: Conservado		
6.2 Causas: Como complemento del atractivo turístico la administración y las comunidades han optado por apoyar en la conservación de su entorno.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Segundo orden	
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Todo tipo	
7.5 Frecuencia: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa abrigada y bloqueador solar		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Servicio de hospedaje y alimentación en el mismo lugar y sistema de señalética en todo el camino hasta llegar al atractivo.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Entubada		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado		
9.3 Alcantarillado: no posee		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Iglesia parroquial de Cacha Rumi wasi (casa de piedra)	10.2 Distancia: 800 m 1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	VARIABLE	VARIABLE
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o organización	7
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		44
13. JERARQUIZACIÓN		
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.		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha N° 009
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 04/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Iglesia Parroquial La Sagrada Familia	
1.6 Categoría: Manifestación Cultural	
1.7 Tipo: Histórica	
1.8 Subtipo: Arquitectura religiosa	
	
<p>Foto N° 009 Por: Laura Sucuy</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Machángara
2.5 Coordenadas X: 755619	2.6 Coordenadas Y: 9811179
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad Machángara	3.2 Distancia: 200 m
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3208 msnm	
4.2 Temperatura: 8 a 16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
<p>Para llegar al atractivo desde Riobamba se toma la vía Cacha a 10 km hasta la primera Y, para luego tomar la vía asfaltada hasta la entrada al centro poblado de la comunidad Machángara, desde ahí se dirige por la carretera adoquinada hasta unos 200m para llegar al atractivo.</p>	

<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Es una iglesia católica, construida hace unos 35 años aproximadamente, básicamente por bloques tallados de canchagua por parte de las personas de la comunidad, la puerta es de madera y el techo por dentro está forrado con estera. A este sitio acuden miembros de todas las comunidades para celebrar las festividades religiosas como bautizos, matrimonio, comuniones y funerales.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La iglesia cuenta con una imagen de La Sagrada Familia ✓ Decoraciones con materiales propios de la zona ✓ Cuadros religiosos (Corazón de Jesús)
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>El ingreso es libre los días domingos, los días del resto de la semana se debe pedir autorización a la persona responsable de la iglesia para que lo abra.</p>
<p>4.8 Usos:</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales:</p> <p>Utilizada por personas de la comunidad y de la parroquia para efectuar ceremonias de eucaristía, matrimonios, bautizos, comuniones, confirmaciones, ceremonias religiosas por festividades, etc.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Turismo cultural y religioso ✓ Interpretación histórica
<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar infraestructura turística
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Valoración de los elementos propios de la religiosidad de la comunidad
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contaminación ✓ Pérdida de la religiosidad
<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: Conservado</p>
<p>5.2 Causas: Las autoridades y la comunidad han aportado en el mantenimiento de la infraestructura.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p>
<p>6.1 Entorno: Conservado</p>
<p>6.2 Causas: La ventaja de ser la cabecera parroquial hace que el entorno se mantenga en buen estado.</p>

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Segundo orden
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Todo tipo
7.5 Frecuencia: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.5 Observaciones: Se recomienda visitar el atractivo, previa autorización de las personas responsables del sitio.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS	
Sistema de señalética en todo el camino hasta llegar al atractivo y servicio de hospedaje y alimentación en el Centro Turístico Pucará Tambo a pocos metros de distancia.	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: Entubada	
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado	
9.3 Alcantarillado: no posee	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Centro Turístico Pucará Tambo	10.2 Distancia: 800 m
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.	
11.1 Difusión: Local	

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha N° 010
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 03/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Iglesia El Rosario	
1.6 Categoría: Manifestación Cultural	
1.7 Tipo: Histórica	
1.8 Subtipo: Arquitectura religiosa	
	
<p>Foto N° 010 Por: Laura Sucuy</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Cachatón San Francisco
2.5 Coordenadas X: 756916	2.6 Coordenadas Y: 9809518
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad Cachatón San Francisco	3.2 Distancia: 300 m
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3226 msnm	
4.2 Temperatura: 8 a 16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
<p>Para llegar al atractivo desde Riobamba se toma la vía Cacha a 10 km hasta la primera Y, para luego tomar la vía de tercer orden vía Obraje hasta 2,3 km desde este lugar, a continuación tomamos la vía a Cachatón San Francisco hasta aproximadamente 2 km, se toma el camino de tierra hacia la izquierda a 200 m se encuentra el atractivo.</p>	

<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Es una iglesia católica construida con materiales propios de la zona como la canchagua, las paredes tienen un grosor de aproximadamente un metro, el techo está cubierto de teja y por dentro se encuentra forrado con estera, carrizos y chaguarqueros, en el altar se encuentra una roca donde reposa la virgen. La construcción fue remodelada hace poco en donde las paredes internas fueron revestidas con cemento. Es utilizado por la comunidad en matrimonios, funerales, bautizos, etc. a pocos metros se encuentra el cementerio que lleva su mismo nombre.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La iglesia cuenta con una imagen de La Virgen de El Rosario ✓ Una roca en el altar donde reposa la imagen de la Virgen ✓ Asientos de madera muy antiguos.
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>El ingreso es libre previa autorización de la persona encargada del cuidado de la iglesia.</p>
<p>4.8 Usos:</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales:</p> <p>Utilizada por personas de la comunidad y de la parroquia para efectuar ceremonias de eucaristía, matrimonios, bautizos, comuniones, confirmaciones, ceremonias religiosas por festividades, etc.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Turismo cultural y religioso ✓ Interpretación histórica
<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar infraestructura turística
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Valoración de los elementos propios de la religiosidad de la comunidad
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contaminación ✓ Pérdida de la religiosidad
<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: En proceso de deterioro</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>La poca afluencia de religiosos ha dado lugar a que el atractivo se encuentre en proceso de deterioro.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p>
<p>6.1 Entorno: Conservado</p>

6.2 Causas: La comunidad a través de mingas mantiene conservado el lugar.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Tercer orden
7.3 Estado de Vías: Malo	7.4 Transporte: Todo tipo
7.5 Frecuencia: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.6 Observaciones: Se recomienda visitar el atractivo, previa autorización de las personas responsables del sitio.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS	
Servicio de hospedaje y alimentación en el Centro Turístico Pucará Tambo a 5 km de distancia.	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: Entubada	
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado	
9.3 Alcantarillado: no posee	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Laguna Verde Kocha	10.2 Distancia: 300 m
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.	
11.1 Difusión: Local	

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha N° 011
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 06/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Iglesia de Amulá	
1.6 Categoría: Manifestación Cultural	
1.7 Tipo: Histórica	
1.8 Subtipo: Arquitectura religiosa	
	
Foto N° 011 Por: Laura Sucuy	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Amulá Casa Loma
2.5 Coordenadas X: 753765	2.6 Coordenadas Y: 9812595
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad Casa Loma	3.2 Distancia: 800 m
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3439 msnm	
4.2 Temperatura: 8 a 16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
<p>Para llegar al atractivo desde Riobamba se toma la vía Cacha a 10 km hasta la primera Y, para luego tomar la vía asfaltada hasta 1,7 km, para luego tomar la vía de tercer orden hacia la izquierda, a unos 300 m aproximadamente se encuentra la iglesia.</p>	

<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Son las ruinas de la iglesia más antigua de Cacha con más de 100 años de haberse construido; lo impresionante de este sitio es la arquitectura, realizada principalmente con materiales propios de la zona; canchagua tallada a manera de bloques con un grosor de aproximadamente un metro y cubierta de cementina, presenta ventanales interiores solamente hasta la mitad de la pared es decir no tienen salida, actualmente no cuenta con techo. A pocos metros se encuentra el cementerio.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ventanales interiores sin salida ✓ Un campanal en la mitad y otro a la derecha
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>El ingreso es libre previa autorización del encargado del cuidado del sitio.</p>
<p>4.8 Usos:</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales:</p> <p>Actualmente el atractivo no cuenta con ningún uso.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Turismo cultural y religioso ✓ Interpretación histórica
<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar infraestructura turística
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Valoración de los elementos propios de la religiosidad de la comunidad
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contaminación ✓ Pérdida de la religiosidad
<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: En proceso de deterioro</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>La construcción de una nueva iglesia ha dado lugar al abandono total del sitio.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p>
<p>6.1 Entorno: En proceso de deterioro</p>
<p>6.2 Causas:</p> <p>El entorno de este atractivo se encuentra en total abandono.</p>

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Tercer orden
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Todo tipo
7.5 Frecuencia: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones:	
Se recomienda visitar el atractivo, previa autorización de las personas responsables del sitio.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS	
Servicio de hospedaje y alimentación en el Centro Turístico Pucará Tambo a pocos metros de distancia.	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: Entubada	
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado	
9.3 Alcantarillado: no posee	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Centro Turístico Pucará Tambo	10.2 Distancia: 850 m
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.	
11.1 Difusión: Local	

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Laura Sucuy	1.2 Ficha N° 012
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo; Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 06/05/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Rumi Wasi	
1.6 Categoría: Manifestación Cultural	
1.7 Tipo: Etnografía	
1.8 Subtipo: Arquitectura vernácula	
	
<p>Foto N° 012 Por: Laura Sucuy</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Riobamba
2.3 Parroquia: Cacha	2.4 Comunidad: Casaloma
2.5 Coordenadas X: 754631	2.6 Coordenadas Y: 9812717
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad Casaloma	3.2 Distancia: 200 m
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3451 msnm	
4.2 Temperatura: 8 a 16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 411 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
<p>Para llegar al atractivo desde Riobamba se toma la vía Cacha a 10 km hasta la primera Y, para luego tomar la vía asfaltada hasta 2 km del lugar, para luego subir caminando unos 50 m hasta llegar al atractivo.</p>	

<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>El nombre deriva de las palabras Kichwas Rumi=Piedra y Wasi=Casa (Casa de piedra). Es una construcción realizada por pobladores antiguos a base de canchagua en forma de una choza. Ocupa un área de aproximadamente dos metros cuadrados y el grosor de las paredes tiene alrededor de 30 cm. La puerta tiene una dimensión de 1,60 por 1 m. Los pobladores creen que fueron construidos para almacenar granos y alimentos o como refugio para la lluvia o el sol.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Flora silvestre: Poaceas (<i>Calamagrostis intermedia</i>), chilca (<i>Baccharis latifolia</i>) Fauna silvestre: mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gorriones (<i>Passer domesticus</i>), golondrinas (<i>Hirundo rustica</i>)</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>El ingreso es libre pero se recomienda ir con personas que conozcan el sitio.</p>
<p>4.8 Usos:</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales:</p> <p>Atractivo turístico de la parroquia.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Senderismo ✓ Interpretación cultural
<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar infraestructura turística ✓ Planificación y diseño de un sendero
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sitio de visita ✓ Difusión del atractivo
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contaminación ✓ Compactación y erosión del suelo
<p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: en proceso de deterioro</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>Por las inclemencias del clima y el paso de los años ha dado lugar a que este atractivo se siga deteriorando.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p>
<p>6.1 Entorno: En proceso de deterioro</p>
<p>6.2 Causas:</p> <p>Principalmente por el avance de la frontera agrícola.</p>

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Segundo orden
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Todo tipo
7.5 Frecuencia: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.8 Observaciones:	
Se recomienda el uso de ropa cómoda y abrigada.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS	
Servicios de alojamiento y alimentación en el Centro Turístico Pucará Tambo a 10 minutos del atractivo.	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: no posee	
9.2 Energía Eléctrica: no posee	
9.3 Alcantarillado: no posee	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Centro Turístico Pucará Tambo	10.2 Distancia: 800 m
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.	
11.1 Difusión: Local	

3. Registro de Inventario de Patrimonio Cultural Inmaterial

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO IM-06-01-51-000-16- 000013	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Chimborazo		Cantón:	Riobamba	
Parroquia:	Cacha		Urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	Rural
Localidad:	Cacha				
Coordenadas en sistema WGS84Z17S-UTM:			X (Este)	755501	Y (Norte) 9810943
Z (Altitud)			3245 msnm		
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Artesano, tejiendo el poncho de Cacha en telar de cintura.					
Código fotográfico: IM-06-01-51-000-16-000012_13.JPG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Poncho Koko, fajas, cintas, telares					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruwá			Kichwa		
Ámbito					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Técnicas artesanales tradicionales			Textilería		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

La elaboración de tejidos en Cacha es una tradición ancestral que ha perdurado a través del tiempo otorgando identidad y singularidad propia a esta parroquia; la práctica de la textilería procede de la época colonial.

Las técnicas tradicionales de tejido se basa en dos elementos de trama y urdiembre, con el tiempo se fueron perfeccionando, hasta llegar al entrelazado angular, que produce diseños geométricos: bandas, rombos, cuadrados y espigas (chevrón) o combinaciones que logran patrones más complejos, o diseños naturalistas: figuras humanas, pájaros, serpientes, individuales o combinados.

Estas técnicas son utilizadas en los tejidos de Cacha, en los diseños naturalistas: de figuras humanas, animales y paisajes, técnicas que han sido transmitidas de generación en generación por los artistas textiles de esta parroquia, desarrollando, en cada uno de ellos, la precisión en los movimientos de las hebras de lana, la destreza en el manejo de la trama y la habilidad en el mantenimiento de la urdiembre.

Dentro de las innovaciones más representativas, están: la técnica del tapiz, el uso de ovillos de hebras multicolores, utilizados en la elaboración del poncho coco y de las fajas: quingo, pichi sisa, chimba pura, cahuiña, etc. el teñido y el acabado de los bordes, como los utilizados en los filos del poncho, para lograr un acabado singular.

El tinturado de las piezas anudadas propias de la técnica ikat, forma parte de la técnica usada en la elaboración del poncho coco, combinación que converge con diseños geométricos de rombos alargados y de la chakana, situada en el centro de la prenda y la repetición del diseño a lo largo de la pieza, hacen del poncho Coco una pieza de gran renombre de la textilería de Cacha.

✓ **Técnicas actuales de Tejido Cacha**

- El hilado: Es una técnica ancestral, vigente en la textilería Cacha, de origen Puruwá e Inca realizada principalmente por las mujeres dedicadas al tejido de fajas y ponchos, utilizando usos, un buen hilado es la base para que el producto salga de primera.
- La Urdiembre y el telar de pie: Son utilizados para tejer hermosos diseños especialmente en las fajas de animales y el poncho Coco.

✓ **Proceso del tejido**

Comienza por el hilado, las mujeres preparan la lana escarmenando y clasificando los colores naturales, posteriormente se tuercen las lanas con el huso y el tradicional guango, para obtener el hilo y que servirá para tejer las fajas y que el hombre use para tejer los ponchos.

Los hombres elaboran las “atambas” tradicionales para sostener en la cintura toda la urdiembre, se trabajan ponchos, bayetas, fajas, de lana de borrego, la mayoría de color natural: blanco, negro y café, según la tonalidad de la lana. El tejido en telar de cintura con atamba produce piezas más durables y de acabado óptimo, también se teje en telar de pedal.

- **Teñido de lanas.-** fibras y elementos vegetales, años atrás era la principal materia prima para el tinturado como la pepa de aguacate para el color verde, las hojas del tocte para el café, etc. actualmente los colores rojo, verde y azul característicos del poncho coco se obtiene mediante colorantes químicos, adquiridos en farmacias o en la Plaza Roja, de esta manera se mantiene los colores tradicionales.

✓ **Teñido del Poncho Coco con la técnica Ikat**

La técnica del Ikat tiene un origen milenario, es de uso mundial en varios países del mundo. Esta técnica de teñido por amarres fue introducida por los incas perfeccionada por los Cañaris quienes compartieron a los Cachas, consiste en la aplicación del color en una fibra, es decir, es un teñido de inmersión de hilos amarrados armoniosamente, en colorantes mezclados en agua caliente, una vez preparados para formar diseños; esta clase de teñidos tiene una mezcla de mordiente y fijadores, esta alquimia permite que el color se unifique con los hilos, el arte está en los amarrados impidiendo que el colorante se disperse a otros hilos, la manera de atar aísla el color original.

✓ **Shigras**

Bolsos femeninos tejidos a mano con crochet, herencia de la artesanía española, confeccionados con lana de borrego natural, los diseños son tomados de las revistas de punto cruz y otros son de creación propia, actualmente utilizan también hilos de orlón.

✓ **Fajas**

- Ladía kingo: con un diseño de cocos de colores vivos como el verde, rojo, amarillo y una diminuta chacana en el centro, es la faja tradicional de las fiestas, presenta diseños

geométricos propios e Incas, simboliza los ojos de Dios que miran y observan, los triángulos son caminos y alrededor del camino no faltan las plantas.

- Mama chumbi: Faja elaborada con lana de borrego y cabuya, muy ancha y con un metro de longitud, de color rojo claro y verde, es la faja de base o la primera faja, cumple la función de soporte que posibilita la realización de actividades agrícolas y cotidianas de la mujer.
- Fajas Cawiñas: Elaboradas de lana de borrego en color rojo, amarillo, verde y negro mide dos metros en los extremos llevan los huatos para atarse entre sí, el ancho es utilizado de acuerdo a la edad.
- Fajas de orlón: Fajas complemento de diversos diseños pishik sisa (flor), Kingo (caminos), Chimbapura (frente a frente), estrellas, etc. de colores vivos, que resaltan la belleza de la mujer indígena.

✓ Cintas

Las cintas son usadas para el cabello, el tejido es similar al de las fajas, las cintas son angostas y menos largas, protege al cabello del clima, viento y contaminación, las mujeres que utilizan por lo general tienen el cabello muy largo.

Fecha o periodo	Detalle de la periodicidad
	Anual
X	Continua
	Ocasional
	Otro

Muchas familias se dedican exclusivamente a la elaboración de artesanías.

5. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Manuel Janeta	80	Artesano	Cacha	Obraje
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Los tejidos de Cacha, representan un conocimiento generacional en el tejido textil, que viene desde época Puruwá y que tomó repunte durante la colonia. Hoy en día, sirve para el sustento económico de varias familias de la región, que se dedican a la textilería. Los tejidos son elementos cargados de significaciones, creencias y simbolismos.

Sensibilidad al cambio

	Manifestaciones Vigentes	-Desconocimiento de técnicas tradicionales de elaboración -Falta de interés de los jóvenes por aprender esta tradición. -Poca transmisión de conocimientos a actuales generaciones
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la Memoria	

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Manuel Janeta	Cacha		M	80

8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Código/Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
---------------	--------	-----------	-----------------------

Vestimenta	Usos sociales, rituales y actos festivos	Uso social de la vestimenta	Vestimenta ritual, vestimenta festiva, vestimenta cotidiana
9. ANEXOS			
Textos	Fotografías	Videos	Audio
INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Regional 3, Proyecto Tradición Textil Parroquia Cacha			
10. OBSERVACIONES			
Actualmente en la parroquia Cacha solamente existen 6 artesanos de Ponchos			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ingeniería en Ecoturismo			
Registrado por: Laura Sucuy		Fecha de registro: 2016/05/08	
Revisado por: Verdugo, Catalina. Chávez, Carlos		Fecha revisión:	
Aprobado:		Fecha aprobación:	
Registro fotográfico: Laura Sucuy LS0013			

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO			CÓDIGO IM-06-01-51-000-16- 000014
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia:	Chimborazo	Cantón:	Riobamba
Parroquia:	Cacha	<input type="checkbox"/> Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Localidad:	Cacha		
Coordenadas en sistema WGS84Z17S-UTM:X (Este) 755501 Y (Norte) 9810943			
Z (Altitud) 3278 msnm			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Desfile en las fiestas de Parroquialización			
Código fotográfico: IM-06-01-51-000-16-000014_14.JPG			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación			
Fiestas de Parroquialización			
Grupo social		Lengua (s)	
Puruwá		Kichwa	
Ámbito			
Usos sociales, rituales y actos festivos			
Subámbito		Detalle del subámbito	
Fiestas		Fiestas cívicas, fiestas o ceremonias religiosas	
4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN			
<p>✓ Fiesta de Parroquialización</p> <p>El mecanismo de los encargados de mantener las fiestas, funcionaban así;</p> <p>El primero de enero el Párroco de Yaruquíes y el Teniente político, hasta cuando pasó a ser</p>			

parroquia urbana, hacía la entrega solemne de las “Varas” (un pedazo de carrizo) para nombrar por lo menos sesenta personas que esperaban en fila el nombramiento de regidores, alcaldes mayores, ordinarios, alguaciles, fiscales. Este nombramiento significaba un honor y demostraba ante los asistentes a la misa del medio día que con las fiestas celebradas por ellos habían demostrado capacidad organizativa y generosidad ante los caciques y comunidades, anteriormente ya conocían la designación y hacían regalos al Teniente Político y Cura Párroco.

Otra tarea de los alcaldes o “varayuk” era la de organizar las fiestas en los anejos, nombrar priostes, capitanes de pascua, organizar mingas para trabajos en el templo, cementerio, en la limpieza de las calles del pueblo. Deber de los alcaldes era también mirar por la moralidad de las comunidades, solucionar problemas de herencia, rencillas de vecinos, etc.

El alcalde encargado de la doctrina se llamaba “rezachidor”. Este tenía el encargo de poner un horario a niños y adultos para el rezo de la doctrina en el propio anejo y en el templo.

1 de Enero	Año nuevo
5-10 Febrero	Carnaval
7 de Noviembre	Fiestas de Parroquialización
25 de Diciembre	Navidad
31 de Diciembre	Año viejo

La fiesta de Parroquialización de Cacha se realiza en la actualidad los días 7 y 8 de noviembre. El primer día se realiza el desfile cívico con los estudiantes y todas las autoridades de la parroquia que llegan hasta la plaza central. Al día siguiente se realiza la Fiesta de la Alegría, en la que las 23 comunidades de Cacha participan con diferentes actos como: bailes, danzas, demostraciones de artesanías, sembríos, etc. En la noche del segundo día se da una fiesta y baile con todos los participantes que vienen de otras parroquias o ciudades.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
X	Anual	Las fiestas de Parroquialización se celebra el 7 de noviembre de cada año			
	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades	FECAIPAC – GAD Parroquial	35	Autoridades	Cacha	

Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Es la fiesta más importante de la parroquia					
Sensibilidad al cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Las festividades de Parroquialización siempre se realiza por motivos políticos o por la razón de ser de esta fecha, ya que para su celebración se utiliza fondos del estado y muy pocas veces se requiere recursos particulares, estas tradiciones no se han perdido con el pasar del tiempo, ya sea que las comunidades desean compartir con los demás o simplemente festejarlo.			
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Sucuy Aguagallo Segundo Ángel		Cacha	0985658802	Masculino	48
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Código/Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
Danza		Artes del espectáculo	Danza	n/a	
Vestimenta		Usos sociales, rituales y actos festivos	Uso social de la vestimenta	Vestimenta ritual, vestimenta festiva, vestimenta cotidiana	
9. ANEXOS					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
Inventario de Patrimonio Cultural, 2010 Arrieta, Modesto, Cacha raíz de la Nacionalidad Ecuatoriana. Editorial San Pablo, 1984					
10. OBSERVACIONES					
Actualmente las fiestas de Parroquialización se han cambiado al 7 de noviembre siendo esta la fecha exacta, años atrás se lo realiza en abril.					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ingeniería en Ecoturismo					
Registrado por: Laura Sucuy			Fecha de registro: 2016/05/09		
Revisado por: Verdugo Catalina; Chávez Carlos			Fecha revisión:		
Aprobado:			Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Laura Sucuy LS0014					

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CODIGO IM-06-01-51-000- 16-000015	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Chimborazo	Cantón:	Riobamba		
Parroquia:	Cacha		Urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	Rural
Localidad:	Cacha				
Coordenadas en sistema WGS84Z17S-UTM: X (Este) 755632 Y (Norte) 9810898					
Z (Altitud) 3207 msnm					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Tarrinas de miel natural					
Código fotográfico: IM-06-01-51-000-16-000015_15.JPG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Producción apícola					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruwá			Kichwa		
Ámbito					
Técnicas artesanales tradicionales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Técnicas artesanales tradicionales			Apicultura		
4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>✓ Asociación de Trabajadores Apícolas Autónomos de Cacha (APICA)</p> <p>Es una microempresa que se dedica a la producción de miel natural. Cuentan con un total de 200 colmenas entre los socios de Cacha y de otros sitios a nivel de la provincia de Chimborazo, además de una planta equipada para el proceso de elaboración. Inician con la elaboración de la cera para luego colocar en los marcos y cajas (prefabricados por miembros de la comunidad)</p>					

<p>donde ubican las abejas para la crianza. Cada caja contiene 10 marcos con cera, una reina y alrededor de 16000 abejas. Una vez que se cumple el tiempo para la cosecha, se procede a la extracción de miel en estado sólido, de las cajas para ser depositadas en un recipiente. Posteriormente se coloca en una máquina que diluye la miel a baño maría, luego la envasan, la etiquetan y finalmente es distribuida en la ciudad para su comercialización. También producen turrone, jalea real, propoleo, postre de miel, mermelada con miel, etc.</p>					
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	La Microempresa APICA difunde la producción de miel y sus derivados a grandes tiendas comerciales			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades					
Instituciones	APICA	20	Microempresa	Cacha	Cacha
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
APICA colecta la miel de toda la parroquia para la distribución por lo que es una de las microempresas más importantes de la localidad.					
Sensibilidad al cambio					
	Manifestaciones Vigentes	La principal fortaleza de esta microempresa es la manera artesanal de producir la miel, por la que muchas empresas y tiendas solicitan sus productos, sin embargo la necesidad de aumentar los derivados de la miel pueden conducir a la industrialización.			
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Soria Pedro		Cacha		Masculino	52
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Código/Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
n/a					
9. ANEXOS					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
n/a					
10. OBSERVACIONES					
Los productos de este establecimiento son solicitados por la manera artesanal de producción y el uso de la miel natural.					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ingeniería en Ecoturismo					
Registrado por: Laura Sucuy			Fecha de registro: 2016/05/09		
Revisado por: Verdugo Catalina; Chávez Carlos			Fecha revisión:		
Aprobado:			Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Laura Sucuy LS0015					

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CODIGO IM-06-01-51-000- 16-000016	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia:	Chimborazo		Cantón:	Riobamba	
Parroquia:	Cacha	<input type="checkbox"/>	Urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	Rural
Localidad:	Cacha				
Coordenadas en sistema WGS84Z17S-UTM: X (Este) 755501 Y (Norte) 9810943 Z (Altitud) 3345 msnm					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Nativos de la Parroquia Cacha					
Código fotográfico: IM-06-01-51-000-16-000016_16.JPG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Nativos de la parroquia					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruwá			Kichwa		
Ámbito					
Manifestación Cultural					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Etnografía			Grupo étnico		
4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
Esta comunidad conserva varias de sus manifestaciones culturales, entre ellas está la vestimenta, principalmente en el caso de las mujeres: visten anaco negro o azul, mama chumbi, faja de colores blusa blanca bordada, bayeta de colores vivos que se sujeta con el “Tupo” de metal y					

<p>como adorno lleva la wallca en el cuello. En el caso del hombre ha variado la vestimenta típica, en la actualidad visten camisa y pantalón de tela, el poncho típico de varios colores llamado Poncho Kokeado o Poncho Cacha, y zapatos o botas de caucho. Antiguamente las viviendas eran construidas con paredes de piedra de cancagua, el techo tejido con paja, cabuya blanca y carrizos, estas construcciones no tenían ventanas ni puertas, tampoco existía divisiones en su interior. La comida típica es el timbo se prepara con la mayoría de granos y cereales que cultivan en sus chacras, los chiguiles, las papas con cuy y su bebida tradicional la chicha de jora.</p>					
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Cacha es una de las parroquias indígenas que a pesar de la migración y de la influencia de culturas occidentales, aún mantiene su vestimenta, tradición y cultura.			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades	Pobladores				
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La vestimenta, sus comidas, sus creencias hacen de Cacha una parroquia con mucha historia y tradición.					
Sensibilidad al cambio					
	Manifestaciones Vigentes		La influencia de culturas occidentales tanto por la migración como por la escolaridad ha dado lugar a que los jóvenes pierdan su vestimenta tradicional.		
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
n/a					
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Código/Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Danza	Artes del espectáculo	Danza	n/a		
Vestimenta	Usos sociales, rituales y actos festivos	Uso social de la vestimenta	Vestimenta ritual, vestimenta festiva, vestimenta cotidiana		
9. ANEXOS					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
n/a					
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ingeniería en Ecoturismo					
Registrado por: Laura Sucuy			Fecha de registro: 2016/05/09		
Revisado por: Verdugo Catalina; Chávez Carlos			Fecha revisión:		
Aprobado:			Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Laura Sucuy LS0016					

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Universo

En el presente estudio se tomó como universo a turistas nacionales y extranjeros que arribaron a la ciudad de Riobamba en el año 2015, que según el MINTUR fue de 18834, de los cuales el 72% (13571) son turistas extranjeros y el 28% (5263) son turistas nacionales.

b. Muestra

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula para la muestra de poblaciones finitas con un margen de error del 5%, del total de encuestas por medio de una regla de tres se distribuye la cantidad para los dos segmentos.

(1) Tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{18834 (0,5 + 0,5)}{(18834 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 + 0,5)}$$

$$n = \frac{4708,5}{12,50596} = 377$$

Tabla 15: Clasificación de los turistas

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	106	28%
Extranjero	271	72%
Total	377	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

Se calcula el total de los turistas que llegan a Riobamba, obteniendo como resultado un tamaño muestral de 377 encuestas, 106 para turistas nacionales y 271 para turistas extranjeros, las mismas que se aplicaron a los dos segmentos de mercado en los principales sitios estratégicos de mayor flujo turístico de la ciudad como son: Plaza de la Concepción, Terminal Terrestre, Estación del Ferrocarril y Centro Histórico, durante el mes de Junio de 2016.

c. Instrumento

La técnica utilizada para la investigación de campo fue la encuesta y como instrumento se elaboró un cuestionario tanto para turistas nacionales en español y para los turistas extranjeros el cuestionario en el idioma inglés. (ANEXO N° 1)

d. Características de la demanda

1) Turista Nacional

a) Edad

Tabla 16: Edad de los turistas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
18 – 26 años	30	28%
27 – 35 años	36	34%
36 – 44 años	22	21%
45 – 53 años	12	11%
54 – 62 años	4	4%
63 años en adelante	2	2%
Total	106	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

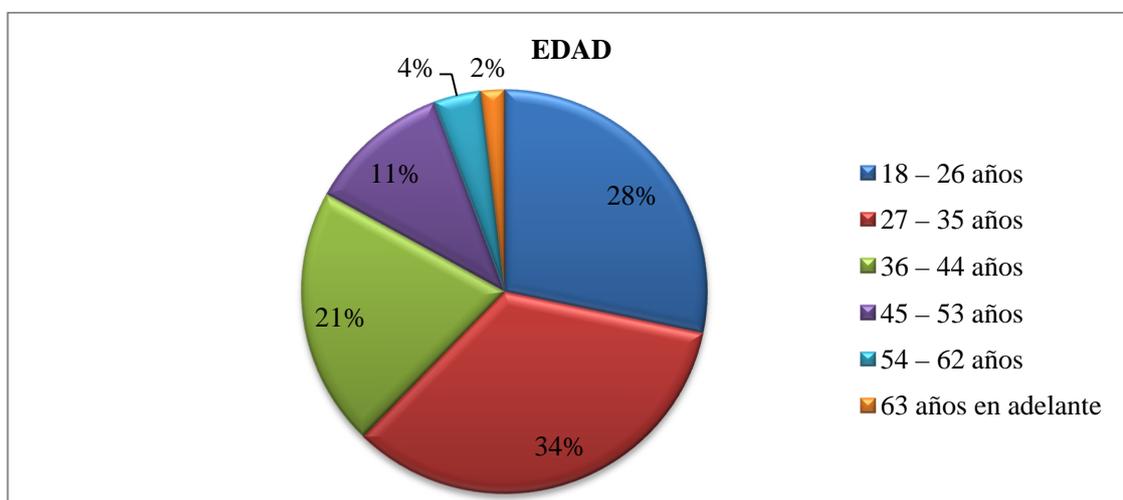


Figura 8. Edad de los turistas

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

La edad de los encuestados en su mayoría comprende entre 27 – 35 años con un 34%, entre 18 – 26 años el 28%, el 21% corresponde a las edades entre 36 – 44 años, el 11% a edades entre 45 – 53 años, entre 54 – 62 años el 4% y el 2% corresponde a más de 63 años de edad.

Interpretación:

Más de un cuarto de los encuestados comprenden entre 27 a 35 años y entre 18 a 26 años, lo que significa que son jóvenes quienes realizan turismo, por lo tanto el producto estará estructurado sin restricción alguna, pero con rangos de seguridad.

b) Género

Tabla 17: Género de los turistas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	49	46%
Femenino	57	54%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

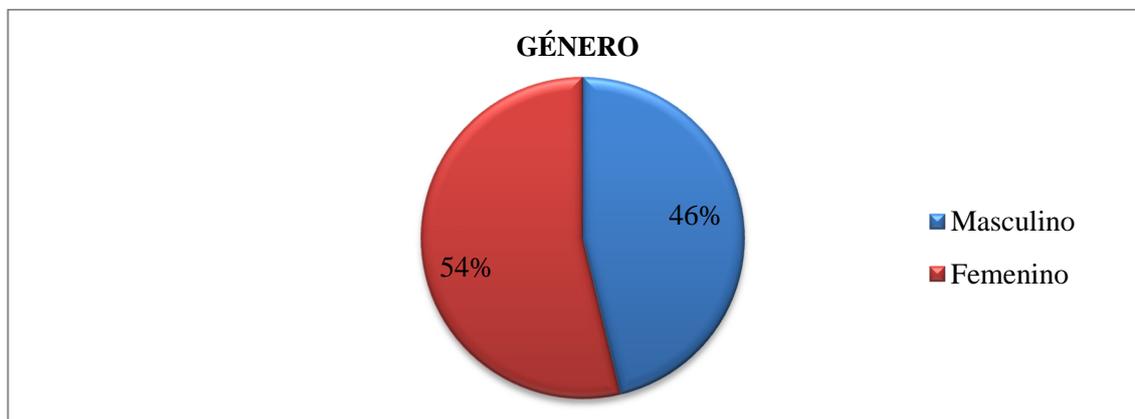


Figura 9. Género de los turistas

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 54% de los encuestados son del género femenino y el 46% representa al género masculino.

Interpretación:

Por los resultados que se obtuvieron, vemos que existe una tendencia a la equidad de género, por lo tanto el producto será orientado equitativamente para el género femenino y masculino.

c) Procedencia

Tabla 18: Ciudad de procedencia

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Guayaquil	32	30%
Quito	27	25%
Riobamba	17	16%
Ambato	10	9%
Esmeraldas	7	7%
Machala	6	6%
Guaranda	4	4%
Tulcán	3	3%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

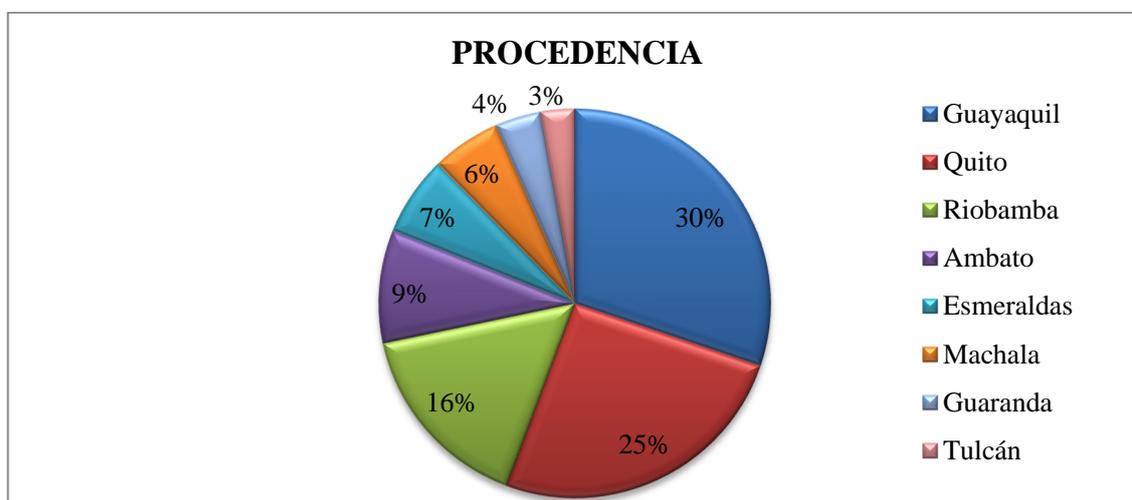


Figura 10. Ciudad de procedencia
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 30% de los encuestados son de la ciudad de Guayaquil, el 25% proceden de la ciudad de Quito, el 16% pertenecen a la ciudad de Riobamba, el 9% son de la ciudad de Ambato, a la ciudad de Esmeraldas corresponde el 7%, de Machala el 6%, el 4% pertenece a la ciudad de Guaranda y el 3% son de la ciudad de Tulcán.

Interpretación:

La mayor cantidad de los encuestados son de la ciudad de Guayaquil y Quito, esto debido a que son las ciudades más pobladas y con mayor dinamismo económico, permitiendo a sus pobladores organizar sus viajes, este dato orienta para la promoción y publicidad.

d) Estado civil

Tabla 19: Estado civil

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Soltero	68	64%
Casado	32	30%
Viudo	4	4%
Divorciado	2	2%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

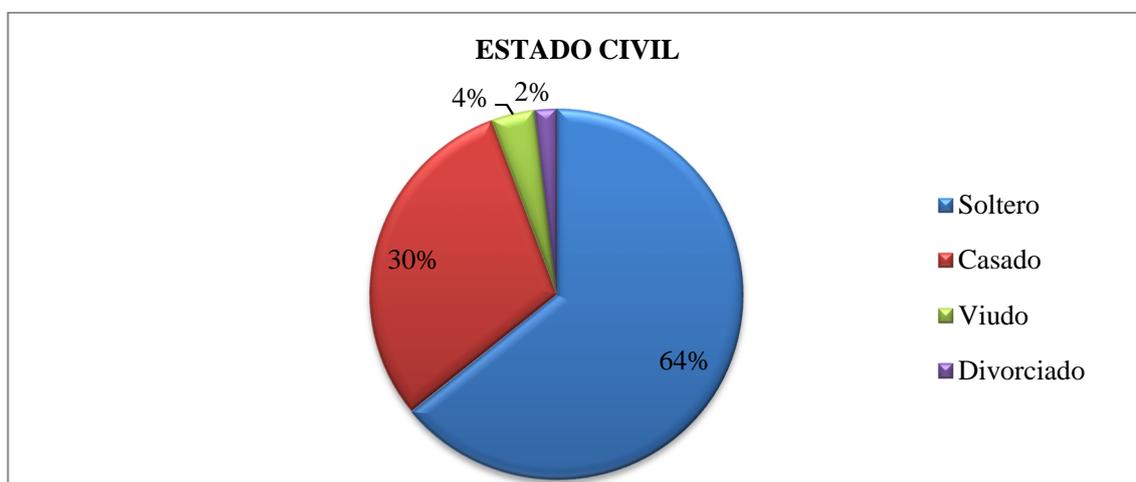


Figura 11. Estado civil
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 64% de los encuestados manifiestan ser solteros, el 30% están casados, un 4% son viudos y el 2% están divorciados.

