



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

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD
GUARO GRANDE, CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO**

TRABAJO DE TITULACIÓN

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

AUTOR: VIVIANA MARIELA RAMÍREZ SANCHEZ

RIOBAMBA- ECUADOR

2016

©2016, Viviana Mariela Ramírez Sánchez

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 del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD GUARO GRANDE, CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, de responsabilidad de la señorita Viviana Mariela Ramírez Sánchez, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

ING. SANDRA MIRANDA
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



EC. FLOR QUINCHUELA
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Viviana Mariela Ramírez Sánchez, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 21 de Junio de 2016



Viviana Mariela Ramírez Sánchez

Cedula de Ciudadanía: 0604591196-6

Yo, Viviana Mariela Ramírez Sánchez 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



VIVIANA MARIELA RAMÍREZ SANCHEZ

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado especialmente a Dios por ayudarme a cumplir uno de mis propósitos, a mi angelito guardián que aunque no está conmigo físicamente su recuerdo siempre me acompaña, mi Padre Rodrigo Ramírez, que desde el cielo me iluminado mi camino y sé que estará muy feliz de verme culminar mi carrera. A mis hermanos que pese a los problemas que hemos tenido seguimos adelante, gracias por su apoyo incondicional y confianza depositada en mí y que en conjunto han sido el estímulo que necesitaba para alcanzar uno de mis sueños propuestos, además quienes siempre me han impulsado a mirar hacia adelante y a mi sobrina Samantha por su ternura y cariño. Y como no dedicar a una persona muy especial en mi vida Aníbal Chuquimarca, gracias amor por todo tu apoyo y confianza, por tus ánimos para poder culminar con esta etapa de mi vida, por enseñarme a no darme por vencida ni aun vencida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios mi creador y padre celestial por todas las bendiciones recibidas, por ser mi fortaleza y el motor que me guio en este proceso.

Agradezco infinitamente a mis padres por su sacrificio, entrega y amor incondicional quienes me incentivaron para alcanzar este objetivo, a mis hermanos por su apoyo y alegría.

A mi amor Aníbal Chuquimarca por ser un apoyo incondicional en mi vida

A mis amigas y amigos por compartir sus conocimientos, ocurrencias, risas y amistad sincera, a mis familiares que han sido personas importantes en momentos de mi carrera.

Al Gad Pallatanga y la comunidad Guaro Grande por haberme permitido desarrollar mi trabajo de manera satisfactoria.

A mi directora de tesis Ing. Sandra Miranda por su asesoramiento, tiempo y voluntad, de la misma manera a la Eco. Flor Quinchuela miembro de mi tesis por su aporte de conocimientos para el desarrollo de este proyecto.

A la ESPOCH por estos años de acogida.

Viviana Ramírez

CONTENIDO

ÍNDICE DE FIGURAS	X
ÍNDICE DE FOTOS	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XII
I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD GUARO GRANDE, CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. IMPORTANCIA	1
B. JUSTIFICACIÓN	2
III. OBJETIVOS	3
A. OBJETIVO GENERAL	3
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
IV. HIPÓTESIS	4
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	5
A. TURISMO.....	5
1. Turismo Comunitario	5
2. Centro de Turismo Comunitario	7
B. POTENCIAL TURÍSTICO.....	10
1. ¿Qué es el potencial turístico?.....	10
2. Evaluación De Potencial Turístico.....	14
C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	15
D. ESTUDIO DE MERCADO.....	15
1. Definición.....	15
2. Análisis de demanda	16
3. Análisis de la oferta.....	18
4. Análisis de la competencia.....	18
5. Balance Oferta-Demanda	19
E. ESTUDIO TECNICO	19
1. Tamaño del proyecto.....	19
2. Localización.....	20
3. Ingeniería del proyecto.....	20
F. ESTUDIO AMBIENTAL	22
1. Impacto ambiental.....	22
2. Concepto de factibilidad ambiental.....	24
3. Matriz Lázaro Lagos	24
G. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO	25
1. Organización	25

2.	Organigrama.....	25
3.	Marco Legal	26
H.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	26
1.	Análisis Económico.....	26
2.	Análisis Financiero.....	27
VI.	MATERIALES Y MÉTODOS	29
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	29
1.	Localización	29
2.	Ubicación geográfica.....	30
3.	Características sociales.....	30
4.	Características climáticas	30
5.	Clasificación ecológica	30
6.	Características del suelo	32
7.	Materiales y equipos.....	32
B.	METODOLOGÍA	33
1.	Desarrollo del objetivo N°1: Validar el potencial turístico de la comunidad Guaro Grande.....	33
2.	Desarrollo del objetivo N°2: Elaborar el estudio de mercado.....	33
3.	Desarrollo del objetivo N°3: Desarrollar el estudio técnico.....	35
4.	Desarrollo del objetivo N°4: Determinar la viabilidad ambiental.....	36
5.	Desarrollo del objetivo N°5: Establecer la viabilidad legal y administrativa	37
6.	Desarrollo del objetivo N°6: Determinar la viabilidad económica y financiera	38
VII.	RESULTADOS.....	39
A.	VALIDAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD GUARO GRANDE.....	39
1.	Atractivos turísticos sobresalientes	39
2.	Enfoque de la comunidad sobre el turismo comunitario.....	46
B.	ELABORAR EL ESTUDIO DE MERCADO.....	47
1.	Estudio de oferta	47
2.	Estudio de demanda	55
3.	Análisis de la oferta.....	76
C.	DESARROLLAR EL ESTUDIO TÉCNICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO.....	80
1.	Localización del proyecto	80
2.	Diseño de la planta turística	81
3.	Diseño de paquetes turísticos comunitarios	105
4.	Estrategias comercialización	121
5.	Estrategias de producto	122
6.	Estrategias de plaza	130
7.	Estrategias de precio.....	131
8.	Estrategias de promoción (publicidad).....	132
D.	DETERMINAR LA VIABILIDAD AMBIENTAL DEL PROYECTO.....	137
1.	Método analítico y descriptivo	137
2.	Matriz de Lázaro Lagos.....	137

3.	Matriz de evaluación de impactos ambientales.....	141
4.	Matriz de Cuantificación.....	142
5.	Interpretación de la Matriz.....	142
6.	Plan de mitigación.....	143
E.	ESTABLECER LA VIABILIDAD LEGAL Y ADMINISTRATIVA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO.	146
1.	Estudio legal.....	146
2.	Estudio administrativo.....	155
F.	EFFECTUAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA – FINANCIERA DEL PROYECTO.....	185
1.	Viabilidad económica.....	185
2.	Análisis financiero.....	202
VIII.	CONCLUSIONES	203
IX.	RECOMENDACIONES	205
X.	RESUMEN.....	206
XI.	SUMARY.....	207
XII.	BIBLIOGRAFIA.....	208
XIII.	ANEXOS.....	212
A.	ANEXO N°1. Ficha para el inventario de atractivos	212
B.	ANEXO N°2. Modelo de encuesta	214
C.	ANEXO N°3. Hoja de evaluación para los visitantes	217
D.	ANEXO N°4. Ficha de inspección del área de alimentación.....	218
E.	ANEXO N° 5. Ficha de evaluación del área de visita.....	219
F.	ANEXO N°6. Modelo de ficha para la reservación de alojamiento.....	220
G.	ANEXO N°7. Modelo de ficha para el servicio de alojamiento	221
H.	ANEXO N°8. Imagen corporativa para el Ctc Guaro Grande	222
I.	ANEXO N°9. Página web.....	223
J.	ANEXO N°10. Merchadinsing	224

ÍNDICE DE FIGURAS

N°	Descripción	Pág.
1	Comunidades del cantón Pallatanga	29
2	Mapa de servicios turísticos de la área urbana	47
3	Mapa de los centros de hospedaje del área urbana.	50
4	Género de los turistas	57
5	Procedencia de los turistas.	58
6	Edad de los turistas.	59
7	Nivel de instrucción.	60
8	Ocupación del turista.	61
9	Conocimiento de la comunidad	62
10	Interés por conocer la comunidad	63
11	Promedio de estadía del turista.	64
12	Preferencia de actividades turísticas	65
13	Promedio de gasto por día por paquete turístico elegido anteriormente	66
14	Preferencia de servicios turísticos.	67
15	Promedio de gasto por día por servicios turísticos	68
16	Preferencia de pago del turista durante el viaje	69
17	Medios de información utilizados por los turistas	70
18	Frecuencia con la que realizan actividades turísticas	71
19	Temporada de viaje del turista.	72
20	Promedio de personas que viajan con el turista	73
21	Composición del grupo de viaje.	74
22	Macrolocalización de la comunidad Guaro Grande	80
23	Microlocalización de la comunidad Guaro Grande	81
24	Mapa “Guaro rincón escondido”	109
25	Mapa “Atractivos y rutas turísticas”	116
26	Organigrama Estructural del CTC Guaro Grande	156
27	Diagrama de reservación del turista.	169
28	Diagrama de reservación del turista.	170
29	Diagrama de servicio de alimentación	171
30	Diagrama de servicio de hospedaje	172
31	Diagrama de servicio de guianza	173
32	Diagrama de desarrollo de un tour	174

ÍNDICE DE FOTOS

N°	Descripción	Pág.
1	Cascada Guaro Grande	108
2	Escalada en cascada	108
3	Senderismo	108
4	Mirador La Cocha	112
5	Cascada San Rafael	112
6	Cascada San Jorge Bajo	112
7	Cultivos locales	112
8	Cascada Palmital	115
9	Cascada Yahuarcocha	115
10	Cascada Santa Ana	115
11	Bosque Bisniag	115
12	Cascada Guangashi	115
13	Cascada Chazazal	115

ÍNDICE DE TABLAS

N°	Descripción	Pág.
1	Matriz de caracterización de atractivos turísticos naturales sobresalientes	40
2	Lista de bienes patrimoniales de la comunidad Guaro Grande	42
3	Calendario festivo de la comunidad Guaro Grande	43
4	Formas de vida de la comunidad Guaro Grande	44
5	Servicio de alimentación	48
6	Servicio de hospedaje	49
7	Matriz de caracterización de la infraestructura básica	50
8	Accesos hacia la comunidad	52
9	Entidades que trabajan por en beneficio de la comunidad	53
10	Distribución de la demanda según el género	56
11	Lugar de procedencia de los turistas	57
12	Edad	58
13	Nivel de instrucción	59
14	Ocupación	60
15	Conocimiento de la comunidad	61
16	Interés por realizar turismo en Guaro Grande	62
17	Promedio de estadía de los turistas	63
18	Preferencia de actividades turísticas	64
19	Promedio de gasto por día por paquete turístico elegido anteriormente	65
20	Preferencia de servicios turísticos	66
21	Promedio de gasto por día por servicios turísticos	67
22	Preferencias de pago del turista durante su viaje	68
23	Medios de información utilizados por la demanda nacional	69
24	Frecuencia con las que realizan actividades turísticas los turistas	70
25	Temporada de viaje	71
26	Promedio de personas que viajan con el turista	72
27	Composición del grupo de viaje	73
28	Proyección de la demanda potencial para los próximos cinco años	75
29	Derivación de la demanda por actividades	76
30	Oferta complementaria	77

31	Proyección de la oferta en los próximos cinco años	78
32	Demanda insatisfecha	78
33	Demanda objetivo	79
34	Número de clientes proyectados	79
35	Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados	79
36	Precio estimado del albergue	101
37	Tipo y denominación de los paquetes	105
38	Itinerario técnico del paquete de “Guaro un rincón escondido”	106
39	Costo por número de pax	108
40	Itinerario técnico del paquete de “Aventura con la naturaleza”	110
41	Costo por número de pax	112
42	Itinerario técnico del paquete de “Más Cascadas”	113
43	Costo por número de pax	115
44	Costos del paquete “Guaro un rincón escondido”	117
45	Costos del paquete “Aventura con la naturaleza”	118
46	Costos del paquete “Mas Cascadas”	119
47	Punto de equilibrio de los paquetes	120
48	Canales de distribución	121
49	Evaluación del proceso de operación del producto	123
50	Programa de capacitación turística	125
51	Presupuesto del programa de capacitación turística	129
52	Ferias de turismo internacional	130
53	Agencia de Viaje y Operadoras de Turismo	131
54	Descuentos de paquetes por más de 10 pax	132
55	Plan de publicidad	135
56	Matriz de evaluación de impactos del Centro de turismo comunitario Guaro Grande	141
57	Matriz de cuantificación del Centro de turismo comunitario Guaro Grande	142
58	Afectaciones al medio ambiente	142
59	Plan de mitigación	144
60	Personal necesario para la operación de turismo comunitario	157
61	Manual de funciones del coordinador	158
62	Manual de funciones de Secretario/a contador/a	160
63	Manual de funciones del coordinador de Alimentos y bebidas	161
64	Manual de funciones del área ayudante de Alimentos y bebidas	162

65	Manual de funciones del cajero	163
66	Manual de funciones del Coordinador de Alojamiento	164
67	Manual de funciones del ayudante de alojamiento	164
68	Manual de funciones de Guías	165
69	Costo de equipamiento de alojamiento	185
70	Costo de equipamiento del área alimentación	186
71	Costo equipamiento cocina	188
72	Costo de equipamiento del Área Administrativa	189
73	Costo de equipamiento de áreas verdes	190
74	Costo de equipamiento del área de parqueadero	190
75	Costo de implementos para los baños generales	191
76	Costo de implementos para la actividad turística	191
77	Gastos de los activos diferidos	192
78	Remuneración del personal	193
79	Resumen de la inversión	194
80	Fuentes de financiamiento	195
81	Depreciación de activos fijos	196
82	Amortización de los activos diferidos	197
83	Pago de la deuda	197
83	Costo y gastos de proyecto (Valor de inflación 0,042, FMI, 2015)	198
85	Ingresos por producto	199
86	Estado de resultados	200
87	Flujo de caja	201
88	Análisis financiero del proyecto	202

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD GUARO GRANDE, CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

El Ecuador ha experimentado un mejoramiento de la actividad turística, en el año 2014 se registró un aumento del 14,1 % de visitantes comparado al año anterior, en consecuencia se ubica al turismo como el tercer rubro de aporte en ingresos, después del banano, plátano y camarón. (MINTUR, 2014, p.82).

En el ámbito latinoamericano se señala al Ecuador como un país pionero en turismo comunitario, desde los años 80 este tipo de turismo se ha convertido en una actividad estratégica vinculada al ecoturismo, tomó fuerza a partir del 2000, año en que también surge la necesidad de legalizarla. En el 2002 adquiere forma jurídica en la Ley de Turismo y además se reconoce a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), organización interlocutora de toda iniciativa de turismo comunitario que es miembro del Consejo Consultivo del Ministerio de Turismo (MINTUR, 2004).

Sobre esa base, en la comunidad Guaro Grande perteneciente al cantón Pallatanga actualmente se viene desarrollando en el aspecto turístico, la falta de gestión, planificación o el desconocimiento de los habitantes de la comunidad sobre de programas y proyectos que impulsa el gobierno para impulsar el turismo comunitario ha generado como resultado que el turismo comunitario no se consolide en su totalidad en dicha comunidad.

A pesar de que cuenta con un gran potencial cultural y sus recursos naturales son poco aprovechados no cuenta de infraestructura turística que les permita brindar un servicio de calidad a los turistas que arriban a la comunidad. La implementación de un centro de turismo comunitario basados en los 4 ejes de sustentabilidad (económico, ambiental, social y cultural) ayudará a la comunidad a proteger sus atractivos naturales, a generar ingresos económicos que ayuden a mejorar su calidad de vida y al rescate y conservación de sus costumbres y tradiciones.

B. JUSTIFICACIÓN

La Evaluación del Potencial Turístico de la comunidad Guaro Grande, realizada en prácticas preprofesionales I en febrero del 2015, permitió evidenciar el gran valor turístico que posee la comunidad debido a la presencia de 6 atractivos naturales de jerarquía II y atractivos culturales basados en cosas de respeto, saber popular diario, símbolos y valores; por consiguiente con el estudio de mercado que se realizó se pudo establecer que los turistas presentan el 100% de aceptación para conocer la comunidad. Este estudio aportó con la realización de una Ruta Turística denominada “Aventura y Naturaleza” que vincula a cada uno de los atractivos que existen en la comunidad y está diseñada acorde a las preferencias escogidas por el turista.

En consecuencia el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga cumpliendo con sus competencias en impulsar la actividad turística en la comunidad busca aprovechar el potencial existente en la comunidad con el fin de ayudar a gestionar recursos para la consolidación del turismo comunitario que corresponde a un modelo integrado de desarrollo sustentable, donde la comunidad tenga el control directo en la planificación y gestión de la iniciativa, debido a que los habitantes de la comunidad están interesados en involucrarse con la actividad turística mediante la creación de un Centro de Turismo Comunitario que será gestionado y planificado acorde a las necesidades de la comunidad y al mismo tiempo les permita ofrecer servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, para mejorar el desarrollo socioeconómico de la población y por otro, pretenda conservar y fomentar el respeto hacia los recursos naturales, patrimoniales y culturales, a través de su puesta en valor y de la implementación de nuevas formas sostenibles de gestión.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la implementación de un Centro de Turismo Comunitario en la comunidad Guaro Grande, cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a.** Validar el potencial turístico de la comunidad Guaro Grande.
- b.** Elaborar el estudio de mercado para la implementación del centro de turismo comunitario.
- c.** Desarrollar el estudio técnico para la implementación del centro de turismo comunitario.
- d.** Determinar la viabilidad ambiental para la implementación del centro de turismo comunitario.
- e.** Establecer la viabilidad legal y administrativa para la implementación del centro de turismo comunitario.
- f.** Efectuar la viabilidad económica – financiera para la implementación del centro de turismo comunitario.

IV. HIPÓTESIS

El estudio de factibilidad para la creación del Centro de Turismo Comunitario (CTC) en la comunidad Guaro Grande contribuye a la gestión y planificación del turismo comunitario.

.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

Según la Organización Mundial del Turismo: “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos” (World Tourism Organization, 1995).

“Es el conjunto de las relaciones y fenómenos, producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos, y permanencias no está motivada por una actitud lucrativa” (Hunziker y Krapf, 2011).

Definido en conjunto hagamos un análisis de los aspectos esenciales.

El turismo es una actividad de ocio, implica un movimiento o desplazamiento además conlleva un descubrimiento, también trae consigo impactos entre el sujeto y el medio ambiente, además contacto entre los visitantes, y los residentes del país visitado aunque de forma temporal.

Entendamos como impactos: Los efectos positivos o negativos que implica cualquier actuación en el medio, la suma de los impactos económicos, socioculturales, como los naturales es lo que conocemos en turismo como impactos medioambientales.

1. Turismo Comunitario

El turismo comunitario es un tipo de turismo en el cual el turista como el anfitrión establecen una relación desde la interculturalidad, en el cual el anfitrión muestra y enseña su cultura y visión del mundo al visitante (comida, bailes, tradiciones, costumbres, entre otras cosas).

La gran diferencia del turismo comunitario con otros tipos de turismo, se da principalmente en que la comunidad participa activamente en la planificación y gestión del proceso turístico y las utilidades se destinan en un aparte al mejoramiento de la comunidad, como puede ser mejoramiento de caminos, escuela, consultorio, entre otras cosas. (CODESPA, 2010, p.8)

a. Valores y principios que rigen el turismo comunitario

El turismo comunitario se basa en principios y valores comunitarios que buscan mantener la cultura y costumbres de cada comunidad, así como el beneficio colectivo sobre el beneficio individual.

El turismo comunitario:

- Siempre de basarse en procesos de consulta y decisión consensuada.
- Siempre respetará las estructuras organizativas que cada comunidad tiene libremente.
- Trata por todos los medios posibles de mantener la cultura, prácticas y conocimientos ancestrales de cada comunidad.
- Promueve el beneficio colectivo sobre el individual.
- Vela por que sus miembros se capaciten constantemente como un manera de generar capacidades den la gente local
- Se basa en los principios de solidaridad, siendo este el más importante. (CODESPA, 2010, p.9)

b. Ejes del turismo comunitario

1) Fortalecimiento organizativo

- Consolidar una estructura organizativa fuerte
- Tomar decisiones consensuadas con visión de grupo.
- Resolver conflictos internos con autonomía e independencia.
- Tejemos nuestra estructura organizativa local, regional y nacional como parte fundamental para la reivindicación de nuestros derechos.

2) Revitalización cultural

- Revalorar los principios y valores ancestrales que sustentan las relaciones de convivencia en comunidad y con la Pachamama.
- Retomar nuestros símbolos.
- Recuperar la sabiduría y técnicas ancestrales en la arquitectura, medicina, agricultura.

- Revitalizar las expresiones culturales como la música la danza, ritualidad, mitos, cuentos, leyendas.
- De colonizar nuestra forma de pensar, de hacer y de ser.
- Retomamos la espiritualidad y la vida en total armonía con la naturaleza, es decir asumimos nuestra auténtica cosmovivencia.

3) Gestión del territorio

- Generar un proceso de restauración y revitalización de los lugares sagrados: tolas, pukaras, tambos, caminos, terrazas, pircas.
- Defender el territorio de las actividades extractivistas con propuestas alternativas de manejo consensuado del patrimonio natural y cultural.
- Delimitación del territorio de las comunidades, pueblos y nacionalidades.
- Garantizar la soberanía y seguridad alimentaria de las comunidades.
- Exigir el cumplimiento de los derechos colectivos, de la naturaleza y humanos consagrados en la constitución.
- Recuperar y valorizar las técnicas ancestrales de manejo del suelo, cultivos tradicionales.
- Defendemos y planteamos alternativas de manejo de los territorios de vida de los pueblos y nacionalidades desde el turismo comunitario, frente a otras actividades que desequilibran nuestra Pachamama.

4) Economía solidaria

- Dinamizar e integrar la economía local.
- Fortalecer la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios.
- Desarrollar nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables.
- Aportar a la economía nacional a través del turismo comunitario.
- Generamos beneficios económicos para la comunidad, heredera del patrimonio cultural y natural, a través del turismo comunitario. (FEPTCE, 2009, p.5)

2. Centro de Turismo Comunitario

El centro de turismo comunitario (CTC) es el espacio turístico dentro del territorio comunitario que ofrece servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, basados en una organización

comunitaria que promueve un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en el rescate de su identidad, costumbres, tradiciones a través de un intercambio de experiencias con visitantes con la finalidad de ofertar servicios de buena calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

a. Instalaciones

- Las instalaciones en cuanto al tamaño, materiales de construcción, arquitectura, colores y decoración interna, tratarán de estar armónicamente integrados al paisaje y a las características de la comunidad, tratando de usar un color de base para todas las instalaciones del CTC.
- Evitarán la utilización de especies en peligro de extinción, tanto para construcción como para decoración.
- Se mantendrá limpias las instalaciones y libre de desechos orgánicos e inorgánicos.
- En las zonas frías, las instalaciones dispondrán de un sistema de aislamiento de frío, tanto en paredes, techos y suelos; o podrán contar con un sistema de calefacción (leña, electricidad, etc.) en todas las dependencias de uso turístico.
- Donde se tengan chimeneas, se facilitará al visitante su uso y las instrucciones para encenderla. La leña no debe ser de especies en peligro de extinción.
- En zonas calientes, las instalaciones tendrán de preferencia un sistema de ventilación natural o artificial.
- Se colocará una luz exterior en la entrada de las instalaciones que facilite al visitante la localización de las mismas. El rótulo de identificación del CTC también debe estar iluminado.
- Contará con vías de accesos en buen estado ya sean estas terrestres, marítimas, fluviales u otros. (Se cuidará que la vía de ingreso hasta las instalaciones del CTC sea accesible, realizando periódicamente la limpieza del camino, eliminando la basura, malezas, troncos, piedras o cualquier otro obstáculo que dificulte el tráfico y la visibilidad hasta el lugar de destino).
- En el caso de que el acceso sea por vía terrestre, se habilitará un espacio, apartado del tránsito destinado para el estacionamiento de vehículos lo más cercano a las instalaciones e indicará al visitante cuál es el lugar reservado para colocar su vehículo.
- Las instalaciones turísticas estarán ubicadas en áreas específicas de la comunidad apartadas de corrales de animales, áreas de manejo de residuos sólidos y líquidos.
- Contarán con un sistema de manejo de desechos sólidos y líquidos.