Interpretación:

La mayoría de los turistas manifiestan ser solteros, probablemente son profesionales jóvenes e independientes, con disposición de tiempo y dinero, que gustan de conocer nuevos destinos turísticos, acompañados de sus familias y amigos.

e) Nivel de instrucción educativa

Tabla 20: Nivel de instrucción educativa

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Superior	76	72%
Secundaria	19	18%
Postgrado	7	6%
Primaria	4	4%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

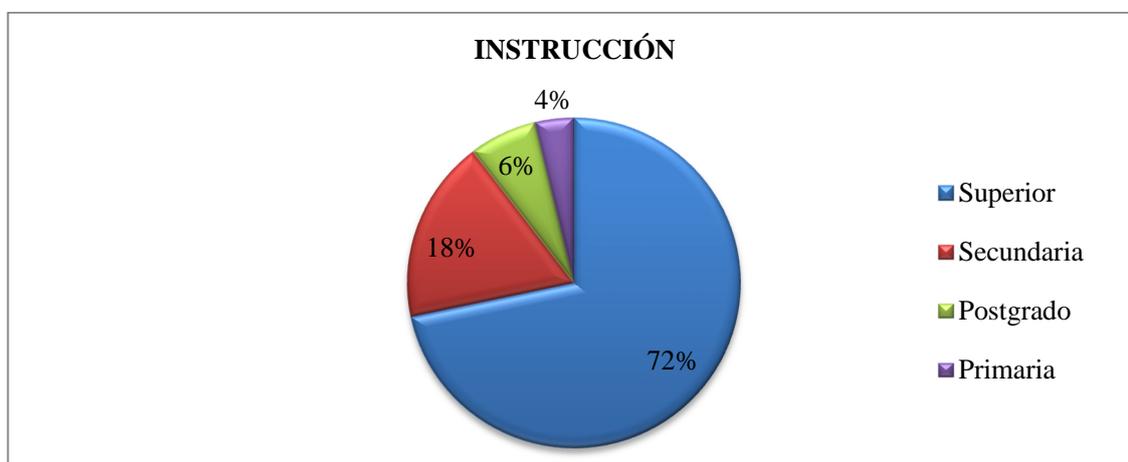


Figura 12. Nivel de instrucción educativa

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 72% de encuestados tienen estudios universitarios, el 18% poseen estudios secundarios, el 6% tienen estudios de cuarto nivel y un 4% son de instrucción primaria.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados se cuenta con un segmento con un alto nivel intelectual, interesados en conocer nuevas culturas, por lo que se deduce que Cacha sería un destino ideal por poseer riqueza cultural, histórico y artesanal además paisajes naturales únicos.

f) Ocupación

Tabla 21: Ocupación

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Empleado privado	54	51%
Empleado público	25	23%
Estudiante	21	20%
Jubilado	6	6%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

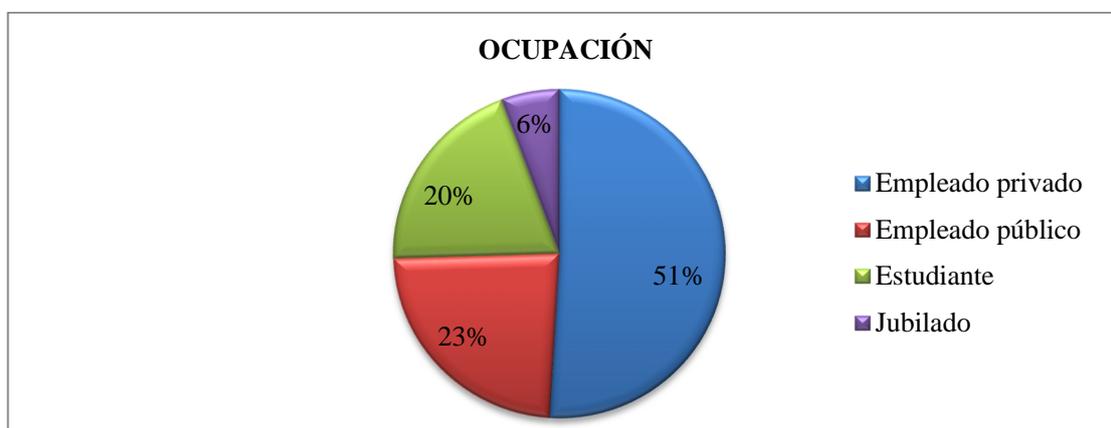


Figura 13. Ocupación

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

De los encuestados el 51% laboran en el sector privado, el 23% forma parte del sector público, el 20% son estudiantes y el 6% son jubilados.

Interpretación:

La mayor parte labora en el sector privado, quiere decir que es un segmento de visitantes con solvencia económica, lo cual facilita su capacidad de gasto y oportunidad de organizar sus viajes. Un mínimo porcentaje de visitantes son jubilados, aunque es poco es muy representativo, porque son personas que tienen tiempo libre y recursos para viajar.

g) Motivo de viaje

Tabla 22: Motivo de viaje

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Vacaciones	59	56%
Familia	23	22%
Amigos	11	10%
Negocios	8	7%
Estudios	5	5%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy



Figura 14. Motivo de viaje

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

Según los encuestados, el motivo de viaje para el 56% son vacaciones, el 22% viaja por familias, el 10% por amigos, el 7% viajan por negocios y el 5% lo realiza por estudios.

Interpretación:

La mayor cantidad de turistas encuestados realizan sus viajes con motivo de vacaciones, debido a que es la época más adecuada para organizar sus viajes sin interrumpir sus labores cotidianas, así como los negocios en un mínimo porcentaje, también genera un motivo para salir de su lugar habitual.

h) Tamaño del grupo

Tabla 23: Tamaño del grupo

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Familia	44	42%
En pareja	28	26%
Amigos	23	22%
Solos	11	10%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

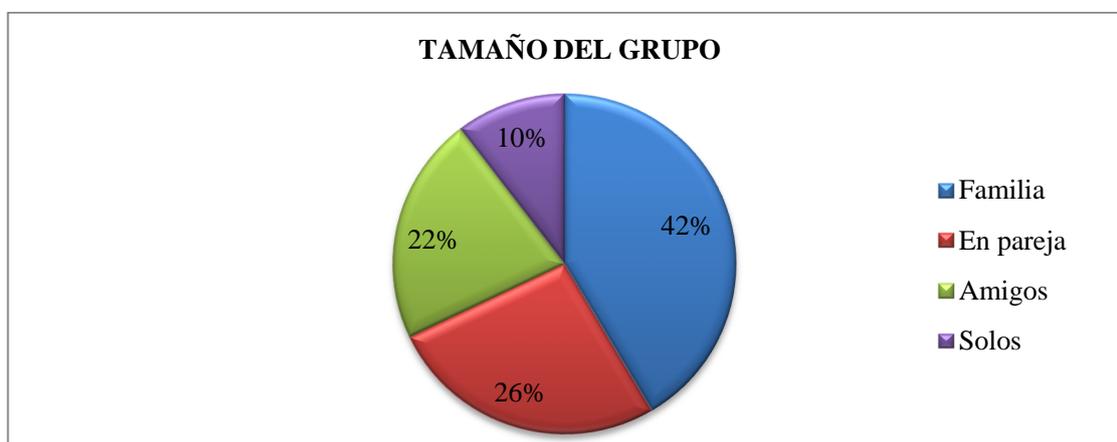


Figura 15. Tamaño del grupo
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

Según los encuestados el 42% viajan en familia es decir grupos de más de 3 personas, el 26% en parejas, el 22% lo hacen con amigos y el 10% viajan solos.

Interpretación:

Más de un cuarto de los turistas viajan con sus familias, debido a que es parte de la cultura ecuatoriana que conserva la tradición de viajar en familia, por lo tanto los paquetes turísticos tendrán opciones desde uno a varios pax.

i) Organización del viaje

Tabla 24: Organización del viaje

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Independiente	92	87%
Operadora o agencia de viajes	14	13%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy



Figura 16: Organización del viaje

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 87% de encuestados manifiestan que viajan de forma independiente y el 13% restante viaja por medio de alguna operadora o agencia de viajes.

Interpretación:

La mayor parte realiza sus viajes de forma independiente, posiblemente porque no hay oferta de paquetes con todo incluido, también se podría decir que les resulta más económico y tienen más libertad para conocer sitios a su paso, en tanto la operadora trabajará con énfasis en este análisis.

j) Medios de comunicación

Tabla 25: Medios de comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Web site	37	35%
Redes sociales	24	23%
Amigos/familiares	11	10%
Radio/ Televisión	10	9%
Centros de información turística	8	7%
Revistas	7	7%
Agencias y operadoras de viajes	5	5%
Prensa	4	4%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

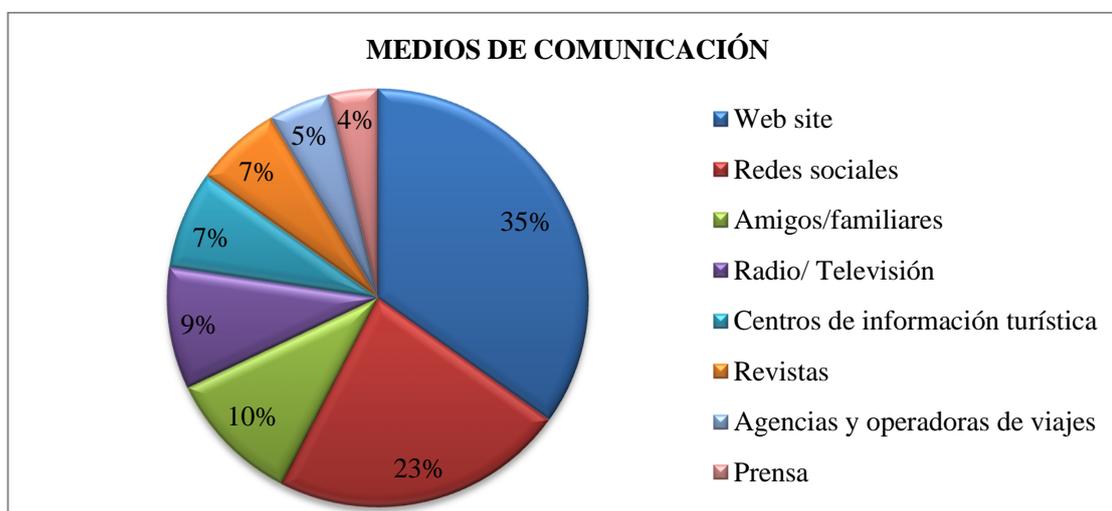


Figura 17. Medios de comunicación
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 35% de los encuestados se informan a través de los sitios web acerca de los sitios turísticos, el 23% lo hace a través de redes sociales, el 10% se informa por medio de amigos y familiares, el 9% a través de radio y televisión, en centros de información turística y revistas lo hacen el 7% en cada uno, el 5% se informa a través de agencias y operadoras de viajes y el 4% lo hace a través de la prensa.

Interpretación:

Las páginas web son los medios más utilizados por más de un cuarto de la población, esto debido a que nos encontramos en un mundo globalizado, en donde el internet cada vez se vuelve como un medio indispensable de información, por lo que mayormente la promoción y publicidad será por este medio.

k) Preferencia de Turismo Rural Comunitario

Tabla 26: Preferencia de Turismo Rural Comunitario

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	94	89%
No	12	11%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

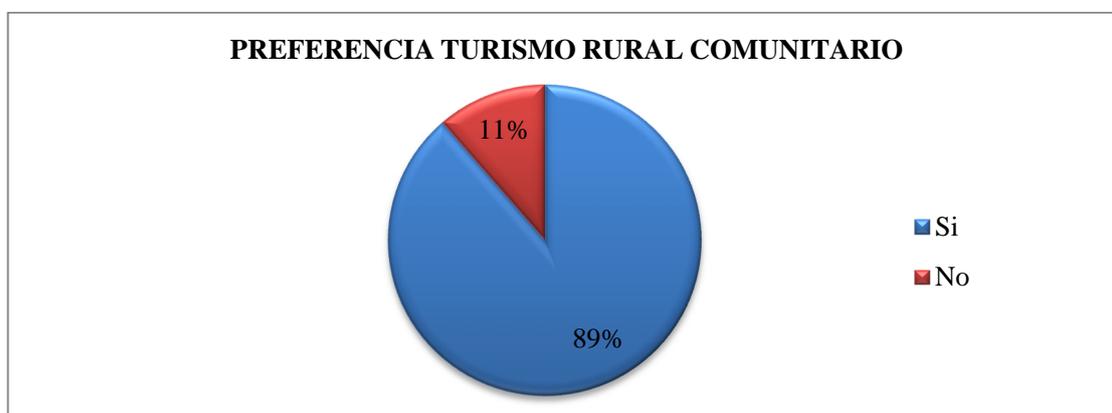


Figura 18. Preferencia de Turismo Rural Comunitario

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

Al 89% de encuestados les gustaría realizar turismo rural comunitario, mientras que al 11% no le agrada este tipo de turismo.

Interpretación:

A la gran mayoría de los encuestados les interesa realizar actividades de turismo rural comunitario, debido a su preparación académica y además esta modalidad de turismo cada vez va ganando posicionamiento en el mercado turístico. Lo que indica la aceptación del producto.

I) Actividades turísticas

Tabla 27: Actividades turísticas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Convivencia rural comunitaria	25	24%
Camping	20	19%
Caminatas	16	15%
Visita a sitios naturales	15	14%
Visita a un centro de interpretación	13	12%
Recreación y esparcimiento	9	8%
Fotografías	5	5%
Eventos culturales programados	3	3%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy



Figura 19. Actividades turísticas

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

Al 24% de los encuestados les gustaría realizar actividades de convivencia rural comunitaria, el 19% prefieren realizar camping, al 15% les interesa las caminatas, el 14% realizarían visitas a sitios naturales, el 12% visitarían a un centro de interpretación, al 8% les atrae actividades de recreación y esparcimiento, el 5% realizarán fotografías y el 3% restante prefieren actividades como eventos culturales programados.

Interpretación:

Entre las actividades más opcionadas está la convivencia rural comunitaria, camping, caminatas y visita a sitios naturales que son datos a considerar para la estructuración del producto.

m) Servicios turísticos demandados

Tabla 28: Servicios turísticos demandados

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Alimentación	35	33%
Hospedaje	26	25%
Guianza	20	19%
Venta de artesanías	16	15%
Transporte	9	8%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

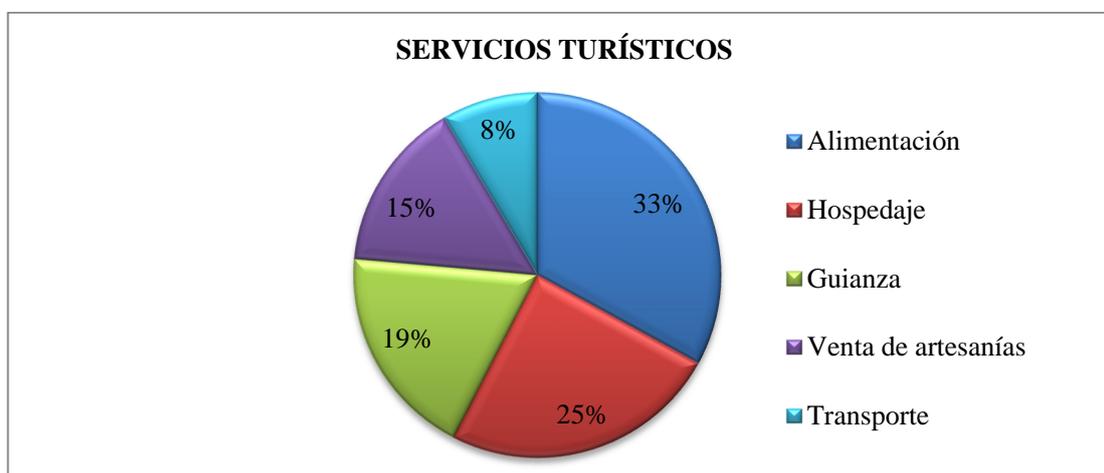


Figura 20. Servicios turísticos demandados

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 33% de los encuestados manifiestan que requerirán del servicio de alimentación, el 25% quisieran contar con el servicio de hospedaje, al 19% les gustaría el servicio de guianza, al 15% les interesa el servicio de venta de artesanías y el 8% desearían contar con el servicio de transporte.

Interpretación:

De acuerdo a estos datos se obtiene la aceptación de los servicios que oferta el CT Pucará Tambo, los mismos que serán innovados y mejorados para garantizar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes.

n) Tipo de hospedaje en cabañas autóctonas

Tabla 29: Hospedaje en cabañas autóctonas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	96	91%
No	10	9%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy



Figura 21. Hospedaje en cabañas autóctonas

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

Al 91% de encuestados les gustaría hospedarse en cabañas autóctonas, mientras que al 9% no le agrada este tipo de hospedaje.

Interpretación:

Este dato confirma la aceptación del servicio de hospedaje con el que cuenta el CT Pucará Tambo

o) Tiempo estimado de estadía

Tabla 30: Tiempo estimado de estadía

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Un día	37	35%
Dos días	48	45%
Tres días	15	14%
Más de tres días	6	6%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy



Figura 22. Tiempo estimado de estadía
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

Al 45% de encuestados les gustaría permanecer dos días en la parroquia Cacha de acuerdo a las actividades a realizarse, el 35% solo permanecería un día, el 14% pasarían tres días y el 6% se quedarían por más de 3 días.

Interpretación:

La mayor parte de los encuestados desean permanecer dos días en la parroquia Cacha, sin embargo un porcentaje considerable visitarían solamente por un día, con lo que los paquetes a elaborarse serán de uno y dos días para satisfacer a los dos segmentos.

p) Estimación del gasto por paquete turístico/día

Tabla 31: Estimación del gasto por paquete turístico

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
\$25 – 30	55	52%
\$31 – 35	38	36%
\$36 – 40	7	6%
Más de \$40	6	6%
TOTAL	106	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

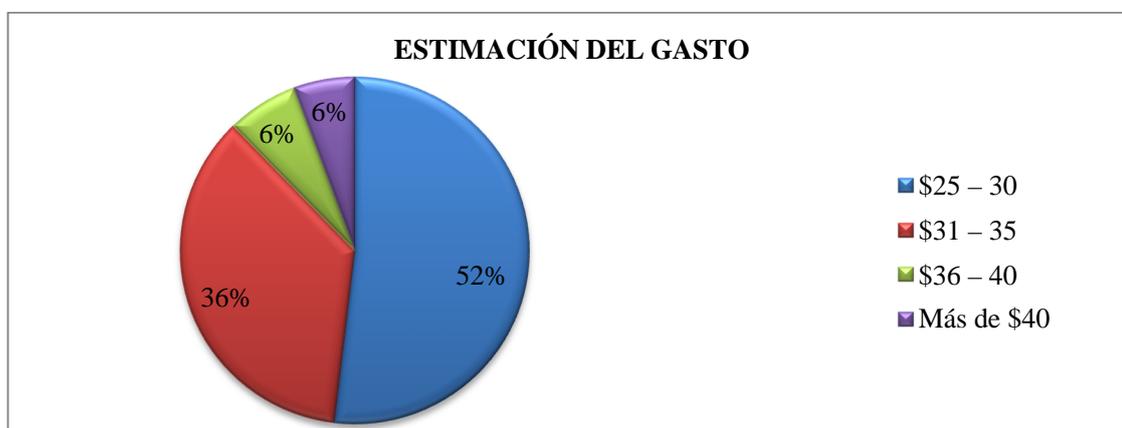


Figura 23. Estimación del gasto por paquete turístico

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 52% de encuestados estarían dispuestos a pagar entre 25 – 30 dólares por persona por el paquete turístico por un día, el 36% pagarían entre 31 – 35 dólares y el 6% estiman pagar entre 36 – 40 dólares y más de 40 dólares.

Interpretación:

Por la mayor aceptación del rango de gasto entre 25 y 30 dólares los paquetes serán estructurados a este valor.

2) Turistas Extranjeros

a. Edad

Tabla 32: Edad de los turistas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
18 – 26 años	56	21%
27 – 35 años	88	33%
36 – 44 años	77	28%
45 – 53 años	33	12%
54 – 62 años	9	3%
63 años en adelante	8	3%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

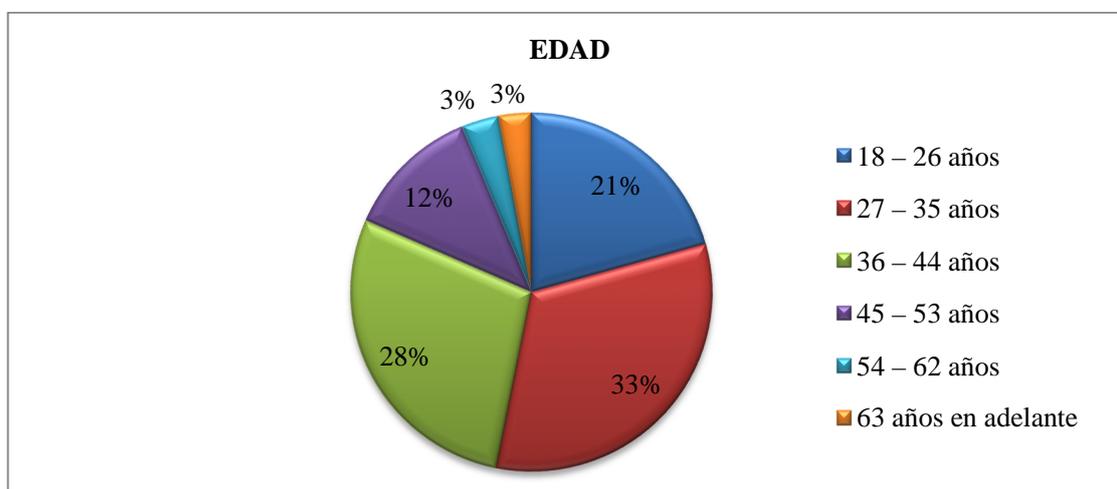


Figura 24. Edad de los turistas

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

La edad del 33% de encuestados comprende entre 27 – 35 años, el 28% corresponde a las edades de 36 – 44 años, el 21% a edades comprendidas entre 18 – 26 años, el 12% entre 45 – 53 años de edad y el 3% pertenece al grupo de edad entre 54 – 62 años y de 63 años en adelante.

Interpretación:

Más de un cuarto de los encuestados comprenden entre 27 a 35 años y entre 36 a 44 años, lo que significa que son extranjeros adultos quienes realizan turismo en la ciudad de Riobamba, probablemente porque ya tienen su profesión y una estabilidad económica para organizar sus viajes.

b. Género

Tabla 33: Género de los turistas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	120	44%
Femenino	151	56%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

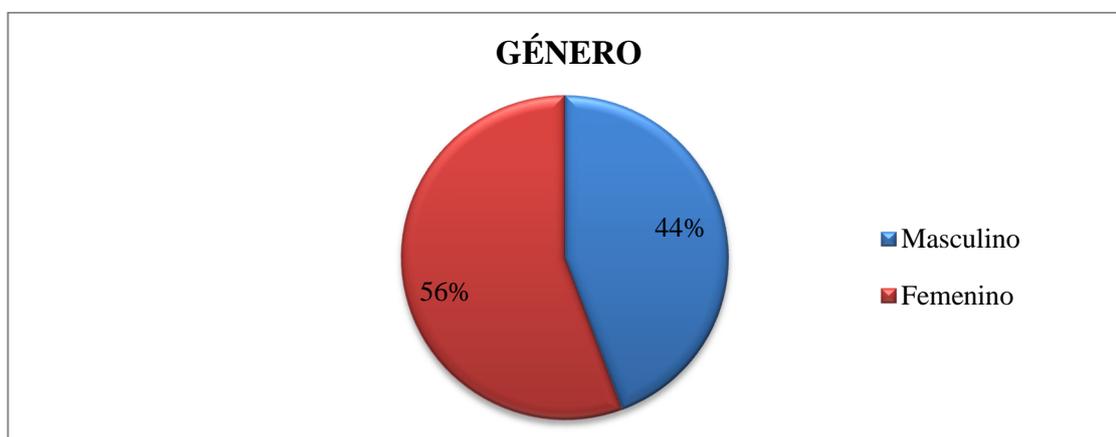


Figura 25. Género de los turistas

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 56% de encuestados son de género femenino y el 44% restante pertenecen al género masculino.

Interpretación:

Por los resultados que se obtuvieron, vemos que existe una tendencia a la equidad de género, por lo tanto el producto estará orientado equitativamente para el género femenino y masculino.

c. País de procedencia

Tabla 34: País de procedencia

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Estados Unidos	104	38%
Australia	57	21%
Alemania	38	14%
Francia	33	12%
Canadá	22	8%
Japón	12	5%
España	5	2%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

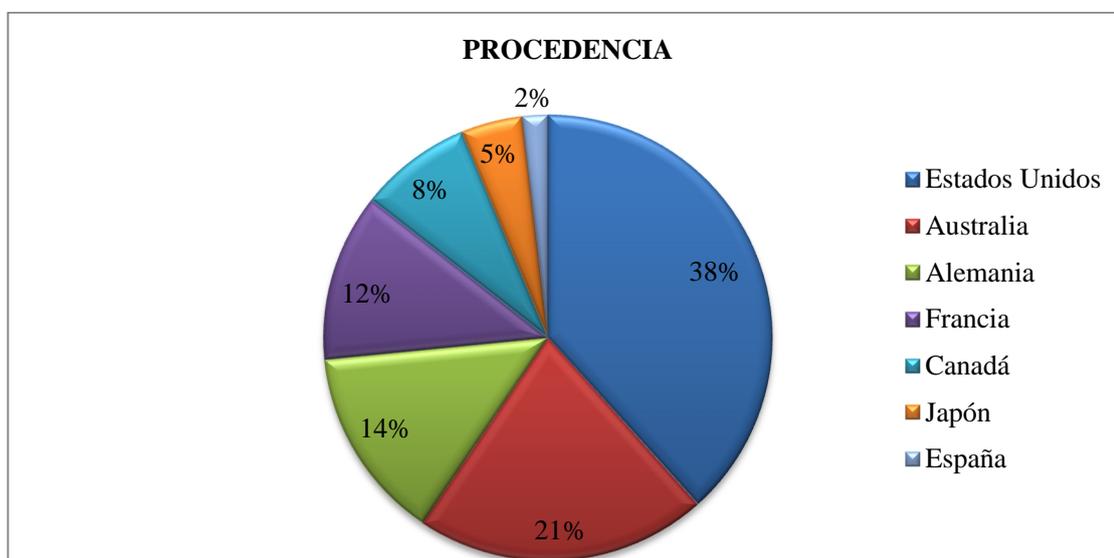


Figura 26. País de procedencia
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 38% de encuestados son de Estados Unidos, el 21% vienen de Australia, el 14% proceden de Alemania, el 12% son de Francia, el 8% corresponde a visitantes de Canadá, el 5% son de Japón y el 2% restante pertenecen a España.

Interpretación:

La mayor parte de los encuestados proceden de los Estados Unidos debido a que es el principal mercado turístico para Ecuador y la mayoría de las ofertas de promoción están enfocadas a este país.

d. Estado civil

Tabla 35: Estado civil

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Soltero	187	69%
Casado	74	27%
Viudo	10	4%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

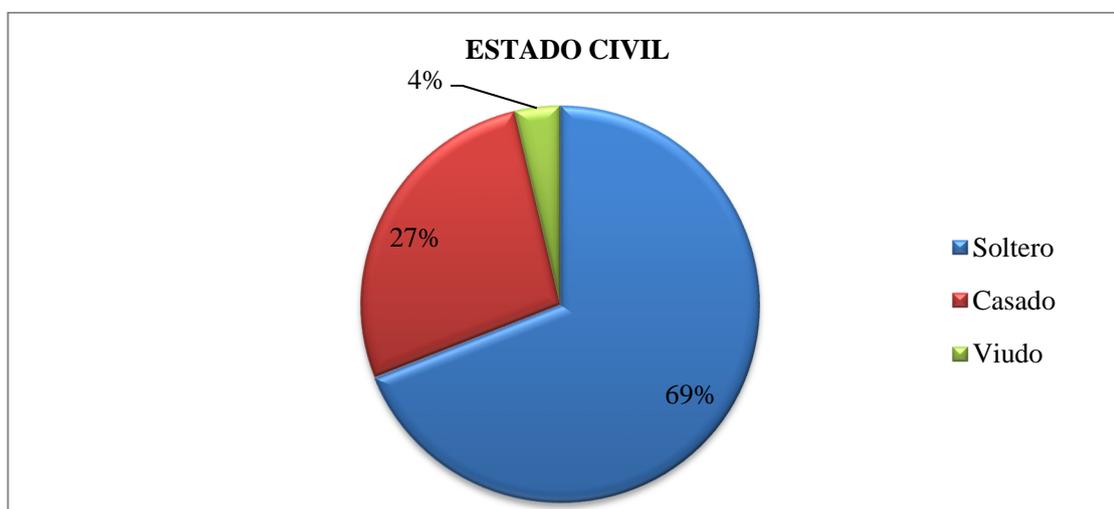


Figura 27. Estado civil
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 69% de encuestados manifiestan ser solteros, el 27% son casados y el 4% de personas se encuentran viudos.

Interpretación:

La mayoría de los turistas extranjeros manifiestan ser solteros, probablemente porque son profesionales e independientes, con mayor disponibilidad de tiempo y dinero, que gustan de conocer nuevos destinos turísticos sin alguna restricción.

e. Nivel de instrucción educativa

Tabla 36: Nivel de instrucción educativa

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Postgrado	106	39%
Superior	154	57%
Secundaria	11	4%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

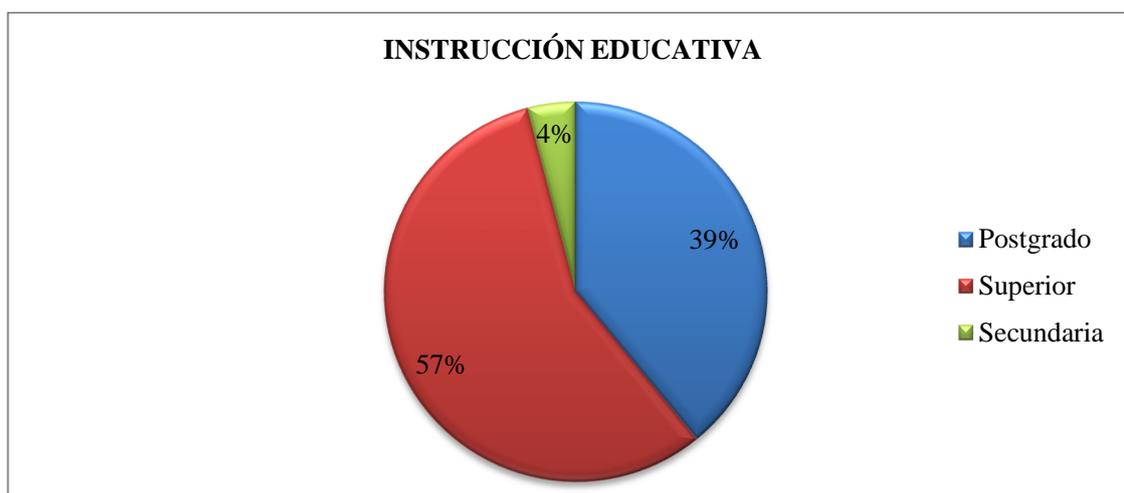


Figura 28. Nivel de instrucción educativa
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 57% de encuestados tienen estudios universitarios, el 39% cuentan con estudios de cuarto nivel, y el 4% han adquirido estudios secundarios.

Interpretación:

Los resultados muestran a un segmento con un alto nivel intelectual, interesados en conocer nuevas culturas, por lo que se deduce que Cacha sería un destino ideal por poseer riqueza cultural, histórico y artesanal además paisajes naturales únicos.

f. Ocupación

Tabla 37: Ocupación

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Empleado privado	171	63%
Empleado público	46	17%
Estudiante	33	12%
Jubilado	21	8%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

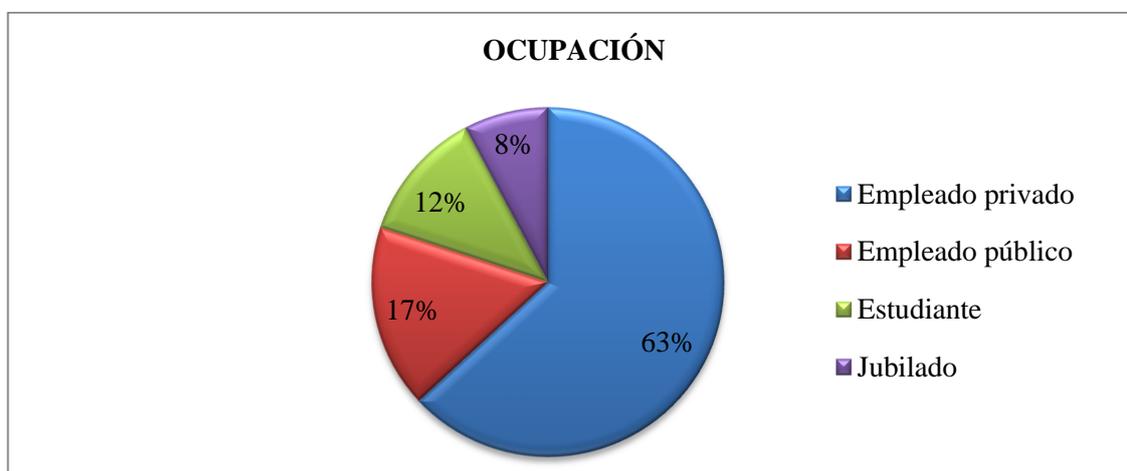


Figura 29. Ocupación
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 63% de encuestados laboran en el sector privado, el 17% son trabajadores del sector público, el 12% manifiestan ser estudiantes y el 8% son jubilados.

Interpretación:

Más de la mitad de los encuestados, laboran en el sector privado, quiere decir que es un segmento con solvencia económica. Lo cual facilita su capacidad de gasto y oportunidad de organizar sus viajes. Un mínimo porcentaje de visitantes son jubilados, aunque es reducido es muy representativo porque son personas que tienen recursos y tiempo libre para viajar.

g. Motivo de viaje

Tabla 38: Motivo de viaje

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Vacaciones	185	68%
Familia/Amigos	50	18%
Negocios	21	8%
Estudios	15	6%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

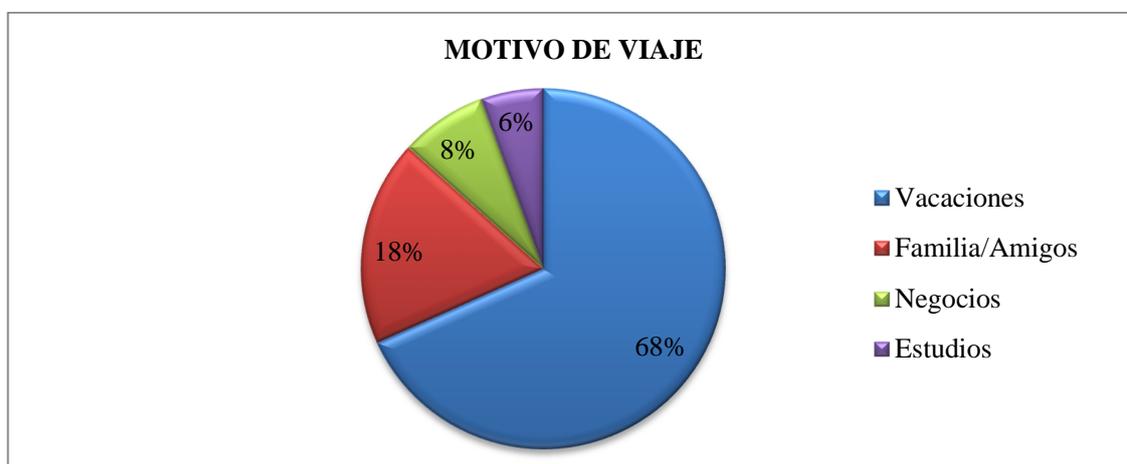


Figura 30. Motivo de viaje

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 68% manifiestan que viajan por vacaciones, el 18% viaja por familiares o amigos, el 8% viaja por negocios, mientras que el 6% vienen por sus estudios.

Interpretación:

La mayor cantidad de turistas encuestados realizan sus viajes con motivo de vacaciones, debido a que es la época más adecuada para organizar sus viajes sin interrumpir sus labores cotidianas, por lo que es el tiempo ideal para realizar una significativa oferta.

h. Tamaño del grupo

Tabla 39: Tamaño del grupo

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Solo	108	40%
En pareja	63	23%
Amigos	53	20%
Familia	47	17%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

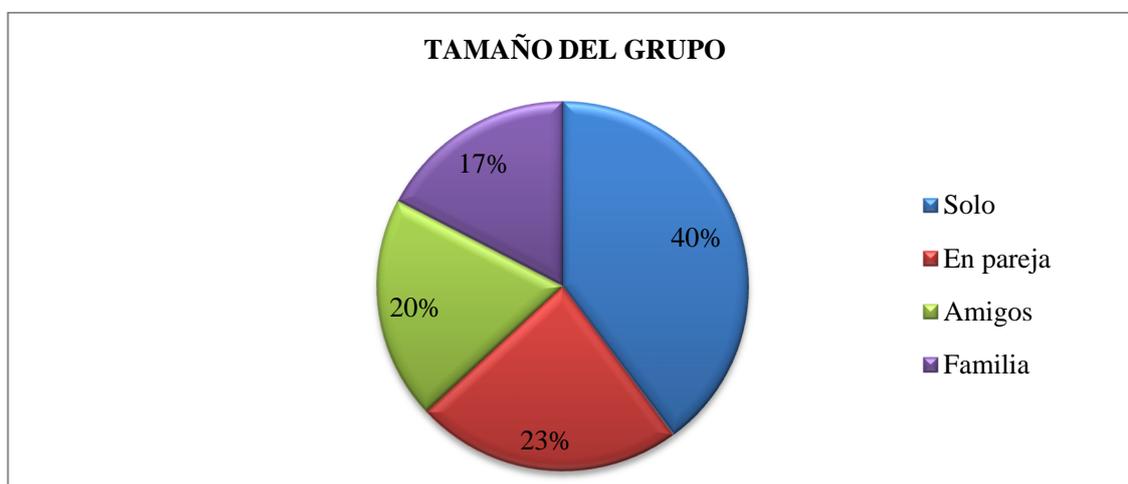


Figura 31. Tamaño del grupo

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 40% de los encuestados realizan sus viajes solos, el 23% lo hacen en compañía de sus parejas, el 20% lo hace con sus amigos y el 17% viaja en compañía de su familia.

Interpretación:

Más de un cuarto de los turistas viajan solos, debido a que se sienten más independientes y la necesidad de realización personal, por lo tanto los paquetes turísticos tendrán opciones desde uno a varios pax.

i. Organización del viaje

Tabla 40: Organización del viaje

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Independiente	68	25%
Operadora o agencia de viajes	203	75%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy



Figura 32. Organización del viaje

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

La mayor parte de los encuestados es decir el 75% organiza sus viajes por medio de operadoras y agencias de viajes y el 25% viaja de forma independiente.

Interpretación:

De acuerdo al resultado la Operadora Kacha Optur es una buena opción para ofertar sus productos a este segmento de mercado.

j. Medios de comunicación

Tabla 41: Medios de comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Web site	107	40%
Centros de información turística	59	22%
Amigos/familiares	44	16%
Revistas	33	12%
Guías de viaje	20	7%
Radio/ Televisión	8	3%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

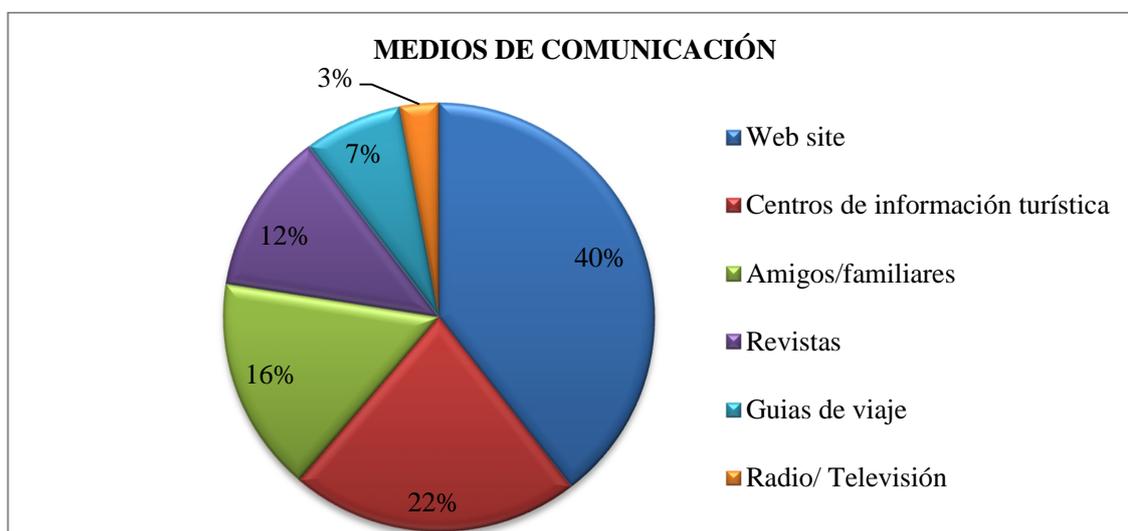


Figura 33. Medios de comunicación
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 40% de los encuestados utilizan los sitios web para informarse de los sitios turísticos, el 22% lo hace a través de centros de información turística, el 16% se entera a través de amigos y familiares, el 12% utilizan revistas, el 7% se informa en guías de viajes y el 3% lo hace por radio y televisión.

Interpretación:

Las páginas web son los medios más utilizados por más de un cuarto de la población, esto debido a que nos encontramos en un mundo globalizado, en donde el internet cada vez se vuelve como un medio indispensable de información, por lo que mayormente la promoción y publicidad será por este medio.

k. Preferencia de Turismo Rural Comunitario

Tabla 42: Preferencia de Turismo Rural Comunitario

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	256	94%
No	15	6%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

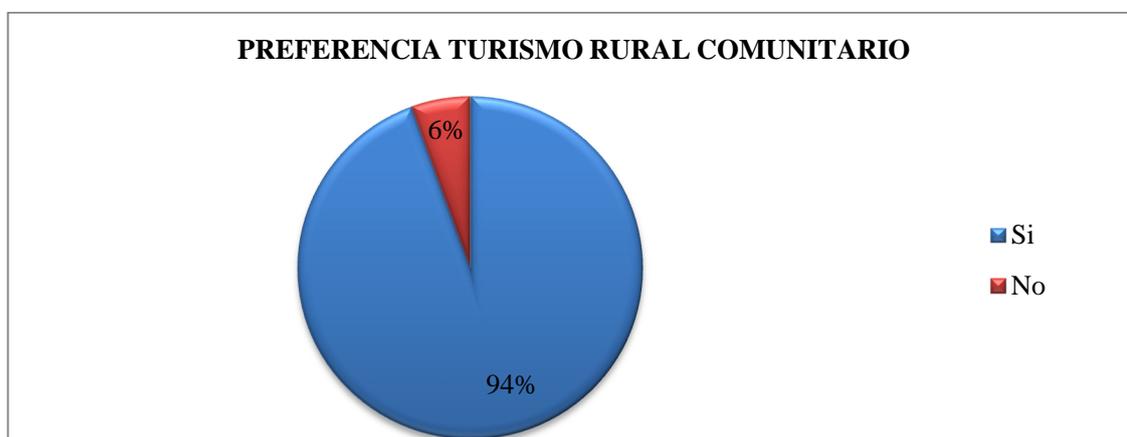


Figura 34. Preferencia de Turismo Rural Comunitario

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 94% de personas manifiestan que les agradaría realizar actividades de turismo rural comunitario, mientras que al 6% de personas no les agrada esta modalidad de turismo.

Interpretación:

A la gran mayoría de los encuestados les interesa realizar actividades de turismo rural comunitario, debido a su preparación académica y además esta modalidad de turismo cada vez va ganando posicionamiento en el mercado turístico. Lo que indica la aceptación del producto.

I. Actividades turísticas

Tabla 43: Actividades turísticas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Convivencia rural comunitaria	75	28%
Caminatas	57	21%
Visita a sitios naturales	53	19%
Visita a un centro de interpretación	40	15%
Camping	19	7%
Fotografías	18	7%
Recreación y esparcimiento	9	3%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

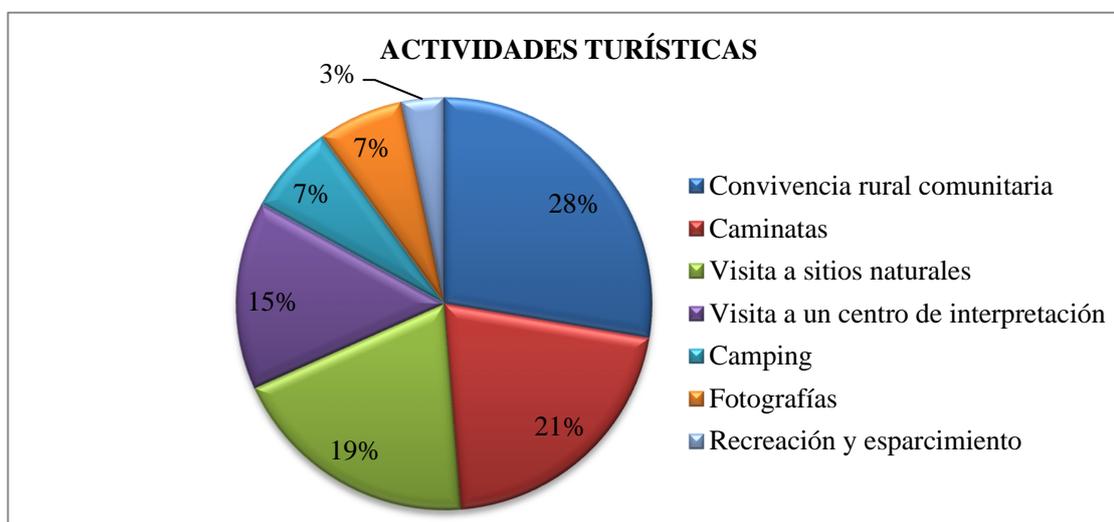


Figura 35. Actividades turísticas
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 28% de los encuestados estarían dispuestos a realizar convivencia rural comunitaria, al 21% les agrada realizar caminatas, el 19% visitarían sitios naturales, el 15% quiere visitar a un centro de interpretación, al 7% les gustaría realizar camping y fotografías y el 3% restante se inclina por la recreación y esparcimiento.

Interpretación:

Entre las actividades más opcionadas para más de un cuarto de los encuestados está la convivencia rural comunitaria, es un porcentaje significativo en relación a la variedad de actividades propuestas ya que a ellos les atrae mucho convivir con gente de las comunidades, conocer sus culturas y aprender de sus tradiciones, complementando con caminatas y visitas a sitios naturales. Datos considerables que orientan a la estructuración del producto.

m. Servicios turísticos demandados

Tabla 44: Servicios turísticos demandados

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Alimentación	76	28%
Hospedaje	68	25%
Venta de artesanías	53	20%
Transporte	50	18%
Guianza	24	9%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

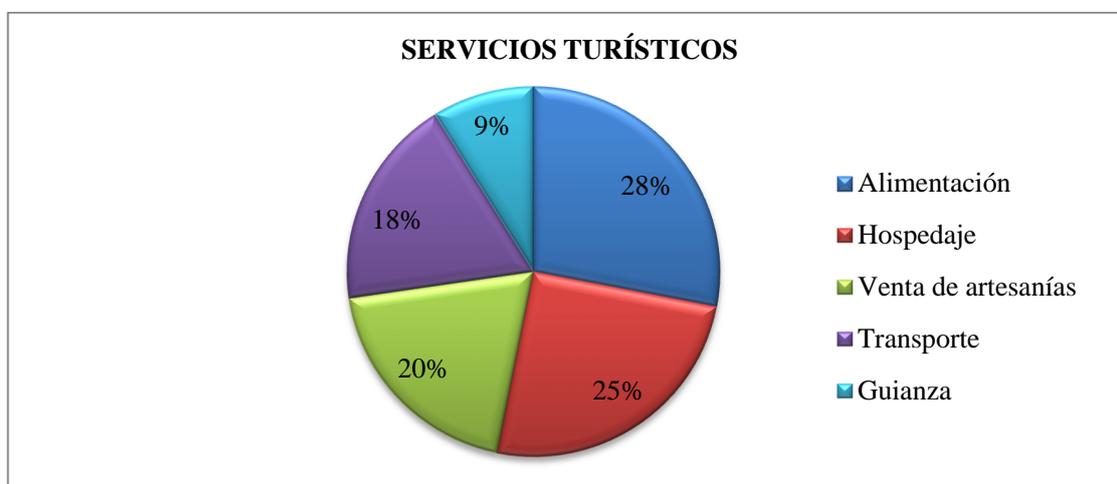


Figura 36. Servicios turísticos demandados

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 28% de los encuestados requieren los servicios de alimentación, al 25% les agrada contar con el servicio de hospedaje, el 20% requieren venta de artesanías, el 18% desean contar con el servicio de transporte y el 9% requerirían servicios de guianza.

Interpretación:

De acuerdo a estos datos se obtiene la aceptación de los servicios que oferta el CT Pucará Tambo, los mismos que serán innovados y mejorados para garantizar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes.

n. Hospedaje en cabañas autóctonas

Tabla 45: Hospedaje en cabañas autóctonas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	258	95%
No	13	5%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

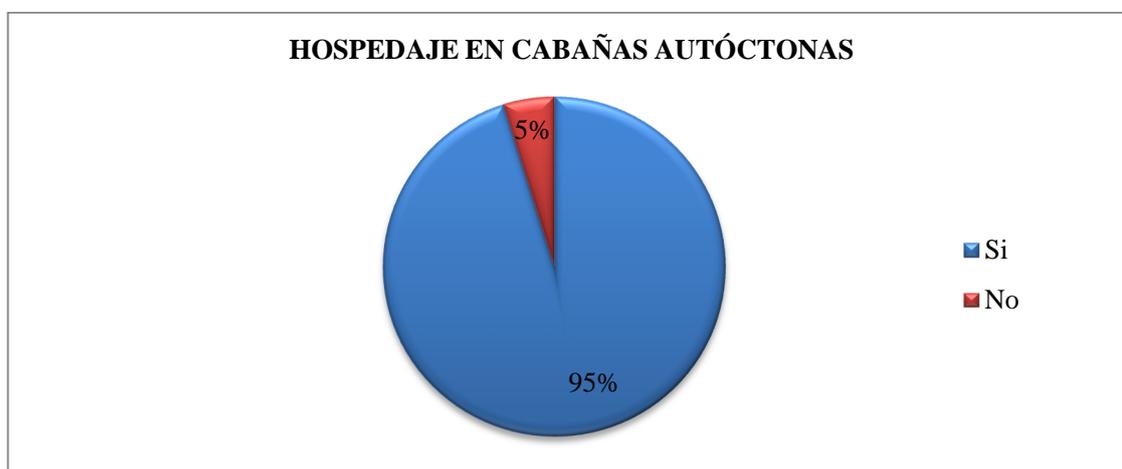


Figura 37. Hospedaje en cabañas autóctonas
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

Al 95% de encuestados les agradaría hospedarse en cabañas autóctonas y al 5% no les gusta este tipo de hospedaje.

Interpretación:

A través de los resultados se demuestra la aceptación de la infraestructura del Centro Turístico Pucará Tambo.

o. Tiempo estimado de estadía

Tabla 46: Tiempo estimado de estadía

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Un día	82	30%
Dos días	107	40%
Tres días	49	18%
Más de tres días	33	12%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy



Figura 38. Tiempo estimado de estadía
Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 40% están dispuestos a pasar 2 días en la parroquia Cacha, de acuerdo a las actividades a realizarse, el 30% visitaría solamente por 1 día, el 18% se quedaría por 3 días y el 12% permanecería por más de 3 días.

Interpretación:

La mayor parte de los encuestados desean permanecer dos días en la parroquia Cacha, sin embargo un porcentaje considerable visitarían solamente por un día, con lo que los paquetes a elaborarse serán de uno y dos días para satisfacer a los dos segmentos.

p. Estimación del gasto por paquete turístico/día

Tabla 47: Estimación del gasto por paquete turístico

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
\$25 – 30	32	12%
\$31 – 35	122	45%
\$36 – 40	106	39%
Más de \$40	11	4%
TOTAL	271	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

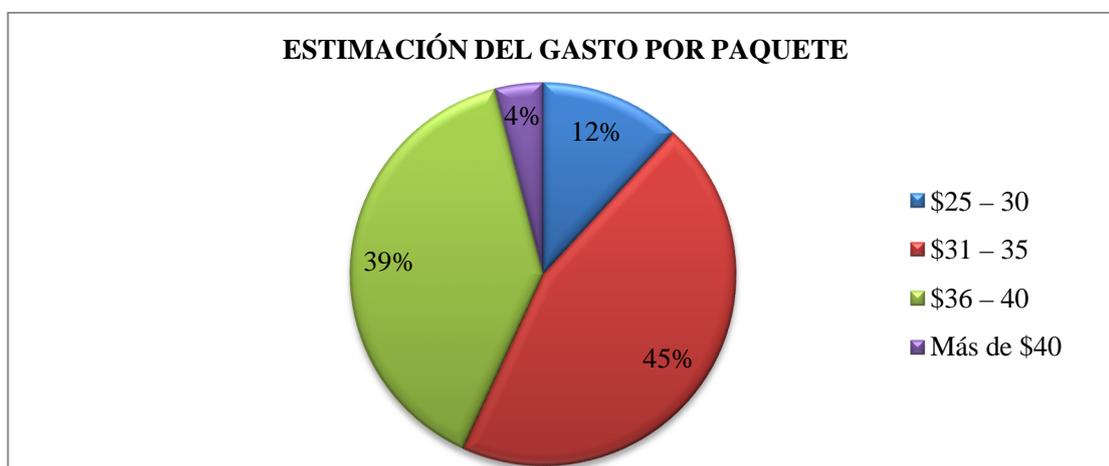


Figura 39. Estimación del gasto por paquete turístico

Realizado por: Laura Sucuy

Análisis:

El 45% de encuestados estarían dispuestos a pagar entre 31 – 35 dólares por persona por paquete por un día, el 39% estiman pagar entre 36 – 40 dólares, el 12% pagaría entre 25 – 30 dólares y el 4% pagaría más de 40 dólares.

Interpretación:

Por la mayor aceptación del rango de gasto entre 31 a 40 dólares los paquetes serán estructurados a este valor, cabe recalcar que los turistas extranjeros nunca se restringen en sus gastos a cambio de un servicio de calidad.

e. Perfil de la demanda

1. Turistas Nacionales

A través de los resultados obtenidos, se deduce que en los turistas nacionales que visitan la ciudad de Riobamba existe una tendencia a la equidad de género (46% masculino – 54% femenino), que son jóvenes en edades comprendidas entre 18 a 35 años, quienes realizan turismo. Proviene en su mayoría de Guayaquil (30%) y Quito (25%) ciudades grandes que brindan más oportunidades de empleo y sueldos para realizar sus viajes, así como también se obtiene un considerable porcentaje de turistas locales (16%) quienes realizan esta actividad, quienes manifiestan en su mayoría ser solteros (64%).

La mayoría de los turistas han adquirido estudios universitarios (72%) y laboran en el sector privado (51%), por lo tanto es un segmento de profesionales y con solvencia económica. Su principal motivo de viaje es por vacaciones (56%) y más de un cuarto de la población viajan en compañía de sus familias (42%), es decir grupos de más de 4 personas. Realizan sus viajes de forma independiente (87%) ya que les resulta más económico y además existe una deficiencia en la promoción de paquetes con todo incluido, se informan de los distintos productos turísticos a través de sitios web en un 35% y el 23% a través de redes sociales debido a que nos encontramos en un mundo globalizado.

De implementarse un producto de turismo rural comunitario al 89% si les agradaría realizar este tipo de actividades en donde se destaque la convivencia rural comunitaria (24%), camping (19%), caminatas (15%) y visita a sitios naturales(14%), que son modalidades diferentes de realizar turismo. Los principales servicios que prefieren son alimentación (33%) y al 25% les gustaría contar con servicios de hospedaje. Permanecerían 2 días (45%) en la parroquia Cacha de acuerdo las actividades a realizarse y el 35% un solo día, indicando además el servicio de hospedaje en cabañas autóctonas (91%), que son construcciones tradicionales con materiales propios de la zona, estarían dispuestos a pagar entre 25 y 30 dólares (52%) por persona por el precio del paquete por un día.

2. Turistas Extranjeros

Con los resultados obtenidos (masculino 44% - femenino 56%) se muestra que existe una tendencia a la equidad de género, probablemente porque en los países desarrollados tanto hombres como mujeres tienen la misma libertad de desarrollar cualquier actividad, son adultos quienes realizan turismo en esta ciudad en edades comprendidas entre 27 – 35 años (33%) y entre 36 – 44 años (28%), posiblemente porque ya tienen su profesión y una estabilidad económica. La mayoría son de los Estados Unidos (38%), debido a que a nivel nacional es el principal mercado turístico, los mismos manifiestan ser solteros (69%). El 57% de estos turistas han adquirido estudios universitarios, ya que proceden de países desarrollados en donde lo primordial es el desarrollo profesional y en su mayoría laboran en el sector privado (63%), su principal motivo de viaje son las vacaciones (68%) y prefieren viajar solos (40%). El 75% de ellos viajan por medio de operadoras o agencias de viajes ya que les facilitan la programación de sus visitas y estadía y para informarse de los distintos sitios turísticos utilizan las páginas web (40%) que es lo más común en la actualidad.

Los turistas manifiestan que si desearían realizar turismo rural comunitario en la parroquia Cacha (94%), ya que los extranjeros en su mayoría vienen por conocer nuevas culturas, optando muchos por conocer comunidades indígenas, por lo mismo prefieren realizar convivencia rural comunitaria (28%), complementando con caminatas (21%), en donde podrán admirar el paisaje de la Parroquia. En su visita les gustaría contar con el servicio de alimentación (28%) y hospedaje (25%), debido a que vienen de otros países y necesitan de estos servicios básicos durante su estadía, para sus actividades en la parroquia Cacha dispondrían de 2 días (40%), prefiriendo su estadía en cabañas autóctonas (95%), ya que estas construcciones no pueden encontrar en sus países, para lo que están dispuestos a pagar entre 31 a 40 dólares (45%) por persona por el precio del paquete por un día

2. Proyección de la demanda

Se realizó la proyección de la demanda para los próximos 5 años, tomando como referencia los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas.

El 89% es decir 4684 personas de 5263 turistas nacionales respondieron afirmativamente para realizar turismo rural comunitario en la parroquia Cacha, de igual manera 12757 personas que corresponde al 94% de 13571 turistas extranjeros están dispuestos a realizar esta experiencia turística. Con lo que se obtiene un total de 17441 turistas que serían nuestros clientes potenciales.

Se utilizó la fórmula del incremento compuesto para proyectar la demanda futura y pronosticar la afluencia turística para los próximos 5 años.

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

En donde:

C_n = Año a proyectar

C_o = Demanda actual

i = Índice de incremento turístico anual (8%) (MINTUR, 2015)

n = Número de año a proyectarse

Tabla 48: Proyección de la demanda para los próximos 5 años

AÑO	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL
2017	5059	13778	18836
2018	5463	14880	20343
2019	5900	16070	21971
2020	6373	17356	23728
2021	6882	18744	25627

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

De acuerdo a la proyección realizada para el 2016 se contará con una demanda turística de 18836 personas, mientras que para el año 2020 se estima que serán 25627 turistas.

3. Análisis de la oferta

a. Oferta actual

1) Alojamiento

i. Centro Turístico Pucará Tambo

Este centro facilita la prestación del servicio de alojamiento con 6 cabañas con un total de 8 habitaciones entre sencillas, dobles y múltiples, la misma tiene capacidad para 33 plazas. Las construcciones son con materiales propios de la zona como canagua, paja, carrizo, etc. y cada una tiene baño privado. Actualmente la familia Duchicela a través de la Operadora Kacha Optur S.A. son los encargados de la administración para lo cual existe personal de contrato: 1 Chef, 1 ayudante de cocina, 1 jardinero, 2 guías nativos, cabe recalcar que el personal son de las comunidades aledañas.

El centro mantiene un contrato de comodato hasta el 2017 con la Operadora, por tanto las inversiones en ampliación de infraestructura se encuentra estancada hasta una nueva disposición.

ii. **Samarina Wasi**

Se encuentra en la cabecera parroquial, su infraestructura es diseñada para dar servicio de alojamiento con 3 habitaciones múltiples, con capacidad para 18 plazas, es una construcción a base de ladrillo, madera y el techo recubierto de paja, las instalaciones actualmente no se encuentra en funcionamiento debido a que la administración a cargo de la pastoral de Cacha no dispone de recursos económicos para su reactivación, además la propuesta de vinculación con el CT Pucará Tambo fue rechazada por medidas políticas con el GAD Parroquial.

2) **Establecimientos de alimentación**

i. **Centro Turístico Pucará Tambo**

Con capacidad para 38 personas, el centro ofrece un estilo culinario andino con productos propios de la zona, destacándose platos tradicionales y un menú abierto, brinda este servicio previa reservación, cuenta con un acogedor restaurante y un área para la cocina.

3) **Establecimientos de recreación y entretenimiento**

i. **Museo etnográfico Cacha**

Ubicado dentro de las instalaciones del centro turístico Pucará Tambo, ha retomado su funcionalidad desde hace 9 años, en el interior se encuentra utensilios de cocina, barriles, vasijas, telares, vestimenta y cuadros de historia que relatan la cultura Puruwá.

4) **Micro Empresa APICA**

La Asociación de Apicultores Autónomos de Cacha, formado por hombres y mujeres de las comunidades de la parroquia han impulsado esta iniciativa con el fin de mejorar la calidad de vida de quienes forman parte de esta organización, su principal producto es la miel natural de abeja y como derivados también cuentan con turrone, postres, mermeladas, medicinas a base de miel, etc. los mismos son comercializados en ciertos supermercados de la ciudad y el país así como también se han extendido internacionalmente. La microempresa también acoge a turistas nacionales e internacionales quienes desean participar de esta forma de producción artesanal. Se encuentra ubicado en la comunidad Machángara.

5) Tienda de artesanías

Se cuenta con un solo almacén, ubicado en las instalaciones del Pucará Tambo está destinado principalmente a la venta y comercialización de artesanías elaboradas por gente de las mismas comunidades de Cacha, entre ellas están los ponchos, fajas, shigras, tapices, bolsos, blusas, pulseras, entre otros.

b. Oferta complementaria

Tomando en cuenta la cercanía entre Cacha y Riobamba se determina que los servicios turísticos ofertados en esta ciudad se constituyan en la oferta complementaria de la parroquia. A continuación un breve análisis de la planta turística de Riobamba.

1) Alojamiento

Tabla 49: Establecimientos de hospedaje del cantón Riobamba

TIPO	CATEGORÍA	CANTIDAD	N° HABITACIONES	PLAZAS HABITACIONES	N° DE MESAS
Albergue	Primera	1	No registra	12	No registra
	Segunda	1	No registra	10	No registra
	Total	2		22	
Pensión	Primera	1	6	12	
	Segunda	2	28	No registra	No registra
	Tercera	6	87	No registra	No registra
	Total	9	121	12	
Hostal/ H residencia	Primera	3	44	No registra	No registra
	Segunda	14	283	482	4
	Tercera	27	507	266	3
	Total	44	834	748	7
Hostería	Primera	4	161	No registra	No registra
	Tercera	2	29	No registra	No registra
	Total	6	190		

Hotel	Lujo	1	12	No registra	No registra
	Primera	5	202	No registra	No registra
	Segunda	4	140	No registra	No registra
	Tercera	7	155	92	No registra
	Total	17	509	92	
Total	78	1654	874	7	

Fuente: Catastro Turístico ITUR, 2016

Realizado por: Laura Sucuy

En la ciudad de Riobamba se cuenta mayormente con establecimientos de hospedaje en la tipología de Hostales con un total de 44, seguido de hoteles con 17 establecimientos, 9 pensiones, 6 hosterías y 2 albergues, con un total de 1654 habitaciones.

2) Alimentación

Tabla 50: Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Riobamba

TIPO	CATEGORÍA	CANTIDAD	N° DE MESAS	PLAZAS MESAS
Bar	Segunda	4	105	114
	Tercera	37	409	640
	Total	41	514	754
Fuente de soda	Primera	3	39	80
	Segunda	18	143	238
	Tercera	26	190	374
	Total	47	372	692
Restaurantes y cafeterías	Primera	2	53	32
	Segunda	25	442	983
	Tercera	122	1688	4098
	Cuarta	81	813	1959
	Total	230	2996	7072
TOTAL		318	3882	8518

Fuente: Catastro Turístico ITUR, 2016

Realizado por: Laura Sucuy

En cuanto a establecimientos de alimentación la ciudad de Riobamba cuenta con 318 entidades y un total de 8518 plazas disponibles.

3) Recreación, diversión y esparcimiento

Tabla 51: Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento del cantón Riobamba

TIPO	CATEGORÍA	CANTIDAD	N° DE MESAS	PLAZAS MESAS
Termas y balnearios	Segunda	1	25	100
	Total	1	25	100
Discoteca	Primera	1	21	84
	Segunda	18	242	160
	Total	19	263	244
Sala de recepciones y banquetes	Primera	2	25	No registra
	Segunda	18	343	634
	Total	20	368	634
TOTAL		40	656	978

Fuente: Catastro Turístico ITUR, 2016

Realizado por: Laura Sucuy

La ciudad de Riobamba cuenta con un total de 40 establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento con capacidad para 978 plazas.

4) Agencias de viajes

Tabla 52: Agencias de viajes del cantón Riobamba

TIPO	CATEGORÍA	CANTIDAD
Agencias de viajes	Internacional	11
	Operadora	11
	Dualidad	7
	Total	29

Fuente: Catastro Turístico ITUR, 2016

Realizado por: Laura Sucuy

En la ciudad de Riobamba se encuentra un total de 29 agencias de viajes entre internacionales, operadoras y dual.

c. Oferta sustitutiva

Para determinar la oferta sustitutiva se considera a las organizaciones que trabajan con proyectos de turismo comunitario en la provincia de Chimborazo.

La Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH), en conjunto con su Operadora de Turismo Puruwa Razurku constituyen en socios locales de organizaciones con visiones similares en cuanto a protección y conservación del patrimonio natural y cultural, con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida de estas comunidades indígenas de la provincia. Dentro de las actividades turísticas comunitarias trabajan las siguientes comunidades:

Tabla 53: Caracterización de los centros de turismo comunitario de la CORDTUCH

Nº	NOMBRE CTC	UBICACIÓN	SERVICIOS TURISTICOS OFERTADOS	INGRESO ANUAL DE TURISTAS	ACTIVIDADES PRINCIPALES QUE OFRECEN
1	Asociación Agroartesanal NISAG	Comunidad Nisag, Parroquia Matriz, Cantón Alausí	Hospedaje: Albergue comunitario con 2 habitaciones dobles, capacidad para 6 pax. Precio: \$20,00 x noche Restauración: Comedor para 16 pax. Ofrece desayunos, almuerzos y cenas. \$8,50 x plato. Construcciones con ladrillo y paja. Guianza: 3 guías nativos. Elementos de alquiler: Caballos	70 visitantes 50 extranjeros 20 nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboración de artesanías en fibra de cabuya. ▪ Convivencia comunitaria. ▪ Cabalgatas y senderismo en la ruta Nariz del Diablo
2	Asociación de Guías Indígenas de GUARGUALLÁ	Comunidad Guarguallá Chico, Cantón Guamote,	Hospedaje: Albergue comunitario con 3 habitaciones, 2 dobles y 1 múltiple con capacidad para 15 pax. Restauración: Capacidad para 15 pax, ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Construcción con ladrillo y paja. Precio: \$20,00 x noche, \$8,50 x plato. Guianza: 5 guías nativos, 3 guías naturalistas. Elementos de alquiler: Caballos	150 visitantes 123 extranjeros 27 nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Senderismo en la ruta hacia el volcán Sangay. ▪ Convivencia comunitaria ▪ Observación de aves.
3	SUMAK KAWSAY	Comunidad Palacio Real, Parroquia Calpi, Cantón Riobamba	Hospedaje: No cuenta con el servicio. Restauración: Capacidad para 50 pax. Ofrece almuerzos y platos especiales con carne de llama. Las construcciones son de ladrillo y paja. Precio: \$8,50 x plato Guianza: 6 guías nativos Elementos de alquiler: Ninguno	938 visitantes 675 extranjeros 263 nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Senderismo ▪ Paseos con llamas ▪ Visita al museo de la llama ▪ Elaboración de artesanías.

4	Asociación de Turismo CASA CÓNDROR	Comunidad Pulingui San Pablo, Parroquia San Juan, Cantón Riobamba.	<p>Hospedaje: Cabañas con 6 habitaciones con capacidad para 36 pax.</p> <p>Restauración: Capacidad para 30 pax, ofrece desayunos, almuerzos y cenas.</p> <p>Construcciones con ladrillos y eternit cubierto de paja.</p> <p>Precio: \$20,00 x noche, \$8,50 x plato.</p> <p>Guianza: 3 guías nativos y 20 guías naturalistas.</p> <p>Elementos de alquiler: Caballos</p>	703 visitantes 506 extranjeros 197 nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aventura, deportes, cabalgatas, caminatas. ▪ Recorridos hacia los refugios del Chimborazo, bosque de Polylepis y el Templo Machay.
5	Asociación de Guías RAZU ÑAN	Comunidad Pulingui Centro, Parroquia San Andrés, Cantón Guano.	<p>Hospedaje: Albergue comunitario con 5 habitaciones múltiples, capacidad para 30 pax.</p> <p>Restauración: Capacidad para 20 pax, ofrece desayunos, almuerzos y cena.</p> <p>Construcción con ladrillo y eternit.</p> <p>Precio: \$20,00 x noche, \$8,50 x plato.</p> <p>Guianza: 4 guías nativos</p> <p>Elementos de alquiler: ninguno</p>	234 visitantes 168 extranjeros 66 nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turismo de naturaleza ▪ Ruta al último Hielero del Chimborazo ▪ Observación de aves y senderismo.
6	Operación de Turismo CALSHI GRANDE	Comunidad Calshi, Parroquia San Andrés, Cantón Guano.	<p>Hospedaje: Cabaña con 2 habitaciones dobles, capacidad para 8 pax.</p> <p>Restauración: Capacidad para 15 pax.</p> <p>Construcción mixta con adobe y paja.</p> <p>Precio: \$20,00 x noche, \$8,50 x plato</p> <p>Guianza: 3 guías nativos.</p> <p>Elementos de alquiler: Ninguno</p>	Sin registro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación de aves, caminatas. ▪ Práctica de actividades agrícolas en huertos orgánicos familiares. ▪ Actividades espirituales, religiosas y de cosmovisión.
7	Asociación Visión Futura ARTESA CHUQUIPOGYO	Comunidad Santa Lucia de Chuquipogio, Parroquia San Andrés, Cantón Guano.	<p>Hospedaje: Albergue comunitario, con 2 habitaciones múltiples con capacidad para 8 pax.</p> <p>Restauración: Capacidad para 20 pax, ofrece desayunos, almuerzos y cenas.</p> <p>Las construcciones son de ladrillo y teja.</p> <p>Precio: \$20,00 x noche, \$8,50 x plato</p> <p>Guianza: 3 guías nativos.</p> <p>Elementos de alquiler: Caballos</p>	71 visitantes 51 extranjeros 20 nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboración de artesanías a base de paja. ▪ Senderismo, paseo con llamas.

8	Asociación de mujeres QUILLA PACARI	Comunidad San Francisco de Cunuguachay Parroquia Calpi, Cantón Riobamba.	Hospedaje: Albergue comunitario con 4 habitaciones y capacidad para 20 pax. Restauración: Capacidad para 15 pax, ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Las construcciones son mixtas de adobe y paja. Precio: \$20,00 x noche, \$8,50 x plato. Guianza: 2 guías nativos. Elementos de alquiler: Ninguno	80 visitantes 58 extranjeros 22 nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Convivencia comunitaria, caminatas. ▪ Practica de medicina tradicional andina. ▪ Elaboración de artesanías. ▪ Degustación de comida típica. ▪ Voluntariado.
9	Unión de Organizaciones Campesinas de San Juan UCASAJ	Comunidad San Juan, Parroquia San Juan, Cantón Riobamba.	Hospedaje: Albergue comunitario con 4 habitaciones con capacidad para 20 pax. Restauración: Capacidad para 25 pax, ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Construcción con ladrillo y eternit. Precio: \$20,00 x noche, \$8,50 x plato Guianza: 3 guías nativos. Elementos de alquiler: Ninguno	58 visitantes 42 extranjeros 16 nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Práctica de actividades agrícolas en huertos orgánicos familiares. ▪ Actividades espirituales, religiosas y de cosmovisión.
10	Centro de Desarrollo Indígena CEDEIN	Comunidad Chinigua, Parroquia San Juan, Cantón Riobamba	Ningún servicio ofertado.	No opera	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actualmente no se ofertan actividades turísticas debido a que el centro se dedica a la elaboración de proyectos productivos como la producción de plantas medicinales.
11	Centro de Desarrollo Integral BALDA LUPAXI CEDIBAL	Comunidad Balda Lupaxi, Cantón Colta, Provincia de Chimborazo	Hospedaje: No cuenta con el servicio Restauración: Capacidad para 15 pax. Ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Construcción con adobe y paja. Precio: \$8,50 x plato Guianza: 2 guías nativos. Elementos de alquiler: Ninguno	40 visitantes 29 extranjeros 11 nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Paseos, caminatas ▪ Visita y participación de proyectos relacionados a la producción orgánica de la quinua.

Fuente: Base de datos CORDTUCH, 2016

Realizado por: Laura Sucuy

La CORDTUCH es la organización dueña de la Operadora Puruhá Razurku, creada para las organizaciones comunitarias, constituyéndose en el centro de comercialización que facilita a sus socios la venta de los productos de turismo comunitario como se detallan a continuación:

Tabla 54: Caracterización de los paquetes turísticos Puruwa Trekking

NOMBRE DEL TOUR	RECORRIDO	DURACION	PRECIO POR PAX	
			PAX	PRECIO
Llama Trekking	Riobamba – Sumak Kawsay – Riobamba	1 día	2 – 3 pax	\$41,80
			4 – 9 pax	\$36,30
			Más de 10 pax	\$23,60
Los Hieleros de Chimborazo	Riobamba – Razu Ñan – Hieleros del Chimborazo – Riobamba	2 días 1 noche	2 – 3 pax	\$139,70
			4 – 9 pax	\$101,20
			Más de 10 pax	\$69,30
Bosque de polylepis	Riobamba – Casa Cóndor – Bosque de polylepis – Riobamba	1 día	Cabalgatas:	
			2 – 3 pax	\$77,00
			4 – 9 pax	\$66,00
			Caminatas:	
			2 – 3 pax	\$41,80
			4 – 9 pax	\$36,30
Más de 10 pax	\$24,20			
Bosque de polylepis + Cóndor Wasy	Riobamba – Casa Cóndor – Bosque de polylepis – Riobamba	2 días 1 noche	2 – 3 pax	\$114,40
			4 – 9 pax	\$91,30
			Más de 10 pax	\$69,30
Expedición al Templo Machay	Riobamba – Casa Cóndor – Templo Machay	1 día	Caminatas:	
			2 – 3 pax	\$50,60
			4 – 9 pax	\$41,80
			Más de 10 pax	\$28,60
			Cabalgatas:	
			2 – 3 pax	\$83,60
4 – 9 pax	\$74,80			

Fuente: Base de datos CORDTUCH, 2016

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 55: Caracterización de los paquetes turísticos Puruwa Biking

NOMBRE DEL TOUR	RECORRIDO	DURACIÓN	PRECIO POR PAX	
			PAX	PRECIO
Ruta cicloturística Talagua	1er Refugio del Chimborazo – Casa Cóndor – Vía Talagua – Comunidad Cuatro esquinas – Razu Ñan	1 día	2 – 3 pax	\$60,50
			4 – 9 pax	\$44,00
Ruta cicloturística Kapac Ñan	Mira Loma – Tzalaron – San Francisco de Telán – Pulucate Alto – Cintaguzo – Cintaguzo centro – Convalicencia – Baldalupaxi alto – La Providencia	1 día	2 – 3 pax	\$60,50
			4 – 9 pax	\$44,00
Ruta cicloturística “Recorriendo la Sierra y la Amazonia”	Cebadas – Atillo – 9 de Octubre – Zuñag	1 día	2 – 3 pax	\$60,50
			4 – 9 pax	\$44,00
Ruta cicloturística Lagunas Encantadas	Laguna Cubillina – Charicando	1 día	2 – 3 pax	\$60,50
			4 – 9 pax	\$44,00
Ruta cicloturística La Ruta de los Artesanos	Riobamba – San Gerardo – Guano	1 día	2 – 3 pax	\$60,50
			4 – 9 pax	\$44,00

Fuente: Base de datos CORDTUCH, 2016

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 56: Caracterización de los paquetes turísticos Puruwa Climbing

NOMBRE DEL TOUR	RECORRIDO	DURACIÓN	PRECIO POR PAX	
			PAX	PRECIO
Convivencia Comunitaria	Riobamba – Balbanera – Balda Lupaxi	1 día	2 – 3 pax	\$47,25
			4 – 9 pax	\$42,00
			Más de 10 pax	\$36,75

Fuente: Base de datos CORDTUCH, 2016

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 57: Caracterización de los paquetes turísticos Sierra Centro

NOMBRE DEL TOUR	RECORRIDO	DURACIÓN	PRECIO POR PAX	
			PAX	PRECIO
Circuito Sierra Centro	Riobamba – Sumak Kawsay – Razu	2 día	2 – 3 pax	\$151,80
	Ñan – Salinas de Tomabela	1 noche	4 – 9 pax	\$115,50
			Más de 10 pax	\$97,00

Fuente: Base de datos CORDTUCH, 2016

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 58: Caracterización de los paquetes turísticos Ruta Ecuador

NOMBRE DEL TOUR	RECORRIDO	DURACIÓN	PRECIO POR PAX	
			PAX	PRECIO
Ruta Ecuador, encuentro con pueblos ancestrales y escenarios multicolores	Quito – Otavalo – Papallacta	17 días	2 – 3 pax	\$4945,00
	– Tena – Capirona – Baños – Salasaca – Riobamba – Sumak Kawsay – Casa Córdor – Ingapirca – Cuenca – Guayaquil – Manglar Alto	16 noches	4 – 9 pax	\$3220,00
			Más de 10 pax	\$2070,00

Fuente: Base de datos CORDTUCH, 2016

Realizado por: Laura Sucuy

4. Proyección de la oferta

De la investigación de campo realizada con la CORDTUCH que representa la competencia directa, el número de pax que llegaron a las distintas comunidades suman 2344 personas durante el año 2015, detallando para extranjeros 1702 (73%) y nacionales 642 (27%), utilizando estos datos se proyecta la oferta futura para los próximos 5 años.