- Las instalaciones estarán rodeadas de plantas, árboles o flores nativas, esto contribuye a mejorar la imagen general y el ambiente de las instalaciones del CTC.
- Se mantendrá en buen estado las instalaciones, para lo cual se deben realizar periódicamente trabajos de mantenimiento, limpieza y reparación, tanto en el exterior como en el interior, llevando un registro permanente de estas actividades.
- Las instalaciones contarán con un espacio para el secado de ropa para uso exclusivo de los turistas.
- Ofrecerá facilidades para discapacitados.
- Contarán con un manual de operación interna del CTC.

b. Señalización

- Contará con un mapa de zonificación que identifique las diferentes áreas de los CTC.
- Mantendrán rótulos visibles en caminos de acceso.
- El CTC contará, en su ingreso, con un rótulo identificativo con el nombre y los servicios que ofertan.
- Los rótulos estarán en buen estado de conservación, serán de materiales duraderos no sintéticos y adaptados al paisaje y serán preferentemente de madera tallada o pintada y se adecuarán a las características que se encuentran en el Manual Corporativo de Señalización Turística del Ministerio de Turismo del Ecuador (Pictogramas Pág. 19 y señales de ubicación Pág. 46 y 47).
- Estarán señalizadas todas las áreas como: baños, áreas de juegos, áreas deportivas, área de camping, área de alojamiento, área de restaurante, en inglés y español, etc.
- De estar ubicados los CTC en lugares apartados de las carreteras principales y de difícil localización, se deberá colocar una señal, un rótulo o exhibición indicando la dirección y distancia desde la carretera principal hasta el CTC.
- A la entrada de los senderos deberán, exhibir el nombre de los senderos, sus características, duración o distancia, mapa interpretativo.
- Los senderos deberán contar con señalización interpretativa de los mismos. (Mintur, 2010, p.3)

B. POTENCIAL TURÍSTICO

1. ¿Qué es el potencial turístico?

Se denomina así a todas las potencialidades y oportunidades que pueden aprovecharse para aportar a lo logro del buen vivir, el conjunto de características que se deben superar, relaciones con los territorios vecinos, escenarios y ocupaciones.

El análisis del potencial se lo realiza desde la perspectiva de la comunidad con el respectivo apoyo técnico, el objetivo es que la comunidad pueda identificarlo. (Noboa, 2006)

a. Inventario de atractivos turísticos

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.

De ahí que la identificación y evaluación de los atractivos turísticos sea una tarea cardinal dentro de cualquier planificación.

El ministerio de turismo considera que: “La identificación de los atractivos turísticos se lleve a cabo normalmente mediante la confección de un listado de atractivos y emplazamientos con potencialidad y posibilidad de explotación turística, por ello se procede a la elaboración de un inventario o catálogo de atractivos es decir una relación de los recursos turísticos de un área determinada donde los mismos se enumeran, clasifican y describen mediante una metodología” (MINTUR, 2004).

1) Atractivos turísticos

Los atractivos son justamente aquellos que motiva o genera los desplazamientos de las personas hacia un lugar, son considerados la materia prima del turismo, es gracias a su existencia que surgen los núcleos receptores y con ellos la planta turística con el fin de ofrecer a sus visitantes todo lo necesario para su permanencia y disfrute la planta turística se constituye precisamente porque existe un atractivo que le justifica. Los destinos se desarrollan entorno a los atractivos, que son su parte medular o central.

Esto implica a su vez, que los atractivos originan los servicios o instalaciones que lo diferencian y distinguen de otros lugares y que les confieren atributos propios para promoverse con un producto turístico con características singulares y desarrolladas para satisfacer las necesidades y expectativas de usuarios o potenciales. (Castro, 2010)

2) ¿Qué clases de atractivos existen?

Pueden clasificarse de diversas formas, de acuerdo con distintas interpretaciones que se realicen sobre ellos, pueden ser naturales o creados por el humano. Existen atractivos que fueron hechos exclusivamente para su disfrute (parques temáticos, centros vacacionales). Otros, aunque aún que son productos también de la creación humana, no se diseñaron con el único fin de servir al esparcimiento, sino que son edificaciones, obras monumentales o de otro índole, que revisten y despiertan un particular interés histórico, cultural y turístico para su visita.

Los atractivos pueden también clasificarse, según sus características naturales o culturales de la siguiente manera:

- **Tangibles:** son perceptibles y ocupan un espacio de manera permanente.
- **Intangibles:** como los eventos, espectáculos o acontecimientos programados y de permanencia temporal o fina. Por lo tanto, en los atractivos también se incluyen los eventos socioculturales y deportivos. (Castro, 2010)

3) ¿Cómo un atractivo se convierte en atractivo turístico?

El poder ser un lugar para producir el deseo de visitarlo puede ser muy grande, pero si adolece de infraestructura servicios o instalaciones para su accesibilidad y disfrute, no se puede ofertar, ni poner en valor como un producto turístico integrado y sólido, es decir como una atracción turística. Para su desarrollo óptimo, los atractivos tienen que ser fácilmente accesibles, de modo que se pueda dotar a los núcleos receptores inmediatos de los servicios necesarios para su disfrute. (Castro, 2010)

4) ¿Qué distingue un atractivo?

Los atractivos sean tangibles o intangibles tienen todos una esencia que los identifica y define como símbolos o iconos que se constituyen en lo que hemos denominado distintivo turístico que se asocian con un destino en particular proyectan una imagen de lo que este es o representa, por esta circunstancia o asociamos ciertos objetos, lugares, personas, animales, comidas y bebidas, músicas y acontecimientos con un destino de donde son originales. (Castro, 2010)

b. Etapas para elaborar el inventario de atractivos

1) Clasificación de los atractivos

Los atractivos se clasifican en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos. En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustre, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados. (MINTUR, 2004)

2) Recopilación de la información

En esta etapa se selecciona tentativamente los atractivos, por lo cual se investigan sus características relevantes. En esta fase de investigación se documenta, cuya información debe obtenerse en las oficinas con su manejo.

3) Trabajo de campo

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

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como municipios y consejos cantonales, gobernaciones, juntas

parroquiales así como de informantes locales, tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que harán al menos 5 fotografías.

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

1) Jerarquía IV

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

2) Jerarquía III

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

3) Jerarquía II

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

4) Jerarquía I

Atractivo sin merito suficiente para considerarlo a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a

otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor y en función de los puntos obtenidos se determinan el rango jerárquico donde se ubica el atractivo.

Los rangos son:

- 1 a 25 puntos jerarquía I
- 26 a 50 puntos jerarquía II
- 51 a 75 puntos jerarquía III
- 76 a 100 puntos jerarquía IV. (MINTUR, 2004)

2. Evaluación De Potencial Turístico

El turismo destaca como aquella actividad capaz de generar efectos multiplicadores de empleo y producción, tanto directa como indirectamente y de manera descentralizada. Según la organización mundial de Turismo la evolución 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 adaptación de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

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

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 de 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 el último, decidir la conveniencia o no del turismo en la zona. Aunque no ofrezca datos absolutamente fieles sobre las perspectivas de desarrollo efectivas del sector determinar el

potencial turístico del territorio, constituye una importante base de adaptación de decisiones para los organismos de desarrollo ya que les permite minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones. (Tierra, 200, p.4)

C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“El estudio de factibilidad es un instrumento utilizado para determinar la viabilidad de una propuesta empresarial. Aunque la estructura de los estudios de factibilidad puede variar, el análisis debe evaluar exhaustivamente la propuesta de empresa y concentrarse especialmente en el mercadeo y la viabilidad financiera. Para elaborar un estudio de factibilidad útil no se requiere de un título en administración de empresas. Sólo se necesita disciplina para proceder conforme a los pasos descritos en este capítulo y voluntad para solicitar ayuda cuando hace falta un mayor conocimiento sobre algún tópico” (The Nature Conservancy, 2004, p.116).

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

“Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias” (Luna, 2001, p.33).

D. ESTUDIO DE MERCADO

1. Definición

Un estudio de mercado es el resultado del proceso de recogida, análisis e interpretación de información relativa al mercado objeto de estudio, los principales motivos para la realización de estudios de mercado son los siguientes:

- Permitirá comprender el mercado en el que vas a localizar tu actividad
- Ofrece una visión actualizada del sector donde se desea realizar la actividad, es decir cuál ha sido su evolución en los últimos años, la situación actual y las perspectivas de futuro.
- Puede ser determinante a la hora de identificar una oportunidad de negocio o, por el contrario, identificar alternativas en caso de que tu proyecto inicial no sea viable.
- Te indica si debes continuar, cambiar o cancelar tu plan de negocios, si el producto vendido es adecuado o si la nueva gama que planeas comercializar tiene cabida en el mercado. También te aporta información sobre la acogida de una nueva campaña de publicidad y sobre nuevas modificaciones que podrían ser exitosas. (Bic Galicia, 2010)

2. Análisis de demanda

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicio, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos.

A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

Se entiende por Análisis de la Demanda la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requieran 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. (Contreras, 2005)

a. Tipos de demanda

1) Demanda satisfecha

“Es aquel porcentaje de la población demandante que se encuentra atendido eficientemente por el sector ofertante de servicios turísticos dentro del mercado” (Jara, 2011, p.36).

2) Demanda insatisfecha

“Es aquel porcentaje de la demanda que no se encuentra atendido por el sector ofertante de servicios turísticos dentro del mercado, debido a una deficiente producción o disponibilidad de bienes y servicios” (Jara, 2011, p.36).

b. Muestreo población

Entendemos por población o universo cualquier grupo entero completo de unidades estadísticas como por ejemplo todos los habitantes de un país, el número total de clientes de la empresa, etc. Se lo identifica por el carácter “N” esta población puede ser finita cuando N es menor a 100.000 e infinita cuando N es mayor a 100.00.

La muestra en cambio, es una parte de población como por ejemplo los habitantes de una ciudad de un país, un determinado grupo de clientes de la localidad etc. A la muestra se la denomina por “n” y el objetivo fundamental del muestreo estadístico es obtener muestras representativas de la población. Es decir muestras que tengan las mismas características que el universo y que estas estén en la misma proporción. La característica principal de la muestra es su representatividad. Una muestra es representativa cuando está constituida por un número suficientemente grande de elementos tomados al azar del universo.

La investigación de mercado utiliza mucho la encuesta muestrearía o encuesta estadísticamente representativa, puesto que se pueden obtener una serie de resultados de una pequeña muestra y aplicarlos a la generalidad o universo, con lo que esto representa en ahorro de tiempo y dinero.

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

Para calcular la muestra en universo finito y con coeficiente de fiabilidad del 1.75 % se utiliza la fórmula para el cálculo de poblaciones finitas:

Dónde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Universo de estudio.

E: Margen de error o precisión admisible (10%)

K: Nivel de confianza (2).

P: Probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q: Probabilidad de no ocurrencia (0.5).

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

3. Análisis de la oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores), están dispuestos a poner en el mercado a un precio determinado. (Jara, 2011, p.36).

En la caracterización de la oferta se toma en cuenta los siguientes aspectos:

- Producto y/o servicios con los que cuenta.
- Condiciones de calidad.
- Características únicas.
- Precios.
- Autorizaciones con las que se cuenta (licencias)
- Capacidad de instalada. (Tierra, 2010, p.12)

4. Análisis de la competencia

Meneses (1998) señala: “El análisis de la competencia es fundamental por varias razones, entre otras, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es preciso conocer la estrategia que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en buena parte fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados” (p.140).

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto, para realizar un estudio de la competencia, es necesario establecer quienes son los competidores cuantos son y sus respectivas ventajas competitivas. (Contreras, 2005)

5. Balance Oferta-Demanda

“Se determina las oportunidades cuantitativas del mercado. En esta parte se confronta los datos estadísticos de la demanda frente a la oferta (Capacidad ocupacional mensual, anual) y se determina la demanda insatisfecha, que ayuda a realizar una aproximación de la demanda que será cubierta con el proyecto” (Yucta, 2002, p.25).

E. ESTUDIO TECNICO

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye: tamaño del proyecto, localización.

1. Tamaño del proyecto.

La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. Para ello se tienen en cuenta los siguientes elementos.

La primera se refiere al volumen de producción que bajo condiciones técnicas óptimas se alcanza a un costo unitario mínimo.

La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen regirán durante el mayor tiempo a lo largo del período considerado al costo unitario mínimo y por último la capacidad máxima se refiere a la mayor producción que se puede obtener sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción.

Como concepto de tamaño de planta se adopta de las definiciones anteriores, la correspondiente a la capacidad de producción normal, la que se puede expresar para cada una de las líneas de equipos o procesos, o bien para la totalidad de la planta.

2. Localización.

Con el estudio de micro localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios.

En la decisión de su ubicación se considerarán los aspectos siguientes:

- a. Facilidades de infraestructura portuaria, aeroportuaria y terrestre, y de suministros de energía, combustible, agua, así como de servicios de alcantarillado, teléfono, etc.
- b. Ubicación con una proximidad razonable de las materias primas, insumos y mercado.
- c. Condiciones ambientales favorables y protección del medio ambiente.
- d. Disponibilidad de fuerza de trabajo apropiada atendiendo a la estructura de especialidades técnicas que demanda la inversión y considerando las características de la que está asentada en el territorio.
- e. Correcta preservación del medio ambiente y del tratamiento, traslado y disposición de los residuales sólidos, líquidos y gaseosos. Incluye el reciclaje.

3. Ingeniería del proyecto.

El estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de Ingeniería Básica, equivalente al proyecto técnico.

El establecimiento de relaciones contractuales para los trabajos de proyectos, construcciones y suministros es un factor determinante para el logro de la eficiencia del proceso inversionista que se analiza.

A partir de ello se podrá establecer una adecuada estrategia de contratación, precisando los posibles suministradores nacionales y extranjeros, así como la entidad constructora

Con la determinación del alcance del proyecto se requiere exponer las características operacionales y técnicas fundamentales de su base productiva, determinándose los procesos tecnológicos requeridos, el tipo y la cantidad de equipos y maquinarias, así como los tipos de cimentaciones, estructuras y obras de ingeniería civil previstas.

A su vez se determinará el costo de la tecnología y del equipamiento necesario sobre la base de la capacidad de la planta y de las obras a realizar.

Esta etapa comprende:

a) Tecnología.

La solución tecnológica de un proyecto influye considerablemente sobre el costo de inversión, y en el empleo racional de las materias primas y materiales, consumos energéticos y la fuerza de trabajo. El estudio de factibilidad debe contar con un estimado del costo de la inversión.

b) Equipos.

Las necesidades de maquinarias y equipos se deben determinar sobre la base de la capacidad de la planta y la tecnología seleccionada. La propuesta se detallará a partir de: valor del equipamiento principal, fuentes de adquisición, capacidad y vida útil estimada.

c) Obras de Ingeniería civil.

Los factores que influyen sobre la dimensión y el costo de las obras físicas son el tamaño del proyecto, el proceso productivo y la localización. Se requiere una descripción resumida de las obras manteniendo un orden funcional, especificando las principales características de cada una y el correspondiente análisis de costo, así como el: valor de las obras de Ingeniería civil (complejidad de la ejecución), depreciación y años de vida útil.

d) Análisis de insumos.

Se deben describir las principales materias primas, materiales y otros insumos nacionales e importados necesarios para la fabricación de los productos, así como el cálculo de los consumos para cada año y la determinación de los costos anuales por este concepto, los que constituyen una parte principal de los costos de producción.

Los precios a los que se pueden obtener tales materiales son un factor determinante en los análisis de rentabilidad de los proyectos.

También se incluyen aquellos materiales auxiliares (aditivos, envases, pinturas, entre otros) y otros suministros de fábrica (materiales para el mantenimiento y la limpieza).

e) Servicios públicos.

La evaluación pormenorizada de los servicios necesarios como electricidad, agua, vapor y aire comprimido, constituyen una parte importante en el estudio de los insumos.

Es necesario detallar el cálculo de los consumos para cada año y la determinación de los costos anuales por este concepto.

f) Mano de obra.

Una vez determinada la capacidad de producción de la planta y los procesos tecnológicos que se emplean, es necesario definir la plantilla de personal requerido para el proyecto y evaluar la oferta y demanda de mano de obra, especialmente de obreros básicos de la región, a partir de la experiencia disponible y atendiendo a las necesidades tecnológicas del proyecto. Mediante estos estudios se podrá determinar las necesidades de capacitación y adiestramiento a los diferentes niveles y etapas.

Al tener definidas las necesidades de mano de obra por funciones y categorías, se determina en cada una de ellas el número total de trabajadores, los turnos y horas de trabajo por día, días de trabajo por año, salarios por hora, salarios por año, etc. (Portales, 2001)

F. ESTUDIO AMBIENTAL

El estudio de impacto ambiental es un instrumento importante para la evaluación del impacto ambiental de una intervención. Es un estudio técnico, objetivo, de carácter pluri e interdisciplinario, que se realiza para predecir los impactos ambientales que pueden derivarse de la ejecución de un proyecto, actividad o decisión política permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental del mismo. Constituye el documento básico para el proceso de Evaluación del Impacto Ambiental

1. Impacto ambiental

El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza. Los proyectos o actividades susceptibles de causar impacto ambiental, en cualquiera de sus fases, que deberán someterse al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental.

a. Tipos de impacto ambiental

Existen diversos tipos de impactos ambientales, pero fundamentalmente se pueden clasificar, de acuerdo a su origen:

- Impacto ambiental provocado por el aprovechamiento de recursos naturales ya sean renovables, tales como el aprovechamiento forestal o la pesca; o no renovables, tales como la extracción del petróleo o del carbón.
- Impacto ambiental provocado por la contaminación. Todos los proyectos que producen algún residuo (peligroso o no), emiten gases a la atmósfera o vierten líquidos al ambiente.
- Impacto ambiental provocado por la ocupación del territorio. Los proyectos que al ocupar un territorio modifican las condiciones naturales por acciones tales como tala rasa, compactación del suelo y otras.

b. Evaluación del impacto ambiental

La evaluación de impacto ambiental es el procedimiento, a cargo de la Comisión Nacional del Medio Ambiente o de la Comisión Regional respectiva, en su caso, que, en base a un Estudio o Declaración de Impacto Ambiental, determina si el impacto ambiental de una actividad o proyecto se ajusta a las normas vigentes.

c. Plan de manejo ambiental

Es el documento que producto de una evaluación ambiental establece, de manera detallada, las acciones que se implementarán para prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos y efectos ambientales negativos que se causen por el desarrollo de un proyecto, obra o actividad. Incluye los planes de seguimiento, monitoreo, contingencia y abandono según la naturaleza del proyecto, obra o actividad.

Impacto ambiental: Cualquier alteración en el sistema ambiental físico, químico, biológico, cultural y socioeconómico que pueda ser atribuido a actividades humanas relacionadas con las necesidades de un proyecto.

2. Concepto de factibilidad ambiental

Hablamos de factibilidad ambiental cuando se planea la ejecución de un proyecto determinado, considerando las condiciones y los efectos ambientales del sitio y las regulaciones, condiciones, restricciones y oportunidades en un para un determinado proyecto y terreno o zona. Esta factibilidad se refiere a un análisis previo del sitio en cuanto a factores físicos y ambientales como ubicación, flora, fauna, clima, suelos, geología, grado de conservación o alteración; así como un análisis de tipo social como área de influencia y población; sin olvidar los aspectos legales y normativos ambientales y de uso de suelo, Planes Regionales y Locales de Desarrollo, entre otros, con el objeto de evaluar todas las posibilidades de desarrollo y las condicionantes, oportunidades y restricciones que pudiera tener un determinado proyecto en un lugar seleccionado.

Estos estudios permiten determinar si el proyecto que se pretende desarrollar es factible o no, si requiere modificaciones o adecuaciones o si definitivamente no puede llevarse a cabo en el sitio. (Pérez, 1997)

3. Matriz Lázaro Lagos

En una evaluación de los impactos ambientales es necesario, primeramente, realizar una identificación de las actividades o acciones que se realizarán durante las distintas fases de ejecución del proyecto, susceptibles de provocar impactos, los cuales son resumidos, para la confección de la matriz de identificación y evaluación de impactos.

La matriz de identificación y evaluación de impactos ambientales se compone de dos sectores:

- a.** En el primer sector se relacionan las actividades relevantes del proyecto con los impactos identificados en cada componente ambiental.
- b.** En el segundo sector se desarrolla la valoración del impacto. Se describen y analizan los impactos ambientales identificados, mediante métodos cualitativos y cuantitativos.

En el primer sector, en la columna inicial se relacionan todas las componentes ambientales estudiadas en dicha Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), seguidamente (a partir de la segunda columna) se indican las actividades evaluadas en el proyecto, este acápite tendrá columnas cuantas actividades fueron establecidas, generalmente no menos de tres correspondientes a las fases de movimiento de tierra, instalación del equipamiento, operación de la instalación y abandono.

En la próxima columna, después de las acciones, corresponde relacionar todos los impactos ambientales detectados y evaluados, ordenados por componentes ambientales, esta columna constituye el enlace entre el primer y el segundo sector de la matriz, porque se utiliza en ambos.

Una vez relacionados todos los impactos ambientales se procede a señalar (puede ser con una **X**) en cual o cuales de las actividades tiene lugar el impacto.

G. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO

1. Organización

Una organización es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines, los cuales pueden ser de lucro o no.

2. Organigrama

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

a. Manual de funciones

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión.

3. Marco Legal

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí. El marco legal faculta a la autoridad correspondiente para que lleve a cabo las labores de administración de conformidad a la estructura detallada dentro de sus mismas provisiones. ((Thompson, 2007)

H. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Análisis Económico

Método para separar, examinar y evaluar tanto cuantitativa como cualitativamente, las interrelaciones que se dan entre los distintos agentes económicos, así como los fenómenos y situaciones que de ella se derivan; tanto al interior de la economía, como en su relación con el exterior.

a. Inversiones

Se refiere a los gastos en material que son amortizables a lo largo de los años. Su sentido es el de gastos de cuantía importante, en elementos que son realmente un patrimonio.

b. Gastos

Se refieren a las salidas de dinero en que se incurren a lo largo de los años para dar un servicio o crear un producto. Estos gastos se suelen dividir entre recurrentes (los que se producen aunque no exista actividad en la empresa) y los operativos (en los que se incurre por el hecho de que la empresa fabrique, venda, etc.).

c. Ingresos

Se refieren a las entradas de dinero referidas a los resultados del proyecto. (Sendín, 2006)

2. Análisis Financiero

El análisis financiero es una herramienta que permite realizar comparaciones relativas de distintos negocios y facilita la toma de decisiones de inversión, financiación, planes de acción, control de operaciones, reparto de dividendos, entre otros. (León, 2009)

a. Flujo de caja

Un flujo de caja es la presentación sobre un cuadro, en cifras, para diversos períodos hacia el futuro, y para diversos ítems o factores, de cuando va a entrar o salir, físicamente, dinero. Se obtiene de la suma de los Ingresos totales actualizados menos los Egresos totales actualizados. Flujo de Caja = Ingresos actualizados – Egresos actualizados. (Botero, 2010)

b. Valor actual neto

Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial. VAN = Sumatoria de ingresos descontados – Sumatoria de desembolsos descontados.

c. Tasa interna de retorno (TIR)

Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N. =0). Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor.

d. Período de recuperación o Payback

Es el periodo de tiempo o número de años que necesita una inversión para que el valor actualizado de los flujos netos de Caja, igualen al capital invertido. Para obtener el período de recuperación del capital, se divide 100 para la tasa interna de retorno. Así, el período de recuperación del capital se manifiesta en período de año y meses.