Tabla 59: Proyección de la oferta para los próximos 5 años

AÑO	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL
2017	693	1838	2532
2018	749	1985	2734

2019	809	2144	2953
2020	873	2316	3189
2021	943	2501	3444

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

5. Confrontación de la Demanda vs Oferta

a. Demanda insatisfecha

Según el estudio realizado se obtiene un total de 17441 turistas actuales de los cuales 4684 (89%) son turistas nacionales y 12757 (94%) son turistas extranjeros y por otro lado la oferta sustitutiva capta un total de 2344 turistas al año que son 642 (27%) turistas nacionales y 1702 (73%) turistas extranjeros.

La diferencia entre la demanda actual y la oferta sustitutiva nos da como resultado la demanda insatisfecha, teniendo como resultado 15097 turistas, que son 4042 nacionales y 11055 extranjeros.

Tabla 60: Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años

AÑO	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL
2016 (0)	4042	11055	15097
2017	4365	11939	16305
2018	4715	12895	17609
2019	5092	13926	19018
2020	5499	15040	20539
2021	5939	16243	22182

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

b. Demanda objetiva

En el siguiente proyecto se pretende captar el 5% de los turistas tomando en consideración la capacidad de la planta turística del centro turístico Pucará Tambo, con lo que queda 553 turistas extranjeros y 202 nacionales.

Tabla 61: Proyección de la demanda objetiva para los próximos 5 años

AÑO	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL
2016 (0)	202	553	755
2017	218	597	815
2018	236	645	880
2019	255	696	951
2020	275	752	1027
2021	297	812	1109

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 62: Proyección de la demanda objetiva por periodos para los próximos 5 años

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	DIARIO
2016 (0)	755	378	63	2
2017	815	408	68	2
2018	880	440	73	2
2019	951	476	79	3
2020	1027	514	86	3
2021	1109	555	92	3

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Se proyecta captar una demanda objetiva de 2 pax diarios para obtener la rentabilidad necesaria en el proyecto.

C. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO DE TURISMO RURAL COMUNITARIO

A. ESTUDIO TÉCNICO

1. Localización del proyecto

- a. **Macro localización:** Se localizará en la Parroquia Cacha, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

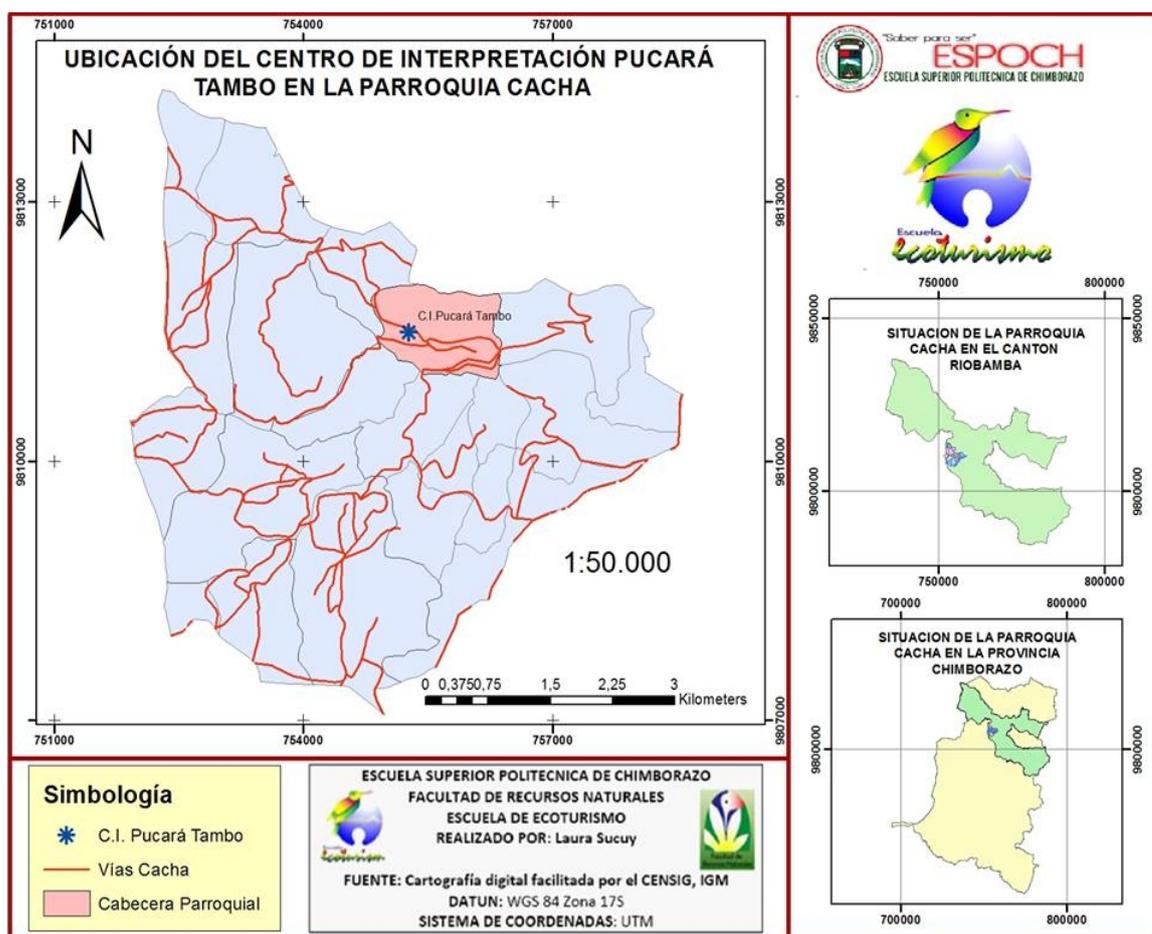


Figura 40. Mapa general de la Parroquia Cacha

Realizado por: Laura Sucuy

- b. **Micro localización:** La operación del producto se realizará desde el Centro Turístico Pucará Tambo



Figura 41. Croquis Centro Turístico Pucará Tambo
Fuente: CTC Pucará Tambo

2. Análisis del producto

Al realizar el inventario de atractivos turísticos de la parroquia Cacha se logra identificar 16 atractivos turísticos; 6 atractivos dentro de la categoría Sitios naturales y 10 dentro de la categoría Manifestaciones Culturales, los más importantes son:

- El centro turístico Pucará Tambo, construido por las 23 comunidades de la parroquia Cacha, se encuentra en un sitio estratégico donde era considerado un lugar de convocación y observación a las comunidades. Cuenta con servicios de alojamiento, alimentación y guianza con infraestructura en buen estado y en total funcionamiento.
- El Grupo Étnico de Cacha, constituido por los habitantes de la parroquia con tradiciones y estilo de vida, reflejadas en sus actividades y vida diaria.

- Las artesanías de Cacha con su principal producto el Poncho de Cacha y las fajas, tejidas con técnicas tradicionales y propias de las comunidades con diseños geométricos, de paisajes y animales etc. que simbolizan el estilo de vida de los Puruhaes.
- APICA Asociación de Apicultores de Cacha, una microempresa que se viene desarrollando con su principal producto que es la miel natural, reflejando el trabajo de personas emprendedoras de la zona también esta los derivados como los turrone, jalea, propoleo, postres, mermeladas, etc.
- El paisaje de la parroquia constituido por cerros, montañas, lagunas y resaltando su geomorfología hacen de este sitio un lugar único y muestra viva de lo que fue la gran nación Puruwá.

3. Análisis de gustos y preferencias de los visitantes en cuanto al producto turístico de la Operadora Kacha Optur S.A.

De acuerdo al estudio de mercado, los principales servicios y actividades que demandan los visitantes extranjeros y nacionales para realizar Turismo Rural Comunitario en las comunidades de la parroquia Cacha por parte de la Operadora Kacha Optur S.A. son:

a. Servicios

1) Alojamiento

Del total de los turistas nacionales y extranjeros, el 25% de cada segmento consumirán el servicio de alojamiento en cabañas autóctonas.

2) Alimentación

El 33% del total de turistas nacionales y el 28% de turistas extranjeros hacen preferencia al servicio de alimentación.

3) Guianza

Los dos segmentos mayormente los turistas nacionales en un 19% y turistas extranjeros en un 9% requieren el servicio de Guianza durante la realización de las actividades turísticas.

4) Venta de artesanías

El 20% de turistas extranjeros y el 15% de turistas nacionales requieren venta de artesanías en su visita a la parroquia Cacha.

b. Actividades

Las actividades a las que más se inclinan los turistas durante su visita a la parroquia Cacha son:

Tabla 63: Aceptación de actividades turísticas

ACTIVIDADES	GRADO DE ACEPTACION
Convivencia rural comunitaria	26%
Caminatas	18%
Visita a sitios naturales	17%
Visita a un centro de interpretación	13%
Camping	13%
Fotografías	6%
Recreación y esparcimiento	5%
Eventos culturales programados	2%
TOTAL	100%

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

c. Tiempo

Los visitantes nacionales (45%) y extranjeros (40%) desean permanecer 2 días en la parroquia Cacha, una cifra considerable es el 35% de turistas nacionales que prefieren visitar la parroquia por un día.

d. Capacidad de gasto

Los turistas nacionales (52%) están dispuestos a pagar entre 25 a 30 dólares, mientras que los turistas extranjeros (45%) aportarán entre 31 a 40 dólares por persona por el precio del paquete por un día.

4. Infraestructura, facilidades y equipamiento necesario para el desarrollo de actividades turísticas por parte de la operadora

a. **Planta turística**



Figura 42. Planta Turística Pucará Tambo

Fuente: CTC Pucará Tambo

1) **Área de museo**



Figura 43. Centro Interpretativo del CT Pucará Tambo

Fuente: Trabajo de campo

El centro interpretativo tiene la finalidad de dar a conocer la historia y tradición de la parroquia Cacha y del pueblo Puruhá a través de la indumentaria recopilada de diferentes comunidades de la zona.

a) Tipología de la construcción

La construcción es a base de cancagua y el techo de loza, las ventanas presentan la forma de una pirámide trunca, mientras que el piso es de madera, en las paredes externas se encuentran murales de las cuatro estaciones del año.

La construcción a base de cancagua obedece a que las primeras edificaciones de los Puruhaes fueron a base de este material debido a que tienen la propiedad de absorber el calor del día y esparcirlo en la noche manteniendo abrigada la casa, entre cada roca tallada se encuentra una mezcla de abono de ganado con lodo para dar firmeza a las paredes. Tanto la cancagua como la paja son materiales propios de las zonas altas de la parroquia.

b) Equipamiento

El museo cuenta con la indumentaria necesaria para describir la historia como: vestimentas, telares, utensilios de barro, cuadros de historia, piedras de moler, implementos de arado, equipos de danzante y libros históricos.

Tabla 64: Equipamiento para el museo

DETALLE	CANTIDAD	DETALLE	CANTIDAD
IMPLEMENTOS DE BARRO		VESTIMENTA	
Purun Pacha	2	Ponchos Coco	3
Puño	2	Ponchos Jerga	3
Fragmento de Purun Pacha	1	Poncho jerga blanca	1
Platos pequeños	3	Cushma	2
Plato medianero	1	Anacos	4
Ollas pequeñas	6	Bayeta Castilla	1
Olla medianera	1	Bayetas de lana	3
Olla con pata	1	Blusas	6
Ollas coloniales	9	Fajas	6
Ollas abstractas	3	Mama chumbi	1
Vasijas	2	Cawiña	1
Tiesto grande	1	Sombreros	4
Tiesto pequeño	2	Collar	1
Pilche	6	Orejas	2

Mate	1	Macana	3
Cofre	1	Shigra	1
Fragmentos de puños	3	Vestimenta Danzante	1
Mazos	2	Pantalón	1
TELARES		CUADROS	
Telar de cintura poncho	1	Cuadros de teñido	12
Telar de cintura faja	1	Cuadros de historia	8
Telar de pedal	1	Cuadros de festividades	17
ACCESORIOS			
Batea	2	Piedras de moler	2
Harnero	2	Piedra de moler ají	1
Herramientas Agrarias	1	Pingullo	3
Barriles	3	Chimboza	2

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Los implementos del museo se encuentran detallados sin costo debido a que estos son hallazgos y donaciones.

2) Área múltiple

La planta turística se encuentra distribuida de la siguiente manera:

Zona de parqueadero: Al ingreso del centro con capacidad para 15 vehículos.

Puerta del sol: Representa la salida y ocultamiento del sol durante el solsticio de verano, se encuentra a unos 100 m de la puerta principal.

Centro de información: A 10m a la derecha de la puerta del sol.

Exposición de artesanías, guardianía y bodega: a 20m a la izquierda de la puerta del sol, se exhiben principalmente productos elaborados por parte de las comunidades.

Museo y Plaza ceremonial: Ubicada en la parte media de toda la infraestructura, desde donde se cuenta con una vista panorámica a la ciudad de Riobamba.

Cabañas de hospedaje: 3 cabañas al frente de la plaza ceremonial, 2 cabañas en la parte izquierda del museo.

Área de cocina y restaurante: Ubicada en la parte baja a lado izquierdo de la plaza ceremonial.

Área de lavandería: Se encuentra al final, frente a la plaza ceremonial.

Área de recreación: Junto a la lavandería con vista hacia las comunidades de la parroquia.

a. Baños



Figura 44. Baños públicos CT Pucará Tambo

Fuente: Trabajo de campo

Las cabañas de hospedaje cuenta con un baño privado para cada habitación (8 baños), bodega (1 baño), los mismos que constan de un inodoro, ducha y un lavamanos, área de alimentos y bebidas (2 baños), baños públicos (4 baños) que constan de un inodoro y un lavamanos.

Tabla 65: Equipamiento

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ACCESORIOS			
Calefones	7	310,00	2.170,00
Plancha	1	28,00	28,00
Tabla para planchar	1	5,80	5,80
Espejos	12	9,00	108,00
Cortinas de baño	9	2,10	18,90
Juego de toallas	30	12,00	360,00
Dispensador de papel	3	18,00	54,00
Dispensador de jabón	3	18,00	54,00
Dispensador de toallas de mano	3	18,00	54,00
Basureros	10	1,40	14,00
Porta toallas	8	16,40	131,20
Rodapiés de baño	10	2,10	21,00
Subtotal			3.018,90
PREVENCIÓN DE INCENDIOS			
Extintor de incendios recargados	2	50,00	100,00
Subtotal			100,00

MAQUINARIA			
Cortadora de césped	1	1.000,00	1.000,00
Subtotal			1.000,00
TOTAL			4.118,90

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Laura Sucuy

Tabla 66: Equipamiento de baños a implementarse

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ACCESORIOS			
Cortinas de baño	9	9,00	81,00
Juego de toallas	30	23,00	690,00
Basureros de totora	10	5,00	50,00
Rodapiés de baño	10	5,50	55,00
Subtotal			876,00
PREVENCIÓN DE INCENDIOS			
Extintor de incendios recargados	2	50,00	100,00
Subtotal			100,00
TOTAL			976,00

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Laura Sucuy

Tabla 67: Insumos de mantenimiento

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
INSUMOS			
Jabón líquido	10	5,00	25,00
Jabón en barra	500	0,20	100,00
Shampoo	500	0,35	175,00
Papel higiénico	100	0,29	29,00
Gel desinfectante	5	5,00	25,00
Cera	1 galón	72,00	72,00
Lavavajillas en crema	2	3,00	6,00
Desinfectante	1 galón	30,00	30,00
Limpia cristales	1 galón	35,00	35,00
Cloro	1 galón	25,00	25,00
Detergente	1	40,00	40,00
Escobas	3	2,50	7,50
Trapeadores	3	2,00	6,00
Baldes	5	5,00	25,00
Recogedor de basura	2	1,50	3,00
Destapador de baño	1	3,25	3,25
TOTAL			631,75

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Laura Sucuy

Tabla 68: Insumos de mantenimiento a implementarse

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
INSUMOS			
Jabón líquido	12	5,00	60,00
Jabón en barra	1000	0,20	200,00
Shampoo	1000	0,35	350,00
Papel higiénico	500	0,29	145,00
Papel higiénico industrial	8	3,50	28,00
Toallas de mano	8	3,65	29,20
Gel desinfectante	8	5,00	40,00
Cera	2	72,00	144,00
Lavavajillas en crema	6	3,00	18,00
Desinfectante	2	30,00	60,00
Limpia cristales	2	35,00	70,00
Cloro	3	25,00	75,00
Detergente	2	40,00	80,00
Escobas	5	2,50	12,50
Trapeadores	5	2,00	10,00
Baldes	5	5,00	25,00
Destapador de baño	3	3,25	9,75
TOTAL			1356,45

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Laura Sucuy

b. Jardín botánico, madriguera de cuyes y huerto orgánico

**Figura 45.** Jardín botánico CT Pucará Tambo

Fuente: Trabajo de campo

El propósito de esta área es mostrar al visitante acerca de los beneficios de usar las plantas como medicina natural, existe una variedad de plantas medicinales las mismas son interpretadas en el centro.

La madriguera de cuyes es un singular ejemplar de la manera en cómo tenían a los cuyes los primeros habitantes de la zona, existen dos madrigueras de 2m aproximadamente de profundidad que llaman la atención de los visitantes, estos también son utilizados para la preparación de platos típicos cuando el público lo requiere.

El jardín botánico es un plus del CT Pucará Tambo que permite visualizar la técnica de sembrío, el cuidado con abono orgánico de cuyes y de lombrices y sobre todo los productos orgánicos y nativos con los que se preparan los alimentos en el centro.

3) Área de alojamiento



Figura 46. Hospedaje CT Pucará Tambo

Fuente: Trabajo de campo

a) Ubicación

Las cabañas autóctonas se encuentran dentro de las instalaciones del Centro Turístico Pucará Tambo, en la comunidad Machángara.

b) Tipología de la construcción

i. Cabañas para 33 pax

El centro cuenta con 6 cabañas con 8 habitaciones, entre sencillas, dobles y múltiples. Además cada una tiene la particularidad de llevar el nombre de un personaje histórico Puruhá. Las cabañas son construcciones autóctonas con materiales propios de la zona como la canchagua, el techo es de eternit forrado en la parte externa con paja y la parte interna con madera, así como también los pisos de madera. Cada una cuenta con baño privado estas presentan pisos y paredes de baldosa.

c) Equipamiento

El centro cuenta con el equipamiento necesario para garantizar un servicio de calidad las mismas se detallan a continuación.

d) Habitaciones



Figura 47. Habitaciones CT Pucará Tambo

Fuente: Trabajo de campo

Las habitaciones dobles y triples cuentan con literas con toda la lencería correspondiente, un velador por litera, una mesa de madera mediana con silla y un closet sencillo. Los baños disponen de amenities para cada cama.

Cuentan con accesorios de aseo y materiales decorativos naturales y culturales que representan la identidad de la parroquia Cacha, como: floreros y elementos característicos.

Tabla 69: Equipamiento para las habitaciones

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MUEBLES			
Literas de pino	15	110,00	1.650,00
Camas de 1 1/2 plaza	3	45,00	135,00
Camas de 2 plazas	2	53,00	106,00
Veladores	9	22,00	198,00
Mesas	10	55,00	550,00
Sillas	10	6,20	62,00
Armarios	9	211,00	1.899,00
Subtotal			4.600,00
ACCESORIOS			
Colchones de 1 1/2 plaza	33	38,00	1.254,00
Colchones de 2 plazas	2	73,00	146,00

Juegos de sábanas	35	8,00	280,00
Cobijas	65	8,40	546,00
Cubrecamas	3	5,30	15,90
Almohadas	33	2,50	82,50
Armadores	40	0,09	3,60
Cortinas de tela	20	12,30	246,00
Canastas de totora	9	6,60	59,40
Basureros de totora	9	3,00	27,00
Calefactor	8	55,00	440,00
Subtotal			3.100,40
DECORACIÓN			
Cuadros	5	5,50	27,50
Floreros	3	5,70	17,10
Subtotal			44,60
TOTAL			7.745,00

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Laura Sucuy

Tabla 70: Equipamiento para las habitaciones a implementarse

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MUEBLES			
Literas de laurel	15	240,00	3.600,00
Veladores	9	45,00	405,00
Mesas	3	110,00	330,00
Sillas	9	15,00	135,00
Subtotal			4.470,00
ACCESORIOS			
Colchones de 1 1/2 plaza	15	90,00	1.350,00
Juegos de sábanas	35	25,00	875,00
Cobijas	65	14,00	910,00
Cubrecamas de Alpaca	10	16,00	160,00
Armadores	50	0,30	15,00
Cortinas de tela	20	18,00	360,00
Calefactor	4	87,00	348,00
Subtotal			4.018,00
DECORACIÓN			
Cuadros	10	6,00	60,00
Floreros	9	10,00	90,00
Subtotal			150,00
TOTAL			8.638,00

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Laura Sucuy

4) Área de alimentos y bebidas



Figura 48. Restaurante CT Pucará Tambo

Fuente: Trabajo de campo

Para brindar los servicios de alimentos y bebidas debe cumplir normas de calidad y contar con el equipamiento necesario.

a) Tipología de la construcción

i. Cocina – restaurante

La construcción es a base de canchagua y el techo de loza. La cocina cuenta con un área de 3 x 5m². El área de restaurante consta de 6 mesas rectangulares con 6 sillas (36 plazas). Un mini comedor con una mesa rectangular con capacidad para 8 plazas y un área de cafetería. El restaurante dispone de dos baños.

ii. Equipamiento

El área de cocina dispone de equipos y muebles necesarios para la preparación de alimentos. Además cuenta con una bodega de insumos.

iii. Decoración

El ambiente interno del restaurante está decorado con objetos artesanales tales como: vasijas con espigas de cebada y quinua, yuntas, cuadros, durante el servicio de restauración las mesas son decoradas con manteles multicolores, individuales de cabuya y servilletas bordadas a mano por las mujeres de la parroquia, en los extremos se encuentran macetas y una pipa para la elaboración de la chicha.

b) Prestación del servicio

El centro cuenta con personal capacitado para la preparación de platos típicos, nacionales e internacionales, dirigidos por una chef de la localidad. Los platos que ofrece el centro son en su mayoría elaborados con productos locales, con el fin de fortalecer la gastronomía tradicional de la parroquia Cacha, entre estos están: las papas con cuy asado y salsa de maní, timbo (choclo, habas, melloco, mashua, ocas y papas), tortillas de maíz, sopa de quinua, colada de machica y la tradicional chicha de jora.

Tabla 71: Equipamiento de cocina

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPOS DE COCINA			
Refrigeradora Durex 14 pies	1	310,00	310,00
Congelador Midea 12 pies	1	650,00	650,00
Cocina industrial de 4 quemadores	1	310,00	310,00
Horno industrial	1	200,00	200,00
Licuada Oster Judo Mexi	1	43,00	43,00
Microonda GE 0,7 pies	1	82,00	82,00
Sanduchera Oster 4 panes	1	59,00	59,00
Cafeteras	3	48,00	144,00
Subtotal			1.798,00
MOBILIARIO DE COCINA			
Anaqueles	1	16,00	16,00
Subtotal			16,00
UTENSILIOS DE COCINA			
Juego de ollas Umco	2	220,00	440,00
Set de sartenes	1	28,00	28,00
Tanque de gas	4	39,50	158,00
Charol de aluminio	3	2,50	7,50
Charol de plástico	4	1,50	6,00
Juego de moldes para cake	2	5,40	10,80
Juego de cuchillos Tramontina	1	18,00	18,00
Tabla de plástico para picar	2	1,20	2,40
Tabla de madera para picar	1	3,20	3,20
Juego de cucharones	2	14,30	28,60
Juegos de Pinzas para ensalada	1	5,40	5,40
Juego de espátulas	1	2,90	2,90
Juego de coladores en plástico	1	1,15	1,15
Rallador	1	1,20	1,20
Exprimidor de limón	1	1,10	1,10
Gaveta para legumbres	1	4,40	4,40
Azucarera	1	1,00	1,00

Salera	1	1,00	1,00
Subtotal			720,65
LENCERIA DE COCINA			
Limpiones de cocina	4	1,50	6,00
Uniformes de cocina	4	5,00	20,00
Subtotal			26,00
TOTAL			2.560,65

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 72: Equipamiento de cocina a implementarse

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPOS DE COCINA			
Refrigeradora Durex 14 pies	1	550,00	550,00
Licuada Oster Judo Mexi	1	95,00	95,00
Sanduchera Oster 4 panes	1	100,00	100,00
Extractor de olores industrial	1	500,00	500,00
Subtotal			1.245,00
MOBILIARIO DE COCINA			
Alacenas	2	100	200,00
Subtotal			200,00
UTENSILIOS DE COCINA			
Juego de ollas	1	300,00	300,00
Set de sartenes	1	60,00	60,00
Charol de plástico	4	4,25	17,00
Juego de moldes para cake	2	12,00	24,00
Juego de cuchillos Tramontina	1	46,00	46,00
Tabla de plástico para picar	2	3,30	6,60
Juego de cucharones	1	25,00	25,00
Juego de espátulas	1	7,00	7,00
Juego de coladores en plástico	1	4,50	4,50
Rallador	1	4,00	4,00
Gaveta para legumbres	1	12,00	12,00
Platero	1	23,00	23,00
Azucarera de vidrio	1	4,00	4,00
Salera de vidrio	1	4,00	4,00
Subtotal			537,10
LENCERIA DE COCINA			
Limpiones de cocina	4	1,50	6,00
Uniformes de cocina	8	15,00	120,00
Subtotal			126,00
TOTAL			2.108,10

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 73: Equipamiento restaurante

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MOBILIARIO – RESTAURANTE			
Comedor de 6 silla	5	83,00	415,00
Mesas redondas	1	14,00	14,00
Sillas	30	4,20	126,00
Subtotal			555,00
CUBERTERÍA, CRISTALERÍA, VAJILLAS			
Juego de cubiertos	40	1,45	58,00
Vasos de vidrio	40	0,30	12,00
Saleros y pimenteros	8	1,00	8,00
Azucareros	8	2,00	16,00
Vajillas de porcelana	50	2,25	112,50
Vajillas de arcilla	30	0,85	25,50
Subtotal			232,00
LENCERÍA – COMEDOR			
Manteles de mesa multicolor grande	6	9,60	57,60
Manteles de mesa multicolor pequeña	6	5,70	34,20
Manteles de mesa blancas	6	5,40	32,40
Servilletas de tela bordadas	40	2,30	92,00
Servilletas de tela de colores	40	1,20	48,00
Servilletas de cabuya	40	1,30	52,00
Subtotal			316,20
ACCESORIOS			
Adornos de mesa	6	1,00	6,00
Porta cubiertos	36	1,30	46,80
Subtotal			52,80
TOTAL			1.156,00

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 74: Equipamiento restaurante a implementarse

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CUBERTERÍA, CRISTALERÍA, VAJILLAS			
Juego de cubiertos	40	3,50	140,00
Vajillas de porcelana	40	6,50	260,00
Ensaladera	5	3,25	16,25
Subtotal			400,00
LENCERÍA – COMEDOR			
Manteles de mesa multicolor grande	6	12,00	72,00
Manteles de mesa blancas	6	8,00	48,00
Servilletas de tela bordadas	40	7,00	280,00
Servilletas de tela de colores	40	4,50	180,00

Servilletas de cabuya	40	2,50	100,00
Subtotal			680,00
ACCESORIOS			
Adornos de mesa	8	2,50	16,00
Subtotal			16,00
TOTAL			1.096,00

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

c) Materia prima para la elaboración de los platos típicos a prepararse

i. Cuy asado con papas y salsa de maní



Figura 49. Cuy asado con papas
Fuente: Trabajo de campo

Tabla 75: Materia prima para el cuy asado con papas y salsa de maní

CUY ASADO CON PAPAS Y SALSA DE MANÍ (5 PORCIONES)			
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cuy	1	8,00	8,00
Maní	0,5 Libra	0,60	0,60
Papas	3 Libra	0,40	1,20
Leche	1 Litro	0,80	0,80
Cebolla blanca	2 U	0,15	0,30
Ajo	2 U	0,05	0,10
Comino	0,5 Onza	0,10	0,10
Sal	2 Onza	0,02	0,04
Achiote	6 Onza	0,04	0,24
Tomate	3 U	0,10	0,30
Lechuga	1 U	0,25	0,25
Limón	3 U	0,10	0,30
Perejil	2 U	0,03	0,06

Costo total materia prima	12,29
Costo Unitario	2,46

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

ii. Timbo



Figura 50. Timbo
Fuente: Trabajo de campo

Tabla 76: Materia prima para el timbo

TIMBO (5 PORCIONES)			
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Papas	3 Libras	0,40	1,20
Mel loco	1 Libras	0,50	0,50
Oca	2 Libras	0,40	0,80
Mashua	2 Libras	0,50	1,00
Habas	1 Libras	0,50	0,50
Choclos	5 U	0,25	1,25
Tomate	4 U	0,10	0,40
Cebolla colorada	2 U	0,10	0,20
Pimiento	1 U	0,10	0,10
Limón	5 U	0,05	0,25
Queso	1 U	2,00	2,00
Leche	1 Litro	0,80	0,80
Perejil	1 U	0,05	0,05
Costo total de materia prima			9,05
Costo unitario			1,81

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

iii. Colada de máchica



Figura 51. Colada de máchica
Fuente: Trabajo de campo

Tabla 78: Materia prima para la colada de máchica

COLADA DE MACHICA (5 PORCIONES)				
Ingredientes	Cantidad		Costo Unitario	Costo Total
Máchica	0,5	Libra	0,40	0,20
Leche	1	Litro	0,80	0,80
Canela	1	U	0,25	0,25
Pimienta de dulce	1	U	0,25	0,25
Panela	0,5	Libra	0,50	0,25
Costo total de materia prima				1,75
Costo unitario				0,35

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

iv. Humitas



Figura 52. Humitas
Fuente: Trabajo de campo

Tabla 79: Materia prima para las humitas

HUMITAS (5 UNIDADES)			
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Choclo tierno	3 Libras	0,50	1,50
Cebolla blanca	1 U	0,10	0,10
Hojas de choclo	10 U	0,05	0,50
Sal	0,5 Onzas	0,02	0,02
Queso	¼	2,40	0,60
Huevos	2	0,15	0,30
Mantequilla	2 Onzas	0,04	0,08
Costo total de materia prima			3,10
Costo unitario			0,62

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

v. Tortillas de maíz**Figura 53.** Tortillas de maíz

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 80: Materia prima para las tortillas de maíz

TORTILLAS DE MAÍZ (5 UNIDADES)			
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina de maíz	3 Libras	0,40	1,20
Mantequilla	2 Onza	0,04	0,08
Sal	2 Onza	0,02	0,04
Queso	1 U	2,40	2,40
Costo total de materia prima			3,72
Costo unitario			0,74

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

vi. Chicha de jora



Figura 54. Chicha de jora

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 81: Materia prima para la chicha de jora

CHICHA DE JORA			
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina de maíz de jora	1/2 Libra	1,50	0,75
Panela	1 U	0,75	0,75
Canela	1/2 Funda	0,25	0,13
Clavo de olor	1/2 Funda	0,25	0,13
Naranja	3 U	0,15	0,45
Guayaba	3 U	0,15	0,45
Hierbas de dulce	4 U	0,03	0,12
Costo total de materia prima			2,77
Costo unitario			0,55

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

5) Área de Guianza

La Operadora Kacha Optur S.A. cuenta con tres guías nativos y uno de ellos con licencia vigente del Ministerio de Turismo. Además tendrá contacto con guías especializados que dominen el idioma Inglés para ayudar en Guianza cuando se los requiera.

a) Equipamiento necesario para el servicio de guianza

Actualmente los guías no cuentan con todos los equipos e instrumentos necesarios por el escaso conocimiento de la operación, por lo que en este proyecto se propone su implementación:

Tabla 82: Equipo para el área de Guianza

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Linternas Led	4	9,00	36,00
Botas de caucho	4	8,00	32,00
Mochila de excursión	4	50,00	200,00
Binoculares 12x25+Z30	4	50,00	200,00
Mapa del lugar	4	6,00	24,00
Botiquín de primeros auxilios portable	4	25,00	100,00
Cuerda	4	15,00	60,00
Subtotal			652,00
CAMPING			
Carpa Coleman Lite 4 personas	4	170,00	680,00
Carpa Coleman 5-6 personas	3	300,00	900,00
Sleeping Bag	33	35,00	1.155,00
Klimber aislante para camping	33	15,00	495,00
Subtotal			3.230,00
SUBTOTAL			3.882,00
Imprevistos 10%			388,20
TOTAL			4.270,20

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

5. Estructuración técnica de los paquetes turísticos comunitarios

La estructuración de los paquetes turísticos se realiza en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado destacando la convivencia rural comunitaria con fusión de naturaleza y cultura. Los mismos serán operados desde el Centro Turístico Pucará Tambo de la parroquia Cacha, a través de la operadora Kacha Optur S.A.

La operadora ofertará a los turistas cuatro paquetes de Turismo Rural Comunitario, integrando a las comunidades de la parroquia.

a. Paquete N° 1. Cacha, tradición y cultura

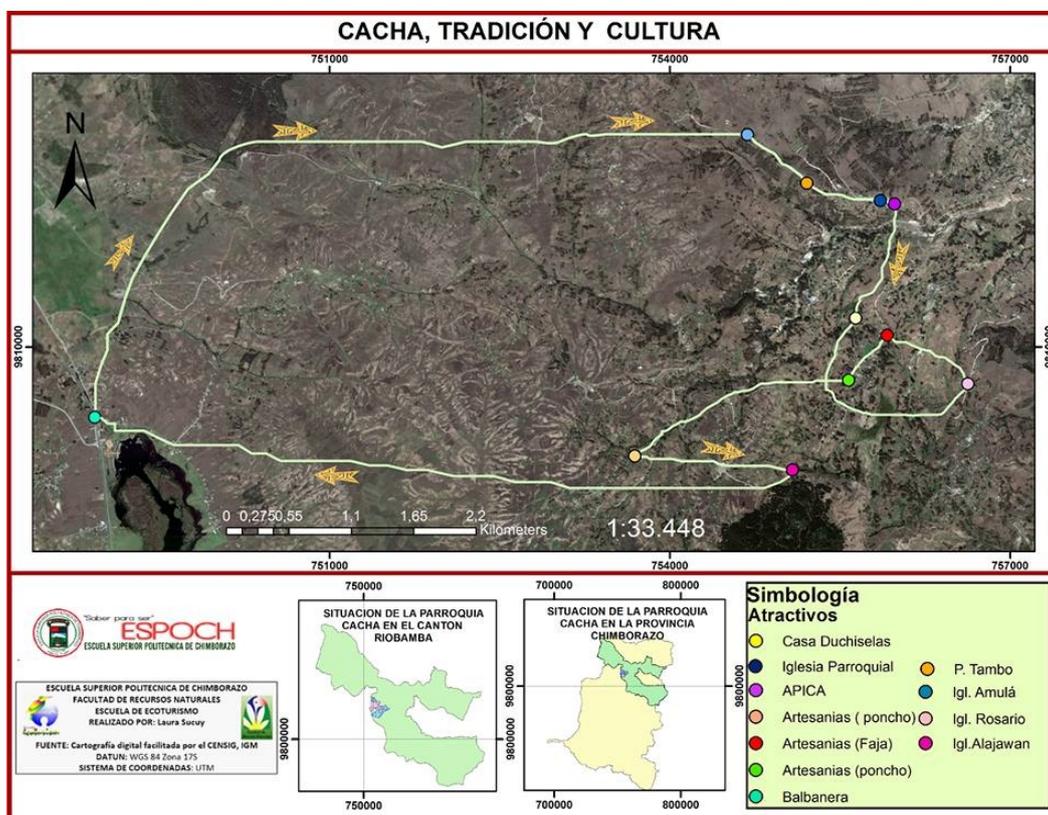


Figura 55. Cacha, tradición y cultura
Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 83: Detalles del paquete

			
Codigo:	KOT 001		
Modalidad:	Cultural		
Estilo:	Turismo cultural		
Tiempo de duración:	2 días		
Grado de dificultad:	Medio		
ITINERARIO			
DÍA 1			
HORA	ACTIVIDADES		
07H30	Arribo al Centro Turístico Pucará Tambo <ul style="list-style-type: none"> • Chek in • Regulación de la temperatura corporal con la ingestión de agua 		

	<p>medicinal proveniente de plantas aromáticas propias de la zona.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno
09H00 – 09H15	<p>Inicio de las actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visita al Museo Etnográfico Cacha • Interpretación socio – cultural • Fotografía sin flash
09H15 – 09H30	<p>Paseo por el jardín botánico del CT Pucará Tambo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación ambiental • Práctica de alimentación a los animales de granja • Reconocimiento y explicación de plantas medicinales
09H30 – 10H00	<p>Ceremonia ancestral con el Yachak</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación para la ceremonia (meditación) • Purificación con plantas medicinales
10H15 – 12H45	<p>Práctica de convivencia comunitaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desgranaje y lavado de quinua • Tostado de cebada para la máchica • Elaboración de la máchica en piedra de moler • Elaboración y Preparación de las humitas en leña • Preparación del chapo • Preparación para la Pamba Mesa
13H00	Pamba Mesa
14H30	Tiempo libre
19H00	Cena
20H00	<p>Noche de Integración Cultural (cine)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyección de video “Artesanías de Cacha” • Proyección de video “Los hijos de Daquilema”
21H00	Descanso
DÍA 2	
HORA	ACTIVIDADES
08H00 – 08H45	Desayuno
09H00 – 09H15	<p>Salida a la comunidad Machángara</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casa de la Dinastía Duchicela • Interpretación socio - cultural • Visita a la Iglesia Parroquial
09H15 – 09H50	<p>Visita a la Asociación de Trabajadores Apícolas Autónomos de Cacha (APICA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación acerca del proceso de elaboración de la Miel de Abeja y sus derivados • Práctica de revisión de abejas

10H00 – 10H25	Arribo a la comunidad Cachatón <ul style="list-style-type: none"> • Visita a la Iglesia El Rosario • Interpretación histórica
10H30 – 10H45	Arribo a la comunidad Pucará Quinche <ul style="list-style-type: none"> • Visita a un artesano de poncho • Visita a los artesanos de fajas
11H00 – 11H20	Arribo a la comunidad Lemapamba <ul style="list-style-type: none"> • Visita a un artesano de poncho
11H30 – 11H50	Visita a la iglesia de Alajahuan
12H20 – 12H30	Visita a la Iglesia de Balbanera <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación histórica
13H00 – 13H10	Arribo a la comunidad Amulá <ul style="list-style-type: none"> • Visita a la iglesia más antigua de Cacha
13H20	Arribo a Pucará Tambo <ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo campestre
15H00	Chek out <ul style="list-style-type: none"> • Despedida (Entrega de un souvenirs) • Fin del servicio

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

1) Descripción del paquete

Al arribo al Centro Turístico Pucará Tambo, se inicia las actividades después de tomar el desayuno, se realiza un recorrido dentro de las instalaciones y al mismo tiempo se preparan para recibir al Yachak e iniciar la ceremonia de purificación con plantas medicinales.