Payback = $100/TIR$. (Garrido, 2006)

e. Relación Costo/Beneficio

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

$B/C = \frac{\text{Sumatoria de Ingresos descontados} + \text{Valor de salvamento descontado}}{\text{Sumatoria de Egresos descontados} + \text{Inversiones descontadas}}$. (Váquiro, 2010)

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El trabajo de titulación se realizó en la comunidad Guaro Grande perteneciente al Cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

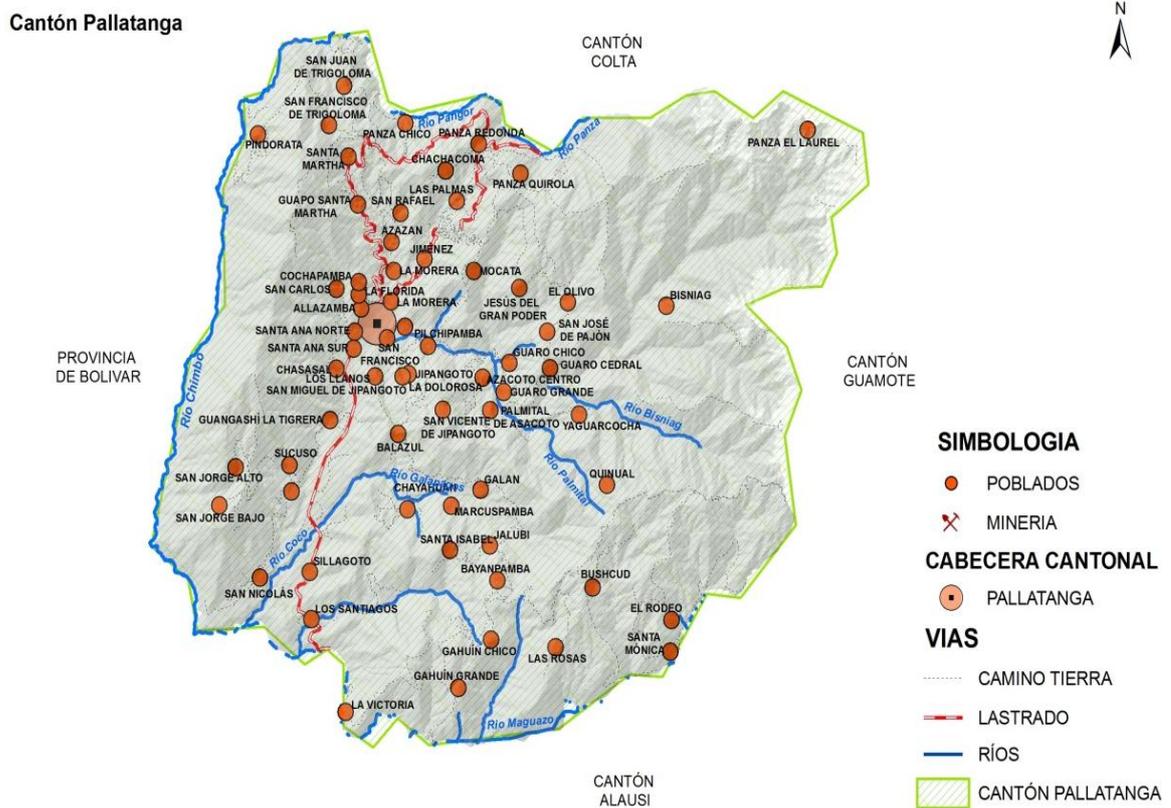


Figura N°1. Comunidades del cantón Pallatanga.

Nota: Sistema Nacional de Información. Equipo PD y OT-2014

2. Ubicación geográfica

Coordenadas proyectadas UTM WGS 84 Zona 17S

X 730663 E

Y 9777874N

Altitud: 2265 m.s.n.m

Límites: Al norte con Pajón del Guaro, al sur Palmital de Azacoto, al este Yahuarcocha y al oeste San Vicente de Jipangoto.

3. Características sociales

De acuerdo al CENSO poblacional 2010, la comunidad cuenta con 148 habitantes, el mismo que permite autodenominar la etnicidad a cada uno de los habitantes se ha podido obtener los siguientes datos: 75% mestizos y 25% indígenas. La población mayoritaria de Guaro Grande está conformada por individuos cuya edad está entre 13 a 26 años.

4. Características climáticas

Temperatura: 18°C – 22°C

Precipitación anual: 1500 a 1800 mm

Humedad relativa: 70% y 90%

Tipo de clima: Ecuatorial de alta montaña (MAE, 2012)

5. Clasificación ecológica

Bosque siempreverde montano del norte y centro de la cordillera oriental de los Andes

Concepto: bosques siempreverdes que alcanzan los 15-25 m de alto. Los árboles tienden a tener troncos y ramas nudosas, copas densas y compactas. Se puede observar algunas intrusiones graníticas y numerosas, además proyecciones de cenizas volcánicas, formaciones metamórficas indiferenciadas y cobertura piroclástica discontinua. Las pendientes son fuertemente inclinadas a escarpadas (5-87°) (Demek 1972). Los suelos son inceptisoles y andosoles desaturados con una textura franco-franco limosa y en pequeñas partes al norte franco arenoso y al sur de franco arcilloso. La flora está dominada por elementos andinos, principalmente de las familias Melastomataceae (Miconia), Solanaceae, Myrsinaceae, Aquifoliaceae, Araliaceae, Rubiaceae, y varias familias de helechos (Gentry 2001). El sotobosque es generalmente denso, con árboles

pequeños, y las palmeras del género *Geonoma* (Gentry 1995, Valencia 1995, Mogollón y Guevara 2004), así como *Chamaedorea pinnatifrons* (Vargas et al. 2000) pueden ser comunes. Otros géneros importantes en estas elevaciones son *Hieronyma* y *Alchornea* (Gentry 2001). Varias familias de epífitas tienen un pico de diversidad en este ecosistema, entre ellas Orchidaceae, Bromeliaceae, Araceae, y algunas familias de helechos que contribuyen sustancialmente a la biomasa de estos bosques (Mogollón y Guevara 2004). Algunas áreas dentro de estos bosques se caracterizan por tener un dosel relativamente bajo, de 10-15 m, árboles de fustes rectos. Estos bosques tienen diversidad de especies, muchas de ellas con una distribución amplia en el país (Fehse et al. 1998). Posiblemente son el resultado de regeneración del bosque después de disturbios naturales o antropogénicos. Típicamente están compuestos por especies de *Weinmannia*, *Schefflera*, *Myrcianthes*, *Hedyosmum*, *Oreopanax*, y *Vallea*.

Globalmente este ecosistema se incluye en una clasificación amplia de “bosques nublados” (cloud forests). Este nombre se debe a que frecuentemente estos bosques tienen una cobertura de neblina o de nubes, ya sea constante, o durante las primeras horas de la mañana y las últimas horas de la tarde. El aporte de la neblina o nubes a la disponibilidad de agua del ecosistema se conoce como precipitación horizontal o lluvia incidental. En bosques del sur del Ecuador, distribuidos entre los 1900-2200 m de altitud, la lluvia horizontal puede llegar a casi 2600 mm anuales (Fleischbein et al. 2010). Por consiguiente, el rol ecológico de estos bosques en la regulación hídrica debe ser considerado en programas de conservación. En ocasiones se pueden encontrar bosques casi monoespecíficos de *Alnus acuminata*. Esta especie sucesional temprana coloniza áreas que han perdido su vegetación original principalmente debido a derrumbes o inundaciones (Stahl et al. 1999, Vargas et al. 2000). Bosques de crecimiento secundario se caracterizan por la abundancia de *Baccharis latifolia*, *Vallea stipularis*, *Barnadesia* sp., *Gynoxys* sp., *Berberis*, *Monnina*, *Oreopanax*, *Escallonia*, *Ribes* (Vargas et al. 2000). En el límite superior de este ecosistema se registra la asociación de *Myrcianthes hallii*, conocido como arrayán. En la comunidad Monteverde, 6.5 km al este de San Gabriel (Carchi), se realizó un muestreo de 0.1 ha registrándose 318 individuos con un diámetro ≥ 2.5 cm, de los cuales 80 pertenecieron a esta especie. Este remanente de vegetación se ha estimado en 20 has (Palacios y Pereira 1998).

Referencias geográficas: Carchi: Mariscal Sucre, hacia la Reserva Guandera. Sucumbíos: La Bonita; Napo: Baeza, Cosanga, Las Caucheras, El Reventador. Tungurahua: vía Salcedo-Tena, río Mulatos. Morona Santiago: vía Guamote-Macas. (MAE, 2012)

6. Características del suelo

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantonal, 2014 cita estudios realizados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP) quien describe a las características del suelo de la siguiente manera:

a. Químicas:

Referente a la fertilidad, se clasifica en suelos Franco con material alofánico (Lx), Franco ácido con material alofánico (Lhx) y Franco sobre arcilloso, posee alta fijación de fósforo por hierro, con deficiencia en potasio (C- LCik).

b. Físicas:

Suelo relativamente grueso, rico en materia orgánica y no muy pegajoso, su color varía en función del estado de meteorización de la materia orgánica; desde muy negros en las partes altas hasta coloraciones pardas oscuras y pardas amarillentas u olivas en las partes cálidas.

7. Materiales y equipos

a. Materiales

- Papelotes
- Lapiceros
- Tableros
- Libreta de campo
- Resma de papel bond A4

b. Equipos

- Computador
- Celular
- Memory flash 2MB
- Impresora
- Cartuchos para impresora
- GPS
- Pilas

B. METODOLOGÍA

El presente trabajo es fundamentalmente aplicativo de tipo no experimental que se llevó a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica de campo, descriptivo y analítico.

Para el correcto desarrollo de cada uno de los objetivos se trabajó a la par con el formato establecido para estudios de factibilidad y el Manual de Turismo Comunitario (2010).

1. Desarrollo del objetivo N°1: Validar el potencial turístico de la comunidad Guaro Grande.

Para el cumplimiento de este objetivo se realizó:

- Talleres participativos con los habitantes del sector para validar, socializar y/o complementar el inventario de atractivos turísticos que existen en la comunidad, como también para conocer cómo están enfocados los habitantes hacia el turismo comunitario.

2. Desarrollo del objetivo N°2: Elaborar el estudio de mercado.

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

Para la realización del estudio de mercado se acudió a fuentes de información secundaria de datos estadísticos existentes en entidades locales y regionales como el Ministerio de Turismo y la Unidad de turismo del cantón Pallatanga.

La información levantada siguió el siguiente proceso metodológico:

a. Estudio de oferta

1) Análisis de la oferta actual

El estudio de la oferta actual contempló un análisis detallado basado en los elementos del sistema turístico, que contiene los siguientes componentes:

a) Planta turística

Se recopiló información del catastro turístico del MINTUR, de la zona de estudio caracterizando de la planta turística de la localidad.

b) Infraestructura turística

Servicios básicos, saneamiento, seguridad en la comunidad, con énfasis en la zona donde se realizará turismo comunitario.

c) Superestructura

Análisis de las instituciones y marco legal que pudo haberse generado para el desarrollo del turismo en la zona de estudio.

b. Estudio de demanda

Para determinar el perfil del turista nacional se siguió las siguientes fases:

1) Segmentación y determinación del universo de estudio

El universo de estudio con el cual se trabajó corresponde al número de los turistas nacionales (segmentación) que visitaron el Cantón Pallatanga durante el año 2014, se usó esta condición, dado que el área de estudio es una zona no desarrollada turística.

2) Cálculo de la muestra

Para la determinación de la muestra se utilizó la fórmula para el cálculo de poblaciones finitas.

3) Técnica

La técnica que se utilizó para recolectar información sobre la demanda turística fue la encuesta y como instrumento el cuestionario que se estructuró en español. Este cuestionario se estableció acorde a los requerimientos de la investigación considerando variables sociodemográficas y psicográficas.

4) Caracterización de la demanda

Una vez aplicadas las encuestas se procedió a tabular los datos, analizar y sistematizar la información que fue presentada en cuadros y gráficos. Finalmente con la información recopilada se determinó el perfil del turista a captar.

5) Análisis de la competencia

Se realizó un análisis del desarrollo turístico a nivel cantonal en referencia a los elementos del sistema turístico

6) Confrontación oferta – demanda

a) Proyecciones de la oferta y demanda

Para las proyecciones se utilizó el método del Incremento Compuesto: $C_n = C_o (1+i)^n$, donde:

C_n = Población futura, resultado de la proyección.

C_o = Población al inicio del período.

i = Tasa media anual de crecimiento.

n = Número de años que se va proyectar la población.

Una vez realizadas las proyecciones se procedió al cálculo de la demanda potencial, demanda insatisfecha, y demanda objetivo de mercado para los próximos 5 años.

3. Desarrollo del objetivo N°3: Desarrollar el estudio técnico

Para el cumplimiento del tercer objetivo se realizó los siguientes pasos:

- a.** Diseño del modelo del centro de turismo comunitario acorde a las necesidades y sugerencias de la comunidad.
- b.** Se determinó la localización, equipamiento, mano de obra y costos de inversión necesarios para la prestación de los servicios turísticos.

- c. Mediante el cálculo de los costos de producción, administración y operación se definió el precio de cada uno de los servicios a prestarse en el centro de turismo comunitario.
- d. Se estableció la imagen corporativa del establecimiento turístico: logotipo y slogan en base a los turistas nacionales que visitan el Cantón Pallatanga sobre los medios y hábitos y que usualmente utilizan para informarse sobre los establecimientos con las mismas características.
- e. Se definió las estrategias y mecanismos de comercialización y promoción.

4. Desarrollo del objetivo N°4: Determinar la viabilidad ambiental

Mediante la metodología planteada por Lázaro Lagos se determinó el nivel del impacto ambiental y socio-cultural que podría ocasionarse por la implementación y operación del producto turístico, se consideró para esta evaluación los siguientes componentes:

COMPONENTE A EVALUAR	VALORACIÓN
Naturaleza: dependiendo si el impacto es positivo o negativo	Se marcará con el signo + si es positivo o de lo contrario de ser negativo se marcará con –
Magnitud: se determina a través de tres rangos	1. baja intensidad 2. moderada intensidad 3. alta intensidad
Importancia: se determina a través de cuatro rangos de evaluación	0. sin importancia 1. menor importancia 2. moderada importancia 3. importante importancia
Certeza: se determina a través de tres rangos definidos con letras	C. si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75% D. Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75% I. si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto
Tipo: se define a través de:	(Pr): Primario (Sc): Secundario (Ac): Acumulativo
Reversibilidad	1. Reversible 2. Irreversible
Duración	1. corto Plazo 2. Mediano Plazo 3. a largo Plazo
Tiempo en aparecer	C. Corto Plazo M. Mediano plazo L. a largo Plazo
Considerado el Proyecto	S. Si el impacto fue considerado N. No. Si el impacto no fue considerado

5. Desarrollo del objetivo N°5: Establecer la viabilidad legal y administrativa

Para el cumplimiento del quinto objetivo se realizó:

a. Estudio administrativo

Dentro del estudio administrativo se determinó los siguientes aspectos:

- La visión y misión comunitaria
- El organigrama estructural y funcional del centro del turismo comunitario
- Talento humano (definición de personal necesario para la administración y operación)
- Manual de funciones de cada área y del personal
- Manual de operación (proceso, procedimiento, flujograma de procesos y herramienta operativa)
- Reglamento y normativa

b. Estudio legal

Para éste estudio se consideró el marco legal y la normativa relacionado con el sector turístico para la legalización y el funcionamiento del centro de turismo comunitario. Se procedió a revisar información vinculada con:

- Constitución Política de la República de Ecuador.
- Ley de Turismo
- Instructivo para registro de centros turísticos comunitarios del Mintur
- Plan del Buen Vivir
- Ley de economía solidaria.

Al finalizar el análisis, se procedió al desglose de requisitos y procedimientos para implementar el centro de turismo comunitario en la comunidad Guaró Grande.

6. Desarrollo del objetivo N°6: Determinar la viabilidad económica y financiera.

a. Estudio económico

Para realizar este análisis se definió los gastos y costos de inversión del producto, remuneraciones al personal y otras condiciones económicas específicas, este estudio consideró los siguientes componentes:

- Activo fijo, diferido y capital de trabajo
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- Cálculo de depreciaciones
- Cálculo de amortizaciones
- Presupuesto de costos y gastos
- Ingresos
- Estado de resultados
- Flujo de caja del proyecto

b. Evaluación financiera

Con la evaluación financiera se determinó la rentabilidad de la inversión y se calculó los indicadores de rentabilidad TIR, VAN, y R/B.

1) La Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para identificar la rentabilidad del capital invertido.

2) El Valor Actual Neto (VAN)

Para tener la seguridad de que el proyecto genera un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.

3) La relación Beneficio – Costo

Para determinar si el proyecto genera una relación de ganancias o pérdidas entre estos dos factores.

VII. RESULTADOS

A. VALIDAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD GUARO GRANDE.

1. Atractivos turísticos sobresalientes

Mediante los talleres de socialización y validación de los atractivos que fueron inventariados en el Plan de Prácticas I “Evaluación del Potencial Turístico de la Comunidad Guaro Grande” se tomaron los 6 atractivos que poseen las siguientes características:

- Mayor relevancia de acuerdo a su naturaleza intrínseca
- Importancia natural y cultural
- Cercanía hacia los centros poblados cercanos
- La accesibilidad

A continuación el siguiente análisis se realizó en base a los componentes del sistema turístico que son: atractivos, infraestructura, planta turística y superestructura. La Comunidad Guaro Grande cuenta con 6 atractivos turísticos siendo estos de categoría Sitios Naturales. El estado de conservación en los que se encuentran los atractivos naturales es el siguiente: **Alterado:** 47%, **Conservado:** 39%, **Proceso de deterioro:** 12% y **Proceso de recuperación:** 2%.

Debido a las condiciones en las que se encuentran actualmente los atractivos, se puede indicar que las jerarquías turísticas alcanzadas en el último inventario son las siguientes:

Jerarquía IV: Ningún atractivo de esta jerarquía con el 0%.

Jerarquía III: Ningún atractivo turístico de esta jerarquía con el 0%.

Jerarquía II: 6 atractivos turísticos de esta jerarquía con el 100%

Jerarquía I: Ningún atractivo turístico de esta jerarquía con el 0%

En la siguiente matriz se presentan los atractivos sobresalientes tanto naturales como culturales, que fueron seleccionados para ser inventariados y jerarquizados:

a. Atractivos turísticos naturales

Tabla N°1. *Matriz de caracterización de atractivos turísticos naturales sobresalientes.*

N°	NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO	UBICACIÓN	VALIDACIÓN	FOTOGRAFÍA
1	Cascada El Guaro	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	Comunidad Guaro Grande X:730504 Y:9776372 Altitud: 1982 msnm	No se registra ningún cambio en el atractivo.	
2	Cascada El Guaro 2	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	Comunidad Guaro Grande X:731022 Y:9776055 Altitud: 1976 msnm	No se registra ningún cambio en el atractivo.	
3	Cascada El Guaro 3	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	Comunidad Guaro Grande X:731040 Y:9776075 Altitud: 1976 msnm	No se registra ningún cambio en el atractivo.	

4	Bosque Nativo Guaro Grande	Sitios Naturales	Bosque	Nublado Occidental	Comunidad Guaro Grande X:730809 Y:9776621 Altitud: 2162 msnm	No se registra ningún cambio en el atractivo.	
5	La Playita	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Poza	Comunidad Guaro Grande X: 730499 Y: 9776317 Altitud: 1943 msnm	No se registra ningún cambio en el atractivo.	
6	Rio Coco	Sitio natural	Ríos	Rápidos o raudales	Comunidad Guaro Grande X: 730499 Y: 9776317 Altitud: 1943 msnm	El río al iniciar forma un zigzag constante, y es un deleite a la vista por su claridad y poca profundidad. Este río es rico en truchas. No se registra ningún cambio en el atractivo.	

Nota: Validación del inventario turístico de la comunidad Guaro Grande, 2015.

b. Atractivos turísticos culturales

La comunidad Guaro Grande posee una riqueza cultural basada en tradiciones y costumbres. Para realizar el inventario de los recursos culturales se utilizó la metodología de Víctor Hugo Torres, que tiene por objetivo conocer y revitalizar las costumbres y tradiciones existentes en la zona de estudio, esta metodología se basa en:

- Lista de bienes patrimoniales
- Calendario de fiestas y ritos del año
- Formas de vida de la familia

1) Lista De Los Bienes Del Patrimonio Cultural

Se inventarió el patrimonio cultural tangible e intangible en la comunidad Guaro Grande, registrando los siguientes bienes que son importantes para la misma.

Tabla N 2. Lista de bienes patrimoniales de la comunidad Guaro Grande.

COSAS DE RESPETO	SABER POPULAR DIARIO	SÍMBOLOS Y VALORES		
Madre Naturaleza	Fanesca	Tradiciones (fiestas)	Verbenas	
	Guaguas de pan		Chamizas	
	Papas con cuy		Castillos	
	Platos y bebidas Tradicionales	Mermelada de mora	Cuentos, mitos y leyendas	Duende
		Jugo de mora		Chancha con guaguas
		Colada morada		Loca viuda
		Chicha		Creencias:
	Música (Instrumentos)	Rondador	Creencias y rituales	Mal de ojo
		Bombo		Mal aire
				Espanto
				Presentimiento de muerte
				cunado el perro aúlla o hace un hueco en la tierra
	Utensilios de cocina	Guitarra	Ritual:	Ritual:
		Charango		Soplan el trago
		Hoja de chilca		
		Plato de barro		
		Cuchara de palo		
	Herramientas para el cultivo	Batea	Juegos Populares	Trompos
		Tiesto de barro		
		Olla de gorfil		Perinola
Azadón				
Machete		Boliches		
Pico de madera				
Yunta de madera		Resorte		
Hacha				
Trazadora	Rayuela			

	Herramientas para tejer	Agujones de madera		
		Aguja de madera		
	Vivienda	Casas de madera		
	Artesanías	Shigras		Ollas encantadas
		Cucharas de palos		La cebollita
		Cabos de madera para herramientas		La gallina ciega
	Vestimenta	Estribo	Mujeres	Anaco
				Blusa bordada
				Bayeta ¹
			Hombres	Alpargatas
			Pantalón de tela	
			Camisa	
			Poncho	
		Sombrero		

Nota: Validación del inventario turístico de la comunidad Guaro Grande, 2015.

2) Calendario de fiestas y ritos del año

Tabla N°3. *Calendario festivo de la comunidad Guaro Grande*

MES	FIESTA	DESCRIPCIÓN
Febrero	Carnaval	Se celebra con reuniones familiares y se realizan platos tradicionales
Abril	Semana santa	Se realiza reuniones en la comunidad
Noviembre	Finados	Se realiza platos tradicionales y reuniones familiares
Diciembre	Navidad	Se celebra el nacimiento de Jesús
	Fin de año	Se realiza monigotes y se da el abrazo con la comunidad y se desea éxitos para el nuevo año.

Nota: Validación del inventario turístico de la comunidad Guaro Grande, 2015.

3) Formas de vida de la familia

Se realizó un análisis sobre sus formas de vida ancestrales con su forma de vida actual para constatar los diferentes cambios que se han venido dando y saber cuáles son las tradiciones y costumbres que se pueden revitalizar a través del turismo comunitario.

¹ **Bayeta:** rebozo que llevan las mujeres de la comunidad

Tabla N 4. *Formas de vida de la comunidad Guaro Grande.*

Elementos	Forma de vida ancestral	Forma de vida actual
1. Alimentación	Se consumía coladas de harinas de maíz, haba, arveja, sopas de zapallo, caucas, quinua, morocho, arroz de cebada entre otras.	Es aun tradicional. Además también consumen algunos granos, hortalizas, verduras, lácteos que ellos mismos cultivan.
2. Vivienda	Eran elaboradas de madera proveniente de árboles que existían en la comunidad.	En la actualidad debido a la influencia de la sociedad urbana, alrededor del 86,68% de la población de la comunidad poseen casas elaboradas con bloque o ladrillo con diseños modernos, con techo de eternit o zinc, el 12,90% son mediaguas y finalmente el 2,45% son ranchos.
3. Forma de cultivo	Era mediante abono orgánico, para ello utilizaban azadón, rastrillo, yuntas, picos, siendo los principales productos cultivados las papas, maíz entre otros, como también a la crianza de especies menores.	En su totalidad aplican productos de crecimiento rápido así como uso de pesticidas y químicos industriales para un mejor desarrollo de sus productos que cultivan. Siguen preservando la manera de sembrar, cabe mencionar que últimamente se esté remplazando la yunta de arado por el tractor, también se dedican a la crianza de gallinas, cuyes, chanchos, borregos y ganado vacuno.
4. Medicina popular	Se realizaba a base de productos que existían alrededor de sus hogares como plantas medicinales o animales entre otras que permitía curar múltiples enfermedades. Existían parteras y curanderos que curaban el mal de aire, mal de ojo y espanto.	La medicina tradicional ha sido reemplazada por la medicina química que se obtiene en el sub centro de salud del Cantón Pallatanga, pese a que se siguen realizando infusiones y aguas medicinales de manzanilla, orégano, menta, cedrón, toronjil, borraja, llantén, violeta, etc., para contrarrestar algunos malestares del cuerpo.
5. Nacimientos	Las parteras o comadronas se dirigían a la casa donde iba a dar a luz a su hijo, esta ayudaba a la futura madre, controlando las contracciones y también se encargaba de su bienestar y la del hijo, para que no haya complicaciones.	Las parteras dejaron de existir, la última partera de nombre Encarnación Chimborazo falleció hace 5 años; ahora acuden al Subcentro de salud a dar a luz.
6. Bautizos, Primera confirmación y Comunión	Se realizaban los tres sacramentos cuando los niños estaban recién nacidos.	Depende de los padres del niño escoger la edad para bautizarlo, se lo realiza en la comunidad. La comunión se la realiza a los 12 años de edad después de haber recibido 2 años de catequesis. La confirmación se la realiza a los 15 años después de haber recibido 3 años de catequesis.