Esta experiencia andina inicia al formar tres grupos para las actividades: un grupo se encargará de extraer, aventar y lavar la quinua hasta dejar listo para su preparación, mientras que el otro grupo delegará a una persona para tostar la cebada y el resto se prepara para realizar la máchica en la piedra de moler y el último grupo se encarga de preparar las humitas.

A continuación todos se reunirán en el jardín con la vista panorámica a la ciudad de Riobamba para servirse la tradicional pamba mesa.

La noche de cine consiste en una proyección del video Artesanías de Cacha y Los hijos de Daquilema, del que todos formarán parte.

DIA 2

El recorrido inicia en la comunidad Machángara con la visita a la casa de la Dinastía Duchicela, el mismo camino llevará hasta la Iglesia Sagrada Familia o Iglesia Parroquial y se hará una interpretación dentro de la misma. En las instalaciones de APICA sus trabajadores darán una breve explicación del proceso de extracción y envasado de miel y enseguida se realizará una práctica de revisión de abejas.

Al arribo a la comunidad Cachatón se realiza una breve interpretación de La Iglesia el Rosario y de retorno se visita a los artesanos de ponchos y fajas en telares de cintura de la comunidad Pucará Quinche, siguiendo la travesía se dirigirán al domicilio de un artesano de ponchos en telar de pedal en la comunidad Lemapamba para luego subir hasta la capilla de Alajahuan. Una transitoria visita se realiza a la Iglesia de Balbanera y se culmina el recorrido en la Iglesia más antigua de la parroquia Cacha en la comunidad Amulá para finalmente retornar al Pucará Tambo. Fin del servicio.

INCLUYE:		NO INCLUYE:
Transporte:	Recorrido dentro de la parroquia	✓ Bebidas adicionales y propinas ✓ Compra de artesanías
Alimentación:	2 Desayunos, 1 Almuerzo, 1 Cena, 1 Box Lunch	
Guianza:	Guía nativo	
Alojamiento:	Cabañas sencillas o múltiples	
Material informativo:	Tríptico	
Souvenir:	Artesanía de Cacha	
REQUERIMIENTOS:		
Documentos personales, ropa abrigada, zapatos cómodos, gorra, gafas de sol, protector solar, cámara de fotos, útiles de aseo.		

2) Costo del paquete**Tabla 84:** Análisis de costos

COSTOS	CANTIDAD	PREC. UNIT	RANGOS DE PAX				
			1	2	4	6	10
COSTOS GENERALES							
Transporte	1	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Guía Nativo	1	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Yachak	1	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Plantas Medicinales	1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Quinua	1	2,00	2,00	2,00	4,00	4,00	4,00

Cebada	1	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00
Humitas	1	2,00	2,00	2,00	4,00	4,00	5,00
Leña	1	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Artesanos	3	5,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
TOTAL COSTOS GENERALES			94,00	94,00	99,00	99,00	100,00
COSTOS INDIVIDUALES							
Ingreso CT PT	1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Agua Medicinal	1	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Desayuno	2	2,50	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Timbo	1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Almuerzo	1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Cena	1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Alojamiento	1	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00
Souvenir	1	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES			34,30	34,30	34,30	34,30	34,30
COSTOS TOTALES POR PERSONA							
TOTAL COSTOS GENERALES			94,00	94,00	99,00	99,00	100,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES			34,30	34,30	34,30	34,30	34,30
TOTAL DE COSTOS			128,30	128,30	133,30	133,30	134,30
Gastos administrativos (10%)			12,83	8,13	5,91	5,08	4,43
Gastos de depreciación y venta (5%)			6,42	4,07	2,95	2,54	2,22
Margen de rango (utilidad) 20%			0,80	0,80	0,80	0,80	0,80
PRECIO NETO			184,43	116,87	84,88	73,03	63,68

Realizado por: Laura Sucuy

b. Paquete N° 2. Senderos al Chuyuk

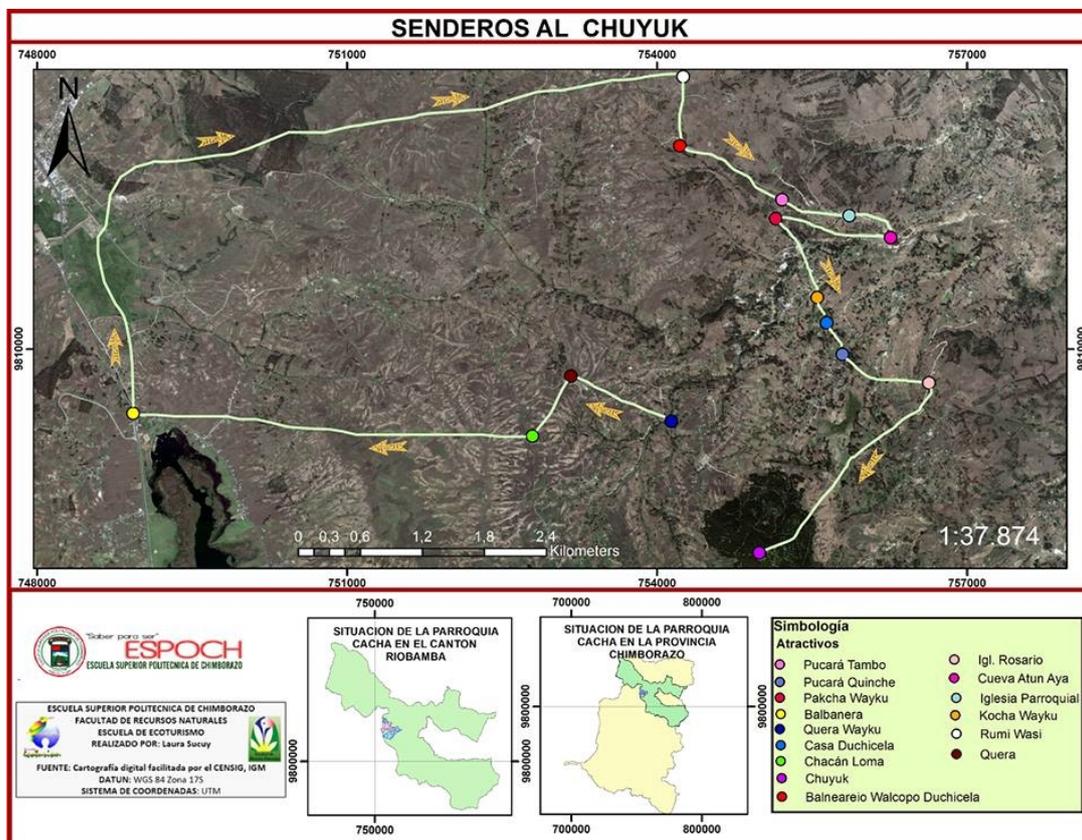


Figura 57. Ruta Senderos al Chuyuk
Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 85: Detalles del paquete

			
Código:	KOT 002		
Modalidad:	Cultural		
Estilo:	Trekking – cultural		
Tiempo de duración:	2 días		
Grado de dificultad:	Medio		
ITINERARIO			
HORA	ACTIVIDADES		
08H00 – 08H45	Arribo al Centro Turístico Cultural Pucará Tambo <ul style="list-style-type: none"> • Chek in • Regulación de la temperatura corporal con la ingestión de agua medicinal proveniente de plantas aromáticas propias de la zona. 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Desayuno
09H00 – 09H15	Visita al Museo Etnográfico Cacha <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación socio – cultural • Fotografía sin flash
09H15 – 09H30	Paseo por el jardín botánico de Pucara Tambo <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación ambiental • Reconocimiento y explicación de plantas medicinales
09H30 – 10H00	Inicio del trekking <ul style="list-style-type: none"> • Arribo a la comunidad Machángara • Visita a la casa de la Familia Duchicela • Interpretación socio - cultural • Visita al monumento a Cacha • Interpretación histórica • Visita a la Iglesia de Cacha
10H15 – 10H50	Arribo a Obraje <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación ambiental del hundimiento geológico del sector • Cruce del túnel Antun Aya • Relato de la leyenda Antun Aya • Caminata por la quebrada de Aulía
11H00 – 11H30	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a la laguna Pakcha Wayco • Fotografías
11H30 – 12H00	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata por la afluyente de Kocha Wayku
12H00 – 12H15	Box Lunch en Paccha Wayku
12H30 – 13H00	Arribo a la comunidad Pucará Quinche <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación ambiental (Guanto-Floripondio) • Interpretación histórica de lo que fue la Laguna Kapak Kocha • Visita a los artesanos de la comunidad
13H15 – 14H15	Arribo a la modificación Geomorfológica de Cachatón <ul style="list-style-type: none"> • Visita a Verde Cocha • Interpretación histórica de la Iglesia El Rosario • Interpretación ambiental del hundimiento geológico del sector
14H15 – 14H45	Salida en transporte al Cerro Chuyuk <ul style="list-style-type: none"> • Siembra de plantas nativas en el cerro
16H00	Retorno al Pucará Tambo
	Tiempo libre
18H30	Cena
19H30	Noche de Integración Cultural (cine) <ul style="list-style-type: none"> • Proyección de video “Artesanías de Cacha” • Proyección de video “Los hijos de Daquilema”
20H30	Descanso

DIA 2	
HORA	ACTIVIDADES
08H00 – 09H15	Desayuno
09H30 – 10H45	Arribo a la comunidad San Miguel de Quera <ul style="list-style-type: none"> • Visita a las fuentes de agua Quera Wayku • Interpretación ambiental • Parada en el monumento a Fernando Daquilema • Interpretación histórica • Visita a la Iglesia de Quera y Laguna • Arribo a los vestigios de la vivienda de Fernando Daquilema
11h00 – 11H30	Arribo a la comunidad Chacán Loma <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación ambiental • Vista panorámica al paisaje • Fotografías • Caminata
12H00 – 12H15	Visita a la iglesia de Balbanera <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación histórico – cultural • Fotografía • Retorno a Cacha
12H45 – 13H00	Visita al Rumi Wasi (casa de piedra)
13H10 – 13H40	Arribo a la comunidad Casa Loma <ul style="list-style-type: none"> • Visita al Balneario de Walcopo Duchicela
14H00	Retorno al Pucará Tambo
14H15	Almuerzo
15H45	Chek out
16H00	Despedida (Entrega de un souvenir) <ul style="list-style-type: none"> • Fin del servicio

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

1) Descripción del paquete

Al arribo al Centro Turístico Pucará Tambo, se realiza una guianza dentro de las instalaciones. La aventura inicia con el trekking desde este centro, el primer hito en conocer será la casa de la Dinastía Duchicela en la comunidad Machángara, el mismo camino conduce a conocer la historia del Rey Cacha junto al monumento, se continúa caminando hasta la Iglesia Sagrada Familia o Iglesia Parroquial y se realiza una interpretación dentro de la misma.

El miedo se apodera al llegar al escondite de Antun Aya en donde se comparte su leyenda y se cruza este túnel, el murmullo de un pequeño riachuelo domina al visitante hasta llegar a Pakcha Wayku lugar donde se tomaba el baño la hermosa princesa Pakcha, este camino continúa hasta llegar a la comunidad Pucará Quinche para visitar a los artesanos y seguido escuchar la historia de lo que fue las delicias de los Puruhaes. Al arribo a la comunidad Cachatón se realiza una breve interpretación de La Iglesia el Rosario y se visita La laguna Verde Kocha. Finalmente cada participante dejará una huella en el cerro Chuyug sembrando una planta nativa.

DIA 2

El recorrido inicia visitando las afluentes de Quera Wayku, en esta misma comunidad se comparte la historia acerca de Fernando Daquilema y los vestigios de su vivienda que aún permanecen en este lugar. Una impresionante vista a la cordillera andina se aprecia desde la Comunidad Chacán Loma en donde se realizará una pequeña caminata para disfrutar el paisaje.

Una transitoria visita se realiza a la Iglesia de Balbanera, para luego retornar al CT Pucará Tambo visitando el tradicional Rumi Wasi y el legendario Balneario de Walcopo Duchicela. Fin del servicio.

INCLUYE:		NO INCLUYE:
Transporte:	Recorrido dentro de la parroquia	✓ Bebidas adicionales y propinas ✓ Compra de artesanías
Alimentación:	2 Desayunos, 1 Almuerzo, 1 Cena, 1 Box Lunch	
Guianza:	Guía nativo	
Alojamiento:	Cabañas sencillas o múltiples	
Planta:	Planta nativa	
Material informativo:	Tríptico	
Souvenir:	Artesanía de Cacha	
REQUERIMIENTOS:		
Documentos personales, ropa abrigada, zapatos cómodos, gorra, gafas de sol, protector solar, cámara de fotos, útiles de aseo.		

2) Costo del paquete

Tabla 86: Análisis de costos

COSTOS	CANTIDAD	PREC. UNIT	RANGOS DE PAX				
			1	2	4	6	10
COSTOS GENERALES							
Transporte	1	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Guía Nativo	1	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Artesanos	2	5,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
TOTAL COSTOS GENERALES			60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
COSTOS INDIVIDUALES							
Ingreso CT PT	1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Agua Medicinal	1	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Desayuno	2	2,50	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Box Lunch	1	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Almuerzo	1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Cena	1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Alojamiento	1	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00
Planta Nativa	1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Souvenirs	1	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES			34,30	34,30	34,30	34,30	34,30
COSTOS TOTALES POR PERSONA							
TOTAL COSTOS GENERALES			60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES			34,30	34,30	34,30	34,30	34,30
TOTAL DE COSTOS			94,30	94,30	94,30	94,30	94,30
Gastos administrativos (10%)			9,43	6,43	4,93	4,43	4,03
Gastos de depreciación y venta (5%)			4,72	3,22	2,47	2,22	2,02
Margen de rango (utilidad) 20%			0,80	0,80	0,80	0,80	0,80
PRECIO NETO			135,56	92,43	70,87	63,68	57,93

Realizado por: Laura Sucuy

c. Paquete N° 3. Convivencia Comunitaria



Figura 59. Convivencia comunitaria

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 87: Detalles del paquete

	<p>Operadora Turística</p> <p>KachaOptur S.A.</p> <p>Turismo Comunitario Andino</p>
Código:	KOT 003
Modalidad:	Cultural
Estilo:	Turismo cultural
Tiempo de duración:	1 día
Grado de dificultad:	Medio
ITINERARIO	
HORA	ACTIVIDADES
07H30 – 08H30	Arribo al Centro Turístico Pucará Tambo <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno

08H30 – 08H45	Inicio de las actividades <ul style="list-style-type: none"> • Visita al Museo Etnográfico Cacha • Interpretación socio – cultural • Fotografía sin flash
08H45 – 09H00	Paseo por el jardín botánico del CT Pucará Tambo <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación ambiental • Práctica de alimentación a los animales de granja • Reconocimiento y explicación de plantas medicinales
09H00 – 09H30	Ceremonia ancestral con el Yachak <ul style="list-style-type: none"> • Preparación para la ceremonia (meditación) • Purificación con plantas medicinales
09H30 – 12H45	Práctica de convivencia comunitaria <ul style="list-style-type: none"> • Extracción y lavado de quinua • Tostado de cebada para la máchica • Elaboración de la máchica en piedra de moler • Elaboración y Preparación de las humitas en leña • Preparación del chapo • Preparación para la Pamba Mesa
13H00	Pamba Mesa <ul style="list-style-type: none"> • Fin del servicio

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

1) Descripción del paquete

Al arribo al Centro Turístico Pucará Tambo, se inicia las actividades después de tomar el desayuno, se realiza una guianza dentro de las instalaciones y al mismo tiempo se preparan para recibir al Yachak e iniciar la ceremonia de purificación con plantas medicinales.

Esta experiencia andina inicia al formar tres grupos para las actividades: un grupo se encargará de extraer, aventar y lavar la quinua hasta dejar listo para su preparación, mientras que el otro grupo delegará a una persona para tostar la cebada y el resto se prepara para realizar la máchica en la piedra de moler y el último grupo se encarga de preparar las humitas.

A continuación todos se reunirán en el jardín con la vista panorámica a la ciudad de Riobamba para servirse la tradicional pamba mesa, acompañado del chapo preparado por ellos.

INCLUYE:		NO INCLUYE:
Alimentación:	1 Desayuno, 1 Timbo	✓ Bebidas adicionales y propinas
Guianza:	Guía nativo, Yachak	✓ Compra de artesanías
Convivencia:	Implementos e ingredientes	✓ Transporte
Material informativo:	Tríptico	
Souvenir:	Artesanía de Cacha	
REQUERIMIENTOS:		
Documentos personales, ropa abrigada, zapatos cómodos, gorra, gafas de sol, protector solar, cámara de fotos.		

2) Costo del paquete

Tabla 88: Análisis de costos

COSTOS	CANTIDAD	PREC. UNIT	RANGOS DE PAX				
			1	2	4	6	10
COSTOS GENERALES							
Guía Nativo	1	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Yachak	1	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Plantas Medicinales	1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Quinoa	1	2,00	2,00	2,00	4,00	4,00	4,00
Cebada	1	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00
Humitas	1	2,00	2,00	2,00	4,00	4,00	5,00
Leña	1	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
TOTAL COSTOS GENERALES			59,00	59,00	64,00	64,00	65,00
COSTOS INDIVIDUALES							
Ingreso CT PT	1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Agua Medicinal	1	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Desayuno	1	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Timbo	1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Souvenirs	1	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES			10,80	10,80	10,80	10,80	10,80
COSTOS TOTALES POR PERSONA							
TOTAL COSTOS GENERALES			59,00	59,00	64,00	64,00	65,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES			10,80	10,80	10,80	10,80	10,80
TOTAL DE COSTOS			69,80	69,80	74,80	74,80	75,80
Gastos administrativos (10%)			6,98	4,03	2,68	2,15	1,73
Gastos de depreciación y venta (5%)			3,49	2,02	1,34	1,07	0,87

Margen de rango (utilidad) 20%			0,80	0,80	0,80	0,80	0,80
PRECIO NETO			100,34	57,93	38,53	30,86	24,87

Realizado por: Laura Sucuy

d. Paquete N° 4. Ruta Puruwa Ñan (Camino de los Puruhaes)

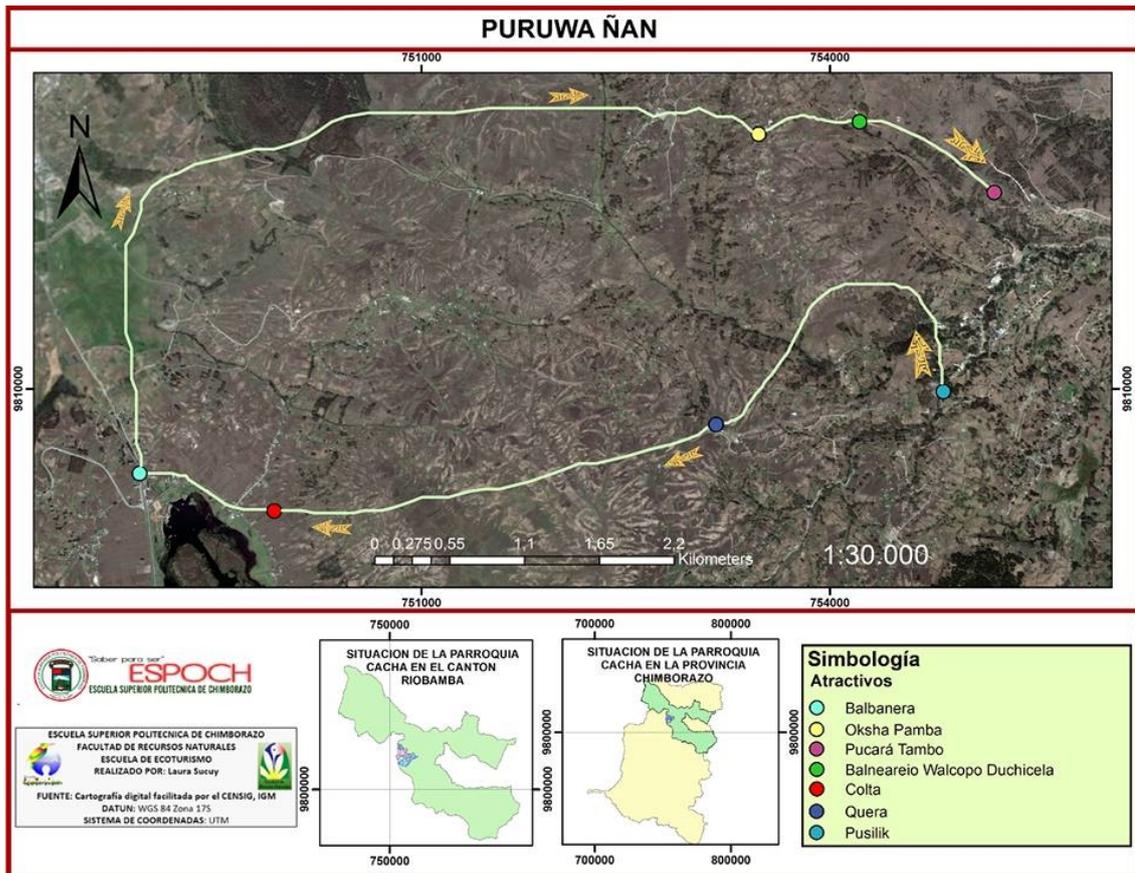


Figura 61. Ruta Puruwa Ñan

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 89: Detalles del paquete

	<p style="text-align: center;">Operadora Turística KachaOptur S.A. Turismo Comunitario Andino</p> 
Figura 62. Puruwa Ñan	
Código:	KOT 004
Modalidad:	Cultural
Estilo	Trekking
Tiempo de duración:	Un día
Grado de dificultad:	Medio
ITINERARIO	
HORA	ACTIVIDADES
07H30 – 08H30	Arribo al Centro Turístico Pucará Tambo <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno
08H30 – 08H45	Visita al Museo Etnográfico Cacha <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación socio – cultural • Fotografía sin flash
08H45 – 09H00	Paseo por el jardín botánico de Pucara Tambo <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación ambiental • Reconocimiento y explicación de plantas medicinales
09H15 – 10H00	Inicio de la ruta Comunidad Pusilig <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación socio - cultural • Subida por Portachelo • Fotografía
10H00 – 10H30	Arribo a San Miguel de Quera <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación ambiental • Subida por la vertiente a Cumbicalpa
10H30 – 11H00	Arribo a Cumbicalpa <ul style="list-style-type: none"> • Visita al Balneario de Hualcopo Duchicela • Interpretación histórica
11H15 – 13H15	Arribo a Oksha Pamba <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación socio – cultural • Box Lunch
13H15 – 14H00	Arribo a la Laguna de Colta <ul style="list-style-type: none"> • Interpretación ambiental • Fotografía
14H00 – 14H15	Visita a la iglesia de Balbanera

	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretación histórico – cultural • Fotografía • Retorno a Pucará Tambo en transporte
14H45 – 15H45	Arribo a Pucará Tambo <ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo
	Despedida (entrega de un souvenir) <ul style="list-style-type: none"> • Fin del servicio

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

1) Descripción del paquete

Al arribo al Centro Turístico Pucará Tambo, se realiza una guianza dentro de las instalaciones. La aventura inicia con el trekking desde la comunidad Pusilig, un extravagante paisaje les espera durante el ascenso por la vertiente de Convicalpa hasta llegar al legendario Balneario de Walcopo Duchicela, en donde, mientras se disfruta del paisaje el guía compartirá su historia.

La travesía continúa por la comunidad Oksha Pamba desde donde se tiene una impresionante vista al paisaje con animales silvestres y plantas nativas hasta llegar a la laguna de Colta.

Una transitoria visita se realiza a la Iglesia de Balbanera, para luego retornar en transporte al Centro Turístico Pucará Tambo, en donde finalmente se disfruta de un tradicional almuerzo. Fin del servicio.

INCLUYE:		NO INCLUYE:
Transporte:	Recorrido dentro la parroquia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bebidas adicionales y propinas ✓ Compra de artesanías
Alimentación:	1 Desayuno, 1 Box Lunch, 1 Almuerzo	
Guianza:	Guía nativo	
Material informativo:	Tríptico	
Souvenir:	Artesanía de Cacha	
REQUERIMIENTOS:		
Documentos personales, ropa abrigada, zapatos cómodos, gorra, gafas de sol, protector solar, cámara de fotos.		

2) Costo del paquete

Tabla 90: Análisis de costos

COSTOS	CANTIDAD	PREC. UNIT	RANGOS DE PAX				
			1	2	4	6	10
COSTOS GENERALES							
Transporte	1	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Guía Nativo	1	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
TOTAL COSTOS GENERALES			50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
COSTOS INDIVIDUALES							
Ingreso CT PT	1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Desayuno	1	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Box Lunch	1	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Almuerzo	1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Souvenirs	1	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES			13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
COSTOS TOTALES POR PERSONA							
TOTAL COSTOS GENERALES			50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES			13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
TOTAL DE COSTOS			63,50	63,50	63,50	63,50	63,50
Gastos administrativos (10%)			6,35	3,85	2,60	2,18	1,85
Gastos de depreciación y venta (5%)			3,18	1,93	1,30	1,09	0,93
Margen de rango (utilidad) 20%			0,80	0,80	0,80	0,80	0,80
PRECIO NETO			91,28	55,34	37,38	31,39	26,59

Realizado por: Laura Sucuy

6. Estrategias de promoción y comercialización

Las estrategias de promoción y comercialización se estructuran en base a los elementos del Marketing Mix: Cliente, Costo, Conveniencia, Comunicación.

a. Cliente

1) Diseño de la imagen corporativa

La imagen corporativa de la Operadora Kacha Optur S.A. se crea a través de una identidad visual diferenciadora, que le permita posicionarse en el mercado a través de su inserción en los productos propuestos que se comercializarán a través de la misma.



Figura 63. Imagen corporativa de la Operadora
Realizado por: Laura Sucuy

2) Gama cromática

Rojo: Representa la sangre derramada por los Puruhaes durante sus batallas, además de evocar emociones fuertes y llamar la atención de la marca.

Verde: Representa la flora y fauna del lugar, es considerado como un color representante de la ecología.

Amarillo: Relacionado con las celebraciones del Inti Raymi, representando al ser imponente que es sol y las coloridas aves que aún mantienen su hábitat en la zona. Asociado con la felicidad, la alegría y el optimismo

Naranja: Representa a las cosechas y las espigas de los cereales como la cebada, avena y quinua, además simboliza tranquilidad, confort y seguridad.

Azul: Equilibrio entre el cielo y las fuentes de agua que aun resaltan la belleza de la parroquia. Implica constancia, autoridad, confianza

Café: Relacionado con el suelo y el entorno en el que se desarrollará el producto turístico, representa salud y estabilidad.

Negro: Relacionado con la elegancia, el secreto y el misterio, asociado a la raíz de los Puruhaes y los Duchicelas quienes habitaron este pueblo milenario.

3) Estrategia 1. Exclusividad del servicio.

El producto de turismo rural comunitario se ha estructurado en base a las preferencias del perfil del turista nacional y extranjero quienes se sienten atraídos por vivir experiencias en torno al estilo de vida de las comunidades indígenas, permitiendo al producto:

- ✓ Establecer la interrelación entre el participante, la naturaleza, cultura y tradición.
- ✓ Interpretar y disfrutar los distintos atractivos turísticos naturales y culturales.
- ✓ Presentar al CT Pucará Tambo como un prestador de servicio turístico de calidad.
- ✓ Permitir a la parroquia formarse como un nuevo ícono de turismo local, nacional e internacional.
- ✓ Incentivar a los habitantes de la parroquia a generar ingresos económicos adicionales.

4) Estrategia 2. Mejoramiento del equipamiento para un servicio interpretativo de calidad.

Por el uso constante y en el transcurso de los años el equipamiento tiende a desgastarse por lo que se plantea las siguientes estrategias:

- ✓ Mantenimiento y adecuación constante y pertinente a los medios interpretativos del museo, literas, camas y comedor del CT Pucará Tambo, haciéndola más atractiva y amena para el servicio.
- ✓ Mejorar constantemente la decoración y los medios que serán de utilidad para el proceso interpretativo, dando la oportunidad de recibir y satisfacer a audiencias con capacidades especiales.

5) Estrategia 3. Evaluación permanente del servicio prestado por la operadora

Con el objeto de garantizar la calidad del servicio prestado por la operadora, así como para mantener la imagen del mismo y asegurar la promoción de boca en boca por parte de los visitantes que ya hicieron uso de nuestros servicios, se propone tomar en consideración lo siguiente:

Tabla 91: Evaluación del proceso de operación

PROCESO DE OPERACIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN	RESPONSABLE	HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN
Guianza	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel de conocimientos. ✓ Técnicas de guiar ✓ Interpretación cultural ✓ Manejo de grupo, atento a las necesidades de los participantes. 	Coordinador	Hoja de evaluación para el visitante
Calidad del servicio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Satisfacción de los visitantes al finalizar el recorrido. ✓ Material utilizado para el desarrollo de actividades conjuntas. 		
Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limpieza ✓ Puntualidad ✓ Uso de productos tradicionales ✓ Frescura 	Coordinador y personal de cocina	Ficha de inspección del área de alimentos
Áreas interpretativas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Infraestructura en buen estado ✓ Limpieza para cada visita 	Rotativo: coordinador, guía interprete	Ficha de evaluación de áreas
Sitios de visita en las comunidades	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Puntualidad ✓ Claridad en la explicación ✓ Amabilidad ✓ Comodidad ✓ Limpieza 		Ficha de evaluación de las rutas de interpretación.

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

6) Estrategia 4. Conservación de las áreas usadas para el desarrollo de actividades propuestas por la operadora.

Uno de los ejes primordiales del centro es promover el respeto y valoración a la cultura y naturaleza, manteniendo la armonía entre el turista y la comunidad, por lo que se propone:

- ✓ Poner mayor atención y priorizar la relación del turista con el poblador local, utilizando el idioma nativo y acogiendo actitudes de relación armónica con la naturaleza y cultura.
- ✓ Comunicar las normas de comportamiento del turista en el área de visita para prevenir y disminuir los posibles impactos socioculturales o ambientales.

b. Costo**1) Estrategia 1. De promoción y venta**

Con el fin de promover la visita al centro se propone la creación de incentivos a través de descuentos en fechas especiales o regalías por grupo de visita.

- ✓ Gratuidad de 1 persona por grupos de más de 15 pax.
- ✓ Descuento del 5% en el total, para grupos de estudiantes y personas con capacidades especiales.

2) Estrategia 2. Políticas de cobro, formas de pago y devoluciones.

- ✓ Para confirmar la reservación, el cliente deberá cancelar el 50% inicialmente y el restante 50% hasta el inicio de las actividades del primer día.
- ✓ Los pagos se podrán realizar mediante depósitos bancarios o en efectivo.
- ✓ El depósito se lo realiza únicamente en la cuenta bancaria autorizada por la operadora.
- ✓ El paquete que fuere cancelado hasta con 2 semanas de anticipación, se reembolsará el efectivo con un porcentaje de retención del servicio del 10%.
- ✓ El paquete que fuere cancelado con menos de 2 semanas de anticipación, se reembolsará el efectivo con un porcentaje de retención del servicio del 20%.
- ✓ Los servicios ofrecidos en los paquetes que no fueren cumplidas por circunstancias de la naturaleza, no admitirán devoluciones.

3) Estrategia 3. Actualización de precios.

La actualización de los precios de paquetes se realizará anualmente tomando en consideración los costos de operación y precios de competencias.

4) Estrategia 4. Elaboración de tarifarios.

Las tarifas han sido estructuradas en base a la competencia, estudio de la demanda y análisis de costos, de tal forma que sean accesibles en el mercado y generen ingresos rentables para el establecimiento.

Tabla 92: Tarifario

PRODUCTO	PRECIO			INCLUYE
	1 – 2 Pax	4 – 6 Pax	8 – 10 Pax	
Paquete 1: Cacha, tradición y cultura	\$160,00	\$75,00	\$62,00	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte: recorrido dentro de la parroquia. ✓ 2 Desayunos ✓ 1 Almuerzo ✓ 1 Cena ✓ 1 Box Lunch ✓ Guía nativo ✓ Hospedaje ✓ Souvenir
Paquete 2: Senderos al Chuyuk	\$115,00	\$65,00	\$56,00	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte: recorrido dentro de la parroquia. ✓ 2 Desayunos ✓ 1 Almuerzo ✓ 1 Cena ✓ 1 Box Lunch ✓ Guía nativo ✓ Hospedaje ✓ Planta nativa ✓ Souvenir
Paquete 3: Convivencia Comunitaria	\$78,00	\$33,00	\$23,00	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 Desayunos ✓ 1 Almuerzo ✓ Implementos e ingredientes ✓ Guía nativo ✓ Yachak ✓ Souvenir
Paquete 4: Puruwa Ñan	\$72,00	\$32,00	\$25,00	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 Desayunos ✓ 1 Box Lunch ✓ 1 Almuerzo ✓ Guía nativo ✓ Souvenir

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

c. Conveniencia

1) Estrategia 1. Alianza con instituciones

Se propone la alternativa de tomar contacto con las autoridades de los centros educativos primarios y secundarios, como una forma de complementar o fortalecer las temáticas recibidas en el aula, además de buscar alianzas con organismos internacionales para promover y ampliar el nivel de beneficios de la operadora hacia las comunidades.

2) **Plan de comercialización**

- ✓ Se trabajará constantemente con los colaboradores directos e indirectos de la operadora, en la definición clara de la visión y misión del producto a establecerse.
- ✓ Incorporar el tema de buenas prácticas y sostenibilidad, con el fin de llegar a aquellos viajeros responsables que compren este tipo de producto.
- ✓ Diseñar medios publicitarios en base a los resultados del estudio de demanda nacional y extranjera.

Tabla 93: Plan de comercialización

OBJETIVO: Incrementar la demanda nacional e internacional para el producto turístico.				
TARGET	CANAL	TÁCTICA	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	MEDIOS PUBLICITARIOS
Turistas nacionales: Guayaquil, Quito, Riobamba, Ambato Turistas extranjeros: Estados Unidos, Australia, Alemania, Francia	DIRECTO	<ul style="list-style-type: none"> • Venta directa del producto desde las instalaciones de la operadora. • Participación en ferias y eventos de turismo. • Apertura a la organización de eventos culturales. • Visita a instituciones públicas y privadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto directo entre el prestador del servicio y consumidor. • Facilitar información clara y precisa del producto ofertado. • Disponer de material publicitario. • Concretar la venta proporcionando facilidades y servicios necesarios al gusto del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Web site • Redes sociales • Tarjetas de presentación • Spots publicitarios en radio. • Trípticos.
	INDIRECTO	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar alianzas con redes de turismo comunitario provincial y nacional. • Alianzas interinstitucionales con entidades públicas (MINTUR, MAE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear convenio que beneficien a las partes involucradas. • Participar de manera activa con los distintos organismos públicos y privados vinculados al turismo de la zona. • Elaborar acuerdos comerciales: formas de pago, comisiones, descuentos, etc. 	

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

d. Comunicación

1) Estrategia 1. Promoción en la web y redes sociales

La operadora cuenta con una página web en la cual se ofertan los atractivos, actividades y servicios del producto turístico, la cual mantiene actualizaciones periódicas, con la dirección de www.cachaturismo.com, así como una cuenta en la red social Facebook, para brindar un mejor servicio al segmento extranjero se propone la creación de cuentas en el idioma Inglés. A través de estos medios se enlazarán también con amigos e instituciones que puedan visitar y hacer uso de los servicios ofertados.