<p>7. Matrimonios</p>	<p>Antes se llevaban a cabo con la ropa característica de blanco y traje, los actos durante la boda se efectuaban por completo, como entrelazar a los novios.</p>	<p>Hoy en día hay pocos matrimonios, debido a que la mayoría de parejas deciden vivir en unión libre.</p>
<p>8. Fallecimientos</p>	<p>Cuando una persona fallecía se tocaban las campanas con un entone característico, el velatorio se realizaba por 3 días, en los cuales acompañan a la familia todos los conocidos.</p> <p>El día del entierro se celebraba una misa y el difunto era enterrado en el cementerio local, el hueco que era hecho para el entierro del difunto era excavado por los amigos más cercanos al difunto los mismos que bebían trago mientras cavaban y tenían que terminarlo en estado de embriagues el mismo que era signo de agradecimiento por toda las buenas obras que hizo el difunto en vida; después de esto la familia preparaba comida para los asistentes, quienes eran invitados cordialmente a la casa.</p>	<p>Hoy en día se acompaña a la familia del difunto en el velorio y al entierro, se reza y se viste de color negro como símbolo de luto.</p>
<p>9. Vestimenta</p>	<p>Las personas indígenas usaban en caso de las mujeres usaban: blusa, bayeta o reboso, anaco y alpargatas; los hombres usaban camisa, pantalón de tela, poncho y zapatos.</p> <p>Por otro lado las personas que se identificaban como mestizos en caso de la mujeres usaban pantalón, blusa, suéter y zapatos bajos; en cambio los hombres pantalón, camiseta, chompa y zapatos</p>	<p>En la actualidad ha perdido auge; en la cultura indígena solamente es usada para celebraciones especiales y fiestas de la comunidad o cantón.</p> <p>Las personas que se identifican como mestizas aun usan vestimenta tradicional.</p>
<p>10. Organización religiosa</p>	<p>Las misas se realizaban en la comunidad y a mayoría de personas eran evangélicas.</p>	<p>Los comuneros para la realización de una misa en su comunidad acuden al sacerdote del cantón para que acuda a su comunidad.</p> <p>El 75% son católicas y el 25% son evangélicas</p>

Nota: Investigación de campo, 2015.

2. Enfoque de la comunidad sobre el turismo comunitario

Los habitantes de la comunidad Guaro Grande tienen un gran interés por la actividad turística comunitaria debido a que tiene un alto potencial turístico, razón por la cual pretende operar como un (CTC) Centro de Turismo Comunitario, que lo legaliza como tal el Ministerio de Turismo. Además se procura ampararse con la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) en coordinación con la Ley de Turismo del Ecuador y el Reglamento de Centros de Turismo Comunitario, y el marco legal pertinente que sustenta la creación y operación del CTC.

Sus habitantes visualizan al turismo comunitario como: “la visita de personas de otros lugares para conocer nuestros atractivos, costumbres y tradiciones”, y desean establecerlo como una labor complementaria a sus labores cotidianas (agricultura y ganadería), logrando generar de este modo directa o indirectamente beneficios sociales, ambientales, culturales y económicos para todas las familias del sector.

Uno de los beneficios principales que busca la población a través del turismo comunitario es la reafirmación cultural, principio fundamental del Sumak Kawsay, todo esto se pretende lograr mediante un buen sistema de organización social, de salud, de servicios básicos, permitiendo de este modo construir un ambiente de paz, armonía y respeto entre el ser, la Pachamama y el visitante.

Por todo lo expuesto los habitantes han concluido que la construcción de un Centro de Turismo Comunitario les ayudaría a brindar un servicio de calidad al visitante que llegue a la comunidad y a la obtención de los beneficios que genera el turismo comunitario, pero que para lograr todo lo planteado necesitarán de capacitación turística relacionada a los servicios y actividades turísticas que van a prestar en el CTC, los mismo que les ayudarán a generar réditos económicos y por consiguiente lograr un buen vivir comunitario.

B. ELABORAR EL ESTUDIO DE MERCADO.

1. Estudio de oferta

a. Análisis de la oferta actual

La comunidad aún no cuenta con una oferta, es por ello que se procedió a analizar la oferta existente del cantón Pallatanga, por cuanto se deberían realizar alianzas estratégicas con los establecimientos, constituyéndose como servicios de apoyo para el Centro de Turismo Comunitario debido a que el CTC va tener una capacidad para 14 pax en hospedaje y 24 pax en alimentación.

1) Planta turística

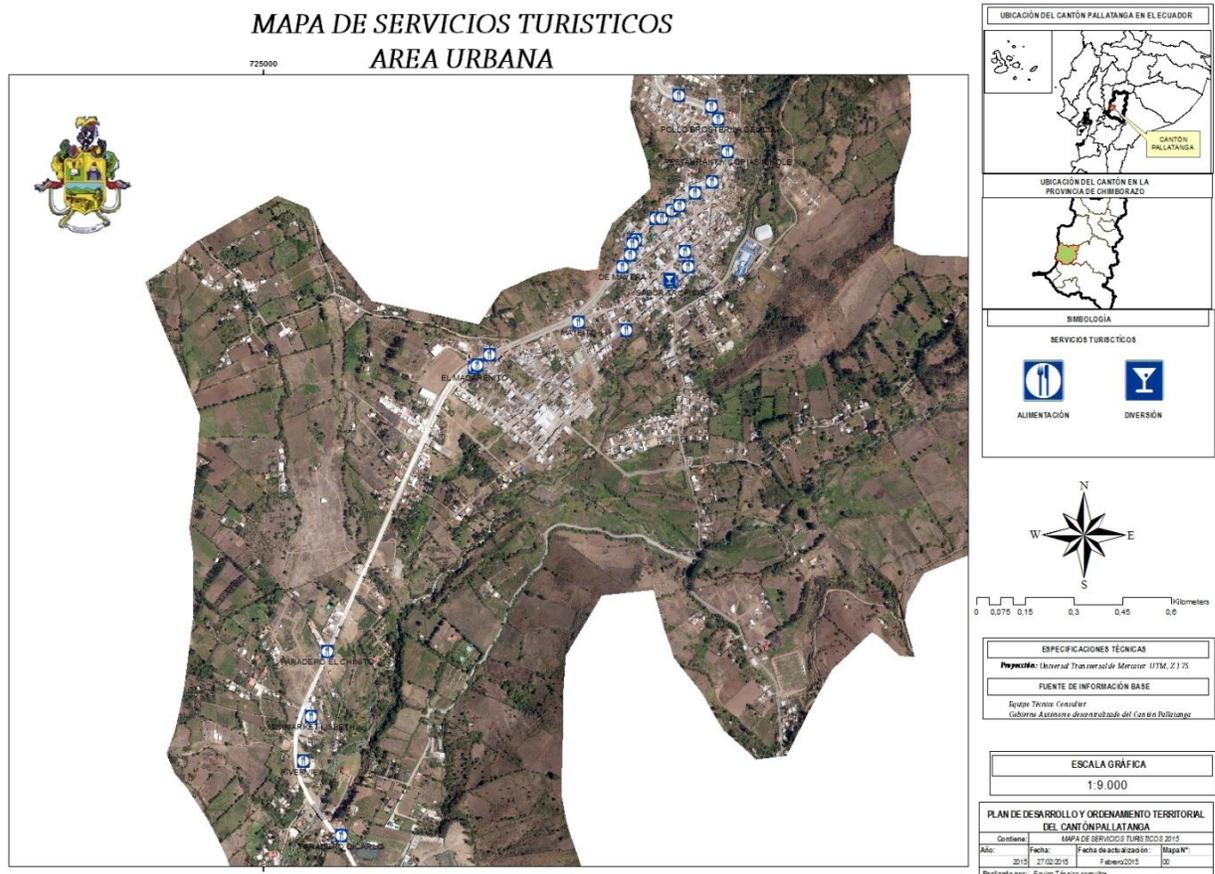


Figura N°2: Mapa de servicios turísticos del área urbana

Nota: PDOT 2014

a) Servicios de Alimentación

En el siguiente cuadro se enlistan los locales que prestan servicios de alimentación y sus características, y de acuerdo a estos tomar los productos, servicios y costos.

Tabla N°5. Servicio de alimentación

N°	NOMBRE	PRODUCTOS SERVICIOS	CATEGORIA	PRECIO	PLAZAS	HORARIO	UBICACIÓN
1	Mini market Lizabeth	Café Sanduches Golosinas	Cafetería	0,60 1,00 0,30	4	Lunes a Domingos de 6:30 am a 9pm	Panamericana sur Gasolinera granja Pallatanga
2	Las Tortillas de la abuela	Tortillas con café Tostado Bebidas	Cafetería	1,20 1,00 0,60	16	Lunes a Domingos de 6:30 am a 9pm	Barrio comunidad San Francisco de Trigoloma
3	Happy pizza S&F	Pizzas Jugos Bebidas Batidos	Fuente de soda	15,00 1,00 0,70 1,50	28	Lunes a Domingos de 10am a 9pm	10 de agosto y Mariscal Sucre
4	Di Carlo	Pizzas Platos a la carta	Restaurante	5,75 4,00	52	De Lunes a Domingos de 7 am a 10pm	Barrio el Ingenio, vía Guayaquil
5	Paradero el Chinito	Desayunos Almuerzos Meriendas Platos a la carta	Restaurante	3,75 2,75 2,75 4,00	52	Lunes a Domingos de 6:30am a 10pm	Panamericana sur vía principal
6	Paradero Sabor Latino	Desayunos Almuerzos Meriendas	Restaurante	3,75 2,50 2,50	52	De Lunes a Domingos de 7 am a 10pm	Barrio Santa Ana panamericana sur
7	D' Mavera	Desayunos Almuerzos Platos al carta	Restaurante	3,20 3,00 5,60	25	De Lunes a Domingos de 7 am a 9pm	Barrio 13 de Mayo
8	El Macareñito	Desayunos Almuerzos Platos al carta	Restaurante	2,75 2,25 3,00	32	De Lunes a Domingos de 7 am a 9pm	Velasco Ibarra s/n y 17 de abril

Nota: Catastro turístico de Pallatanga Enero de 2015.

b) Establecimientos de hospedaje

En el siguiente cuadro se enlistan los establecimientos que prestan servicios de hospedaje y sus características, y de acuerdo a esto tomar los productos, servicios y costos.

Tabla N°6. Servicio de hospedaje.

N°	NOMBRE	SERVICIO	CATEGORIA	PLAZAS	PRECIO	UBICACIÓN
1	MELITA	Hospedaje	Pensión	21	1 persona = 12+ IVA 2 personas= 20+ IVA	10 De Agosto 114 Y Rocafuerte
2	LA POSADA DE FLOR	Hospedaje	Hostal	28	\$10 por persona	San Vicente Panamericana Sur 12- 21 E Hirvin Ayky
3	ECOVITA ORGANIC CAMPING & FARM	Hospedaje Alimentación	Hostería	80	H Matrimonial + desayuno = \$42 H Cuádruple + desayuno = \$80 H Séxtuple + desayuno = \$120	Km. 139 vía a Riobamba
4	EL PEDREGAL	Hospedaje Alimentación	Hostería	32		Km. 1 1/2 vía a Pilchipamba
5	MILLIGUAYCO		Hostería	45		Barrio Las Palmas, Hacienda Milliguayco
6	EL VALLE	Hospedaje Alimentación Piscina Jacuzzi Canchas Golfito	Hostería	90	Cama matrimonial + litera + 2 sofá camas = \$50 + IVA (piscina, jacuzzi, canchas y golfito) 2 Camas de dos plazas = \$50 + IVA (piscina, jacuzzi, canchas y golfito) Camas de 1 ^{1/2} plaza = \$40 + IVA (piscina, jacuzzi, canchas y golfito)	Vía Principal Km 2

Nota: Catastro turístico de Pallatanga Enero de 2015.

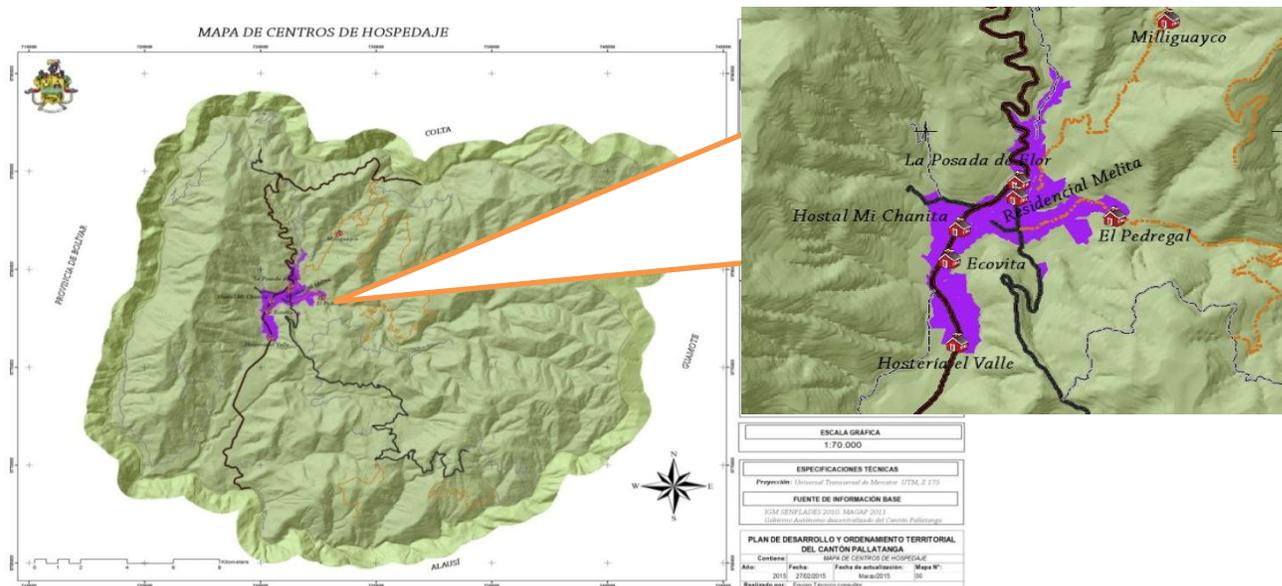


Figura 3: Mapa de los centros de hospedaje del área urbana.

Nota: PDOT 2014

2) Infraestructura social básica

El conocimiento de la infraestructura básica nos permite saber si disponemos o no de un determinado servicio y en qué condiciones se encuentra, con el fin de aprovecharlo en la actividad turística si está en buenas condiciones, o caso contrario tomar medidas de prevención para ofertar productos turísticos con servicios de calidad.

Tabla N°7: Matriz de caracterización de la infraestructura básica

SERVICIO	TIPO	ESTADO	UBICACIÓN	OBSERVACIÓN
Agua	Entubada	Buen estado	Comunidad	Proviene de la cascada el Fantasma misma que nace en las zonas altas del páramo. Sistema de potabilización en proceso.
Energía eléctrica	Red Eléctrica	Buen Estado	Comunidad	Sistema interconectado
Disposición de Aguas Servidas	Pozos ciegos, pozos sépticos.	Buen estado	Comunidad	38% baterías sanitarias, 25% pozos ciegos, 18% pozos sépticos y el 4% posee letrinas
Disposición de Residuos	Recolección de basura	No existe	Comunidad	Los desechos orgánicos son usados como abonos y los inorgánicos son quemados o arrojados a terrenos baldíos.
Alcantarillado	No existe	No existe	Comunidad	Sistema de alcantarillado en proceso

Nota: PDOT Pallatanga 2014

a) Servicios Complementarios

Para garantizar la seguridad y el bienestar de la población la comunidad cuenta con los siguientes servicios complementarios:

i. Educación

La comunidad contaba con un centro de educación básica; por disposiciones del Ministerio de Educación el establecimiento fue cerrado; debido a esto los niños y jóvenes se trasladan al cantón Pallatanga que cuenta con 2 unidades educativas: Policarpa Salavarrieta y La Condamine está cuenta con jornada matutina y vespertina; que ofrece los servicios de pre escolar, primaria y ciclo básico (hasta 10mo año), y para el ciclo diversificado de educación, los adolescentes que desean continuar con sus estudios acuden al Colegio Técnico Agropecuario Provincia de Chimborazo que tiene jornada diurna y nocturna

ii. Salud

La comunidad no cuenta con un dispensario médico. Los pobladores de la comunidad se trasladan al cantón donde se encuentra un Subcentro de Salud que es administrado por el Ministerio de Salud Pública y atiende de domingo a domingo de 8 am a 8 de la noche y atiende emergencia con el ECU 911 las 24 horas con atención médica. Su infraestructura es buena pero presenta deficiencias en el mobiliario y equipamiento para un óptimo funcionamiento del subcentro. El espacio físico actual del terreno con que cuenta el subcentro es de 4540 m², y un área de construcción de 621,33 m², espacio libre de 3.918,68 m² para otras construcciones, en este espacio funciona Odontología, Laboratorio, Medicina General, residencia para médicos y una bodega.

iii. Comunicación

En lo que a comunicación se refiere el 100% no tiene acceso al servicio de telefonía fija CNT. Pero se cuenta con cobertura de telefonía móvil en un 61.86% mientras que 38.14% no cuenta con el servicio. La red Claro es la única que funciona en la comunidad mientras que, la cobertura de la operadora Movistar es escasa o nula. El acceso al servicio de internet se da únicamente en un 0.93%, contra un 99.07% que no cuenta con el servicio. En cuanto a la cobertura de radio y televisión se puede decir que es escasa. La única emisora de radio cuya frecuencia es clara en todo el sector es: “La Voz de Pallatanga” en su dial 1530 AM y 98,30 FM, mientras que en lo que a canales de televisión se refiere están presentes Ecuavisa, Teleamazonas y Gama Tv. No reciben información por un medio de comunicación escrita

iv. Seguridad

La comunidad se caracteriza por ser una población segura y organizada al momento de presentarse algún imprevisto, sin embargo se cuenta con el servicio de la tenencia política en la cabecera cantonal, y en el caso de ser necesario con el apoyo de la Unidad de Policía, así como el del Cuerpo de Bomberos del cantón Pallatanga. Prestan servicio las 24 horas del día mediante el Ecu 911.

v. Vialidad

La comunidad cuenta con 9.2 kilómetros de vía lastrada. El estado de la a nivel general es regular.

vi. Servicios financieros

La comunidad no cuenta con servicios financieros, en la cabecera cantonal existen las siguientes las siguientes entidades financieras: Cooperativa de ahorro y crédito “San Miguel De Pallatanga”, Cooperativa de ahorro y crédito “Minga Limitada”, y Ban Ecuador.

vii. Abastecimiento de productos

En la comunidad no existe un lugar para poder abastecerse de productos de primera necesidad y poder comercializar los que ellos producen mediante la agricultura y la ganadería, por tal razón acuden al centro de la cabecera cantonal donde existe el mercado denominado “Francisco Marcalla”, aquí se comercializan todos los productos agropecuarios y víveres de primera necesidad, la feria se realiza todos los días domingos de 05:H00 a 19:H00. Además la población también comercializa sus productos en los cantones Guamote y Riobamba.

viii. Transporte

La comunidad no cuenta con un ruta de transporte definida por tal razón los vehículos que cubren la Guaro Grande- Pallatanga son los de la cooperativa de transporte Trans Palla que cuenta con 10 camionetas doble cabina con capacidad para 10 personas, su frecuencia es de 8 de la mañana a 9 de la noche. Hay personas que se trasladan en motocicletas propias. El costo del pasaje por pax es de 50ctvs y de los fletes es de \$4.

ix. Vía de acceso hacia la comunidad

En el siguiente cuadro se presenta la información referente a las vías de acceso que conectan a la comunidad y que sirven para establecer los recorridos al centro de turismo comunitario.

Tabla N°8. *Accesos hacia la comunidad.*

TIPO	CONEXIÓN	LONGITUD	UBICACIÓN	OBSERVACIONES
Primer Orden	Riobamba – Pallatanga-	87km +400	Guaro Grande	Vía de hormigón
Primer Orden	Guayaquil- Pallatanga	142 km	Guaro Grande	Vía de hormigón
Tercer Orden	Pallatanga – Guaro Grande	9 km + 200m	Guaro Grande	Vía lastrada

Nota: PDOT Pallatanga 2014

3) Superestructura

Tabla N°9: Entidades que trabajan por en beneficio de la comunidad

Institución	Actividades en la comunidad	Ámbitos de Intervención	Intereses en el proyecto
1. MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA.	1.1. Asignación de viviendas para personas de bajos recursos económicos en la comunidad.	✓ Financiamiento para la ejecución de proyectos de vivienda.	✓ Capacitar en el área de construcción de viviendas dignas ✓ Construcción de viviendas. ✓ Curso de diseños y construcción de viviendas dignas en el sector rural a los comuneros.
2. MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL (MIES)	2.2. Se encuentra trabajando con el Programa creciendo con nuestro hijos, y su propósito es fomentar un correcto desarrollo y desempeño el niño desde su nacimiento hasta su niñez.	✓ Alimentación ✓ Vivienda ✓ Salubridad ✓ Desarrollo social	✓ Impulsar proyectos de soberanía alimentaria, ambiental, cultural y territorialidad
3. MUNICIPIO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PALLATANGA	3.1. Apoyo a la población local en diferentes proyectos de salud, educación y turismo. 3.2. mejoramiento de la viabilidad y alumbrado publico	✓ Obras publicas ✓ Servicios públicos ✓ Salud ✓ Educación ✓ Turismo	✓ Facilitar infraestructura básica ✓ Capacitación en diferentes áreas ✓ Mejorar servicios básicos agua potable, alcantarillado y vías acceso. ✓ Señalética turística junto con el MINTUR ✓ Ordenanzas municipales
4. COOP. DE AHORRO Y CREDITO SAN MIGUEL DE PALLATANGA.	4.1. Contribución al desarrollo de la comunidad fomentando al crédito económico en la zona y especialmente en Guaro Grande. 4.2. Fortalecimiento del crecimiento económico mediante actividades crediticias en áreas agropecuarias y desarrollo social.	✓ Promoción ✓ Financiamiento para la ejecución de proyectos agropecuarios y social ✓ Marco legal de las Coop. De Ahorro y Crédito	✓ Promoción en préstamos de créditos ✓ Cursos de emprendimiento para la formación de Microempresas en diferentes áreas.
5. ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO (ESPOCH)	5.1. Formación de profesionales competitivos y brindar una educación de calidad	✓ Educación ✓ Investigación científica y tecnológica.	✓ Capacitación y profesionalización en diferentes áreas y en especial en turismo comunitario. ✓ Investigaciones mediante prácticas y tesis en los territorios comunitarios.

6. UNIDAD TURISMO	DE	6.1. Elaboración de proyectos turísticos.	✓ Biodiversidad ✓ Calidad turística ✓ Orientación ✓ Evaluación de actividades turísticas ✓ Capacitación	✓ Capacitación a prestadores de servicios ✓ Impulsar acciones para desarrollar el turismo comunitario en la comunidad. ✓ Brindar capacitación turística. ✓ Capacitación a guías naturalistas.
7. UNIDAD AMBIENTE	DE	7.1. Diseño de políticas ambientales y coordinación de estrategias. 7.2. Realización de proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.	✓ Biodiversidad ✓ Calidad ambiental ✓ Manejo de Cuencas hídricas ✓ Ecosistemas	✓ Manejo de las cuencas hídricas y de ecosistemas. ✓ Protección de la biodiversidad. ✓ Ayudar a la mitigación de impactos ambientales que se pueden producir por la realización del proyecto.

Nota: PDOT Pallatanga 2014 e investigación de campo, 2015.

a) Presupuesto municipal destinado a las comunidades

Del total de presupuesto del Ministerio de Finanzas destinado para el Municipio del Cantón Pallatanga correspondiente al año 2015 (6'336,622,21), el 8,2 % (521,267.41) fue destinado en obras para el beneficio de las comunidades pertenecientes al cantón.