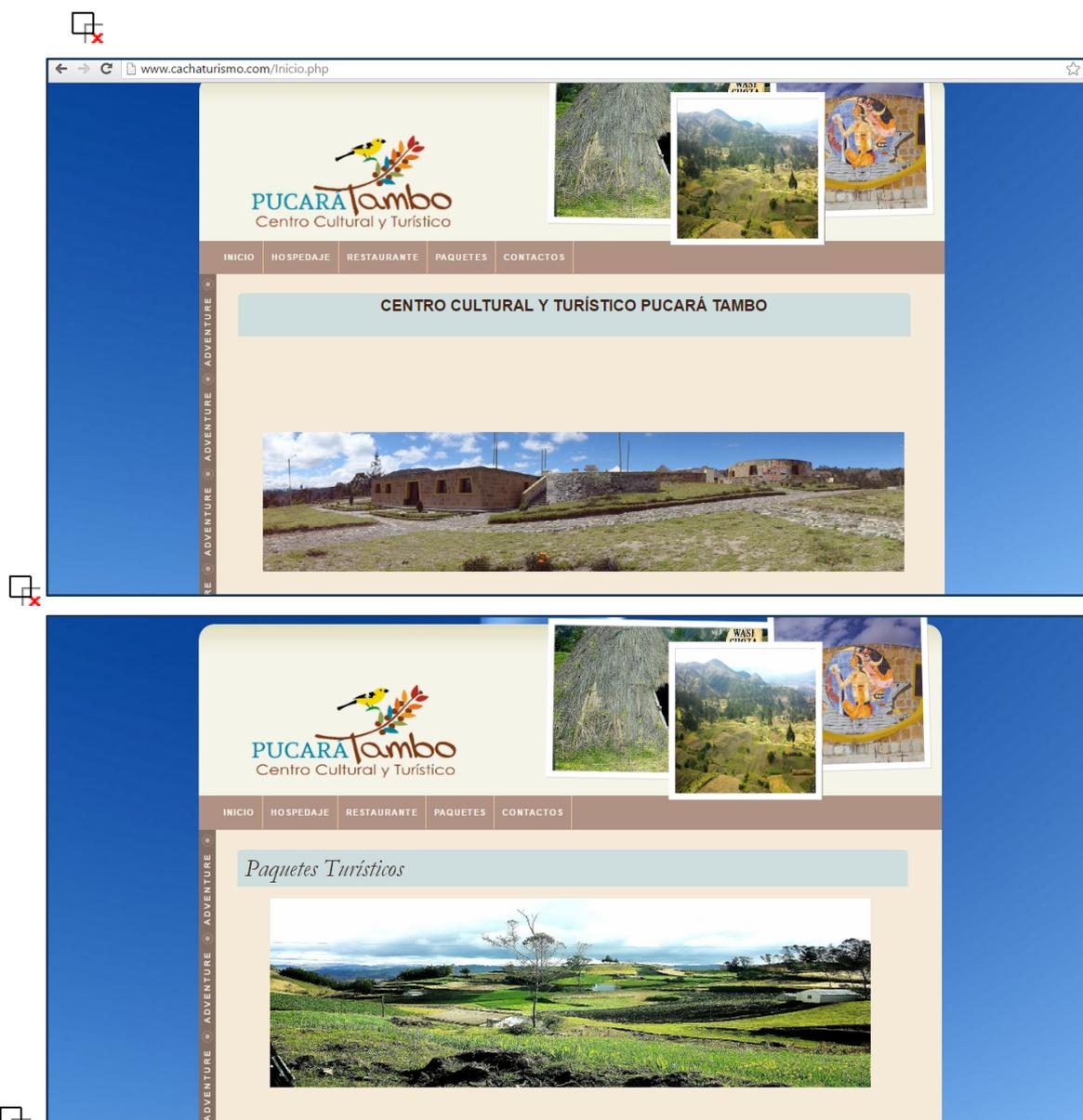


Figura 64. Página Web

Realizado por: Laura Sucuy

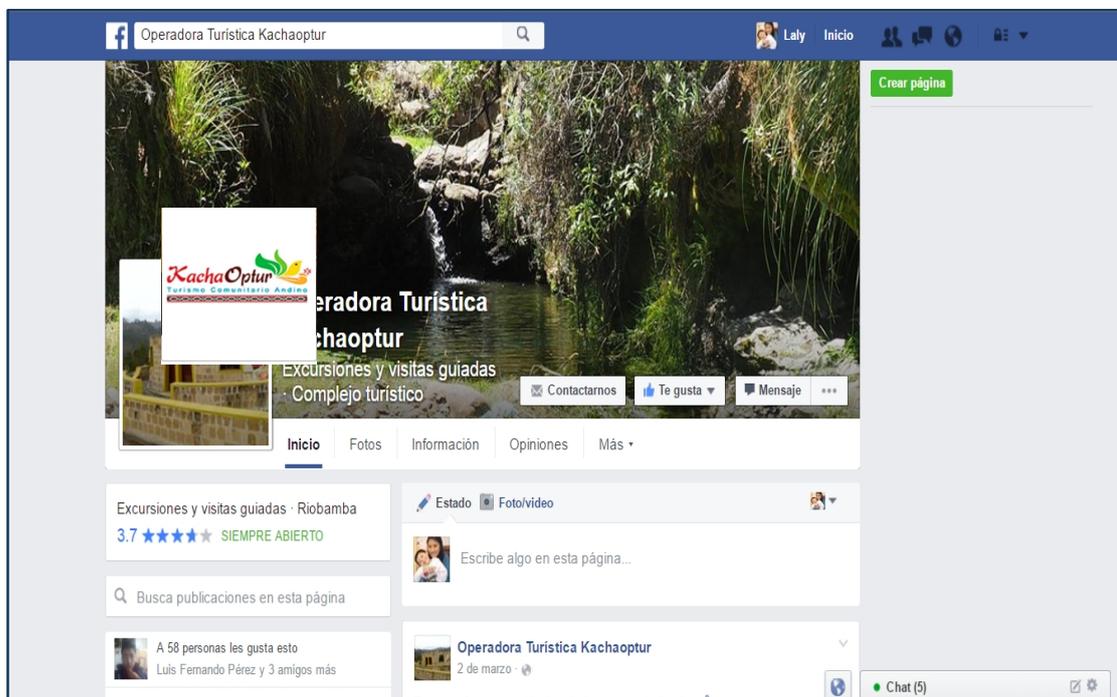


Figura 65. Red Social Facebook

Realizado por: Laura Sucuy

2) Estrategia 2. Elaboración de trípticos y afiches

Serán útiles para ser distribuidos en hoteles, restaurantes, unidades educativas, instituciones públicas y privadas, centros de información turística y clientes.









Centro Turístico Pucará Tambo

Parroquia Cacha - Comunidad Machángara -
Riobamba

Teléfono: 03 3 030 501 - 03 2 961 599
0985658802 - 0997744752
ctc.pucaratambo@hotmail.com




CACHA, SITIO ANCESTRAL DE LA CULTURA PURUWA




CACHA - RIOBAMBA
ECUADOR

Hospedaje Habitaciones:



Simples
Dobles y triples
Baño privado



Alimentación

Platos típicos y menú abierto



Tierra y cuna de los reyes Puruwá Duchicelas, sitio estratégico de defensa y establecimiento del palacio de los régulos Puruwas, Cacha con una gran riqueza histórico-cultural y natural, viene trabajando en el ámbito turístico a través de este centro, aportando así en el desarrollo de este pueblo milenario



Servicios turísticos y culturales:

Museo etnográfico
Cabañas de hospedaje
Restaurante
Plaza ceremonial





Paquetes turísticos:

Convivencia Comunitaria
Cacha, Cultura y tradición
Senderos al Chuyug
Puruwa Ñan





Centro Turístico Pucará Tambo

Parroquia Cacha - Comunidad Machángara -
Riobamba

Teléfono: 03 3 030 501 - 03 2 961 599
0985658802 - 0997744752

Figura 66. Diseño de trípticos
Realizado por: Laura Sucuy

 **Turismo Comunitario Andino**
CENTRO CULTURAL Y TURÍSTICO PUCARÁ TAMBO

Pueblo milenario de la nacionalidad Puruwá

Cacha
 Tierra y cuna de los reyes Duchicelas, sitio estratégico de defensa y establecimiento del palacio de los ré-gulos Puruwaes, Cacha con una gran riqueza histórico-cultural y natural viene trabajando en el ámbito turístico a través de este centro, aportando así en el desarrollo de este pueblo milenario. [Más detalles...](#)

Servicios Turísticos y Culturales


 * Museo Etnográfico
 * Cabañas de hospedaje


 * Restaurante
 * Almacén de artesanías
 * Plaza ceremonial

Hospedaje

Habitaciones:
 * Simples
 * Dobles y triples (con literas)

Alimentación

Desayuno, almuerzo, cena
 Platos típicos y menú abierto




Paquetes Turísticos


 * Ruta Ñawpayachay riksina – Conociendo las tradiciones
 * Ruta Pakcha purina (trekking)
 * Ruta Puruwá Ñan - Camino de los Puruwaes (trekking)
 * Ruta de las iglesias y artesanías
 * Paquete Ayllu Kausaywa – Vivencia comunitaria
 * Paquete Runa Kawsay (2 días) [Más detalles...](#)




Datos del lugar

Dirección: Parroquia Cacha, Comunidad Machángara
 A 11 km de Riobamba

Teléfono: 03 303 0501 032 961 599

Celular:
 0985658802 (Segundo Sucuy—Administrador)
 0997744752 (Ángela Huilcarema—Coordinadora)

 [Más detalles...](#)

Para quitar el nombre de la lista de distribución de correo, [haga clic aquí.](#)

Si tiene preguntas o comentarios, escribanos un correo electrónico a la siguiente dirección:
 ctc.pucaratambo@hotmail.com - www.cachaturismo.com

Figura 67. Afiches

Realizado por: Laura Sucuy

3) Estrategia 3. Tarjetas de presentación

Permitirá la identificación y fortalecimiento de la imagen de la Operadora.



Figura 68. Tarjeta de presentación

Realizado por: Laura Sucuy

4) Estrategia 4. Souvenirs

La entrega de un souvenir permitirá al visitante asociar el recuerdo a las experiencias vividas en la parroquia Cacha y recordarlas cada vez que vea el objeto.



Figura 69. Porta vasija

Realizado por: Laura Sucuy



Figura 70. Gorras

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 94: Presupuesto Marketing Mix

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Diseño de Imagen Corporativa	u	1	30,00	30,00
Diseño de Página web	u	1	300,00	300,00
Dominio de Página web	u	1	150,00	150,00
Trípticos	u	1000	0,14	140,00
Afiches	u	1000	0,16	160,00
Tarjetas de presentación	u	1000	0,10	100,00
Gorras	u	500	3,00	1.500,00
Porta vasos	u	500	2,00	1.000,00
Vasijas en miniatura	u	500	1,50	750,00
TOTAL				4.130,00

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

D. VIABILIDAD AMBIENTAL PARA EL PRODUCTO

1. Matriz de Lázaro Lagos

A través del uso de la matriz causa – efecto de Lázaro Lagos se pretende analizar los posibles impactos que se producirían al implementarse el producto turístico en la parroquia Cacha, permitiendo indagar acciones que pudieran causar impactos en los componentes agua, aire, suelo, flora, fauna, socio-económico y paisaje.

Según la naturaleza de afectación se marcó con signo (+) si el impacto es positivo caso contrario se marcó con signo (-) esto permitió confrontar los impactos que se generan frente a las acciones que perturban a los componentes ambientales, relacionando los impactos con las acciones. Una vez llenadas las cuadrillas se asignaron valores de acuerdo al criterio de evaluación establecido.

Tabla 95: Matriz Causa – Efecto

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Interpretación ambiental	2. Implementación de señalética	3. Mejoramiento y apertura de senderos	4. Tránsito en el sendero	5. Observación de flora y fauna	6. Participación en actividades productivas	7. Participación en actividades culturales	8. Creación de fuentes de empleo	9. Operación turística	10. Promoción turística		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo de aparecer	9. Considerando el proyecto	10. Ponderación
A. AIRE						x	x		x		Aumento de gases contaminantes por la presencia de vehículos motorizados	(-)	1	1	I	Ac	1	1	M	N	3
B. SUELO	x		x	x	x	x					Compactación del suelo	(-)	1	2	C	Pr	1	1	C	S	4
		x	x	x		x	x				Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	1	2	C	Ac	2	1	M	S	5
	x	x	x	x				x	x	x	Mejoramiento de vías de acceso para los atractivos	(+)	2	2	D	Sc	1	2	C	S	7
C. AGUA						x	x		x		Incremento del consumo de agua en establecimientos turísticos	(-)	2	2	D	Pr	2	2	C	S	8
						x	x		x		Incremento en la generación de aguas servidas	(-)	1	2	D	Pr	2	2	C	S	6
	x		x						x	x	Conservación de fuentes de agua	(+)	2	2	D	Sc	2	2	L	S	8
D. FLORA Y FAUNA		x	x	x	x	x			x		Extracción y tráfico de especies	(-)	1	2	I	Ac	1	1	M	N	4
	x	x	x	x	x	x			x		Perturbación de especies por ruido	(-)	1	1	I	Ac	1	1	M	N	3
	x			x	x	x			x		Protección a especies de fauna	(+)	1	1	I	Sc	1	1	M	S	3
E. SOCIO-ECONÓMICO	x	x					x		x	x	Concientización a cerca de la importancia de mantener la identidad cultural	(+)	2	2	D	Pr	2	2	L	S	8
	x	x		x	x				x	x	Concientización a cerca de la importancia de conservar la flora y fauna	(+)	2	2	D	Pr	2	2	L	S	8
	x	x	x	x				x	x	x	Concientización para el cuidado de escenarios en los pobladores	(+)	2	2	D	Pr	2	2	L	S	8
	x			x		x	x	x	x		Intercambio cultural	(+)	1	1	D	Sc	2	2	C	S	5
	x	x	x			x	x	x	x	x	Dinamización de la economía local	(+)	1	2	D	Ac	2	2	C	S	6
F. PAISAJE	x	x	x	x				x	x	x	Conservación de escenarios	(+)	1	2	D	Sc	2	2	M	S	6
		x	x	x		x	x		x		Generación y eliminación de basura	(-)	1	2	I	Sc	2	1	C	S	5
	x	x	x	x		x	x		x	x	Diversificación del potencial turístico	(+)	2	2	C	Pr	2	2	M	S	8

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 96: Matriz de cuantificación de impactos ambientales

COMPONENTE AMBIENTAL	ACTIVIDADES										TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
A						-3	-3		-3			-9	-9
B	-4 +7	-5 +7	-4 -5 +7	-4 -5 +7	-4	-4 -5	-5	+7	+7	+7	49	-45	4
C	+8		+8			-8 -6	-8 -6		-8 -6 +8	+8	32	-42	-10
D	-3 +3	-4 -3	-4 -3	-4 -3 +3	-4 -3 +3	-4 -3 +3			-4 -3 +3		15	-45	-30
E	+8 +8 +8 +5 +6	+8 +8 +8 +6	+8 +6	+8 +8 +5	+8	+5 +6	+8 +5 +6	+8 +5 +6	+8 +8 +8 +5 +6	+8 +8 +8 +6	222	-0	222
F	+6 +8	+6 -5 +8	+6 -5 +8	+6 -5 +8		-5 +8	-5 +8	+6	+6 -5 +8	+6 +8	106	-30	76
TOTAL (+)	67	51	43	45	11	22	27	32	67	59	424		
TOTAL (-)	-7	-17	-21	-21	-11	-38	-27	-0	-29	-0		-171	
TOTAL	60	34	22	24	0	-16	0	32	38	59			253

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

a. Análisis de la Matriz de Lázaro Lagos

Identificando que los impactos positivos son mayores (424) que los negativos (171) se determina que la implementación del producto de turismo rural comunitario en la Parroquia Cacha no causará impactos ambientales de gran magnitud, ya que las actividades propuestas para el desarrollo del proyecto incentivan un turismo responsable.

Los impactos positivos son altos y se reflejan en los componentes socio económico (222) y paisaje (106), debido a que las actividades turísticas van enfocadas en el crecimiento socio cultural y económico de las comunidades, a través del aprovechamiento sostenible de los recursos, llevando a cabo actividades como: interpretación ambiental (67), operación turística (67), promoción turística (59), implementación de señalética (51), lo que generaría el mejoramiento de vías de acceso a los atractivos, intercambio cultural, conservación de escenarios, dinamización de la economía local, diversificando el potencial turístico de la zona.

A pesar de las acciones positivas, con la implementación del producto se identifican componentes que resultan afectados por impactos negativos siendo las más susceptibles las siguientes: suelo (-45), flora y fauna (-45), agua (-42) principalmente por la participación en actividades productivas y culturales y la operación turística en sí.

La variable aire es el componente con el ~~más~~ mínimo impacto, sin embargo se debe considerar al momento de desarrollar las actividades en la parroquia, ya que si ésta no se realiza de forma responsable los resultados podrían pasar de mínimo a alto.

b. Acciones para reducir impactos

- 1) Para la reducción de la compactación del suelo se propone la realización de un estudio de capacidad de carga aceptable, es decir la cantidad de personas que podrían estar al mismo tiempo en el mismo lugar, además advertir al visitante el tránsito por el sendero determinado a fin de evitar la compactación en terrenos agrícolas o forestales.
- 2) La implementación de señalética y la apertura de senderos, se realizará bajo un estudio de factibilidad, con el uso adecuado de recursos y materiales en contraste con el medio en el que se desarrolla la actividad, además con fines de conservación y sostenibilidad.
- 3) Al momento de la operación del producto es necesario darle al turista indicaciones, o normas de comportamiento para el trayecto, así como realizar interpretaciones de conservación, de este modo se evitaría la extracción de especies y la perturbación por ruido, de igual forma dar charlas de conservación a los pobladores locales.

- 4) La operación especialmente dentro de las instalaciones del CT Pucará Tambo es necesario realizarlo con el uso responsable del agua así como por ejemplo colocar obturadores en los grifos, duchas y sanitarios, en caso de ser necesario realizar una campaña para el uso adecuado de este recurso.
 - 5) Indicar a los turistas que queda prohibido arrojar basura en los senderos o durante todo el recorrido, por lo tanto se optará en entregar fundas para guardar los desechos y depositarlos finalmente en los basureros correspondientes, en caso de ser factible se propone realizar un plan de manejo de desechos para aprovechar los mismos.
 - 6) El respeto a la identidad cultural de la población local, los bienes y recursos y a su vez del visitante, será un eje primordial para la operación turística, enfocados en la importancia de mantener sus raíces y escenarios.
- a) Además se propone la implementación de tecnologías limpias en distintas áreas del centro.

Tabla 97: Información del calentador solar de agua

NOMBRE DEL RECURSO:		CALENTADOR SOLAR DE AGUA	
TIPO:	TECNOLOGÍA	RECURSO BASE:	SOL
FOTO			
			
UBICACIÓN			
El calentador solar estará ubicado en un lugar donde capte la mayor cantidad de rayos solares.			
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
El calentador solar de agua consta principalmente de tres partes: el colector solar plano, que se encarga de capturar la energía del sol y transferirla al agua; el termo tanque (115 – 200 litros), donde se almacena el agua caliente; y el sistema de tuberías por donde el agua circula.			
DESCRIPCIÓN			
El calentador solar es un sistema que calienta el agua sólo con energía proveniente del sol y sin consumir gas o electricidad.			

Para que el calentador de agua funcione, el colector solar plano se instala normalmente en el techo de una construcción y orientado de tal manera que quede expuesto a la radiación del sol todo el día.

El colector solar está formado por aletas captadoras conectadas a tubos por donde circula el agua, lo cual permite capturar el calor proveniente de rayos y transferirlo al agua que circula en su interior.

El agua circula por todo el sistema gracias al efecto denominado termosifónico, que provoca la diferencia de temperaturas. El agua caliente es más ligera que la fría y por lo tanto tiende a subir. Esto es lo que sucede entre el colector solar plano y el termo tanque, con lo cual se establece una circulación natural, sin necesidad de ningún equipo de bombeo.

La función del termo tanque, es mantener el agua caliente, por lo que está forrado con un aislante térmico (lana de vidrio) para evitar que se pierda el calor ganado.

Un buen calentador solar de agua puede durar funcionando entre 15 o 20 años, para lo que se recomienda limpiar el colector cada 4 o 6 meses para aumentar su eficiencia y vida útil.

La eficiencia para captar la energía solar es muy elevada en los calentadores solares.

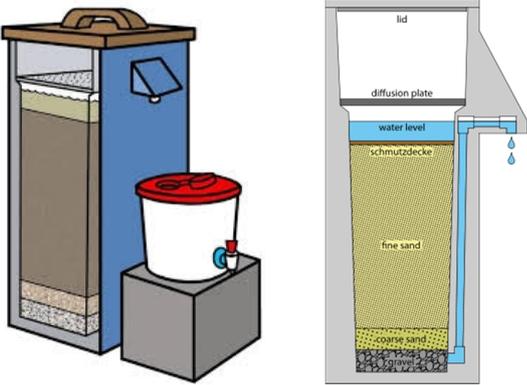
BENEFICIOS

- ✓ Mejoramiento social y autoestima del usuario al mejorar su aseo personal mediante un baño regular.
- ✓ Reducción de emisiones de gas, al eliminar el uso de gas licuado de petróleo para calentar agua.
- ✓ Puede atender el consumo de agua caliente para la ducha de una familia de 4 a 6 personas.
- ✓ Con la instalación de un sistema adecuado a las necesidades, se puede satisfacer la mayor parte de los requerimientos de agua caliente de la instalación, sin tener que pagar combustible.
- ✓ El uso de los calentadores solares permite mejorar de forma importante el entorno ambiental.

Fuente: Sanaguano A, 2011

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 98: Información del filtro de bioarena

NOMBRE DEL RECURSO:		FILTRO DE BIOARENA	
TIPO:	TECNOLOGÍA	RECURSO BASE:	AGUA
FOTO			
			
UBICACIÓN			
Se puede ubicar en un lugar de masiva afluencia.			
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
El filtro estará compuesto por una tapa, espacio para colocar el agua a filtrar, un plato difusor, nivel de agua, capa de arena fina, capa de ripio (1/4 pulgada), capa de ripio (1/2 pulgada), recipiente de vidrio, tubería salida de agua limpia, nariz del filtro por donde sale la tubería.			
DESCRIPCIÓN			
<p>El filtro de bioarena puede asegurar que el agua tendrá las características aptas para lograr su consumo, sin embargo, para resultados definitivos debe ser parte de un sistema, donde se debe incluir el buen manejo del agua y la higiene básica, especialmente de los recipientes usados para almacenar y consumir el agua tratada.</p> <p>Es un recipiente parcialmente lleno de capas de arena y grava de diferentes medidas por las que atraviesa el agua que será purificada. El agua se vierte en la parte superior del filtro, ésta circula por las capas de arena y se recoge limpia a la salida del mismo. Al pasar el agua por la arena se limpia debido a que se dan procesos como: el colado físico (filtrado) mediante el cual se retienen las partes sólidas y se deja pasar el líquido; la retención de las partículas ya que éstas quedan pegadas a la arena (adsorción), la retención de partículas mayores en los inter espacios que quedan entre la arena (sujeción); pero el proceso de más importancia ocurre cuando los microorganismo que se desarrollan en la sección superficial y poco profunda de la arena consumen las bacterias y patógenos que contaminan el agua.</p>			
USOS			
Purificación del agua a bajo costo			
BENEFICIOS			
✓ El agua se purifica gracias al proceso de colado físico, el mismo que permite la eliminación			

de bacterias, virus, protozoos y helmintos entre un 90 – 99,99%, además la destrucción del hierro presente en aguas no purificadas.

- ✓ La gente cuenta con una tecnología a su alcance que garantiza un agua segura que no afecta su salud.
- ✓ Disminuye el trabajo de hervir el agua, ahorro de energía y dinero porque evita la compra de combustible.
- ✓ De fácil acceso y sin trabajo alguno se puede contar con agua fresca y segura.
- ✓ El tomar agua purificada aporta a mejorar la salud, ya que ayuda a la asimilación de los alimentos.
- ✓ Es una tecnología que aprovecha los recursos del entorno y las capacidades locales de la población, ya que es de fácil construcción.

Fuente: Sanaguano A, 2011

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 99: Información de la letrina abonera seca

NOMBRE DEL RECURSO:		LETRINA ABONERA SECA	
TIPO:	TECNOLOGÍA	RECURSO BASE:	BIOMASA
FOTO			
UBICACIÓN			
Se puede remplazar los baños públicos del centro.			
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
Cuenta con dos tapas de baño común, cada una localizada sobre una fosa con separación para la orina y heces. Éstas fosas tendrán la salida por la parte posterior donde se encontrarán ubicadas dos tapas, una para cada fosa; que sirve para retirar el abono cuando todo el espacio donde se deposita las heces se encuentra lleno y descompuesto; para dejarlo nuevamente vacío.			

DESCRIPCIÓN

Un sistema de saneamiento doméstico protege la salubridad de una vivienda individual, pero su diseño puede permitir la liberación de elementos patógenos y contaminar cuerpos o fuentes de agua cercanas, poniendo en peligro la salud de su comunidad.

Este problema sigue aumentando en ciertas zonas donde no disponen de sistemas de alcantarillado. Además, en las zonas rurales los restos son depositados en pozos sépticos dando lugar a que los elementos patógenos se filtren hacia fuentes de agua cercanas o aumentar la proliferación de moscas y otros vectores que producen graves enfermedades.

La letrina abonera seca familiar es diseñada para reutilizar las heces en la agricultura, luego de un proceso de degradación que utiliza aserrín, cal o ceniza.

La letrina abonera seca familiar permite separar las heces de la orina. La orina se conduce por una tubería hacia recipiente afuera de la letrina y las heces permanecen en un depósito cerrado y seco en donde se va transformando en abono. La letrina se construye con dos depósitos para las heces, ya que cuando el primero se llena (después de unos 6-8 meses de uso) se comienza a usar el segundo, y una vez que éste se llene, se vacía el contenido del primero, que para ese momento estará totalmente convertido en abono.

La letrina puede ser utilizada en forma continua únicamente alternando el uso de uno a otro depósito. Para hacer el cambio de depósito, sólo se traslada la tasa al que se encuentra vacío y el lleno quede bien guardado y seco hasta el momento en que toca sacarlo.

Una vez que el depósito se encuentra lleno con las heces y el material secante, hay que dejarlo reposar por seis meses. La materia se transforma en un buen abono orgánico, que no sólo aporta nutrientes sino ayuda a mejorar las características del suelo.

USOS

Esta tecnología puede ser construida en zonas que tengan o no alcantarillado. Si se utiliza correctamente, este sistema de letrina puede constituir una excelente opción para reciclar las heces humanas, por medio de programas sostenidos de capacitación y educación de los usuarios y de un cuidadoso seguimiento de uso.

BENEFICIOS

- ✓ Las heces en la letrina se transforman en abono estando bien secas, es decir, que es necesario evitar cualquier ingreso de humedad, ni siquiera el de la propia orina. Para asegurar que las heces se sequen, cada vez que se usa la letrina es necesario agregar tierra seca con cal o con ceniza. Esto provoca que los microbios causantes de enfermedades, que se encuentran en las heces se mueran. A este proceso se denomina “desección alcalina”
- ✓ Los desechos producidos por el cuerpo, al ser descompuestos en esta letrina, pueden tener su uso final en la agricultura.
- ✓ Es una tecnología de fácil construcción

- ✓ Se evita el consumo excesivo de agua como ocurre con inodoros convencionales
- ✓ Excelente opción en zonas con poca disponibilidad de agua

Fuente: Sanaguano A, 2011

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 100: Información del huerto agroecológico

NOMBRE DEL RECURSO:		HUERTO AGROECOLÓGICO	
TIPO:	TECNOLOGÍA	RECURSO BASE:	TIERRA
FOTO			
			
UBICACIÓN			
Se dará el mejoramiento al huerto familiar que se encuentra en la parte posterior del centro.			
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
<p>El huerto agroecológico tiene como singularidad la formación de microclimas para brindar mejores condiciones a los cultivos, ya que con esta forma de cultivo se protege los sembríos de fuertes vientos y de las heladas, para lo cual se sembrará una primera fila de árboles de aliso y acacias formando cuadrados; una segunda capa con plantas más pequeñas como: lupina, tilo y malva que son arbustos que producen buena cantidad de materia vegetal, para cubrir los cultivos con lo cual se conserva la humedad y a largo plazo se recupera la fertilidad del suelo; dentro de cada cuadrado también se sembrarán árboles frutales de tomate de árbol, higo y otros. Finalmente en el interior se sembrarán papas, maíz y hortalizas.</p>			
DESCRIPCIÓN			
<p>En este tipo de producción se trata de replicar la estructura de las plantas que se encuentra en cualquier bosque natural. Por esta razón se siembran varios tipos de plantas formando pequeños cuadrados, lo que permite formar microclimas con características mejores para los sembríos. Es así que en cada cuadrado se protegerán con árboles nativos y arbustos; también se dividirán en filas donde se sembrarán árboles frutales, finalmente en los espacios que quedan se procede con los sembríos habituales.</p>			
USOS			

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sembríos orgánicos. ✓ Diversificación de cultivos. ✓ Recuperación de prácticas ancestrales.
BENEFICIOS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recuperación de la fertilidad del suelo. ✓ Al contar con diversidad de especies el suelo se mantiene cubierto y con mayor humedad. ✓ Los árboles actúan como cortinas rompevientos lo que permite que al interior se forme un clima menos frío, lo que sirve de protección a los cultivos de la erosión provocada por el viento o las heladas. ✓ Los arbustos que forman la segunda capa de cada cuadrado, contribuyen al cultivo, con el forraje de sus ramas, que se obtiene luego de ser podadas, el mismo que debe ser usado para cubrir el cultivo, ya que actúa como abono verde. ✓ Se recupera la soberanía alimentaria porque se recuperan prácticas con semillas casi en desuso. ✓ Mejora la calidad de los productos que se utilizan en la alimentación.

Fuente: Sanaguano A, 2011

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 101: Costo para las tecnologías limpias

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Calentador solar de agua	1	350,00	350,00
Filtro de bioarena	1	50,00	50,00
Letrina abonera seca	1	400,00	400,00
Huerto agroecológico	1	200,00	200,00
TOTAL			1.000,00

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

E. VIABILIDAD LEGAL ADMINISTRATIVO PARA LA OPERACIÓN

1. Estudio legal

a. Constitución de la República del Ecuador

Se toma como referencia los artículos de la Constitución de la República del Ecuador aprobada el 28 de Septiembre de 2008:

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

- ✓ Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.
- ✓ Proteger el patrimonio natural y cultural del país.
- ✓ Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación, esparcimiento y tiempo libre.

Art. 33.- El trabajo es un derecho, un deber social y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, equidad, eficiencia y transparencia, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada.

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas de conformidad con la Constitución y demás instrumentos internacionales de derechos humanos:

- ✓ Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
- ✓ Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.
- ✓ Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural.
- ✓ Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador.

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Art. 213.- Las superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general.

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.

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. 339.- El estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. Las inversiones se orientarán con criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica y generación de equilibrios regionales y sectoriales.

Art. 400.- El estado ejercerá la soberanía sobre la biodiversidad cuya administración y gestión se realizará con responsabilidad intergeneracional.

Art. 411.- El estado garantizará la conservación, recuperación y manejo integral de los recursos hídricos, cuencas hidrográficas y caudales ecológicos asociados al ciclo hidrológico. Se regulará toda actividad que pueda afectar la calidad y cantidad de agua y el equilibrio de los ecosistemas, en especial en las fuentes y zonas de recarga de agua.

b. Ley de Compañías

DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA

1. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- Es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144. Se administrará por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta entidad deberá contener la indicación de “compañía anónima” o “sociedad anónima”. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

2. DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre conyugues ni entre padres e hijos no emancipados.

3. DE LA FUNDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 146.- *Se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.*

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato.

2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
3. El objeto social, debidamente concretado.
4. Su denominación y duración.
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital.
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado.
7. El domicilio de la compañía.
8. La forma de administración y las facultades de los administradores.
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales.
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.
11. Las normas de reparto de utilidades.
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente.
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

4. DEL CAPITAL Y DE LAS ACCIONES

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente.

5. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PROMOTORES, FUNDADORES Y ACCIONISTAS

Art. 200.- Las compañías anónimas considerarán como socio al inscrito como tal en el libro de acciones y accionistas.

Art. 201.- Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeran para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución.

Son de su cuenta y riesgo los actos y gastos necesarios para la constitución de la compañía. Si no llegare a constituirse por cualquier causa, no pueden repetirlos contra los suscriptores de acciones y estarán obligados a la restitución de todas las sumas que hubieren recibido de éstos.

Art. 202. Los fundadores y promotores están obligados a realizar todo lo necesario para la constitución legal y definitiva de la compañía y a entregar a los administradores todos los documentos y la correspondencia relativos a dicha constitución.

Deberán entregar también los bienes en especie y el dinero recibido en pago de la integración inicial de las acciones. Los administradores exigirán el cumplimiento de estas obligaciones a los fundadores y promotores.

6. DE LA JUNTA GENERAL

Art. 230.- La junta general formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Art. 231.- La junta general tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.

7. DE LA ADMINISTRACIÓN Y DE LOS AGENTES DE LA COMPAÑÍA

Art. 251.- El contrato social fijará la estructura administrativa de la compañía.

Art. 252.- La Superintendencia de Compañías no aprobará la constitución de una compañía anónima si del contrato social no aparece claramente determinado quién o quiénes tienen su representación judicial y extrajudicial. Esta representación podrá ser confiada a directores, gerentes, administradores u otros agentes. Si la representación recayere sobre un organismo social, éste actuará por medio de un presidente.

Art. 256.- Los administradores son solidariamente responsables para con la compañía y terceros:

- ✓ De la verdad del capital suscrito y de la verdad de la entrega de los bienes aportados por los accionistas.
- ✓ De la existencia real de los dividendos declarados.
- ✓ De la existencia y exactitud de los libros de la compañía.
- ✓ Del exacto cumplimiento de los acuerdos de las juntas generales.

- ✓ En general, del cumplimiento de las formalidades prescritas por la Ley para la existencia de la compañía.

La responsabilidad establecida en los cuatro primeros numerales que preceden se limita a los administradores en sus respectivos períodos.

8. DE LOS BALANCES

Art. 289.- Los administradores de la compañía están obligados a elaborar, en el plazo máximo de tres meses contados desde el cierre del ejercicio económico anual, el balance general, el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y la propuesta de distribución de beneficios y presentarlos a consideración de la junta general con la memoria explicativa de la gestión y situación económica y financiera de la compañía.

c. Ley de turismo del Ecuador

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- ✓ La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- ✓ La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- ✓ La iniciativa y participación comunitaria indígena, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- ✓ 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.
- ✓ Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- ✓ Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- ✓ Fomentar e incentivar el turismo interno.

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LA EJERCEN

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

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones;

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

1) Registro de turismo para Agencias de viajes Operadoras

Se deberá realizar en el Ministerio de Turismo por una sola vez en la oficina regional correspondiente o en su oficina nacional. Los requisitos son:

- ✓ Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatuto, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- ✓ Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante.
- ✓ Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- ✓ Original Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
- ✓ Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación: Para agencias de viajes operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.
- ✓ Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de

capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.

- ✓ Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.
- ✓ Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos

Art. 10.- El ministerio de turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- ✓ Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley.
- ✓ Dar publicidad a su categoría.
- ✓ Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.
- ✓ Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.
- ✓ No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

2) Licencia Única Anual de Funcionamiento

La licencia Anual de funcionamiento constituye la autorización legal otorgada por el Municipio del cantón, a los establecimientos turísticos, que acredite la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas de calidad vigentes sin el cual no puede operar dentro de la jurisdicción del cantón. Previo a la obtención de esta Licencia, toda persona natural o jurídica que preste servicios turísticos deberá satisfacer el valor de la tasa correspondiente fijada en la ordenanza municipal. Los valores serán destinados al cumplimiento de los objetivos y fines tendientes al desarrollo del turismo local.

a) Requisitos:

Los Establecimientos que soliciten por primera vez la Licencia Anual de Funcionamiento (LUAF), deberán presentar el CERTIFICADO DE REGISTRO que será otorgado por el Ministerio de Turismo a través de la Dirección de Turismo de la ciudad.

Los establecimientos que ofrecen Alojamiento, Alimentos y Bebidas, deberán adjuntar los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud de Registro.
- ✓ Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- ✓ Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.).
- ✓ Copia de la cédula de identidad, a color.
- ✓ Copia de la última papeleta de votación, a color.
- ✓ Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar nombre comercial.
- ✓ Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- ✓ Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento de local, debidamente legalizado.
- ✓ Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia).
- ✓ Declaración de activos fijos para cancelación de uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- ✓ Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

Las Agencias de Viaje, deberán adjuntar los documentos que se detallaron para el registro de turismo.

Art.12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

DEL CONCEJO CONSULTIVO DE TURISMO

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

PATRIMONIO AUTÓNOMO

Art. 39.- Para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, constituido a través de la suscripción de un contrato irrevocable de fideicomiso mercantil, siendo el Estado el constituyente y beneficiario del mismo.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

d. Ley de Régimen Tributario Interno

Art. 1.- Objeto del impuesto.- Establécese el Impuesto a la Renta Global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

Art. 2.- Concepto de Renta.- Para efectos de este impuesto se considera renta:

Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito u oneroso, bien sea que provengan del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios.

Art. 8.- Ingreso de fuente ecuatoriana.- Se considerarán de fuente ecuatoriana los siguientes ingresos:

Los que perciban los ecuatorianos y extranjeros por actividades laborales, profesionales, comerciales industriales, agropecuarias, mineras, de servicios y otras de carácter económico realizadas en territorio ecuatoriano, salvo los percibidos por personas naturales no residentes en el país por servicios ocasionales prestados en el Ecuador, cuando su remuneración u honorarios son pagados por sociedades extranjeras y forman parte de los ingresos percibidos por ésta, sujetos a retención en la fuente o exentos; o cuando han sido pagados en el exterior por dichas sociedades extranjeras sin cargo al gasto de sociedades constituidas, domiciliadas o con establecimiento permanente en el Ecuador.

Art. 10.- Deducciones.- En general, para determinar la base imponible sujeta a este impuesto se deducirán los gastos que se efectúen para obtener, mantener y mejorar los ingresos de fuente ecuatoriana que no estén exentos. En particular se aplicarán las siguientes deducciones:

Los gastos de viaje y estadía necesarios para la generación del ingreso, no podrán exceder del tres por ciento (3%) del ingreso gravado del ejercicio; y, en el caso de sociedades nuevas, la deducción será aplicada por la totalidad de estos gastos durante los dos primeros años de operaciones.

Art. 20.- Obligación de Llevar Contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales que realicen actividades empresariales en el Ecuador y que operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

e. Cuadro resumen del estudio legal

Tabla 102: Resumen del Estudio legal

LEY	ARTÍCULO	CONTRIBUCIÓN AL PROYECTO
Constitución de la República del Ecuador	Art. 14.- Garantizar la sostenibilidad y el buen vivir, <i>sumak kawsay</i> .	Por ningún motivo Kacha Optur modificará en cualquier aspecto el paisaje donde se realizará la operación del producto, a fin de garantizar el <i>Sumak Kawsay</i> de la población.
	Art. 33. 34.- El trabajo y seguridad social.	La operadora abrirá fuentes de empleo para los habitantes de la parroquia, con todos los derechos correspondientes.
	Art. 52, 54.- Bienes y servicios de calidad, publicidad veraz y oportuna.	La operadora será responsable del cumplimiento de la publicidad realizada y garantizará un servicio de calidad.
	Art. 57, 71, 319.- Mantener y desarrollar libremente su identidad, sus prácticas de manejo de la biodiversidad, preservar su patrimonio y sus formas de organización.	Durante la operación del producto se fomentará el respeto a la identidad cultural, a la Pacha Mama y a sus recursos.
	Art. 213.- Las superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas.	Kacha Optur S.A. se sujetará a la disposición de la superintendencia debido a que es constituida como una compañía privada.
	Art. 339.- El estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras.	La familia Duchicela invierte en la operadora con las utilidades obtenidas en el Instituto CACHAMSI, así como también con los ingresos obtenidos en la operación de los productos.
Ley de Compañías	Art. 143, 144.- Del concepto, características, nombre y domicilio de la compañía.	La compañía se encuentra constituida como OPERADORA TURÍSTICA KACHAOPTUR S.A. Tiene por objeto Dedicarse a cualquiera de las operaciones comprendidas dentro del Nivel 2 del CIU: Actividades de Agencias de viajes, Operadores Turísticos, Servicios de reservas y actividades conexas; Así como también podrá comprender las etapas o fases de producción de bienes/servicios, comercialización, promoción, capacitación, asesoramiento, intermediación, inversión, construcción de la actividad antes mencionada.
	Art. 145.- De la capacidad	La compañía está comparecido por el Sr. Duchicela Santa Cruz Carlos Eduardo, de nacionalidad Ecuatoriana y CACHAMSI S.A. representado por el Sr. Martínez Ruales Pablo Javier, por sus propios y personales derechos.
	Art. 146.- De la fundación de la compañía	La compañía se encuentra constituida bajo la ESCRITURA PÚBLICA No. 20150601004P06410. El plazo de duración de la compañía es de CINCUENTA años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura.