2. Estudio de demanda

a. Segmentación del mercado

Para el análisis de la demanda, se ha tomado en cuenta las variables geográficas, psicográficas y motivacionales, por consiguiente el segmento de mercado específico son turistas nacionales registrados en la unidad de turismo del cantón Pallatanga de enero a diciembre del año 2015, que les gusta realizar turismo de naturaleza, aventura y recreación. Se tomaron en cuenta los turistas nacionales debido a la necesidad que tiene el territorio posesionarse en el mercado nacional como atractivo turístico y proyectarse con el tiempo al mercado extranjero.

b. Identificación del universo de estudio

Para el estudio de mercado se ha tomado como punto de referencia el Cantón Pallatanga, y específicamente comprende el total de turistas nacionales que visitaron el Cantón Pallatanga de enero a diciembre del 2015, los mismos que fueron **14208** turistas.

c. Determinación del tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de poblaciones finitas con un margen de error del 8 %.

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

Dónde:

n : tamaño de la muestra

N: universo de estudio

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

z: nivel de confianza

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

n= 14208 (0.25) / 14207 (0,08 / 1,75)² + (0,25)

n= 3552 / 29,9397

n= **118** encuestas a turistas nacionales

d. Instrumento

El instrumento de investigación utilizado para el estudio de la demanda turística, son las encuestas diseñadas para turistas nacionales. (Anexo 1)

e. Tabulación y análisis de información

Las 118 encuestas fueron aplicadas de diciembre a Enero en el centro del cantón Pallatanga aprovechando el feriado de Navidad y Año Nuevo en las hosterías El Valle y el Pedregal debido a que estas hosterías tienen un 100% de tasa ocupacional en los días feriados. Finalmente se obtuvieron los siguientes resultados

1) Género de los turistas

Tabla N° 10: Distribución de la demanda según el género

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	98	83,05 %
Femenino	20	16,95%
TOTAL	118	100

Nota: Investigación de campo, 2015.

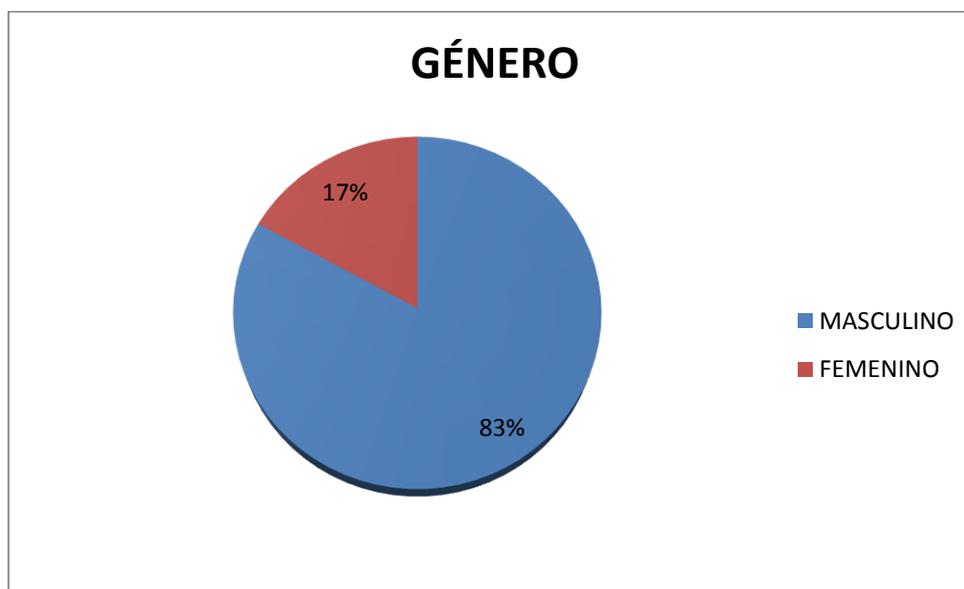


Figura N° 4: Género de los turistas

Nota: Tabla N°10.

Análisis: La mayoría de los turistas son de género masculino (83,05%) y minoritariamente de género femenino (16,95%).

2) Procedencia de los turistas

Tabla N° 11: Lugar de procedencia de los turistas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Guayaquil	59	50,00 %
Quito	23	19,50%
Manta	21	17,80%
Machachi	6	5,10%
Duran	6	5,10%
Puyo	3	2,50%
TOTAL	118	100

Nota: Investigación de campo, 2015.

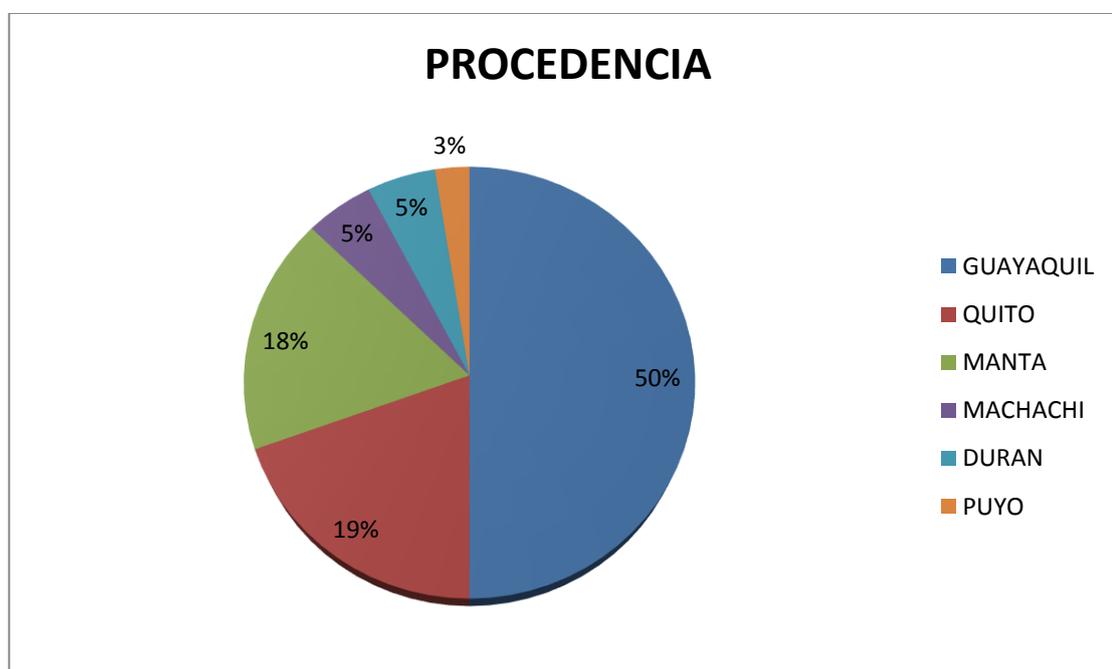


Figura N° 5: Procedencia de los turistas.

Nota: Tabla N°11.

Análisis: En cuanto a la procedencia se identificó que la mayoría de los turistas provienen de la ciudad de Guayaquil (50%), seguido de Quito (19,50%), mientras que en menor cantidad lo hacen de Puyo (2,50%).

3) Edad de los turistas nacionales

Tabla N° 12: *Edad*

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Menor de 20	0	0 %
De 21 a 40	79	67,00%
De 41 a 60	37	31,40 %
Mayor de 61	2	1,60 %
TOTAL	118	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

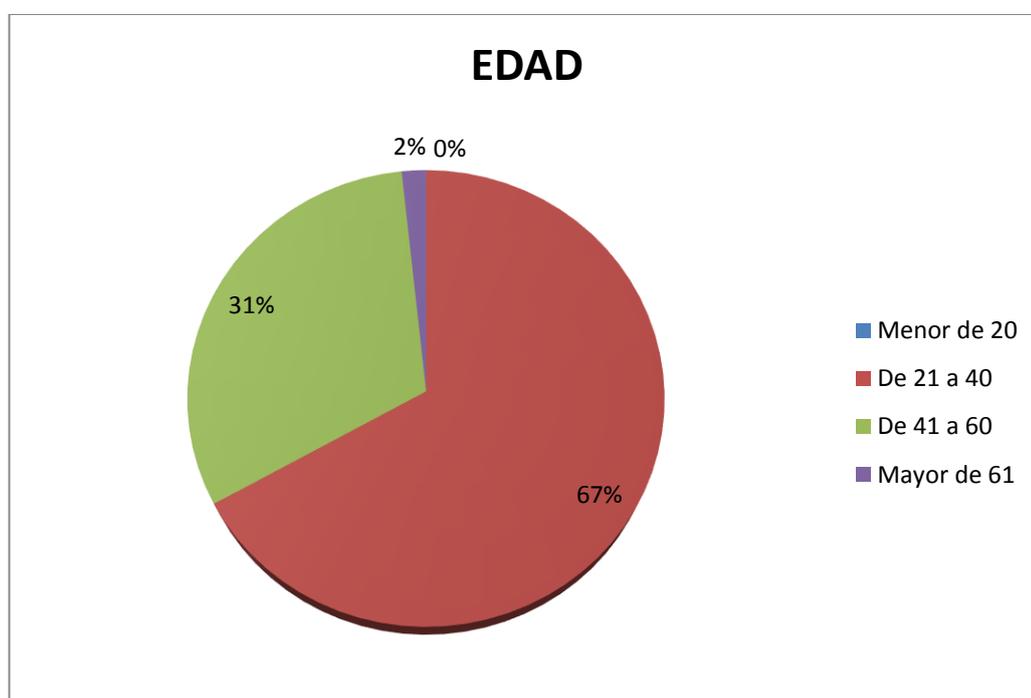


Figura N° 6: Edad de los turistas.

Nota: Tabla N°12.

Análisis: Según los datos obtenidos de los encuestados indican que la mayoría de turistas que visitan Pallatanga se encuentran en un rango de edad de entre 21 a 40 años (67,00%), mientras son poco los individuos con una edad mayor a 61 años (1,60%).

4) Nivel de instrucción de los turistas nacionales

Tabla N° 13: Nivel de instrucción

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Básico completo	3	2,50%
Básico incompleto	0	0 %
Superior completo	99	83,90 %
Superior incompleto	16	13,60 %
Postgrado completo	0	0 %
Postgrado incompleto	0	0 %
PHD completo	0	0 %
PHD incompleto	0	0 %
Ninguna de las anteriores	0	0 %
TOTAL	118	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

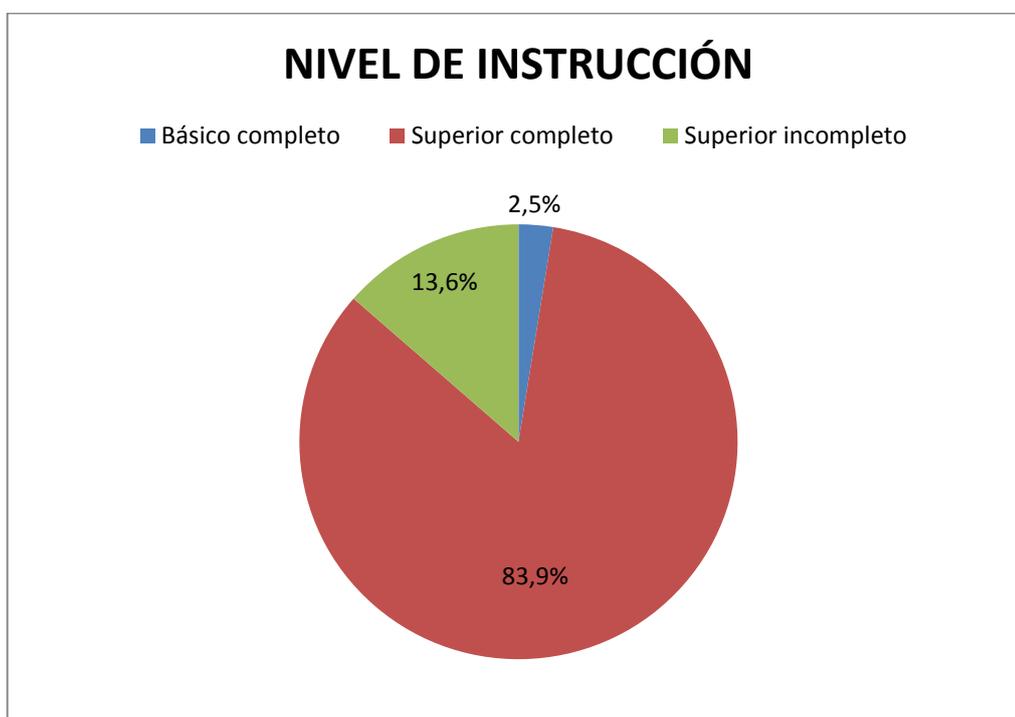


Figura N° 7: Nivel de instrucción.

Nota: Tabla N°13.

Análisis: Del total de turistas encuestados tenemos que el nivel de instrucción es mayoritariamente superior (83,90%) y en menor cantidad a nivel de básico completo (2,50%).

5) Ocupación de los turistas nacionales

Tabla N° 14: Ocupación

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Comerciante	0	0 %
Docente	3	2,50 %
Ingeniero	54	45,80 %
Servidor publico	15	12,70%
Abogado	6	5,10 %
Ama de casa		0 %
Médico	1	0,80 %
Policía	2	1,70 %
Artesano		0 %
Periodista	1	0,80%
Otros	36	30,50%
TOTAL	118	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

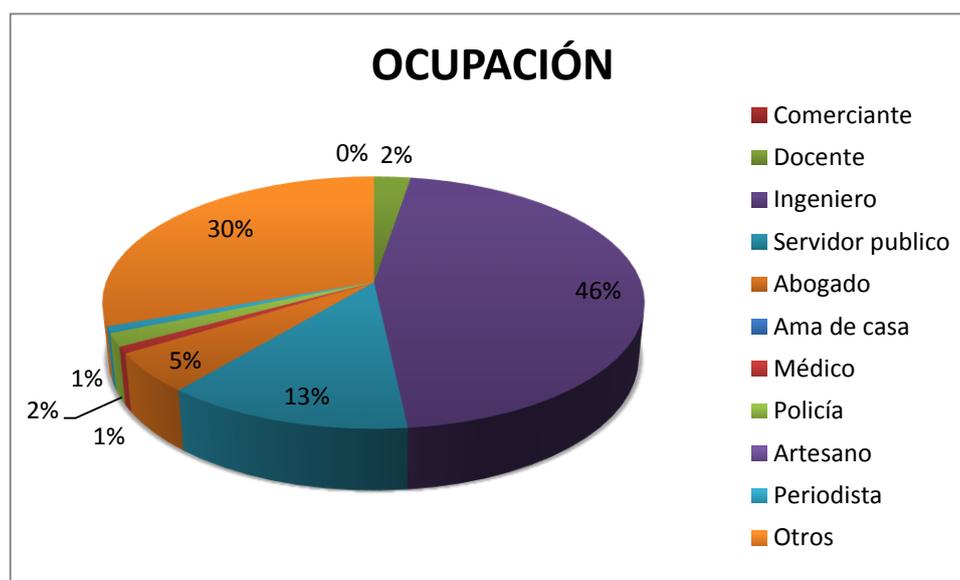


Figura N° 8: Ocupación del turista.

Nota: Tabla N°14

Análisis: Los turistas en su mayoría son Ingenieros (45,80%) seguido por otros (30,50%) y una minoría son médicos y periodistas (0,80%).

6) Conocimiento de la Comunidad Guaro Grande

Tabla N° 15: *Conocimiento de la comunidad.*

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	2	1,70 %
No	116	98,30 %
TOTAL	118	100

Nota: Investigación de campo, 2015.

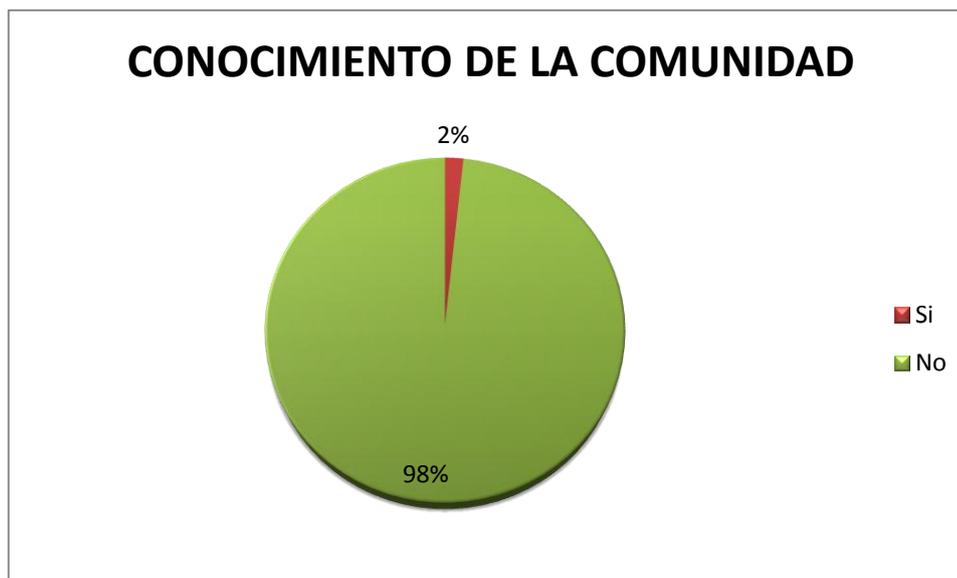


Figura N° 9: Conocimiento de la comunidad

Nota: Tabla N°15

Análisis: El (98,30%) d los turistas no conoce la comunidad, mientras el 1,70 % si conoce la comunidad.

7) Interés de los turistas nacionales por realizar turismo en la comunidad Guaro Grande

Tabla N° 16: Interés por realizar turismo en Guaro Grande.

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	118	100%
No	0	0 %
TOTAL	118	100

Nota: Investigación de campo, 2015.



Figura N° 10: Interés por conocer la comunidad

Nota: Tabla N°16

Análisis: Los resultados indican que el total de los encuestados (100%) están interesados por conocer la comunidad Guaro Grande.

8) Promedio de estadía por viaje en la comunidad de los turistas

Tabla N° 17: Promedio de estadía de los turistas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 día	56	47,50%
2-3 días	62	52,50 %
Más de 4 días	0	0 %
TOTAL	118	100

Nota: Investigación de campo, 2015.

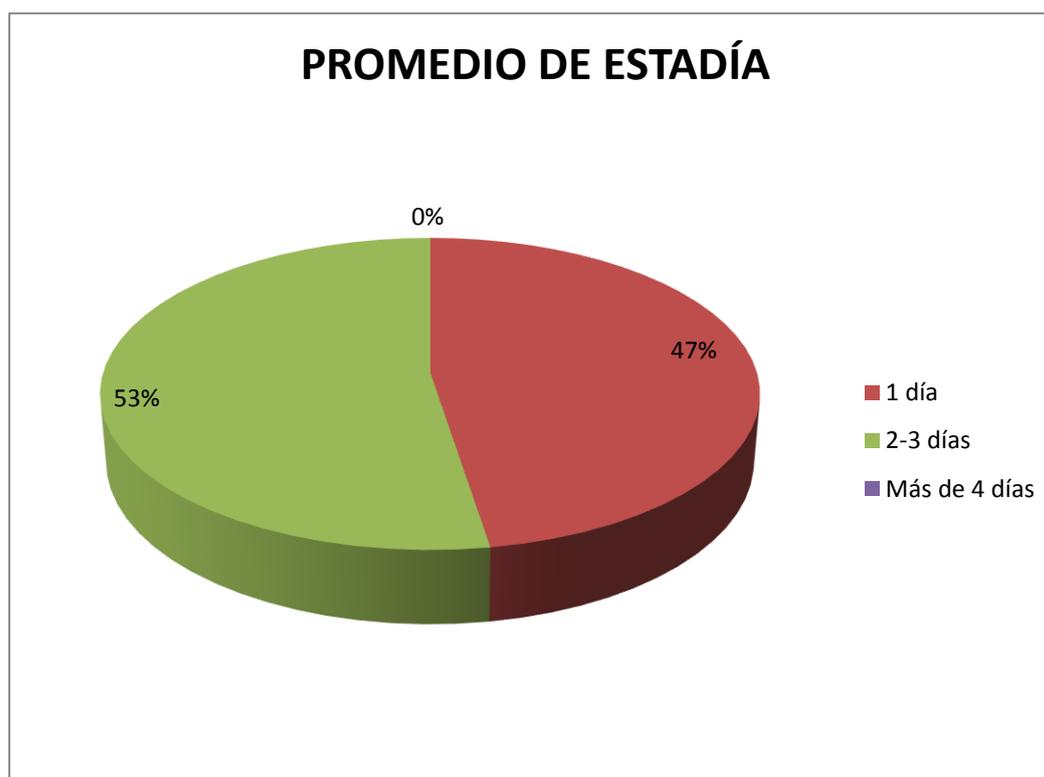


Figura N° 11: Promedio de estadía del turista.

Nota: Tabla N°17

Análisis: El 53% de los turistas prefieren permanecer en la comunidad de 2 a 3 días, seguido de 1 día (47,50%) y con menor frecuencia más de 6 días (0%).

9) Actividades que los turistas nacionales desean realizar en la Comunidad

Tabla N° 18: *Preferencia de actividades turísticas*

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Senderismo	81	15, %
Camping	30	6 %
Ciclismo	75	14, %
Avistamiento de aves	74	14%
Pesca deportiva	77	14 %
Turismo vivencial	15	3 %
Cabalgata	78	15 %
Visita a cascadas	103	19 %
TOTAL	533	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

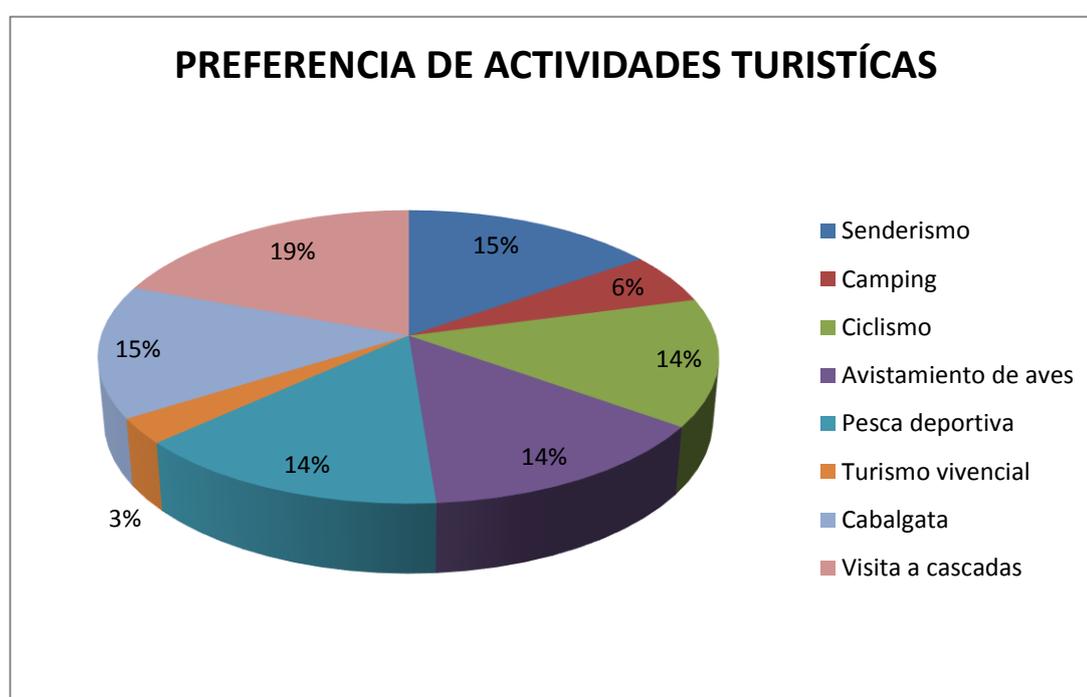


Figura N° 12: Preferencia de actividades turísticas.

Nota: Tabla N°18

Análisis: Entre las actividades que prefieren los turistas esta: visita a cascadas (19%), seguida por senderismo (15%), Cabalgata (15%), Pesca deportiva (14%), Ciclismo (14%), Avistamiento de aves (14%), por el contrario, las actividades con menor aceptación son camping (6%) y Turismo Vivencial (3%).

10) Promedio de gastos por persona para la realización de actividades

Tabla N° 19: Promedio de gasto por día por paquete turístico elegido anteriormente

VARIABLE USD	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De 5 a 15	9	7,60 %
De 16 a 25	13	11 %
De 26 a 35	15	12,70 %
Más de 35	81	68,60 %
TOTAL	118	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

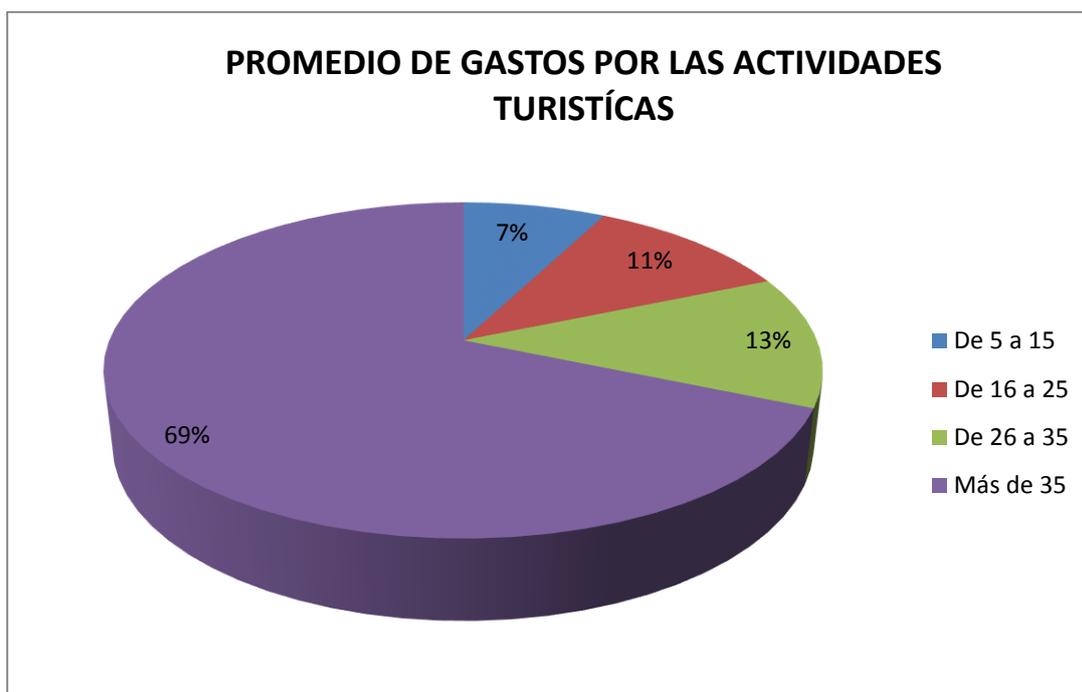


Figura N° 13: Promedio de gasto por día por paquete turístico elegido anteriormente

Nota: Tabla N°19

Análisis: El gasto promedio por actividades turísticas es de: más de 35 dólares (68,60%) y un pequeño porcentaje de la demanda gastaría entre 5 a 15 dólares (7,60 %).

11) Servicios con los que los turistas nacionales desean contar en la Comunidad

Tabla N° 20: Preferencia de servicios turísticos

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Guianza	114	18,30%
Hospedaje	97	15,60%
Alimentación	112	18,00%
Transporte	76	12,20%
Alquiler de bicicletas	69	11,10%
Alquiler de Caballos	78	12,60%
Alquiler de carpas y equipos para pesca	77	12,30%
TOTAL	623	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

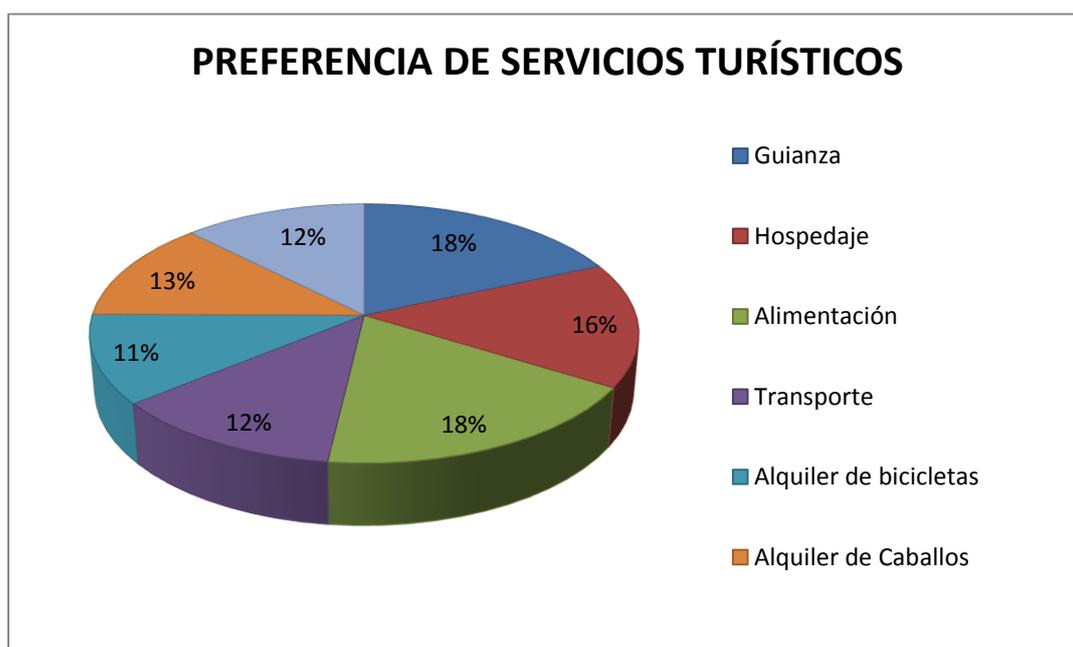


Figura N° 14: Preferencia de servicios turísticos.

Nota: Tabla N°20

Análisis: El 18,30% desea guianza, seguido por alimentación (18%), hospedaje (15,60%), alquiler de caballos (12,60%), alquiler de carpas y equipos para pesca (12,30%) y con menor preferencia el alquiler de bicicletas (11,10%).

12) Promedio de gastos por persona por servicios turísticos de los turistas nacionales

Tabla N° 21: Promedio de gasto por día por servicios turísticos

VARIABLE USD	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
25 – 40	18	15,30%
41 – 60	23	19,50%
61 -80	65	55,10%
Más de 81	12	10,20%
TOTAL	118	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

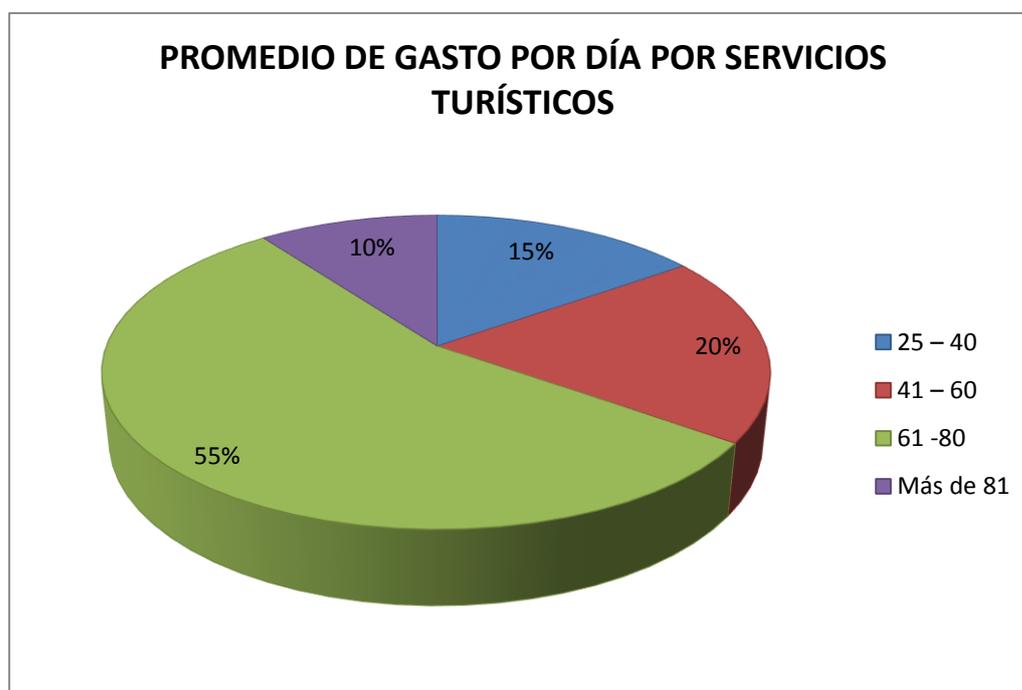


Figura N° 15: Promedio de gasto por día por servicios turísticos.

Nota: Tabla N°21

Análisis: El gasto promedio de los turistas por servicios turísticos es de 61-80 dólares (55,10%) y un pequeño porcentaje de la demanda gastaría más de 81 dólares (10,20 %).

13) Preferencia de pago del turista durante su viaje

Tabla N° 22: *Preferencias de pago del turista durante su viaje*

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Efectivo	101	85,60%
Tarjeta de crédito	17	14,40%
Otros	0	0%
TOTAL	118	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

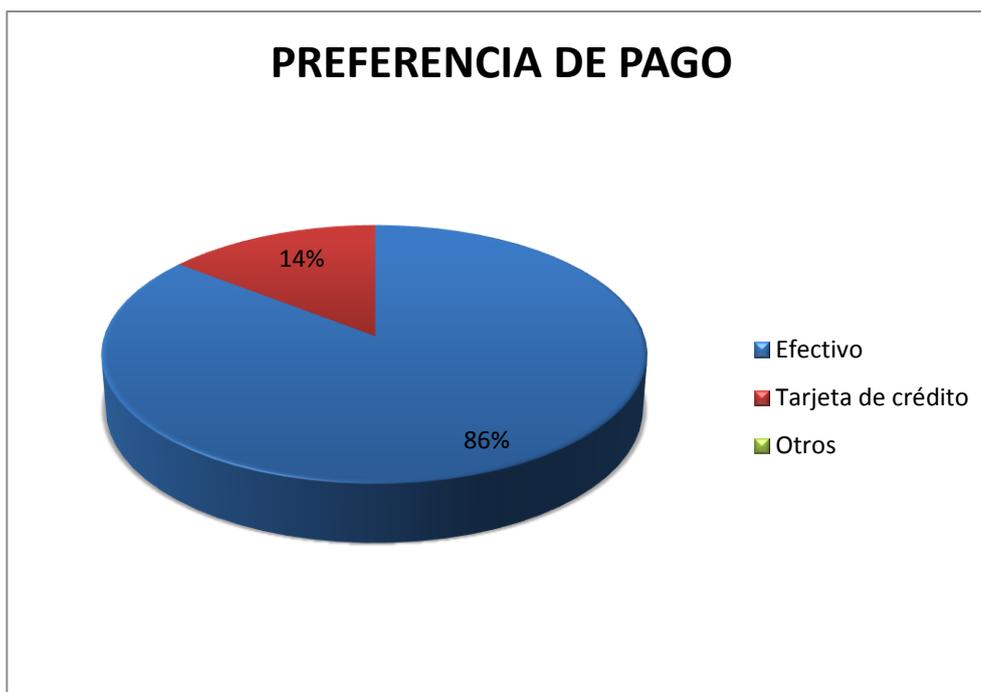


Figura N° 16: Preferencia de pago del turista durante el viaje.

Nota: Tabla N°22

Análisis: La preferencia de pago de los turistas durante su viaje es en efectivo (85,60 %) y un pequeño porcentaje de la demanda prefiere pagar con tarjeta de crédito (14,40 %).

14) Medios de información turística que utilizan los turistas nacionales

Tabla N° 23: Medios de información utilizados por la demanda nacional

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Amigos	98	35 %
Guías turísticas o folletos	58	20,70%
TV	17	6,10%
Internet	104	37,10%
Prensa escrita	3	1,10%
Radio	0	0 %
TOTAL	280	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

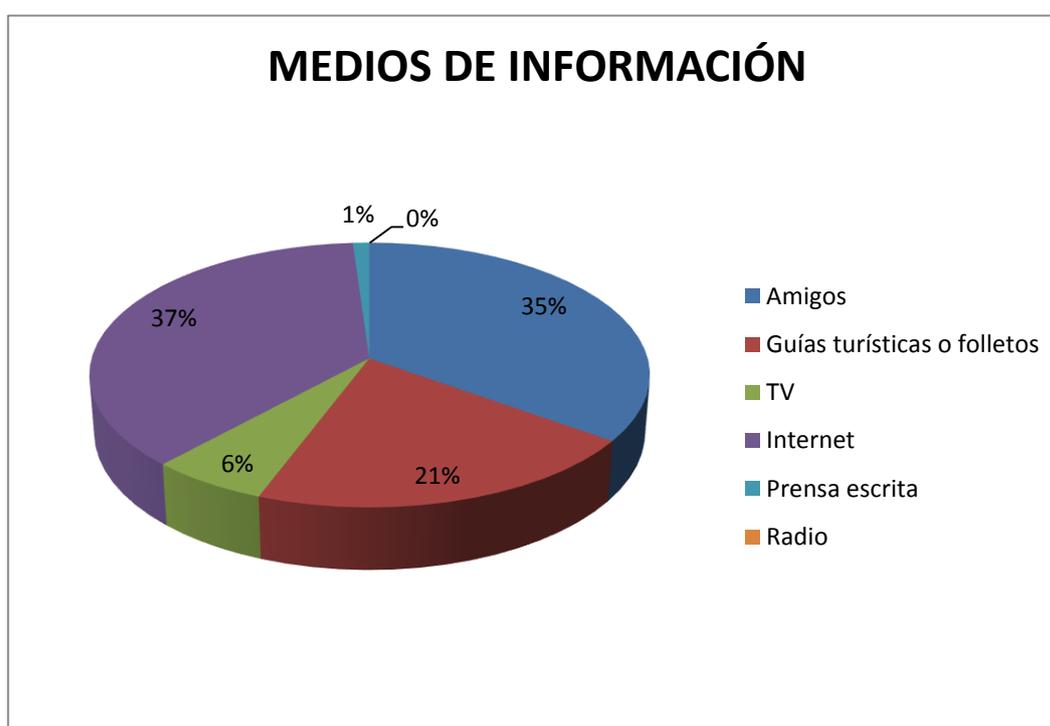


Figura N° 17: Medios de información utilizados por los turistas.

Nota: Tabla N°23

Análisis: Las fuentes que se utilizan los turistas para obtener información turística son principalmente el internet (37,10%) y mediante familiares y amigos (35%), mientras que los medios informativos menos utilizados son TV (6,10%) y a través de la prensa escrita (1,10%).

15) Distribución de la demanda nacional según la frecuencia con la que realiza actividades turísticas los turistas

Tabla N° 24: Frecuencia con la que realizan actividades turísticas los turistas

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Una vez por mes	26	22 %
Cada 3 meses	66	56%
Dos veces por año	20	17%
Una vez por año	6	5%
TOTAL	118	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

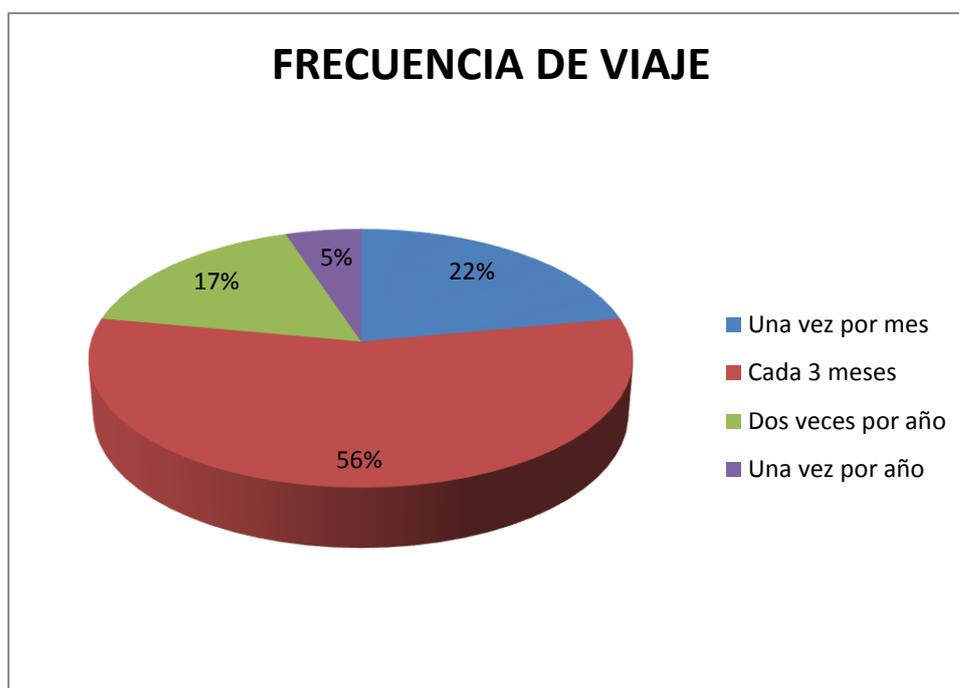


Figura N° 18: Frecuencia con la que realizan actividades turísticas.

Nota: Tabla N°24

Análisis: La frecuencia con la que realizan actividades turísticas los turistas es cada 3 meses (56%), mientras que la menor frecuencia es una vez por año (5%).

16) Época de viaje preferida de los turistas nacionales

Tabla N° 25: Temporada de viaje

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Enero –Abril	68	34,20 %
Mayo – Agosto	31	15,60%
Septiembre – Diciembre	100	50,20%
TOTAL	199	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.

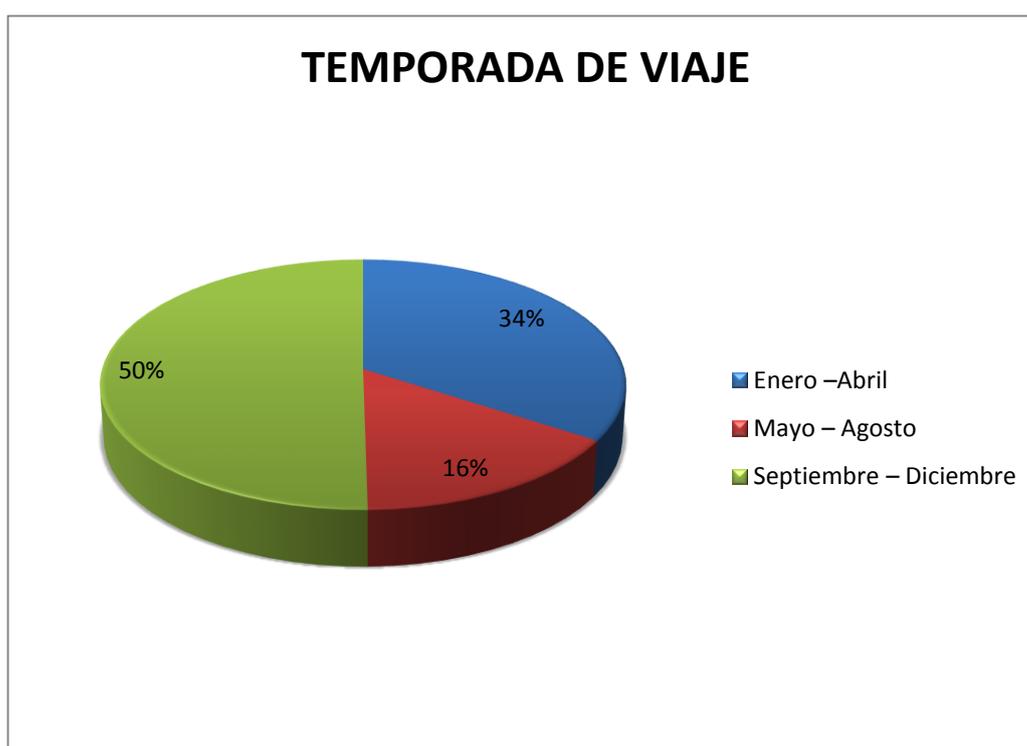


Figura N° 19: Temporada de viaje del turista.

Nota: Tabla N°25

Análisis: La temporada preferida para viajar es de Septiembre - Diciembre (50,2%), seguido de Enero – Abril (34,2 %) mientras que un pequeño segmento de la demanda prefiere hacerlo a mediados de año (15,6 %) entre los meses de Mayo – Agosto.

17) Promedio de personas que viajan con el turista

Tabla N° 26: Promedio de personas que viajan con el turista.

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Uno a Tres	49	41,60%
Cuatro a Seis	69	58,40%
Más de seis	0	
TOTAL	118	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.



Figura N° 20: Promedio de personas que viajan con el turista

Nota: Tabla N°26

Análisis: El 58,4% de los turistas viajan acompañados de cuatro a seis personas, mientras que en menor porcentaje de uno a tres personas (41,6 %).

18) Composición del grupo de viaje de los turistas nacionales

Tabla N° 27: Composición del grupo de viaje.

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Solo	6	5,10%
Amigos	13	11 %
Familia	99	83,90%
Otros	0	0 %
TOTAL	118	100%

Nota: Investigación de campo, 2015.



Figura N° 21: Composición del grupo de viaje.

Nota: Tabla N°27

Análisis: Los turistas manifestaron que los viajes se realizan principalmente en familia (83,9%), mientras que con muy poca frecuencia viajan solos. (5,1%).

f. Perfil de los turistas nacionales

- El estudio de mercado realizado entre los meses de diciembre 2015 y enero de 2016 demuestra que la demanda nacional está constituido mayoritariamente por individuos de género masculino (83,05%).
- El 50% de los turistas provienen en su mayoría de la región costa, específicamente de la ciudad de Guayaquil
- La edad promedio de los turistas está entre los 21 a 40 años (67%).
- En cuanto al nivel de instrucción los turistas nacionales mayoritariamente es superior (99%) siendo la mayoría de ellos son Ingenieros (54%).
- El 98,3% de los turistas nacionales no conocen la comunidad, pero el interés por conocer Guaro Grande es significativo (100%).
- El promedio de estadía por viaje de los turistas es de 2 a 3 días (52,50%).
- Las actividades turísticas con mayor aceptación para ser realizada en la comunidad son: visita a cascadas (19,70%), seguida por senderismo (16,30%), Cabalgata (14,60%), Pesca deportiva (14,40%), Avistamiento de aves (13,90%).
- El 68,6 % están dispuestos a pagar más de 35 USD por las actividades turísticas prestadas en la visita por día, y el 7,6 % puede solventar de 5 a 15 USD.
- Las preferencias por servicios turísticos se prefiere: Guianza (18,30%), seguido por Alimentación (18%), Hospedaje (15,60%), alquiler de caballos (12,60%), Alquiler de carpas y equipos para pesca (12,30%)
- El 55,1% están dispuestos a pagar de 61 a 80 USD por los servicios prestados en la visita por día y un pequeño porcentaje de la demanda gastaría más de 81 USD (10,20%).
- La preferencia de pago de los turistas durante su viaje es en efectivo (85,60 %).
- La frecuencia con la que realizan actividades turísticas es cada 3 meses (56%),
- Su temporada preferida para viajar es de Septiembre - Diciembre (50,20%), en grupo generalmente de cuatro a Seis (58,40 %) y suelen viajar acompañados de familiares (83,90%).
- El principal medio que utilizan los turistas nacionales para obtener información turística es el internet (37,10%)

g. Cálculo de la proyección de la demanda actual y potencial

1) Proyección demanda actual y potencial para el producto de turismo comunitario

Para este análisis se tomó como referencia el universo de estudio de los turistas que visitaron el cantón Pallatanga en el año 2015 que corresponde a 14208 turistas nacionales.

2) Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

Para el cálculo de la proyección de la demanda potencial se utilizó la fórmula del incremento compuesto $Co = Cn (1 + i)^n$, además de acuerdo a las estadísticas del MINTUR la tasa de crecimiento turístico nacional para el 2015 es del 12%.

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

Dónde:

C_o = año a proyectar (2015 - 2020)

C_n = número de clientes

i = incremento (12 %)

n = el año a proyectarse (1 - 5)

Tabla N° 28. Proyección de la demanda potencial para los próximos cinco años

N°	Año	Factor (1+ 0,12)	Nacional	Demanda potencial
0	2016	0,12	14208	14208
1	2017	0,12	15912	15912
2	2018	0,12	17822	17822
3	2019	0,12	19961	19961
4	2020	0,12	22356	22356
5	2021	0,12	25039	25039

Análisis: Luego de haber realizado proyección de la demanda potencial tenemos que para el año 2017 existirá un incremento del 12% de turistas que visitaran Pallatanga y por ende la comunidad si se inicia la actividad turística.