	Art. 160.- Del capital y de las acciones	El capital suscrito es de OCHOCIENTOS dólares de los Estados Unidos de América, dividido en OCHOCIENTOS acciones iguales, indivisibles, ordinarias y nominativas, de UN dólar de los Estados Unidos de América de valor nominal cada una.
	Art. 200, 201, 251, 252.- Derechos y obligaciones de los promotores, fundadores y accionistas. De la administración y de los agentes de la compañía.	Se designan como Presidente de la compañía al señor DUCHICELA SANTA CRUZ CARLOS EDUARDO y como Gerente General de la misma al señor SUCUY AGUAGALLO SEGUNDO ANGEL, respectivamente. El plazo de duración de los indicados Administradores será de CINCO años pudiendo ser reelegidos indefinidamente.
	Art. 230, 231.- De la junta general	La convocatoria a junta general efectuará el Gerente General o el Presidente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los Diarios de mayor circulación de la ciudad, con ocho días de anticipación.
Ley de Turismo del Ecuador	Art. 2, 3.- Concepto y principios de la actividad turística.	Kacha Optur como iniciativa privada invertirá en la generación de empleo dentro de la parroquia y promocionará a nivel nacional.
	Art. 4.- Cumplir los siguientes objetivos de la política estatal con relación al sector del turismo	La operación turística dentro de la parroquia Cacha será comunitaria, además será de su responsabilidad la protección del turista y fomentar la conciencia turística.
	Art. 5.- De las actividades turísticas y de quienes la ejercen	La actividad de Kacha Optur se encuentra dentro de las consideraciones turísticas.
	Art. 8, 9.- Registro de turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento	Contar con estos requisitos acreditará idoneidad del servicio a ofertarse, sujetándose a las normas técnicas y de calidad vigentes que permitirá operar dentro de la jurisdicción.
	Art. 16, 39.- Regulación planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo	Kacha Optur tendrá la obligación de rendir información turística y de actividades al MINTUR, para el correspondiente uso. Además ayudará en la promoción turística.
	Art. 44, 46.- Protección al consumidor de servicios turísticos	La operadora es única responsable de los eventuales daños causados a sus clientes durante la operación y ellos podrán reclamar sus derechos y presentar quejas al Centro de Protección del Turista.
Ley de Régimen Tributario Interno	Art. 1, 2, 8.- Objeto del impuesto y concepto de renta	Es obligación de la operadora someterse al pago de los impuestos, debido a que está generando ingresos económicos sea de fuente ecuatoriana o extranjera por actividades de servicios.
	Art. 20.- Obligación de llevar contabilidad	Como una entidad que realiza actividades empresariales en Ecuador, Kacha Optur está obligada a llevar contabilidad y declarar impuestos.

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

2. Estudio administrativo y de operación

Con el propósito de lograr una labor conjunta entre las áreas que conforman el centro y los actores presentes en las comunidades a operarse, se propone un modelo administrativo con poder, responsabilidades y beneficios compartidos, sostenido en los flujos de comunicación interna de la entidad y flujo de comunicación y coordinación externa a ella.

a. Personal necesario para la operación

El personal necesario para la coordinación y prestación de servicios interpretativos para la operación son:

Tabla 103: Personal necesario para la Operación

ÁREA	RESPONSABILIDAD
Junta general	
Accionistas	Resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y defensa de la compañía.
Área administrativa	
Presidente y Gerente	Administración, representación legal, judicial, extrajudicial y veedor de la estabilidad de la entidad.
Área financiera	
Contador/a	Elaboración de presupuestos anuales de la entidad, realizar compras del material, controla expedientes y billeteaje.
Área técnica	
Operador(a) y/o guía	Encargado de la producción, elaboración y organización de los distintos paquetes turísticos.
Área Comercial y ventas	
Promotor de ventas	Encargada de vender el producto a los consumidores potenciales, control de calidad de los productos comerciales.
Área de contabilidad	
Contador/a	Lleva el control de los ingresos de caja y del libro mayor de la entidad.

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

b. Organigrama estructural de la Operadora

El siguiente organigrama está realizado en base a la propuesta de áreas y personal necesario para una correcta operación.

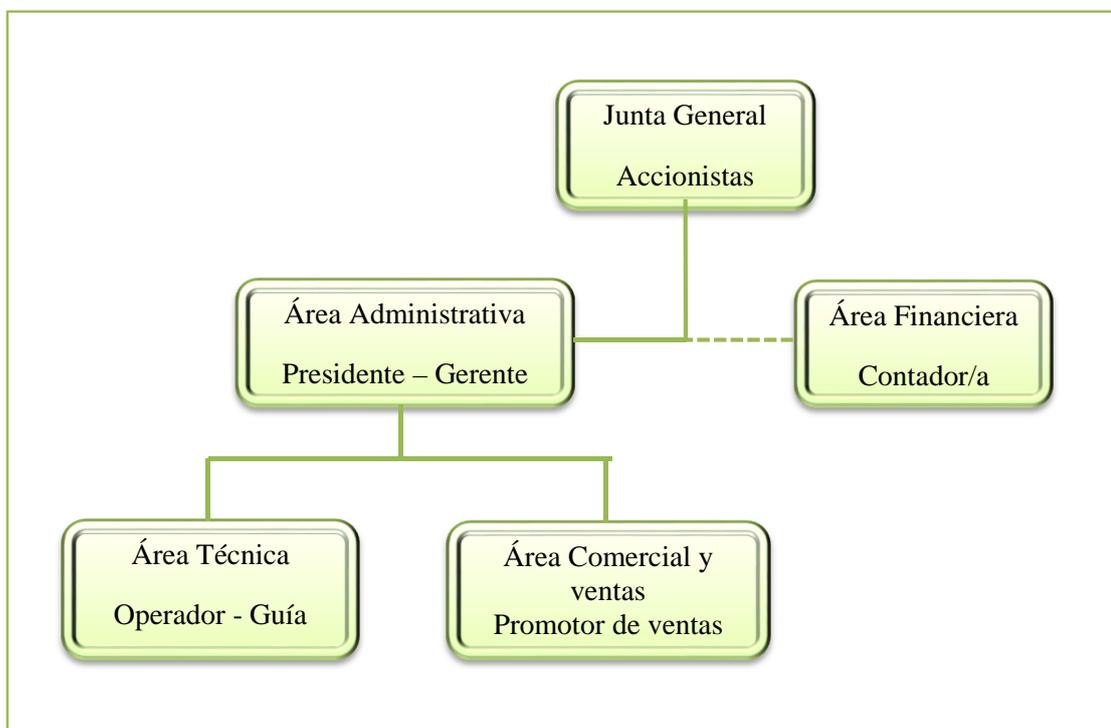


Figura 71. Organigrama Estructural de la Operadora
Realizado por: Laura Sucuy

c. Manual de funciones

Tabla 104: Funciones de los Accionistas

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del puesto	Accionistas
Perfil	Mantener aportaciones pueden ser en dinero o no en este último caso consiste en bienes muebles o inmuebles, de acuerdo a lo suscrito por la Junta General.
Responsabilidades del cargo	
Organismo supremo de la compañía, siendo de su competencia lo siguiente:	
<ul style="list-style-type: none"> - Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía o cualquier funcionario. - Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores y fiscalizadores. - Realizar cambios en los estatutos de la entidad de acuerdo a la Ley de Compañías. 	

- Fijar retribuciones que percibirán los administrativos.
- Asignar el presupuesto anual.
- Autorizar la compra de inmuebles a favor de la compañía, así como la celebración de contratos como hipotecas o cualquier gravamen.
- Controlar el movimiento económico de la compañía.
- Dirigir políticas de negocios.

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 105: Funciones del Presidente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Título del puesto:	Presidente	
Nivel de reporte inmediato:	Junta General	
Perfil		
Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Nivel de experiencia
Preferentemente título profesional de tercer o cuarto nivel en Turismo.	Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros, dominio de informática, sistema de manejo de agencias de viajes operadoras, manejo de personal.	Mínimo 1 año en funciones similares.
Responsabilidad del Cargo		
<ul style="list-style-type: none"> - Convocar y presidir las sesiones de junta general y directorio. - Legalizar los certificados provisionales y las acciones. - Suscribir al gerente, las actas de las sesiones de la junta general y directorio. - Vigilar el buen desempeño del personal de la entidad. - Firmar el nombramiento del gerente general y realizar los trámites necesarios en la superintendencia de compañías. 		

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 106: Funciones del Gerente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Título del puesto:	Gerente	
Nivel de reporte inmediato:	Presidente	
Perfil		
Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Nivel de experiencia
Título de tercer nivel relacionado con turismo.	Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros, dominio de informática, sistema de manejo de agencias de viajes operadoras, manejo de personal.	Mínimo 1 año en funciones similares.
Responsabilidad del Cargo		
<ul style="list-style-type: none"> - Representar a la empresa en eventos de la comunidad. - Establecer y mantener red de contacto con asociaciones de prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y privadas. - Trabajar en conjunto con empresas del sector turístico. - Conducir reuniones y conferencias de la empresa. - Elección del personal calificado y conducción del mismo. - Planificación del trabajo. - Control de todas las áreas en las que se divide la entidad. - Control y coordinación de la comunicación interna de la empresa. - Motivación del personal a su cargo. - Establecimiento de políticas e incentivos. - Aportación de ideas nuevas y soluciones. - Control de horarios, licencias y vacaciones. - Establecimiento de políticas empresariales. - Fijación de sanciones e incentivos para el personal. 		

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 107: Funciones del Operador – Guía

DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Título del puesto:	Operador – Guía	
Nivel de reporte inmediato:	Gerente	
Perfil		
Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Nivel de experiencia
Título de tercer nivel en turismo. Cursos de guía nativo.	Tener conocimientos en turismo, geografía, amplia cultura general, técnicas de guiar, facilidad de palabra. Poseer Licencia de Guía nativo avalado por el MINTUR.	Mínimo 1 año en funciones similares.
Responsabilidad del Cargo		
<ul style="list-style-type: none"> - Producción, elaboración y organización de paquetes turísticos. - Contratar los servicios turísticos necesarios para la operación del producto. - Planificar y controlar la operación. - Realizar capacitaciones. - Velar por la seguridad de los turistas. - Complementar la información proporcionada por los medios de interpretación. - Mantener un ambiente agradable y solidario con los visitantes. - Usar los senderos establecidos para la visita de los atractivos. - Cumplir con el itinerario. - Tomar decisiones en situaciones especiales que afectan al turista. - Promover y mantener la imagen de la entidad. - Elaborar informes al finalizar la operación. - Fijar promociones de los productos conjuntamente con el gerente y promotor de ventas. 		

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 108: Funciones del Promotor de ventas

DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Título del puesto:	Promotor de ventas	
Nivel de reporte inmediato:	Gerente	
Perfil		
Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Nivel de experiencia
Título de tercer nivel en marketing y publicidad.	Diseño y elaboración de medios de promoción,	Mínimo 1 año en funciones similares.

	difusión y comercialización. Tener conocimientos en turismo, geografía, amplia cultura general, facilidad de palabra.	
Responsabilidad del Cargo		
<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de vender el producto a los consumidores potenciales. - Control de calidad de los productos comerciales. - Atención directa al cliente, una vez que ya ha sido captado. - Encargado de la promoción y difusión de los servicios ofertados por la entidad. - Encargado de las relaciones públicas de la entidad. - Transmitir información necesaria de forma amable, clara y oportuna al cliente. - Fijar promociones de los productos. 		

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 109: Funciones del Contador

DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Título del puesto:	Contador	
Nivel de reporte inmediato:	Gerente – Presidente	
Perfil		
Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Nivel de experiencia
Título de tercer nivel en contabilidad, auditoría y finanzas.	Tener conocimientos básicos de: Contabilidad Administración Facturación y retención Programas informáticos, contables y financieros, Manejo de la Ley de Régimen Tributario.	Mínima de 2 años.
Responsabilidad del Cargo		
<ul style="list-style-type: none"> - Trabajar de forma directa y coordinada con el área comercial y administrativo. - Responsabilizarse de la administración económica. - Remitir informes contables y financieros a los administrativos. - Expedir facturas y percibir el importe de las mismas. - Llevar la contabilidad de la compañía. - Elaboración de presupuestos anuales de la entidad - Controlar expedientes y billeteaje. - Realizar pagos de sueldos y salarios, materia prima, insumos y otros. 		

- Realizar conciliaciones bancarias.
- Formular declaraciones fiscales.

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

d. Estructura de procedimientos

1) Políticas de reservación

- ✓ La reservación de los servicios ofertados por Kacha Optur se realizarán personalmente, vía telefónica e internet.
- ✓ Las reservaciones serán de responsabilidad única de la persona encargada.
- ✓ Las reservaciones vía telefónica o e-mail se realizarán con un mínimo de 5 días de anticipación.
- ✓ Para confirmar la reservación, el cliente deberá cancelar el 50% inicialmente.

2) Políticas de pago o depósito

- ✓ Los pagos se podrán realizar mediante depósitos bancarios o en efectivo.
- ✓ El depósito se lo realiza únicamente en la cuenta bancaria autorizada por la operadora.
- ✓ El pago restante del 50% se cancelará hasta el inicio de las actividades del primer día.
- ✓ La entrega del comprobante de depósito será obligatoria vía email o fax.

3) Política de cancelación, compensación y devolución

- ✓ El paquete que fuere cancelado hasta con 2 semanas de anticipación, se reembolsará el efectivo con un porcentaje de retención del servicio del 10%.
- ✓ El paquete que fuere cancelado con menos de 2 semanas de anticipación, se reembolsará el efectivo con un porcentaje de retención del servicio del 20%.
- ✓ Los servicios ofrecidos en los paquetes que no fueren cumplidas por circunstancias de la naturaleza, no admitirán devoluciones.
- ✓ En caso de que la cancelación de la operación sea por motivo institucional se realizará el reembolso total del pago de la reservación.

4) Políticas para el personal

- ✓ Mantener una relación amable y respetuosa con los turistas.
- ✓ Trabajar de manera coordinada, conjunta y respetuosa con el resto del personal.
- ✓ Queda prohibido ingerir bebidas alcohólicas y/o sustancias estupefacientes en horario de trabajo o en las horas libres que se encuentren dentro de los senderos o comunidades.
- ✓ Mostrar puntualidad y ética profesional en todas las actividades encomendadas.
- ✓ Atención de necesidades e inquietudes de los clientes con eficiencia y amabilidad.
- ✓ Presentar buena imagen física y psicológica a los turistas a fin de lograr la confianza de los mismos.
- ✓ Evitar o solucionar cualquier mal entendido o discusiones entre los turistas.
- ✓ Queda terminantemente prohibido tomar las pertenencias de los turistas.
- ✓ En caso de que el visitante olvide alguna pertenencia se procurará la devolución inmediata o contactar para informarlo.

5) Políticas para los guías

- ✓ Para las operaciones se contratará a guías locales con licencia de Guía nativo o naturalista.
- ✓ El guía deberá cumplir a cabalidad con el itinerario del paquete vendido.
- ✓ Antes de iniciar el recorrido deberá dar una breve introducción de la ruta y duración de la misma.
- ✓ Los guías dispondrán siempre de un celular con cobertura y un botiquín de primeros auxilios.
- ✓ Todos los guías deberán estar capacitados en primeros auxilios.
- ✓ De acuerdo al recorrido a realizarse el guía contará con implementos adicionales como: brújula, linterna, alimentos enlatados, entre otros.
- ✓ Por cada 10 pax se requiere de un guía quien será responsable de este grupo, pasados esta cantidad se requerirán de otros guías.

6) Políticas para el visitante

- ✓ Desde el inicio de la operación los turistas deben cuidar y proteger el paisaje.
- ✓ Los turistas deben registrar su participación en el tour con el personal encargado.
- ✓ Se recomienda llevar bebidas hidratantes debido a las exigencias de los paquetes.
- ✓ Los visitantes deben respetar los límites establecidos en los senderos.

- ✓ El visitante deberá guardar la basura que se genere o arrojarlos a los basureros, para mantener limpios los senderos.
- ✓ Queda prohibido realizar grafitis, escribir o manchar en las piedras, árboles o equipamiento de apoyo ya que afecta el paisaje natural.
- ✓ Se prohíbe coleccionar plantas o animales durante la operación.
- ✓ Respetar a los pobladores, su identidad cultural, y los recursos de la parroquia.
- ✓ Acatar a las disposiciones del guía.
- ✓ Por su seguridad mantenerse siempre junto al grupo.
- ✓ Queda prohibido ingerir bebidas alcohólicas y/o sustancias estupefacientes, ingreso de armas mascotas, comportamiento inadecuado, extracción de especies vegetales y la caza de especies de aves.

e. Manual de procedimientos

En este manual se explican los pasos necesarios para el correcto funcionamiento y operación, estará disponible para todo el personal que labore en la entidad.

1) Reservación y venta de paquetes

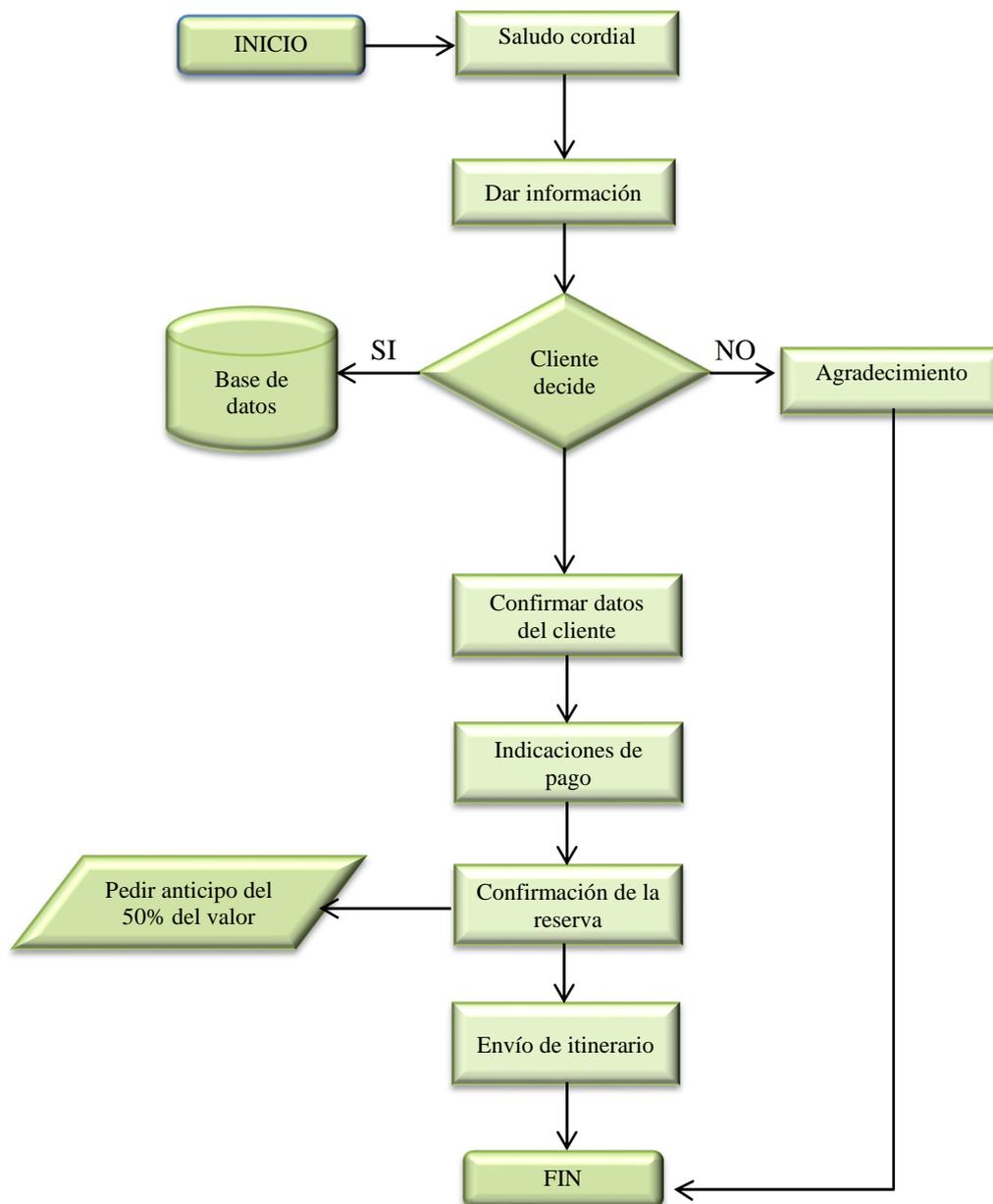


Figura 72. Flujograma de reservación
Realizado por: Laura Sucuy

a) Herramientas

Tabla 110: Boucher de reservación

BOUCHER DE RESERVACIÓN			
Cliente:		C.I.:	
País:	Ciudad:	Dirección:	
Teléfono:	Mail:		
Fecha de arribo:	Hora:	Vía:	
Paquete reservado:	No. De pax:	Servicios que incluye:	
KOT 001		Hospedaje	
KOT 002		Alimentación	
KOT 003		Guianza	
KOT 004		Transporte	
Precio:			
Depósito (fecha):		Monto depositado:	
Requerimientos especiales:		Responsable:	

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 111: Registro de Clientes

REGISTRO DE CLIENTES					
Nombre	Apellido	C.I./ Pasaporte	Paquete	Duración	Fecha de arribo

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 112: Registro de reservaciones

REGISTRO DE RESERVACIONES						
				<i>Operadora Turística</i> KachaOptur S.A. Turismo Comunitario Andino		
Mes: _____						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado

Fuente: Trabajo de campo
 Realizado por: Laura Sucuy

2) Servicio de Guianza

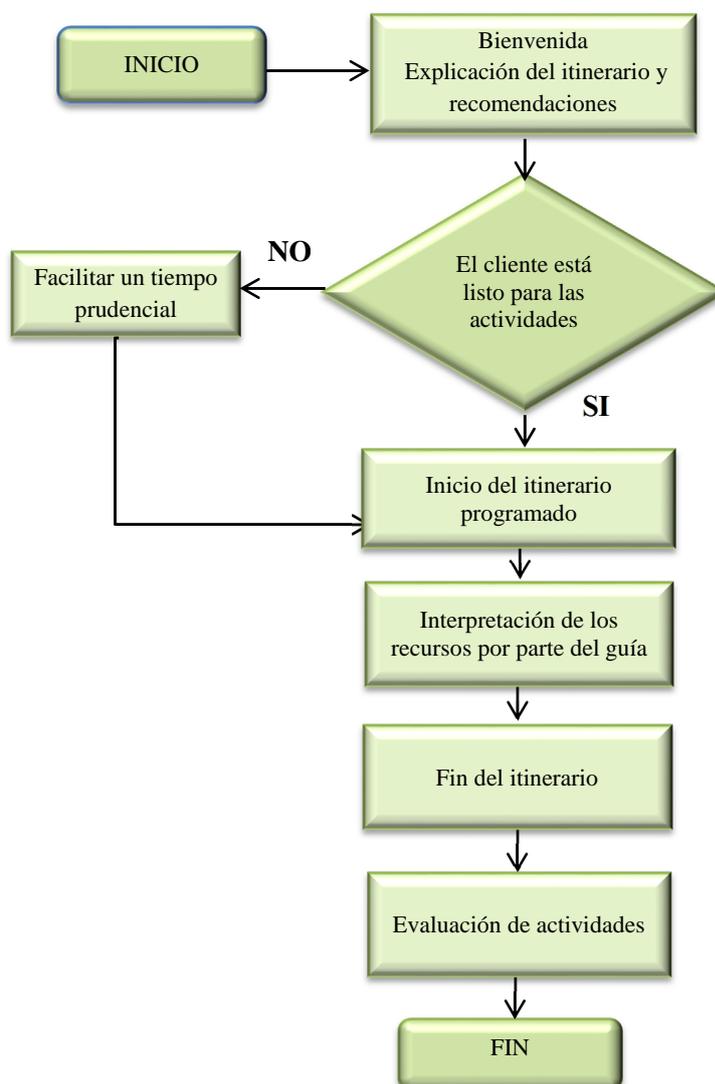


Figura 73. Flujograma de servicio de guianza

Realizado por: Laura Sucuy

a) Herramientas

Tabla 113: Hoja de ruta

HOJA DE RUTA			
Tour/Paquete:		Pax:	
Lugar de partida:		Lugar de destino:	
Fecha de salida:		Fecha de retorno:	
Hora de salida:		Hora de retorno:	
Duración del tour:			
Días		Actividades	
Día 1			
Día 2			
Cliente		Guía	
_____		_____	
C.I.		C.I.	
Chofer			

C.I.			

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

Tabla 114: Registro del personal de guianza

PERSONAL DE GUIANZA									
Fecha	Hora	Nombre	N°. de pax	Día y hora de salida	Día y hora de llegada	Firma	Supervisor		

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

3) Servicios de hospedaje y alimentación

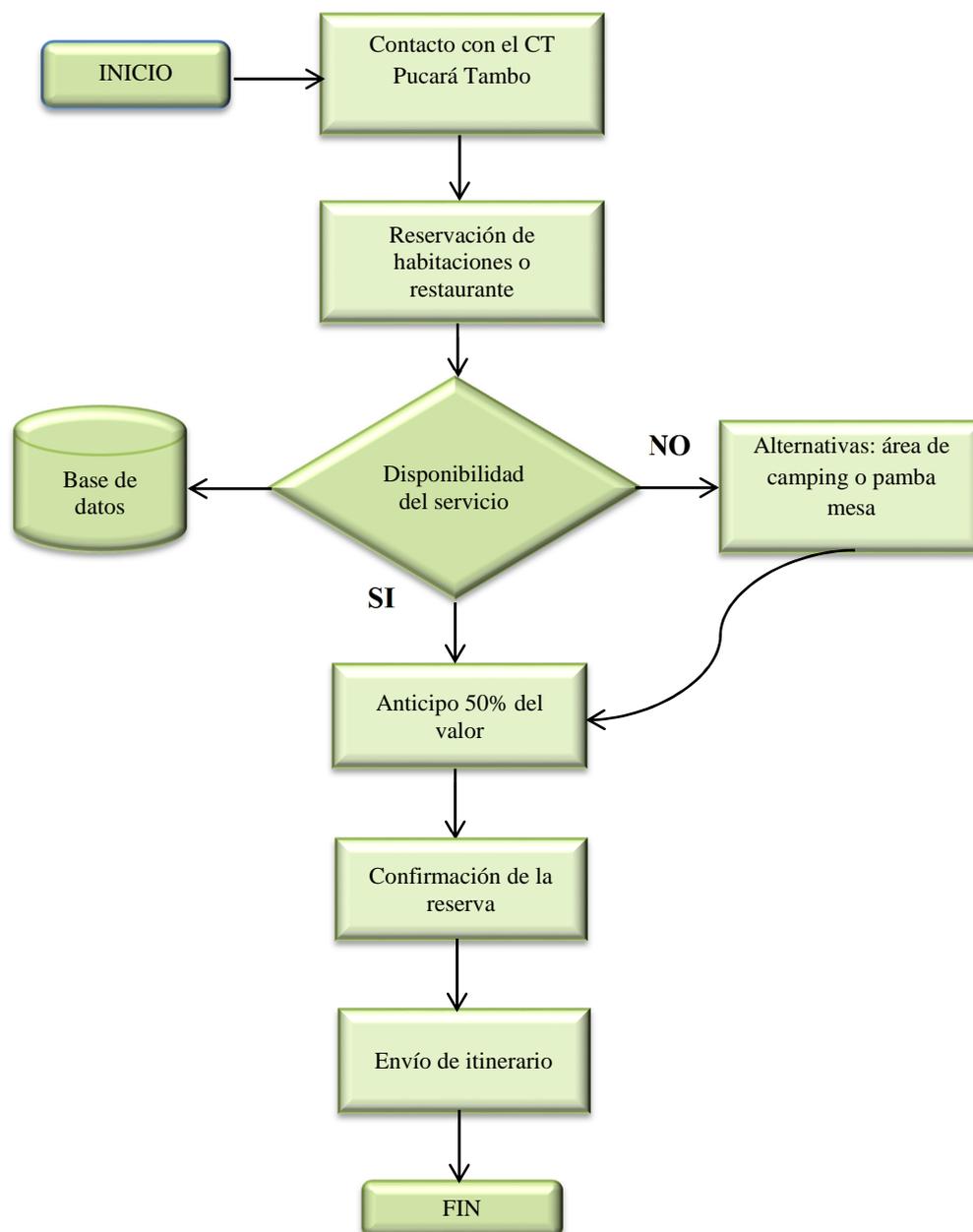


Figura 74. Flujograma de servicio de hospedaje y alimentación
Realizado por: Laura Sucuy

a) Herramientas

El objetivo de contar con la presente lista es para tener a disposición el contacto de los establecimientos complementarios en caso de requerir servicios adicionales a los que presenta el CT Pucará Tambo.

Tabla 115: Lista de establecimientos

LISTA DE ESTABLECIMIENTOS									
N°	NOMBRE	TIPO	CATEGORÍA	REPRESENTANTE LEGAL/CONTACTO	TELÉFONO	MAIL	UBICACIÓN		
							CIUDAD	DIRECCIÓN	PRECIO

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

4) Confirmación con involucrados de los paquetes

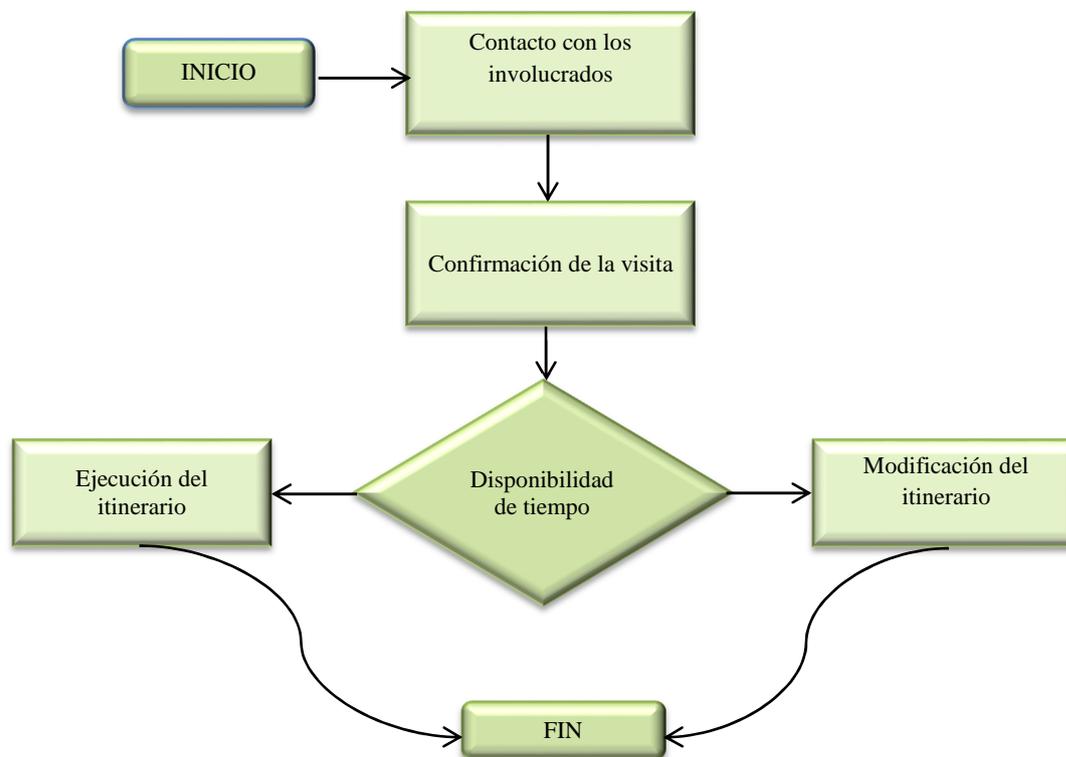


Figura 75. Flujograma de confirmación con involucrados
Realizado por: Laura Sucuy

a) Herramienta

Tabla 116: Lista de involucrados

LISTA DE INVOLUCRADOS						
N°	NOMBRE	ACTIVIDAD	TELÉFONO	UBICACIÓN		
				LUGAR	REFERENCIA	RECONOCIMIENTO

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

f. Reglamento interno área operativa

1) Disposiciones generales

En el presente reglamento se establecen las condiciones de cumplimiento general, acerca de las condiciones de trabajo, relaciones humanas, medidas de orden técnico y sanciones disciplinarias para el personal y los visitantes. Éste documento será un instrumento por medio del cual el gerente de turno dirigirá la entidad, manteniendo un equilibrio y armonía en el área de trabajo a nivel interno del establecimiento, para con los proveedores, la comunidad y la naturaleza que le rodea.

2) Misión y visión

a) Misión

Concienciar, cuidar, proteger el patrimonio natural y cultural y compartir a través del turismo los saberes y prácticas relacionadas a la cultura Puruwa de Cacha, mediante una adecuada interpretación y de la mano de la prestación de un servicio de calidad y calidez.

b) Visión

Una entidad culturalmente fortalecida, disfrutando y beneficiando de lo propio, convirtiendo a la parroquia Cacha en un lugar estratégico donde los visitantes experimenten y sobre todo compartan vivencias entre los comuneros y el patrimonio, además que contribuya al desarrollo turístico sostenible del cantón Riobamba.

3) Principios y valores

a) Lealtad

Es el sello distintivo de los grandes líderes, se da, cuando estos pueden ayudar en sus empresas a construir relaciones con los clientes correctos. Se identifica componentes como: fidelidad, cumplir con los compromisos, ser defensa y respaldo; honor, que se traduce en honradez, integridad y respeto; gratitud, el corresponder y devolver lo recibido.

b) Disciplina

Mueve, inquieta e introduce el ser humano a la búsqueda de la verdad, sin este patrón educativo no se aprende ni se enseña, implica, para toda circunstancia u ocasión, la puesta en práctica de una actuación ordenada y perseverante, en orden a obtener un bien o fin determinado.

c) Amabilidad

Acción y manera de actuar con otras personas, que puede estar conformado por actos y/o palabras cordiales, pone en contacto con un sentimiento de alegría.

d) Respeto

Respeto a la Pacha Mama, es decir cuidar el ambiente para garantizar el futuro de vida de las próximas generaciones, teniendo un enfoque de sostenibilidad ambiental. Acciones que ayudan a fortalecer el desarrollo interno y externo.

e) Solidaridad

Todo lo que existe en la naturaleza está siempre presto para dar, así también la entidad amplia la cobertura de beneficios para las comunidades involucradas en la operación.

Capítulo I**De los trabajadores****Art. 1.- Derechos de los trabajadores**

- ✓ Recibir una remuneración justa por la labor realizada.
- ✓ Opinar y contribuir al avance equilibrado de la gestión administrativa y operativa de la entidad.
- ✓ Participar en la toma de decisiones para la reestructuración de los paquetes.
- ✓ Ser capacitado constantemente para mejorar el desenvolvimiento personal y grupal en el trabajo.

Art. 2.- Obligaciones de los trabajadores

- ✓ Cumplir eficaz y eficientemente con las funciones y responsabilidades establecidas en el manual de funciones.
- ✓ Acatar el reglamento interno del centro y los horarios establecidos de trabajo.
- ✓ Asistir a reuniones de trabajo, talleres de capacitación organizados por la administración.
- ✓ Generar ideas y propuestas para mejorar la gestión y operación de los servicios y productos.
- ✓ Conocer la realidad sociocultural y turística de la zona de operación.
- ✓ Cuidar su apariencia personal, ser amable, cortés y estar dispuesto a resolver inquietudes de los visitantes.

Art. 3.- Sanciones de los trabajadores

- ✓ Un trabajador será sancionado por atrasos injustificados con un valor de \$2,00, que será descontado de su salario.
- ✓ Un trabajador será sancionado por inasistencias injustificadas con \$5,00, que será descontado de su salario.
- ✓ Un trabajador podrá ser despedido por incumplimiento de su contrato.
- ✓ Un trabajador será amonestado por maltrato físico y psicológico a sus compañeros de trabajo y al turista, la primera vez de forma verbal y si es reincidente se cancelará el contrato de inmediato.
- ✓ Se cancelará el contrato si no es capaz de cumplir con sus funciones.

Capítulo II**De las normas de conducta****Art. 4.- Normas de conducta entre el personal**

- ✓ El personal deberá fomentar la solidaridad y trabajo en equipo.
- ✓ El personal debe mantener conductas decentes con sus compañeros, de manera que no incomoden al turista.
- ✓ El personal debe cumplir con un estricto control de limpieza.
- ✓ El personal será responsable del cuidado de los bienes pertenecientes al área en la que se desempeña.
- ✓ El personal debe mantener un trato cordial para con el visitante, los proveedores y sus compañeros.

- ✓ El personal no puede ingerir alimentos en áreas no destinadas para este fin.
- ✓ El personal no puede ingerir bebidas alcohólicas o fumar durante sus horas de trabajo.
- ✓ El personal debe ser parcial es decir no tener tratos preferenciales con ningún turista, compañero de trabajo o proveedor.
- ✓ Se evitará la comunicación por medio de gritos por más urgente que este sea.

Art. 5.- Normas de conducta del guía interprete

- ✓ No puede consumir drogas o alcohol que perturben el desarrollo de su trabajo.
- ✓ Debe proporcionar información clara, concisa y veraz a los turistas y sus colaboradores.
- ✓ Debe velar por el confort, la salud y la seguridad del turista.
- ✓ Debe ser puntual con los turistas.
- ✓ Debe presentarse con ánimo y gusto frente a los visitantes.
- ✓ Debe mostrar con ejemplo su actitud y trato ante sus compañeros de trabajo, así como a las plantas y animales que le rodean.
- ✓ Debe tener cuidado con su vocabulario.
- ✓ No debe permitir que el turista realice funciones que le competan al guía o personal.
- ✓ Debe brindar un buen trato a todos por igual sin preferencia alguna.

Art. 6. Normas de conducta del visitante

- ✓ Respetar el patrimonio natural y cultural de la localidad.
- ✓ Prohibido arrojar basura en los sitios visitados.
- ✓ Mantener el respeto hacia los pobladores de las comunidades.
- ✓ Prohibido el ingreso de armas blancas y de fuego.
- ✓ Seguir las recomendaciones del guía durante el recorrido.
- ✓ En caso de contar con la presencia de niños tener total cuidado con ellos, para evitar daños durante la operación.
- ✓ Comer o beber en las zonas destinadas para este fin.
- ✓ Las fotografías serán tomas con previa solicitud del implicado.
- ✓ Cualquier actividad adicional que se desee realizar, deberá comunicar al guía para llevarlo a cabo.

Capítulo III

Normativas de operación

Art. 7.- Para los guías nativos

- ✓ Los guías están en la obligación de planificar las actividades específicas propuestas para cada grupo de visitantes y validarlas con la administración.
- ✓ Los guías deben llegar con 1 hora de anticipación al desarrollo de las actividades para preparar y supervisar los implementos a utilizarse durante el recorrido.
- ✓ El guía es el encargado de informar a los visitantes acerca de las actividades a realizar en el recorrido y las normas de conducta durante la operación.
- ✓ Al final de la visita el guía efectuará una evaluación de desarrollo del paquete con los visitantes y dará a conocer a la administración.

Art. 8.- Para los turistas

- ✓ Respetar y cuidar los recursos existentes en las áreas visitadas.
- ✓ Hacer uso responsable de los materiales que forman parte de las actividades.
- ✓ Evitar caminar por las áreas que no forman parte de los senderos.
- ✓ Cada visitante debe participar de las actividades en conjunto con el guía asignado.
- ✓ Evitar gritar, usar aparatos de música o algún tipo de instrumento sonoro durante el desarrollo de las actividades.
- ✓ Los desechos inorgánicos generados durante el recorrido o la visita deberán ser recolectados por el grupo, en un recipiente otorgado por el guía.