3) Derivación de la demanda por actividades

Tabla: N°29: Derivación de la demanda por actividades

AÑO	DEMANDA		ACTIVIDADES				
	CLIENTES POTENCIALES	19% VISITA A CASCADAS	15% SENDERISMO	15% CABALGATA	14% PESCA DEPORTIVA	14% CICLISMO	14% AVISTAMIENTO DE AVES
2016	14208	2699	2131	2131	1989	1989	1989
2017	15912	3023	2386	2386	2227	2227	2227
2018	17822	3386	2673	2673	2495	2495	2495
2019	19961	3792	2994	2994	2794	2794	2794
2020	22356	4247	3353	3353	3129	3129	3129
2021	25039	4757	3755	3755	3505	3505	3505

3. Análisis de la oferta

a. Caracterización de la oferta actual

La Comunidad Guaro Grande aún no posee un sistema turístico por lo cual no ofrece servicios turísticos, debido a su potencial la comunidad está interesada por esta actividad por lo cual se ha realizado el estudio técnico de la evaluación del potencial turístico de sus atractivos naturales y culturales.

En cuanto a la planta turística la comunidad no dispone de infraestructura, para hospedaje y alimentación.

Actualmente la comunidad Guaro Grande cuenta con los atractivos turísticos que se detallan a continuación:

1) **Atractivos y actividades turísticas**

La comunidad Guaro Grande, cuenta con recursos naturales definidos como la cascada Guaro Grande, cascada Guaro 2, cascada Guaro 2, Bosque nativo Guaro Grande, la Playita y el Rio Coco.

Los habitantes de la comunidad no están muy involucrados con la actividad turística, únicamente conocen el valor de sus tierras y poseen la iniciativa de empezar con la actividad turística, en donde para cumplir con este propósito se podría realizar varias actividades como

visita a cascadas, senderismo, cabalgata, pesca deportiva, avistamiento de aves entre otras actividades mediante el centro de turismo comunitario donde también se brindaría diferentes servicios turísticos.

b. Oferta complementaria

Tomando en cuenta que la comunidad Guaro Grande pertenece al cantón Pallatanga, se considera como oferta complementaria a los principales establecimientos turísticos ubicados en la cabecera cantonal que pueden posteriormente ser ofertados por los pobladores de la comunidad Guaro Grande tales como:

Tabla N° 30. Oferta complementaria

N°	Nombre	Categoría	Plazas
1	Melita	Pensión	21
2	La posada de Flor	Hostal	28
3	Pedregal	Hostería	32
4	Valle	Hostería	90
5	Milliguayco	Hostería	45
6	Ecovita	Hostería	80
	Total		296

Nota: Catastro turístico de Pallatanga Enero de 2015.

Por lo tanto se puede decir que la comunidad Guaro Grande cuenta con:

- Seis lugares con servicios de hospedaje, refiriéndose únicamente a lo que son hosterías, una pensión y un hostal, siendo estos los establecimientos con mayor afluencia de turistas y cuentan con un total de 296 plazas.
- Dieciséis establecimientos que prestan servicios de alimentación, mismos que se encuentran en la zona comercial del cantón y cuentan con un total de 1040 plazas.
- El total de plazas que existe en el cantón entre servicio de alimentación y hospedaje es de 1336.

c. Proyección de la oferta

Para este cálculo de la oferta se tomó en cuenta el número de las plazas existentes en alimentación y hospedaje en el cantón Pallatanga.

Tabla N° 31: *Proyección de la oferta en los próximos cinco años*

N°	Año	Nacional	Oferta potencial
0	2016	1336	1336
1	2017	1496	1496
2	2018	1676	1676
3	2019	1877	1877
4	2020	2102	2102
5	2021	2354	2354

d. Confrontación oferta vs demanda

Al confrontar la demanda potencial con la oferta actual se puede definir la demanda insatisfecha, cuyos resultados se presentan en la tabla N° 32. Para los años 2018 existirán una demanda insatisfecha 16146 turistas, los cuales podrían ser captados paulatinamente por la comunidad si se considera insertar la actividad turística dentro de su territorio.

Tabla N° 32: *Demanda insatisfecha*

N°	Año	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha
0	2016	14208	1336	12872
1	2017	15912	1496	14416
2	2018	17822	1676	16146
3	2019	19961	1877	18084
4	2020	22356	2102	20254
5	2021	25039	2354	22685

e. Demanda objetivo 40 %

El cálculo de la demanda objetivo se determinó, en función a la capacidad instalada de la comunidad Guaró Grande que es un área de hospedaje con 6 habitaciones, 4 dobles y 2 triples es decir una capacidad instalada para 14 personas ($14 \times 365 = 5110$), capacidad anual para 5110 pax al año, la demanda susceptible a captar es del 0,40 % de la demanda insatisfecha.

Tabla N° 33: Demanda objetivo

N°	Año	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo 40%
0	2016	14208	1336	12872	5148
1	2017	15912	1496	14416	5766
2	2018	17822	1676	16146	6458
3	2019	19961	1877	18084	7233
4	2020	22356	2102	20254	8101
5	2021	25039	2354	22685	9074

A partir del análisis de captar el 40% de la demanda insatisfecha, se estima que para el año 2021 habrá una demanda objetiva de 9074 turistas.

1) Número de clientes proyectados

Tabla N° 34: Número de clientes proyectados

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2016	5148	2574	429	198	99	14
2017	5766	2883	480	221	110	15
2018	6458	3229	538	248	124	17
2019	7233	3616	602	278	139	19
2020	8101	4050	675	311	155	22
2021	9074	4537	756	349	174	24

El número de clientes proyectados nos da un total de 14 clientes diarios para el año 2016, y según la proyección se espera tener un incremento de 24 clientes diarios para el año 2021.

2) Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

Tabla N° 35: Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados

Año	Demanda objetiva	ÍNDICES					
		Guianza	Alimentación	Hospedaje	Alquiler de caballos	Alquiler de carpas y equipos de pesca	Transporte
		18 %	18%	16%	13%	12%	12%
2016	5148	926	926	823	669	617	617
2017	5766	1037	1037	922	671	691	691
2018	6458	1162	1162	1033	839	774	774
2019	7233	1301	1301	1157	940	867	867
2020	8101	1458	1458	1296	1053	972	972
2021	9074	1633	1633	1451	1179	1088	1088

Por los servicios demandados, en base a la proyección de la demanda objetiva se espera tener para el año 2021, 1301 personas por guianza y alimentación, 1157 personas por hospedaje, 940 personas por alquiler de caballos y 867 personas por alquiler de carpas y equipos de pesca como también por servicio de transporte.

C. DESARROLLAR EL ESTUDIO TÉCNICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO.

1. Localización del proyecto

b. Macrolocalización

El proyecto está ubicado en la República del Ecuador, provincia de Chimborazo, cantón Pallatanga, comunidad Guaro Grande.

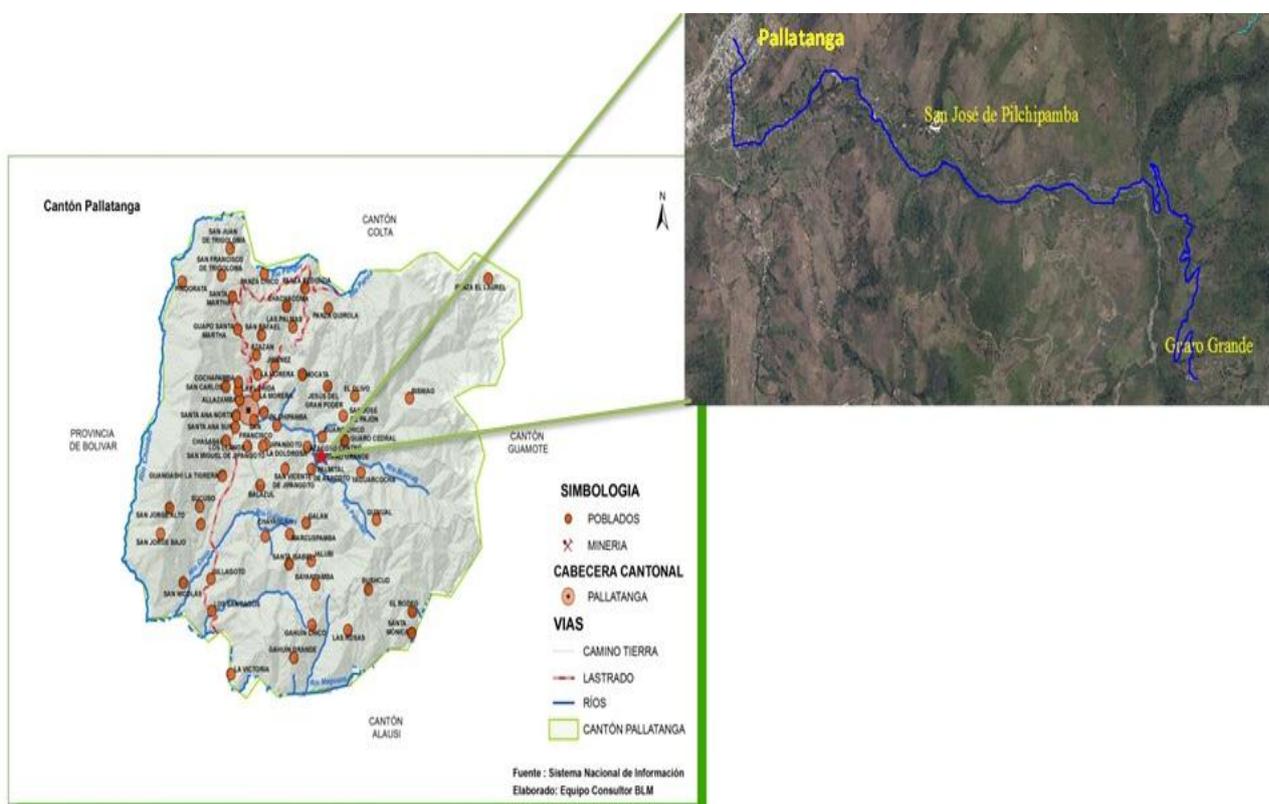


Figura N° 22. Macrolocalización de la comunidad Guaro Grande.

Nota: Sistema Nacional de Información. Equipo PD y OT-2014

c. Microlocalización

El lugar para el albergue turístico estará ubicado en el centro de la comunidad Guaro Grande a 9,20 km de la cabecera cantonal.



Figura N° 23. Microlocalización de la comunidad Guaro Grande.

Nota: Sistema Nacional de Información. Equipo PD y OT-2014

2. Diseño de la planta turística

Se construirá un albergue tradicional, utilizando los materiales de la zona, el mismo que prestará servicios de alojamiento y alimentación de calidad para la satisfacción del visitante.

a. Área de construcción

El área de construcción del albergue es de 400 m², donde se construirá el establecimiento de hospedaje que dispondrá de 6 habitaciones entre dobles y triples con una capacidad para 14 pax en una superficie de 120 m², a pocos metros se construirá un restaurante que incluye una cocina y comedor con una capacidad para 24 pax, en una espacio de 60,80 m², además se edificará una sala espera, recepción, en una sitio de 46,40 m² mientras que áreas de recreación y estacionamiento de vehículos tendrá una área de 154 m². Cabe recalca que toda la superficie estará protegida por una malla, para brindar mayor seguridad al turista.

b. Tipología de construcción

El tipo de construcción del alberque en general tendrá un modelo tradicional que forma parte de la arquitectura vernácula, esto con el objetivo de rescatar los materiales y costumbres del lugar, por ende se utilizará materiales como: teja, y madera en toda la construcción, sin embargo, se hará uso de materiales actuales como: el ladrillo, cemento, cerámica en la construcción de baño y cocina, para evitar filtraciones de agua y deterioro de las paredes aledañas, de esta manera se minimizará el impacto ambiental.

c. Características de la planta turística

El equipamiento de los servicios de la planta turística estará definido de acuerdo al Manual de Turismo Comunitario de la CORDTUCH, los que se detallan a continuación:

1) Servicio de alojamiento

El área de alojamiento se caracteriza por su construcción de dos pisos el mismo que contará con 3 habitaciones en el primer piso y 3 habitaciones en el segundo piso con un total de 6 habitaciones con una capacidad para 14 pax, de las cuales cuatro son dobles y dos son triples, en caso que el turista desee una habitación simple se le asignará una habitación doble como simple, además cada habitación contará con un baño privado.

a) Propósito

Brindar un servicio de alojamiento personalizado de calidad y confort para los turistas.

b) Equipamiento

Las habitaciones dobles estarán equipadas con: dos camas con su respectivo colchón, sábanas, cobijas térmicas, un cobertor, dos veladores, dos lámparas, un closet, una mesa y silla que servirá como escritorio, una televisión, mientras que las habitaciones triples estarán equipadas con tres camas con su respectivo colchón, tres veladores, tres lámparas, un closet, una mesa y silla una televisión.

c) Decoración

Las habitaciones estarán decoradas con cuadros de los atractivos naturales, culturales y fotografías antiguas de las costumbres de la población, en la entrada de la habitación se colocará una alfombra con la imagen turística del CTC, mientras que las cortinas serán elaboradas en telares con colores más representativos de la zona y en las mesas se colocarán tapetes elaborados por las moradoras de la comunidad, el baño estará decorado con: un espejo, gancho para la ropa, insumo de limpieza, ducha de agua caliente y toallas.

d) Estándares de calidad

i. Habitaciones

- Las sábanas y cobijas estarán siempre limpias y se cambiarán para los nuevos huéspedes.
- Las sábanas se cambiarán cada dos días y siempre que se produzca una salida de clientes.
- Se debe tener cobijas extras para cada visitante en caso de temperaturas bajas.
- El armario debe tener suficientes ganchos o armadores.
- En cada habitación se debe colocar un basurero, una mesita de noche por cada cama, una mesa con silla.
- Es preferible tener una ventilación e iluminación natural.
- Se debe evitar utilizar materiales sintéticos como plástico para las cortinas y tapetes de mesa.
- Se debe instalar en cada velador una lámpara eléctrica de mesa.
- Cada habitación debe contar con cerradura con una llave para el turista y una de repuesto que se manejara en recepción.
- Se recomienda numerar las habitaciones o colocar un nombre de algún animal, planta o cosa de preferencia en idioma kichwa.
- Se debe ofrecer información y un formulario de sugerencias y opiniones.
- Las habitaciones deben estar limpias y ordenadas.
- El equipamiento y mobiliario de las habitaciones deberán estar en buen estado de uso y conservación.
- Las toallas se cambiarán cada dos días.
- Las habitaciones y cuartos de baño se limpiarán y ventilarán a diario a menos que el visitante exprese su deseo en sentido contrario.

- Las instalaciones destinadas para las habitaciones deberán tener un sistema contra insectos, se observara especialmente este requisito durante la época de mayor presencia de los mismos.
- Las habitaciones para 3 o más personas deben ser suficientemente amplias como para no provocar molestias a los visitantes, con suficiente espacio para caminar y colocar sus pertenencias sin estorbarse uno al otro.
- En las habitaciones se debe colocar información (folleto) que contenga datos de la organización, horarios, reglas internas, servicios turísticos.

ii. Baños de las habitaciones

- La taza de baño, el lavamanos, la ducha, paredes y piso de baño, deben estar siempre limpios y desinfectados, sin manchas de humedad u hongos.
- El cuarto de baño se debe limpiar todos los días.
- Las habitaciones deben tener baño privado o en su defecto se debe disponer al menos de un cuarto de baño amplio y completo (taza, lavamanos, ducha) por cada dos habitaciones o cuatro plazas.
- Todas las duchas deben tener agua caliente.
- Todas las duchas eléctricas deben ser cambiadas por duchas de calefón o duchas solares.
- Los baños deberán tener: un lavamanos, espejo, repisa o estantes, ganchos para ropa, papel higiénico, jabón, shampoo y basurero.
- A cada turista se debe entregar una toalla para el cuerpo y otra para las manos.
- El baño debe contar con un enchufe junto al espejo para el uso de la afeitadora o el secador de pelo, debe además indicar el voltaje de la corriente eléctrica.

iii. Lencería y menaje de las habitaciones.

- Las cortinas y manteles, han de ser de tejidos naturales evitando el uso de plástico.
- Se deben adquirir: sábanas, toallas, colchas, cobijas, mantelería, para uso exclusivo de los visitantes, se seleccionarán materiales de buena calidad y larga duración, siendo los mejores los de algodón y los de lana natural.
- La lencería debe estar limpia y en buen estado, sin manchas, quemaduras ni rasgaduras.
- Cada cama estará equipada con dos cobijas, dos juegos de sábanas, un edredón o plumón, una sobrecama y dos cobijas extras en el armario.

2) Servicio de alimentación

El área de alimentación incluye una cocina que será un lugar donde se manipulará y se preparará los alimentos; el comedor contará con 6 mesas con una capacidad para 24 pax, además se ofertará platos típicos de la comunidad y cantón.

a) Propósito

Dar a conocer la gastronomía típica de la comunidad, a través de un servicio personalizado que cumpla las expectativas del turista.

b) Equipamiento

La cocina estará equipada con: una cocina, licuadora, refrigeradora, horno, microonda, batidora, cafetera, cilindro de gas, extintor de incendio, muebles de cocina, una mesa, un menaje completo de cocina mientras que el comedor estará equipado con seis mesas con capacidad para 24 pax .

c) Decoración

1) Ambiente interno

El ambiente interno del restaurante estará decorado con objetos de la zona los mismos que serán elaborados por los habitantes de las comunidades como: herramientas que utilizan los moradores de la comunidad para su trabajo cotidiano (arado, yugo, también se adornará con cuadros que contengan imágenes de actividades agrícolas tradicionales, mientras las mesas estarán acicalados con manteles rústicos bordados por la gente del lugar.

2) Ambiente externo

La puerta estará decorada con una herradura que significa, la protección de la casa y en las esquinas de la vivienda se colocará los diferentes productos que en la comunidad se cultivan y que simboliza la riqueza y la abundancia de alimentos que posee la comunidad.

d) Estándares de calidad

i. Comedor

- Se debe informar a los visitantes sobre los productos alimenticios locales, la importancia de la diversidad agrícola, valor nutricional y su importancia en la seguridad alimentaria.
- En la cocina se utilizarán de preferencia productos frescos, naturales, orgánicos y de temporada, que provengan en un alto porcentaje de productores de la comunidad.
- Junto a la comida de calidad se debe ofrecer comida casera local y variada.
- Se deben preferir para cocinar los productos locales provenientes de la agricultura orgánica. De esta forma se garantiza que los alimentos son sanos y no contienen elementos químicos que puedan afectar la salud.
- Se debe evitar la compra de alimentos que contienen preservantes.
- La mayonesa, leche, mantequilla, quesos, carnes, deben ser refrigerados para que permanezcan frescos y en buen estado.
- La leche, azúcar, mermelada, mantequilla, queso, yogurt, etc., se deben colocar en envases recargables de vidrio o cerámica.
- Las áreas de cocina, almacenamiento y restauración deben estar limpias y desinfectadas.
- Los utensilios de cocina deben estar limpios y desinfectados.
- Los saleros, pimenteros, azucares, aceiteras, cestas de pan, deben estar siempre limpios y en buen estado. Es importante, rellenarlas cada vez que se encuentren por la mitad.
- Las instalaciones destinadas para comedor o restaurante deberán tener un sistema contra insectos, se observará especialmente este requisito durante la época de mayor presencia de los mismos, los insectos en lugares donde se manipulan comidas dan la sensación de falta de higiene y resultan muy molestos para los visitantes.
- Se evitará comprar lo ya elaborado y más bien difundir todo aquello que se produce en la comunidad, pan, quesos, miel, mermeladas, dulces, postres, etc.
- El servicio de desayuno será obligatorio, se proporcionará la leche, el pan, la mantequilla, los huevos, la mermelada procurando que todos estos productos sean caseros o producidos en la comunidad.
- Junto al desayuno habitual se debe ofertar el desayuno tradicional de la comunidad.
- Habrá un margen de 3 horas para que los clientes puedan tomar el desayuno y 3 horas para el servicio de comidas, almuerzos y cenas. Esta información la deben tener clara los visitantes.

- Se debe limitar la compra de productos perecibles (fácil descomposición) y poner atención a la caducidad de los productos.
- Nunca se debe utilizar productos caducados o vencidos.
- Es recomendable tener una lista de proveedores de productos de la zona.
- La Limpieza de la cocina se debe hacer todos los días una vez que se haya concluido con los horarios habituales de servicio de alimentos (desayuno, almuerzo y cena) y cada vez que sea necesario.
- Hay que evitar fuentes de malos olores provenientes de cocinas o desagües. Evitar en lo posible que las cocinas estén muy cerca de los comedores para evitar los olores a fritos o a humo.
- La cocina del establecimiento debe tener un extintor de incendios.
- La o las personas encargadas de la cocina deberán controlar permanentemente el suministro de gas, electricidad o el combustible utilizado, al fin de evitar fugas y desabastecimiento.
- Los alimentos deberán almacenarse en lugares frescos y secos alejados de la humedad (según el tipo de ecosistema) y/o fuentes de contaminación.
- Los alimentos perecibles deben guardarse en ambientes fríos y/o congeladores.
- Los envases de productos de cocina deberán estar perfectamente identificados con el producto que se encuentra en su interior y con la fecha de caducidad o de compra.
- El personal de cocina debe mantenerse uniformado o identificado y utilizar gorro y delantal, hombre y mujeres de cabello largo deberán mantenerlo recogido.
- Se deben lavar y desinfectar todas las hortalizas y frutas.
- Los alimentos que hayan caído al suelo o que hayan sufrido alguna forma de contaminación deberán desecharse.
- Se debe separar las ollas para hervir agua de las ollas de preparación de comidas.
- Las cucharas y cucharones de palo para comida de sal y de dulce siempre deben estar separados.
- Los recipientes para desechos orgánicos deberán mantenerse tapados.
- Los recipientes de basura deberán vaciarse y limpiarse diariamente para evitar plagas y malos olores.
- Los insumos de limpieza utilizados en la cocina deben ser biodegradables y evitar el uso de cloros.

ii. Vajilla.

- Siempre que se preste servicio de comida se dispondrá de una vajilla adecuada, cubertería y plato para el uso exclusivo de los visitantes.
- Los vasos serán siempre de cristal incoloro. La vajilla puede ser de porcelana u otro material similar, se evitarán las vajillas de cristal y de plástico.
- Se sugiere como alternativa, tener una vajilla que tradicionalmente se use en el lugar y sea elaborada con materiales locales.

iii. Lencería y menaje

- Las cortinas, manteles, servilletas han de ser de tejidos naturales y estar en buen estado, limpias, sin manchas, sin quemaduras ni rasgaduras.
- Se deben adquirir mantelería, servilletas para uso exclusivo de clientes, se seleccionarán materiales de calidad y larga duración.
- Para las mesas se utilizarán manteles de tela (no de plástico), cuando se utilicen servilletas de preferencia que sean de tela.

3) Área recepción y sala de espera

La recepción se caracteriza por brindar información al turista que viste la comunidad y es la primera impresión que se llevará el visitante; la sala de espera dispone de una capacidad para 15 pax, además de ser una zona WI-FI donde el turista tendrá acceso al internet.

a) Propósito

El propósito de la recepción es realizar las reservaciones de los servicios que oferta el albergue de manera personalizado, mientras que el propósito de la sala de espera es dar acogida al turista mientras realiza la reservación.

b) Equipamiento

La recepción estará equipada con una computadora, impresora, sumadora, un escritorio, una silla giratoria, archivadores y souvenirs de oficina; la sala de espera dispondrá de un juego de

muebles de sala, cuatro sillas, un vitrina de libros y revistas con información de la comunidad, cantón y provincia de Chimborazo.

c) Decoración

La recepción se engalanará con cuadros de los atractivos más sobresalientes de la comunidad y la sala de espera tendrá objetos antiguos de piedra para preparar el ají y la machica; también se colocaran cuadros de atractivos turísticos y gigantografías llamativas.

4) Área de recreación

Se caracteriza por ser un área de relajamiento y tiempo libre, el cual dispondrá de una cancha de fútbol, tres glorietas pequeñas que serán utilizadas para descansar, tomar aire fresco y protegerse del sol y lluvia, además dispondrá de un jardín de plantas nativas y ornamentales de la zona.

a) Propósito

Dar a conocer a los turistas de la importancia y función de las plantas que tiene el jardín.

b) Equipamiento

Esta área estará equipada con 7 bancas, mientras que la cancha contará con arco para jugar fútbol y cestas para los aficionados del básquetbol.

c) Decoración

Esta área estará arreglado con bancas que estarán ubicadas en distintos lugares del albergue y el jardín tendrá una gran variedad plantas nativas de la zona como: guarumo, tilo, laurel y plantas ornamentales como: cucarda, platanillo, manzanilla entre otros, en el centro de albergue se diseñará la marca turística de Pallatanga el cual representa los 5 símbolos de la vida: el aire, agua, tierra, fuego y el equilibrio entre el ser humano y la naturaleza; mismo que representa la gran riqueza de la cultura, la fertilidad de la tierra, que aún se conserva en el cantón Pallatanga y por ende en su la comunidad Guaro Grande.