Art. 9.- Condiciones generales para la visita

- ✓ El personal que atiende a los visitantes deberá tener algún distintivo para desarrollarlo y cuidar de su apariencia.
- ✓ El personal en general debe ser tolerante a religiones, etnias, género, política, etc.
- ✓ El personal brindará un buen servicio, con información clara, veraz y oportuna.
- ✓ Las actividades serán variadas y dinámicas para fomentar el intercambio cultural.
- ✓ Prestar servicios en forma responsable, puntual y con buena predisposición.
- ✓ Brindar un servicio eficaz y eficiente.
- ✓ Procurar la satisfacción de los visitantes.
- ✓ Garantizar que los espacios y recursos a visitar se encuentre en buen estado, listo para ser visitados.

F. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

1. Análisis Financiero

a. Inversiones del Proyecto

Tabla 117: Inversiones del proyecto

RUBRO	INVERSIÓN
ACTIVOS FIJOS	208.812,90
Vehículo	42.000,00
Equipos y maquinaria	7.384,00
Muebles y enseres	11.258,00
Menaje	8.406,90
Equipos tecnológicos	2.689,00
Instalaciones especiales	1.000,00
Infraestructura	122.000,00
Terreno	10.000,00
Equipos preoperatorios	4.075,00
ACTIVOS DIFERIDOS	14.377,05
Patentes y licencias	3.000,00
Capacitación y entrenamiento	4.000,00
Promoción y publicidad	4.130,00
Constitución	3.000,00
Útiles y suministros de oficina	247,05
CAPITAL DE TRABAJO	29.828,61
Mano de obra directa	23.520,00
Mano de obra indirecta	520,00
Insumos de mantenimiento	1.356,45
Materia prima	1.532,16
Servicios básicos	2.400,00
Contingencias	500,00
TOTAL	253.018,56

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

b. Usos y Fuentes del Proyecto

Tabla 118: Usos y fuentes del proyecto

RUBRO	USO DE FONDOS	CAPITAL PROPIO
ACTIVOS FIJOS	208.812,90	208.812,90
Vehículo	42.000,00	42.000,00
Equipos	7.384,00	7.384,00
Muebles y enseres	11.258,00	11.258,00
Menaje	8.406,90	8.406,90
Equipos tecnológicos	2.689,00	2.689,00
Instalaciones especiales	1.000,00	1.000,00
Infraestructura	122.000,00	122000
Terreno	10.000,00	10.000,00
Equipos preoperatorios	4.075,00	4.075,00
ACTIVOS DIFERIDOS	14.377,05	14.377,05
Patentes y licencias	3.000,00	3.000,00
Capacitación y entrenamiento	4.000,00	4.000,00
Promoción y publicidad	4.130,00	4.130,00
Constitución	3.000,00	3.000,00
Útiles y suministros de oficina	247,05	247,05
CAPITAL DE TRABAJO	29.828,61	29.828,61
Mano de obra directa	23.520,00	23.520,00
Mano de obra indirecta	520,00	520,00
Insumos de mantenimiento	1.356,45	1.356,45
Materia prima	1.532,16	1.532,16
Servicios básicos	2.400,00	2.400,00
Contingencias	500,00	500,00
TOTAL	253.018,56	253.018,56

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

c. Depreciación de Activos Fijos

Tabla 119: Depreciación de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACION POR LEY (Años)	DEPRECIACION ANUAL	% DEPRECIACION	VALOR SALVAMENTO	DURACIÓN DEL PROYECTO
Vehículo	42.000,00	5	8.400,00	20%	33.600,00	5
Construcciones y edificaciones	122.000,00	20	6.100,00	5%	115.900,00	5
Equipos	7.384,00	10	738,40	10%	6.645,60	5
Muebles y enseres	11.258,00	10	1.125,80	10%	10.132,20	5
Menaje	8.406,90	3	2.774,28	33%	5.632,62	5
Equipos tecnológicos	2.689,00	3	887,37	33%	1.801,63	5
Instalaciones especiales	1.000,00	10	100,00	10%	900,00	5
Equipos preoperatorios	4.075,00	10	407,50	10%	3.667,50	5

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

d. Amortización de Activos Diferidos

Tabla 120: Amortización de activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	INVERSION	AÑOS				
		2017	2018	2019	2020	2021
Patentes y licencias	3.000,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Capacitación y entrenamiento	4.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Promoción y publicidad	4.130,00	413,00	413,00	413,00	413,00	413,00
Constitución empresa	3.000,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Útiles y suministros de oficina	247,05	24,71	24,71	24,71	24,71	24,71
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	14.377,05	1.437,71	1.437,71	1.437,71	1.437,71	1.437,71

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

e. Estructura de Costos y Gastos para la Vida Útil del Proyecto

Tabla 121: Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

DENOMINACIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
1. COSTOS DE PRODUCCIÓN	23.554,59	24.350,73	26.024,66	28.753,76	32.842,85
Materia prima	1.532,16	1.583,95	1.692,83	1.870,35	2.136,34
Mano de obra indirecta	520,00	537,58	574,53	634,78	725,05
Insumos de mantenimiento	1.356,45	1.402,30	1.498,70	1.655,86	1.891,34
Contingencias	500,00	516,90	552,43	610,36	697,16
Depre. Vehículo	8.400,00	8.683,92	9.280,87	10.254,12	11.712,36
Depre. Equipos	738,40	763,36	815,83	901,39	1.029,57
Depre. Muebles y enseres	1.125,80	1.163,85	1.243,86	1.374,30	1.569,74
Depre. Menaje	2.774,28	2.868,05	3.065,20	3.386,64	3.868,26
Depre. Instalaciones especiales	100,00	103,38	110,49	122,07	139,43
Depre. Construc. Edificac.	6.100,00	6.306,18	6.739,68	7.446,45	8.505,41
Depre. Equipos preoperatorios	407,50	421,27	450,23	497,45	568,19
2. COSTOS ADMINISTRATIVOS	27.054,42	27.968,86	29.891,51	33.026,11	37.722,76
Mano de obra directa	23.520,00	24.314,98	25.986,45	28.711,54	32.794,62
Servicios básicos	2.400,00	2.481,12	2.651,68	2.929,75	3.346,39
Útiles y suministros de oficina	247,05	255,40	272,96	301,58	344,47
Depre. Equipos tecnológicos	887,37	917,36	980,42	1.083,24	1.237,29
3. COSTOS DE VENTAS	413,00	413,00	413,00	413,00	413,00
Promoción y publicidad	413,00	413,00	413,00	413,00	413,00
TOTAL	51.022,01	52.732,59	56.329,17	62.192,87	70.978,61

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

f. Estructura de Ingresos

Tabla 122: Estructura de ingresos

PRODUCTO	2017	2018	2019	2020	2021
Cacha tradición y cultura	25.973,28	28.095,28	30.302,16	32.763,68	35.394,96
Senderos al Chuyuk	18.709,68	20.197,95	21.827,96	23.599,71	25.442,33
Convivencia comunitaria	10.171,92	10.981,05	11.867,24	12.830,49	13.832,27
Puruwa Ñan	8.298,36	8.971,20	9.681,42	10.429,02	11.288,76
TOTAL	63.153,24	68.245,48	73.678,78	79.622,90	85.958,32

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

g. Estado de Resultados

El estado de resultados permite determinar las pérdidas o ganancias de los movimientos económicos y financieros del proyecto para lo cual se utilizó el 3,38% como tasa de inflación anual (INEC, 2015).

Tabla 123: Estado de resultados

RUBRO	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	63.153,24	68.245,48	73.678,78	79.622,90	85.958,32
- Costo de producción	23.554,59	24.350,73	26.024,66	28.753,76	32.842,85
= Utilidad Bruta	39.598,65	43.894,75	47.654,12	50.869,14	53.115,47
- Costos administrativos	27.054,42	27.968,86	29.891,51	33.026,11	37.722,76
- Costo de ventas	413,00	413,00	413,00	413,00	413,00
= Utilidad Operativa	12.131,23	15.512,89	17.349,61	17.430,03	14.979,71
= Utilidad antes de rep de utilidades	12.131,23	15.512,89	17.349,61	17.430,03	14.979,71
- Reparto de utilidades (25%)	3.032,81	3.878,22	4.337,40	4.357,51	3.744,93
= Utilidad antes de impuestos	9.098,42	11.634,67	13.012,21	13.072,52	11.234,78
- Impuestos 15%	1.364,76	1.745,20	1.951,83	1.960,88	1.685,22
= Utilidad neta	7.733,66	9.889,47	11.060,38	11.111,64	9.549,57

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

h. Flujo de Caja

Tabla 124: Flujo de caja

RUBRO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS +		63.153,24	68.245,48	73.678,78	79.622,90	85.958,32
VALOR SALVAMENTO +						178.279,55
COSTO DE PRODUCCION -		23.554,59	24.350,73	26.024,66	28.753,76	32.842,85
COSTOS DE ADMINISTRACION -		27.054,42	27.968,86	29.891,51	33.026,11	37.722,76
COSTOS VENTAS -		413,00	413,00	413,00	413,00	413,00
AMORT. ACTIVOS DIFERIDOS -		1.437,71	1.437,71	1.437,71	1.437,71	1.437,71
UTILIDADES ANTES DE REP. UT. E IMP.		10.693,53	14.075,18	15.911,90	15.992,32	191.821,55
REPARTO DE UTILIDADES -		1.604,03	2.111,28	2.386,79	2.398,85	28.773,23
UTILIDADES ANTES DE IMP.		9.089,50	11.963,90	13.525,12	13.593,47	163.048,32
IMPUESTO (25%)-		2.272,37	2.990,98	3.381,28	3.398,37	40.762,08
UTILIDAD NETA		6.817,12	8.972,93	10.143,84	10.195,10	122.286,24
DEPRECIACIONES +		20.533,35	20.533,35	20.533,35	20.533,35	20.533,35
AMORT. ACTIVOS NOMINALES +		1.437,71	1.437,71	1.437,71	1.437,71	1.437,71
INVERSION VEHICULO	42.000,00					
INVERSION EQUIPOS	14.148,00					
INVERSION MUEBLES, ENSERES, MENAJE	19.664,90					
INVERSION INSTALACIONES ESPECIALES	1.000,00					
INVERSIÓN ACTIVO NOMINAL -	14.377,05					
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO -	29.828,61					
RECUPERACION CAPITAL TRABAJO +						29.828,61
FLUJO DE CAJA	-121.018,56	28.788,18	30.943,98	32.114,89	32.166,16	144.257,29

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

2. Evaluación Financiera

a. Valor Actual Neto

Tabla 125: Valor actual neto

RUBRO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
FLUJO DE CAJA	-121.018,56	28.788,18	30.943,98	32.114,89	32.166,16	144.257,29
VAN	88.604,21					

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

b. Periodo de Recuperación del Capital

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{FNE}{\# \text{ Años}}}$$

$$PRI = \frac{121\ 018,56}{\frac{268\ 270,49}{5}}$$

$$PRI = 2,255$$

El periodo de recuperación de la inversión es 2 años y 3 meses y 4 días.

c. Tasa Interna de Retorno

Tabla 126: Tasa interna de retorno

RUBRO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
FLUJO DE CAJA	-121.018,56	28.788,18	30.943,98	32.114,89	32.166,16	144.257,29
VAN	88.604,21					
TIR	25%					

Fuente: Trabajo de campo
Realizado por: Laura Sucuy

La tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá en el proyecto es de 25%

A continuación se muestra una interpretación gráfica del VAN y TIR:

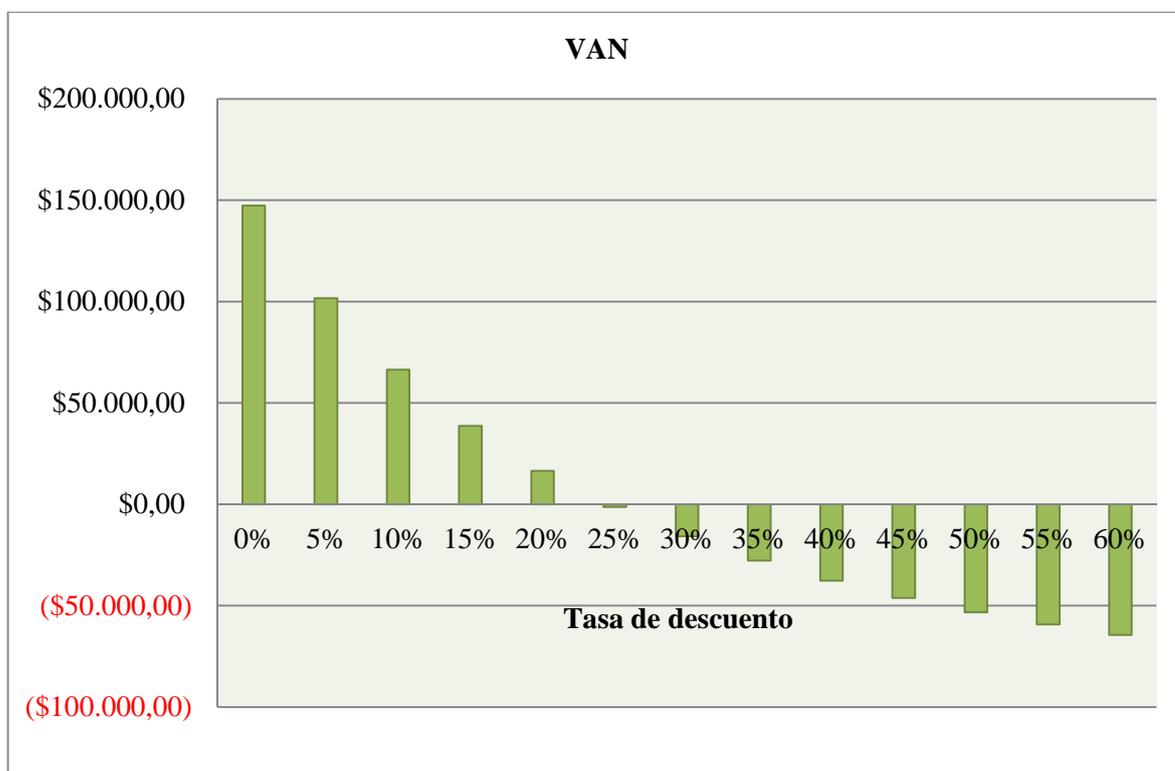


Figura 76. Representación gráfica del VAN y TIR

Realizado por: Laura Sucuy

d. Relación Costo Beneficio

Tabla 127: Relación costo beneficio

RUBRO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
FLUJO DE CAJA	-121.018,56	28.788,18	30.943,98	32.114,89	32.166,16	144.257,29
Factor de actualización	1,00	0,94	0,89	0,84	0,79	0,75
Flujo de caja actualizado	-121.018,56	27.158,66	27.540,03	26.964,28	25.478,61	107.797,44
			54.698,69	54.504,31	52.442,89	133.276,05
SUMA	214.939,02					
FLUJO ACTUALIZADO	121.018,56					
RCB	1,78					

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

La relación costo beneficio da como resultado que por cada dólar invertido se va a recuperar 0,78 centavos de dólar.

e. Punto de Equilibrio

Tabla 128: Punto de equilibrio

COSTO FIJO	250.129,95
PRECIO DE VENTA UNITARIO	63.153,24
COSTO VARIABLE UNITARIO	239,60
X	3,98
COSTO VARIABLE TOTAL	952,60
INGRESO TOTAL	251.082,55

UNIDADES	INGRESO TOTAL	COSTO TOTAL	UTILIDADES
1	63.153,24	250.369,55	-187.216,31
2	126.306,48	250.609,15	-124.302,67
3	189.459,72	250.848,75	-61.389,03
4	252.612,96	251.088,35	1.524,61
5	315.766,20	251.327,95	64.438,25
6	378.919,44	251.567,56	127.351,88
7	442.072,68	251.807,16	190.265,52
8	505.225,92	252.046,76	253.179,16
9	568.379,16	252.286,36	316.092,80
10	631.532,40	252.525,96	379.006,44

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

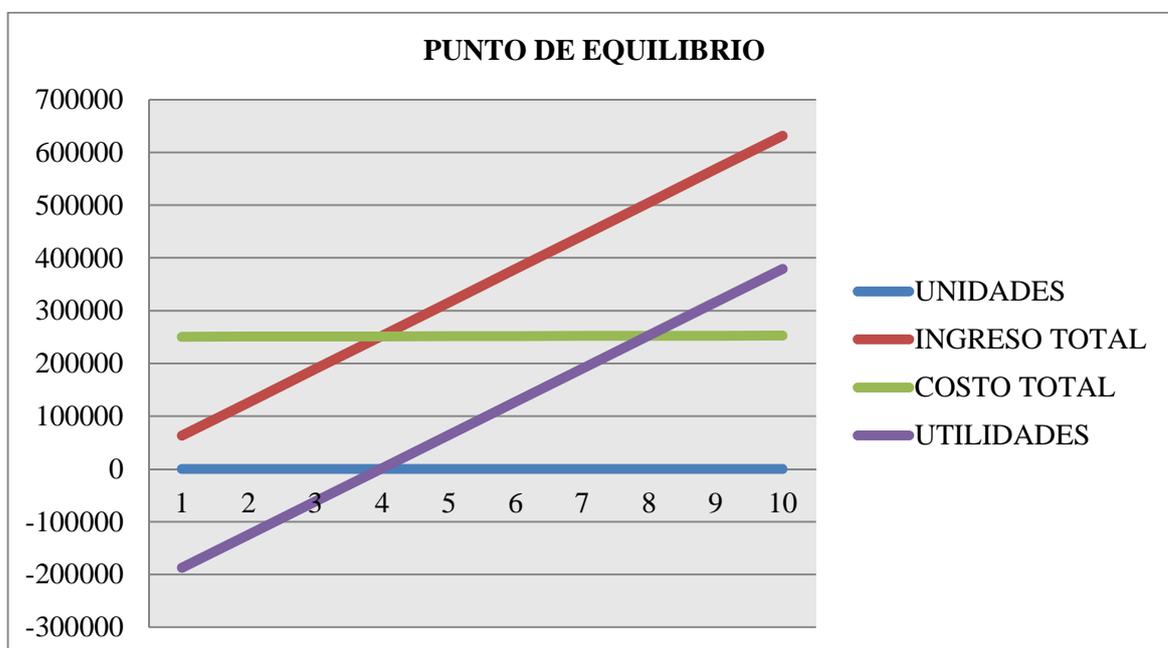


Figura 77. Punto de equilibrio

Realizado por: Laura Sucuy

Las líneas de costo total e ingreso total se intersectan en la unidad 4, es decir que a partir de este punto las ventas serán mayores.

La línea de utilidades cruza el eje horizontal indicando que a partir de las 4 unidades vendidas se comenzará a tener una ganancia en la operadora.

f. Resumen

Tabla 129: Resumen de resultados

INDICADOR	RESULTADO	ANÁLISIS
INVERSIÓN	253.018,56	
VAN	88.604,21	El VAN es positivo por tanto el proyecto es viable económicamente.
TIR	25%	La tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá en el proyecto es de 25%.
COSTO-BENEFICIO	1,78	La relación costo beneficio da como resultado que por cada dólar invertido se va a recuperar 0,78 centavos de dólar.
TIEMPO DE RECUPERACIÓN	2 años	El tiempo de recuperación de la inversión es de 2 años y 3 meses, en relación a los 5 años de vida útil del proyecto.

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Laura Sucuy

VIII. CONCLUSIONES

La Parroquia Cacha posee una gran riqueza cultural y natural rodeada por 6 atractivos naturales (37,5%) y 10 manifestaciones culturales (62,5%), reflejados en sus tradiciones, celebraciones y cotidianidad, los mismos que le dan la potencialidad para desarrollar turismo y generar un desarrollo económico y social para sus comunidades.

El desarrollo del producto turístico en esta zona rural es viable comercialmente, por cuanto existe una aceptación de más del 90% de turistas que llegan a la ciudad de Riobamba, por lo que se cuenta con un amplio mercado potencial para la comercialización y venta de productos ofertados por la Operadora de Turismo Kacha Optur S.A., destacando la convivencia rural comunitaria.

El diseño técnico de los productos, permite que los paquetes sean viables y sustentables para la contribución y desarrollo de la parroquia, ya que están diseñados en base al estudio de mercado realizado, que incluye en las actividades la visita a sitios naturales y culturales con precios accesibles para los turistas, además estos productos serán comercializados en base a las estrategias del marketing mix, destacándose la página web, redes sociales, trípticos que servirán para dar a conocer la Parroquia Cacha y la operadora Kacha Optur a nivel nacional e internacional.

El estudio legal administrativo fue determinado en base al sistema de prestación de servicios, la naturaleza de operación de la Operadora Kacha Optur será de manera privada, con la excepción de que por ejercer los paquetes dentro de la parroquia aplicará la responsabilidad social empresarial. Por otra parte se determina las responsabilidades de cargos cumpliendo con las leyes y reglamentos del sistema turístico.

El desarrollo de las actividades propuestas en los diferentes paquetes turísticos es viable ambientalmente ya que los impactos positivos (424) superan a los negativos (171), quedando claro que no causarán impactos ambientales de gran magnitud, incentivando un turismo responsable.

El estudio financiero determina que el producto turístico es rentable económica y financieramente, ya que alcanza un VAN positivo de \$88 604,21, alcanzando una TIR del 25%, el capital invertido se recuperará en 2 años y 3 meses y la Relación C/B es de 1,78, siendo favorable la inversión.

IX. RECOMENDACIONES

Aprovechar de manera sustentable el potencial turístico de la parroquia, fortaleciendo la actividad turística en común acuerdo con las comunidades, como un eje de desarrollo social y económico local, fomentando emprendimientos artesanales y turísticos que son los puntos potenciales de la zona.

Actualizar periódicamente las preferencias de los turistas y precios de los paquetes de acuerdo a las condiciones de mercado, para asegurar la calidad y satisfacción de los consumidores, así como optar en la promoción y publicidad de estos productos en las ciudades más importantes, de manera que se logre réditos económicos para la institución.

Operar los productos turísticos considerando la sustentabilidad de los atractivos y coordinación con las comunidades, así como las necesidades de los visitantes, procurando siempre brindar servicios de calidad. Además para la difusión del producto es recomendable establecer alianzas estratégicas con OG's como Instituciones Educativas, ONG's, empresas privadas y comunitarias, facilitando información acerca de los atractivos y actividades a desarrollarse.

Implementar medios de evaluación de satisfacción al turista para determinar y mejorar el buen desenvolvimiento del personal y operación de los productos y verificar que las estrategias empleadas sean las adecuadas.

Todo el personal de la Operadora debe asumir las competencias y responsabilidades asignadas y capacitarse periódicamente en temas turísticos y prestación de servicios para fortalecer y ofrecer servicios de calidad, basados en el análisis administrativo legal a través de las herramientas propuestas en este documento.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: diseño de un producto de turismo rural comunitario para la Operadora de Turismo Kacha Optur S.A. en la parroquia Cacha, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; la validación del potencial turístico se obtiene a través del diagnóstico situacional de la parroquia con el estudio de los ámbitos físico espacial, socio cultural, económico productivo y político administrativo, además se realiza la validación del inventario de atractivos turísticos naturales y culturales que sirve de base para generar la imagen turística del sector. Al elaborar el estudio de mercado se efectuó el análisis de la demanda y se determina el perfil del turista nacional y extranjero, con el análisis de la oferta se identifica la infraestructura básica, planta turística y la caracterización de la oferta complementaria, análisis de la oferta sustitutiva y determinando el perfil del consumidor se procede a realizar la confrontación de la oferta con la demanda identificando la demanda objetivo para el producto turístico. En el diseño técnico se señala los sitios promisorios de visita, se estructuran cuatro paquetes turísticos, para lo cual se establecen estrategias de promoción y publicidad basadas en el uso de los componentes del Marketing mix como costo, conveniencia, consumidor y comunicación. El estudio legal administrativo es determinado en base al sistema de prestación de servicios, la naturaleza de operación será privada. El estudio ambiental muestra que la afectación por la implementación del producto será mínima y se plantea como acciones para reducir impactos la implementación de tecnologías limpias. El estudio económico financiero muestra que el proyecto es financieramente factible ya que la inversión a realizarse más la inversión realizada será de \$253.018,56, dando valores positivos VAN=88.604,21, TIR=25%, Relación Costo Beneficio=1,78 y un tiempo de recuperación de 2 años en relación a los 5 años de vida útil del proyecto.

Palabras claves: producto turístico, turismo rural comunitario, paquetes turísticos, atractivos turísticos.



XI. SUMMARY

The current research proposes the design of a rural community tourism product for the Kacha Optur S.A Tourism Operator located in Cacha parish, Riobamba canton, Chimborazo Province. The situational diagnosis of the parish was obtained under the validation of the tourist potential with the study of physical, socio-cultural, economic production, political and administrative areas, as well as, the validation of the inventory of tourist, natural, and cultural attractions which serves as the basis to generate the tourist image of the sector. When the market research was done, the analysis of the demand was carried out and with this, the national and foreign tourist profile was determined. The basic infrastructure, the tourist plant, the characterization of the complementary supply, and the substitutive supply analysis were identified with the supply analysis determining the consumer profile in order to develop the supply confrontation with the demand, the same which is identified for the tourist product. In the technical design, the possible tourist places are listed and four tour packages are structured. For which, strategies of promotion and advertising are established based on the application of the components of the Marketing mix like cost, benefits, consumption and communication. The administrative and legal study is determined based on the service delivery system. The nature of the execution will be private. The environmental study shows that the impact of the implementation of the product will be minimal and it is considered as actions to reduce impacts the implementation of clean technologies. The financial economic study shows that the project is feasible because the investment which was already done and the future investment will be \$ 253,018.56, giving positive values like VAN = 88,604.21, TIR = 25%, Cost - benefit ratio = 1,78 and a Recovery time of 2 years in relation to the 5-year life of the project.

KEYWORDS: TOURISM PRODUCT, RURAL TOURISM COMMUNITY, TOURIST PACKAGES, TOURIST ATTRACTIONS.

By: Laura Sucuy



XII. BIBLIOGRAFÍA

- Arboleda, G. (1998). *Proyectos formulación, evaluación y control*. Colombia: ACEditores
- Asamblea Nacional República del Ecuador (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi.
- Baca, G. (2011). *Concepto y ley de la demanda*. Mexico,D.F.: McGRAW-HILL
- Baños, L., & Álvarez, E. (2015). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Disponible en URL: http://descargas.pntic.mec.es/mentor/visitas/promocion_comercializacion_productos_servicioslocales.pdf [consulta marzo de 2016]
- Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador. CODENPE. (2012). *Nacionalidades y pueblos del Ecuador*. Disponible en URL: http://www.codenpe.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=125&catid=96 [consulta marzo de 2016]
- Conesa, V. (2003). *Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental*. (3ra ed). España: Mundi Prensa.
- Custom Fit. (10/2012). The C's and P's of Marketing. Disponible en URL: <https://www.customfitonline.com/news/2012/10/19/4-cs-versus-the-4-ps-of-marketing/> [consulta marzo de 2016]
- De la Colina, J. (2009). *Marketing Turístico*. Disponible en URL: <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-%20marketing.html> [consulta marzo de 2016]
- De Zuani, E. (2005). *Introducción a la administración de organizaciones*. (2da ed). Argentina: Valletta.
- Elliot, M. (1990). *Turismo y medio ambiente: Dos realidades sinérgicas*: Paper de Turismo. España
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: Tecnológica
- García, G. (2006). *Guía para elaborar planes de negocios*. Primera edición. Quito, Ecuador.

- Hernández, E. (2008). *Proyectos turísticos. Formulación y evaluación*. (2da ed). México, D.F: Trillas
- Hernández, C. (2007). *Análisis administrativo, técnicas y métodos*. Costa Rica: EUNED
- Ibañez, R., & Rodríguez, I. (2011). *Tipologías de turismo*. Disponible en URL: <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf> [consulta marzo de 2016]
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. México DF.
- Kekutt, E. (2014). *Turismo: Herramienta Social*. Buenos Aires: Dunken
- Lagos, L. (2000). *Identificación, descripción y evaluación de impacto ambiental*. Cuba.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2014). *Producto turístico*. Disponible en URL: http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- Ministerio de turismo, (2004). *Metodología para inventarios de atractivos turísticos*. Disponible en URL: <https://es.scribd.com/doc/56382986/Metodologia-de-Inventario> [consulta marzo de 2016]
- Ministerio de Turismo, (2014). Coordinación general de estadística e investigación. *Principales indicadores de turismo diciembre 2015*. Disponible en URL: http://www.optur.org/estadisticas/Diciembre_boletin_2014.pdf [consulta marzo de 2016]
- Ministerio de turismo, (2014). *Ley de Turismo*. Quito
- Montalván, C. (2008). *Los recursos humanos para la pequeña y mediana empresa*. (2da ed). México D.F: Universidad Iberoamericana
- Ogando, P., Mamani, E., & Faría, R. (2006). *Actividad turística: el producto turístico*. Argentina.
- Organización Mundial del Turismo OMT, (2008). *Entender el turismo*. Disponible en URL: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> [consulta marzo de 2016]
- Parra, J. (2008). *Planeación estratégica territorial y desarrollo rural*. Análisis situacional. Bogotá, Colombia.

- Quezada, R. (2010). *Elementos de turismo*. Teoría, clasificación y actividad. San José Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Ruano, C. (2012). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Antequera - Málaga: IC.
- Superintendencia de compañías, valores y seguros (2014). *Ley de Compañías*. Guayaquil.
- Tierra, P. (2012). *Texto básico de planificación territorial*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba.
- TurisTIC (Innovación en turismo), (2011). *Producto turístico*. Disponible en URL: <http://turistic.co/servicios/producto-turistico> [consulta marzo de 2016]
- World Travel & Tourism Council, (2016). *Impacto económico del viaje y el turismo actualización anual 2016*. Disponible en URL: http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/economic%20impact%202015%20summary%20spanish_web.pdf [consulta marzo de 2016]

XIII. ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta en español e inglés



CENTRO TURÍSTICO Y CULTURAL PUCARÁ TAMBO ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



Estimado turista: la siguiente encuesta tiene como finalidad identificar sus preferencias para realizar turismo y visitas a las comunidades indígenas, para la propuesta de un producto alternativo en la Parroquia Rural Cacha. La información que usted nos proporcione será de gran ayuda, esperamos contar con su colaboración y sinceridad.

A. INFORMACION GENERAL

1. Edad.....

2. Género:

a. Masculino

b. Femenino

3. Procedencia

País..... Ciudad.....

4. Estado civil

a. Soltero

b. Casado

c. Divorciado

d. Viudo

5. Nivel de instrucción

Primaria

Secundaria

Superior

Postgrado

6. Ocupación

a. Empleado privado

b. Empleado público

c. Estudiante

d. Ama de casa

e. Jubilado

f. Otro.....

7. ¿Usualmente cuál es su motivo de viaje?

a. Vacaciones

b. Familia

c. Amigos

d. Negocios

e. Estudios

f. Otro.....

8. ¿Generalmente, usted viaja:

- a. Solo c. Familia
 b. En pareja d. Amigos

9. Usted viaja a través de:

- a. Operadora o agencia de viajes b. Independiente

10. ¿Qué medios utiliza usted para informarse de los sitios turísticos?

- a. Centros de información turística f. Revistas
 b. Agencias y operadoras de viajes g. Web site
 c. Radio h. Redes sociales
 d. Televisión i. Amigos/Familiares
 e. Prensa

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA**11. ¿Le gustaría realizar actividades programadas en turismo rural comunitario en la parroquia rural Cacha, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?**

- a. Si b. No

12. ¿Qué actividades le gustaría realizar?

- a. Convivencia rural comunitaria f. Fotografía
 b. Visita a un centro de interpretación g. Eventos culturales programados
 c. Caminatas (ceremonias, fiestas, juegos)
 d. Camping h. Recreación y esparcimiento
 e. Visita a sitios naturales

13. ¿Qué servicios le gustaría que se incluyan?

- a. Hospedaje d. Transporte
 b. Alimentación e. Venta de artesanías
 c. Guianza

14. ¿En caso de que usted requiera hospedaje, le gustaría que sea en cabañas autóctonas (construcciones con materiales propios de la zona)?

- a. Si b. No

15. ¿Cuánto tiempo dispondría para realizar las actividades antes mencionadas?

- a. 1 día c. 3 días
 b. 2 días d. Más de 3 días

7. Usually, why do you make trips?

- | | | | |
|--------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| a. Vacations | <input type="checkbox"/> | d. Work/business | <input type="checkbox"/> |
| b. Family | <input type="checkbox"/> | e. Studies | <input type="checkbox"/> |
| c. Friends | <input type="checkbox"/> | f. Other one..... | |

8. Usually, your travel:

- | | | | |
|-----------|--------------------------|------------|--------------------------|
| a. Alone | <input type="checkbox"/> | c. Family | <input type="checkbox"/> |
| b. Couple | <input type="checkbox"/> | d. Friends | <input type="checkbox"/> |

9. Who organized your trip?

- | | | | |
|-----------------------------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| a. Tour operator or Travel agency | <input type="checkbox"/> | b. Yourself | <input type="checkbox"/> |
|-----------------------------------|--------------------------|-------------|--------------------------|

10. Which of the technology media did you use to find information about the Chimborazo Province?

- | | | | |
|--------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| a. Tourism offices | <input type="checkbox"/> | d. Trip guides | <input type="checkbox"/> |
| b. Tv and radio | <input type="checkbox"/> | e. Magazines | <input type="checkbox"/> |
| c. Web site | <input type="checkbox"/> | f. Friends | <input type="checkbox"/> |

B. SPECIFIC INFORMATION**11. Would you like to do scheduled activities of rural community tourism at Cacha parish, Riobamba canton, Chimborazo province?**

- | | | | |
|--------|--------------------------|-------|--------------------------|
| c. Yes | <input type="checkbox"/> | d. No | <input type="checkbox"/> |
|--------|--------------------------|-------|--------------------------|

12. What activities would you like to do?

- | | | | |
|-----------------------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| a. Living in a rural community | <input type="checkbox"/> | e. Visit to natural sites | <input type="checkbox"/> |
| b. Visit an interpretation center | <input type="checkbox"/> | f. Photographs | <input type="checkbox"/> |
| c. Trekking | <input type="checkbox"/> | g. Programmed cultural events | <input type="checkbox"/> |
| d. Camping | <input type="checkbox"/> | h. Recreation and funny | <input type="checkbox"/> |

13. Would you like to have tourism services?

- | | | | |
|-------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| a. Lodging | <input type="checkbox"/> | d. Transportation | <input type="checkbox"/> |
| b. Food | <input type="checkbox"/> | e. Selling handicrafts | <input type="checkbox"/> |
| c. Guidance | <input type="checkbox"/> | | |

14. For rural community tourism activity, would you like the accommodation is in native huts?

- | | | | |
|--------|--------------------------|-------|--------------------------|
| a. Yes | <input type="checkbox"/> | b. No | <input type="checkbox"/> |
|--------|--------------------------|-------|--------------------------|

15. How much time would you have to perform activities of rural community tourism?

- a. One day
b. Two days
- c. Three days
d. More than three days

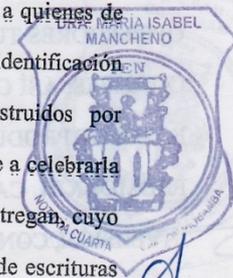
16. How much would you like to pay for a rural community tourism tour? Including: feeding, lodging, guiding and transport (one day/person)?

- e. \$ 25-30
f. \$ 31-35
- g. \$ 36-40
h. More than \$ 40

THANKS FOR YOUR INFORMATION!!!

Anexo 2. Acta de constitución de la Operadora de Turismo Kacha Optur S.A.**ESCRITURA PÚBLICA No. 20150601004P06410****Factura No.: 002-002-0000129****NOTARIA CUARTA****CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA
OPERADORA TURISTICA KACHAOPTUR S.A.****OTORGADA POR: DUCHICELA SANTA CRUZ CARLOS EDUARDO Y
OTROS.****CAPITAL: USD 800.0****CAPITAL AUTORIZADO : USD 1200.0****Di 2 Copias**

En la ciudad de **RIOBAMBA**, provincia de **CHIMBORAZO** el día de hoy dieciseis de Noviembre del dos mil quince , ante mí, **DOCTORA MARIA ISABEL MANCHENO NARANJO**, NOTARIA CUARTA del cantón **RIOBAMBA**, comparecen a constituir la compañía **OPERADORA TURISTICA KACHAOPTUR S.A.**, el/la señor(a) **DUCHICELA SANTA CRUZ CARLOS EDUARDO**, de nacionalidad **ECUATORIANA**, estado civil **CASADO**, con domicilio en la ciudad de **GUAYAQUIL**, por sus propios y personales derechos; la compañía **CACHAMSI S.A.**, de nacionalidad **ECUATORIANA**, , con domicilio en la ciudad de **RIOBAMBA**, por sus propios y personales derechos. Los comparecientes son mayores de edad, hábiles según derecho para contratar y obligarse, a quienes de conocer doy fe; en virtud de que me han exhibido sus documentos de identificación que en fotocopia debidamente autenticada por mí se agregan; bien instruidos por mí el/la Notario(a), en el objeto y resultados de esta escritura, que a celebrarla proceden, libre y voluntariamente, de acuerdo a la minuta que me entregan, cuyo tenor es como sigue: "**SEÑOR(A) NOTARIO(A):**En el protocolo de escrituras



públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas: **PRIMERA.- COMPARECIENTES.-**

Intervienen en el otorgamiento de esta escritura:

Nombres y Apellidos o Razón Social	Nacionalidad	Estado Civil	Domicilio	Representante Nombre y Apellido, Según Corresponda
DUCHICELA SANTA CRUZ CARLOS EDUARDO	ECUATORIANA	CASADO	GUAYAQUIL	
CACHAMSI S.A.	ECUATORIANA		RIOBAMBA	MARTINEZ RUALES PABLO JAVIER

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil y leyes conexas.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA. Título Primero (I). Del nombre, domicilio, objeto y plazo. Artículo Primero (1°).- Nombre.-

El nombre de la compañía que se constituye es OPERADORA TURISTICA KACHAOPTUR S.A., **Artículo Segundo (2°).- Domicilio.-** El domicilio principal de la compañía es

RIOBAMBA provincia CHIMBORAZO. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes. **Artículo Tercero (3°).- Objeto Social.-** El objeto de la compañía

consiste en: LA COMPAÑÍA TENDRÁ POR OBJETO DEDICARSE A CUALQUIERA DE LAS OPERACIONES COMPRENDIDAS DENTRO DEL

NIVEL 2 DEL CIU: ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJES, OPERADORES TURÍSTICOS, SERVICIOS DE RESERVAS Y ACTIVIDADES CONEXAS; ASÍ COMO TAMBIÉN PODRÁ COMPRENDER LAS ETAPAS O FASES DE PRODUCCIÓN DE BIENES / SERVICIOS, COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN, CAPACITACIÓN, ASESORAMIENTO, INTERMEDIACIÓN, INVERSIÓN, CONSTRUCCIÓN DE LA ACTIVIDAD ANTES MENCIONADA.