5) Área de parqueadero

El parqueadero será adoquinado, tendrá una capacidad para 10 vehículos.

a) Propósito

Dar mayor seguridad a los turistas que viajan en vehículos propios.

b) Equipamiento

En el parqueadero se instalará una cámara de seguridad y alarma.

c) Decoración

Estará remarcado con señalización haciendo uso de los materiales de la zona.

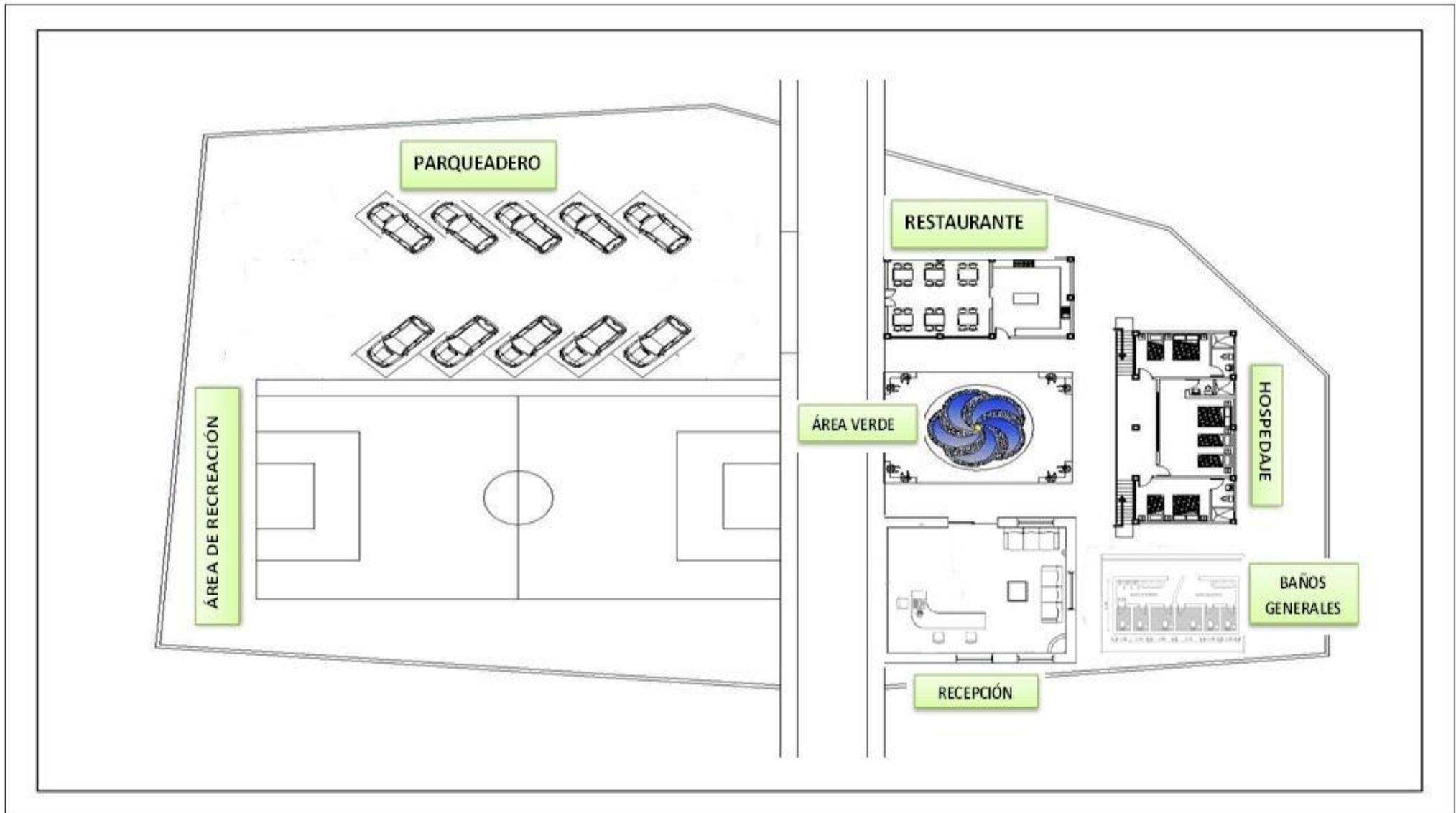
6) Servicio de guianza

a) Características del servicio

- La persona que va a guiar debe tener requerimientos como ser acreditado es decir con licencia de guía nativo y/o naturalista.
- Todo guía deberá tener conocimientos generales sobre cultura, artes, historia, el entorno del país y sobre todo el lugar donde se desarrolla la operación.
- Todo Guía deberá mostrar destrezas orales y escritas en español y de preferencia en un idioma extranjero.
- Antes de iniciar el recorrido el guía deberá poner especial énfasis al explicar las normas de comportamiento que debe mantener el visitante y grupo antes, durante y después del recorrido.
- Durante el recorrido el guía hará énfasis en la importancia de la conservación y protección del patrimonio natural, así como la valoración del patrimonio cultural de la Comunidad.
- El guía mostrará puntualidad y cumplimiento con el horario planificado para el desarrollo del recorrido. En caso de no poder cumplir el horario establecido lo deberá poner a consideración de los visitantes.
- Durante el recorrido el guía deberá estar pendiente de todos los integrantes del grupo.

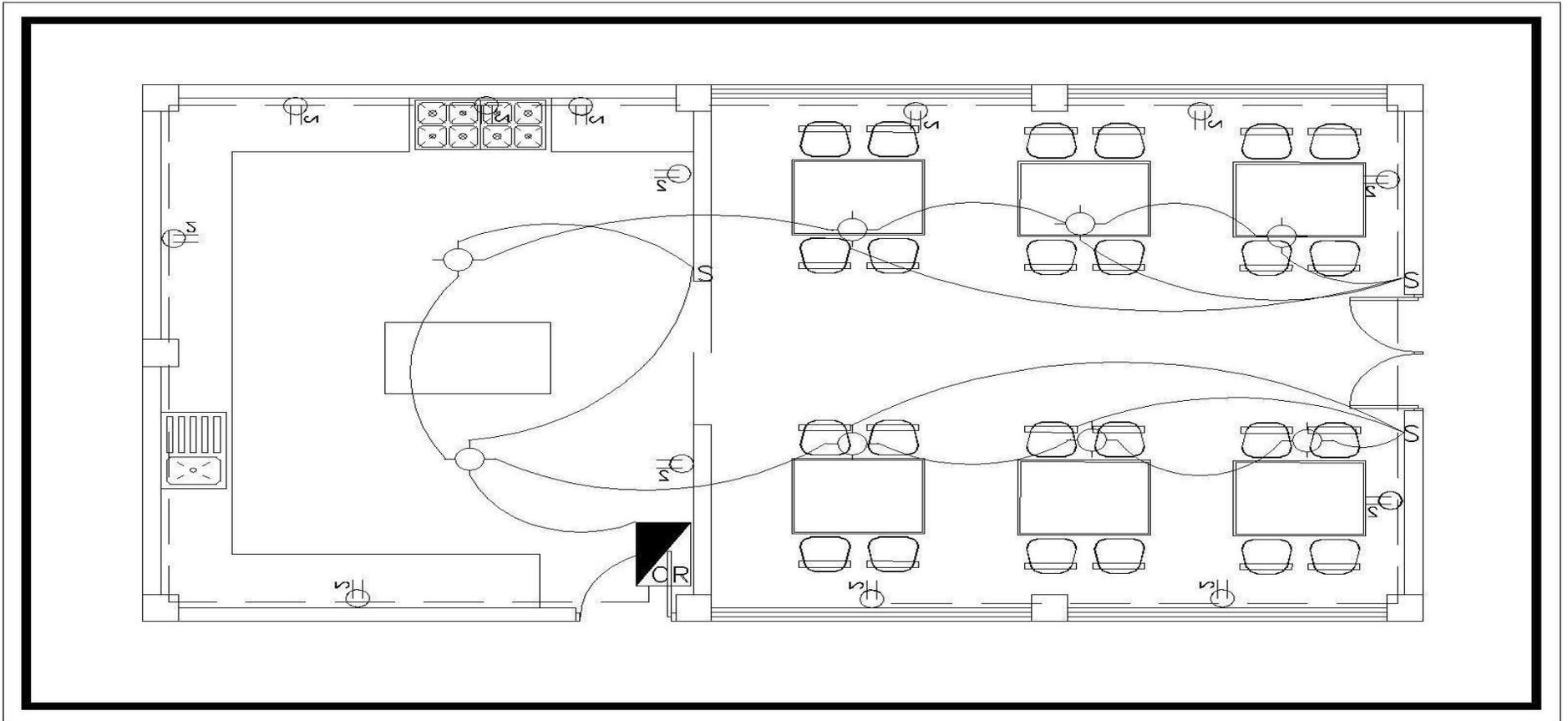
- El guía debe llevar materiales necesarios durante el recorrido, dependiendo de la distancia programada (mapas, brújulas, linterna, binoculares, alimentos), funda para la basura, equipo móvil, equipo de primeros auxilios, entre otros, estará capacitado en primeros auxilios y preparado para momentos de emergencia.

d. Diseño arquitectónico del albergue

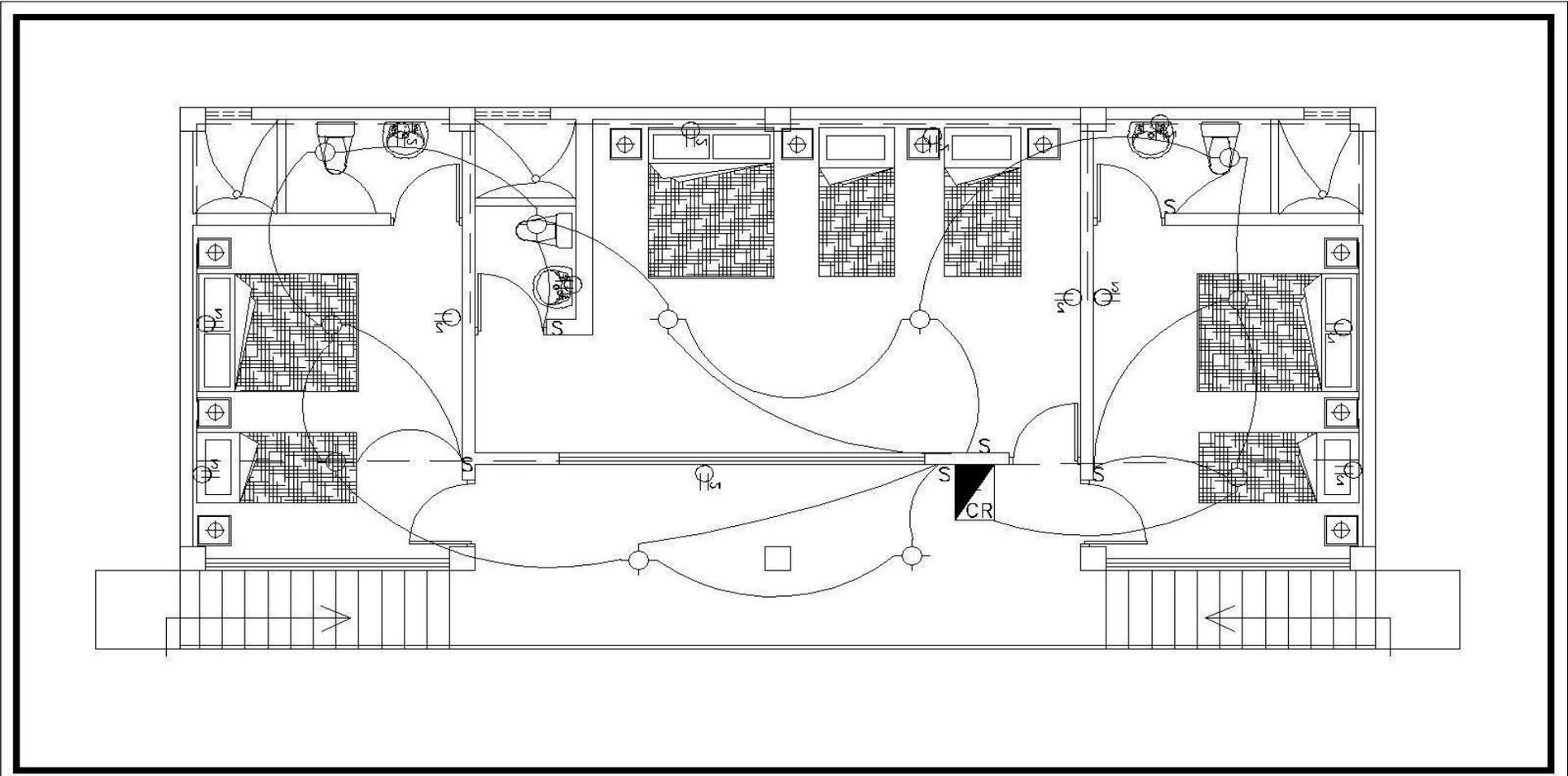


1) Instalaciones eléctricas

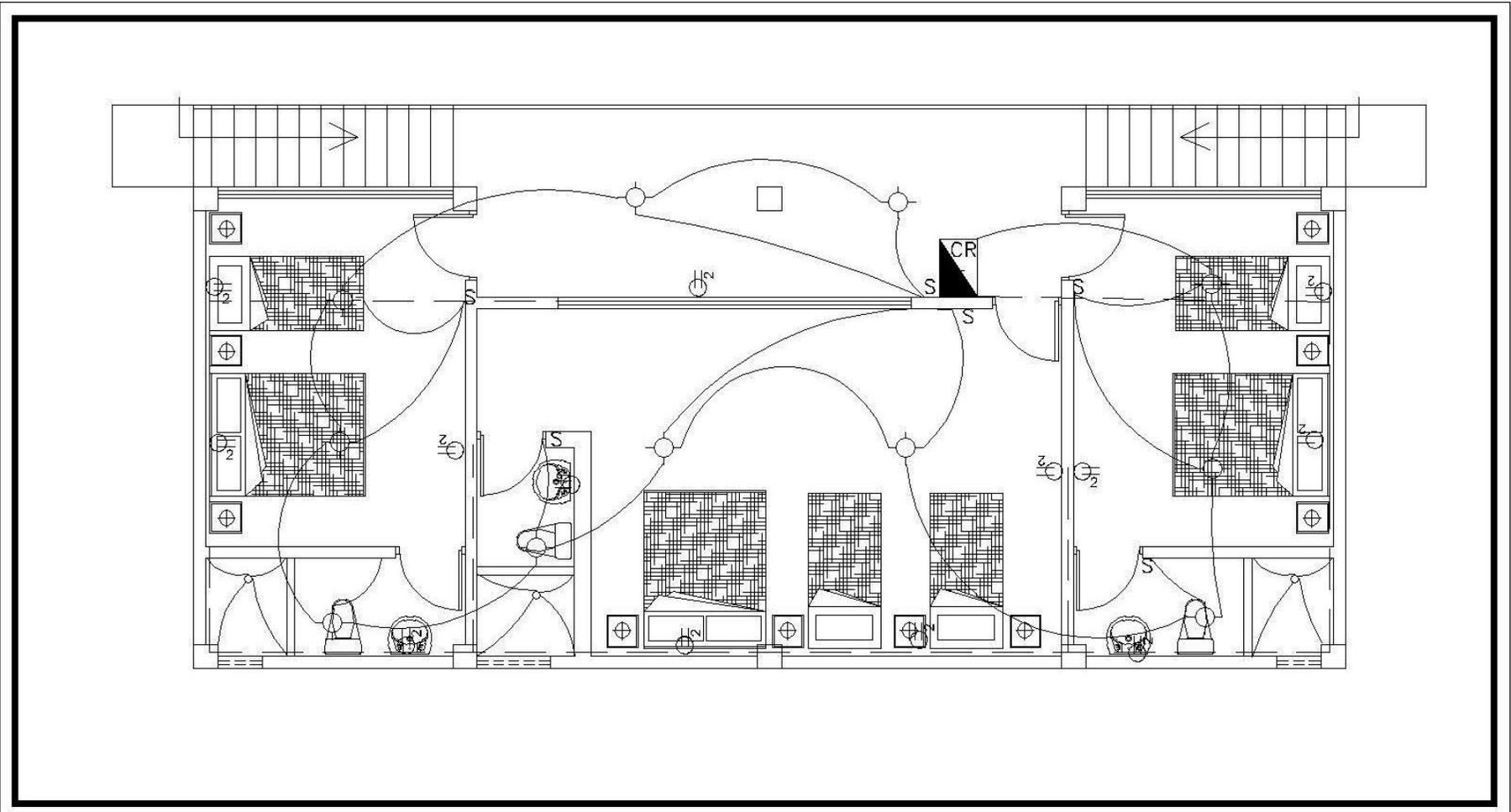
a) Cocina



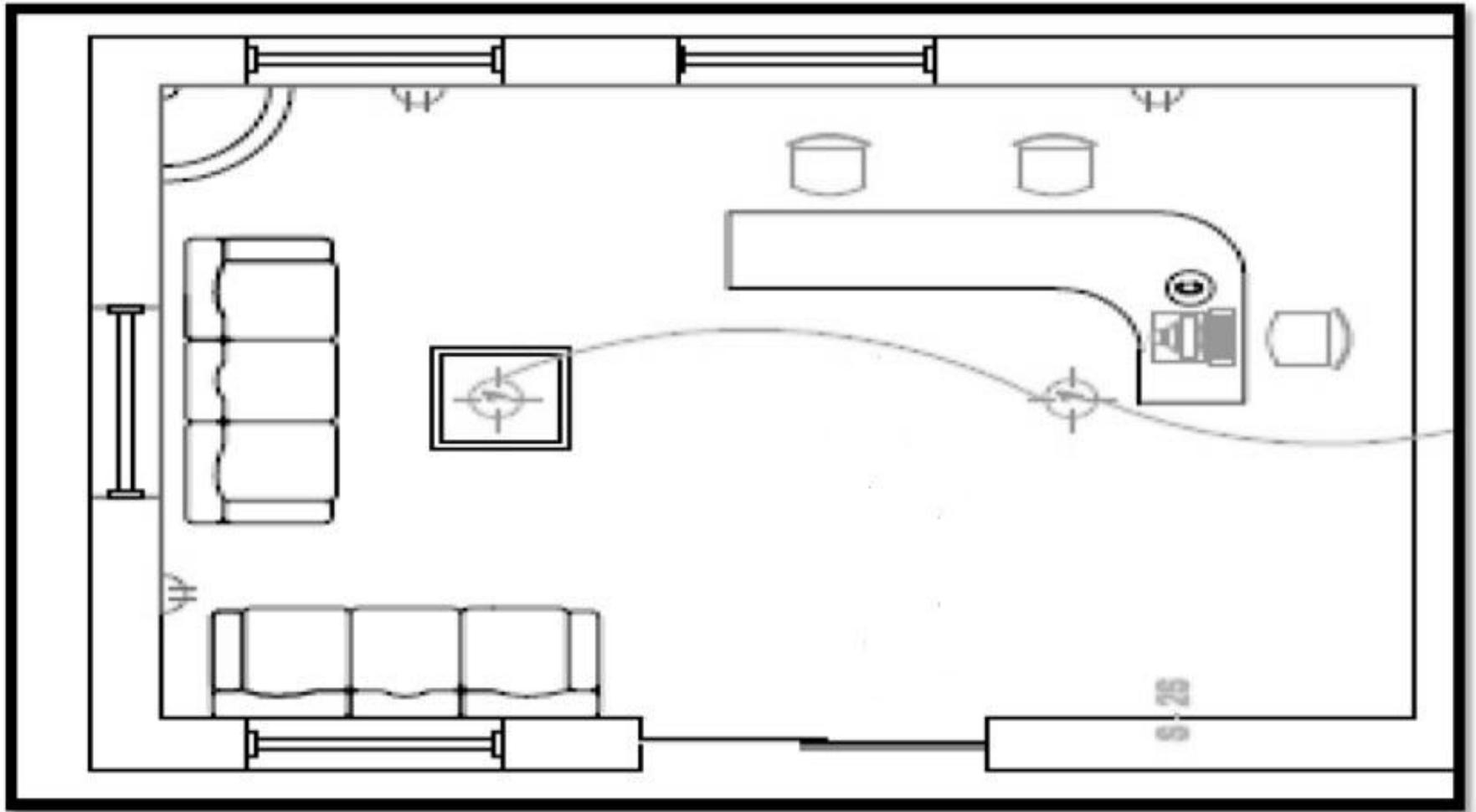
b) Alojamiento Planta baja



c) Alojamiento Planta alta

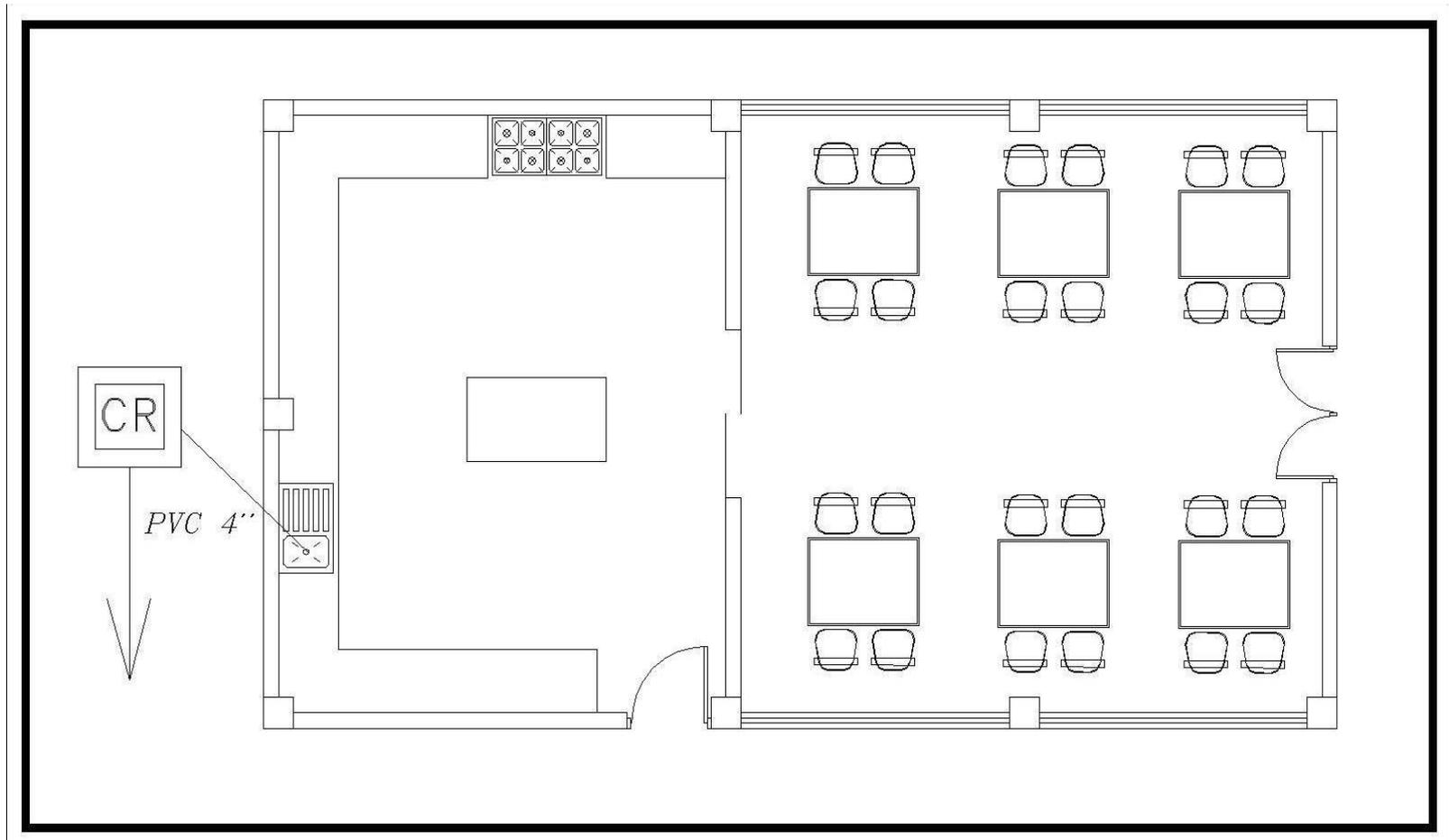


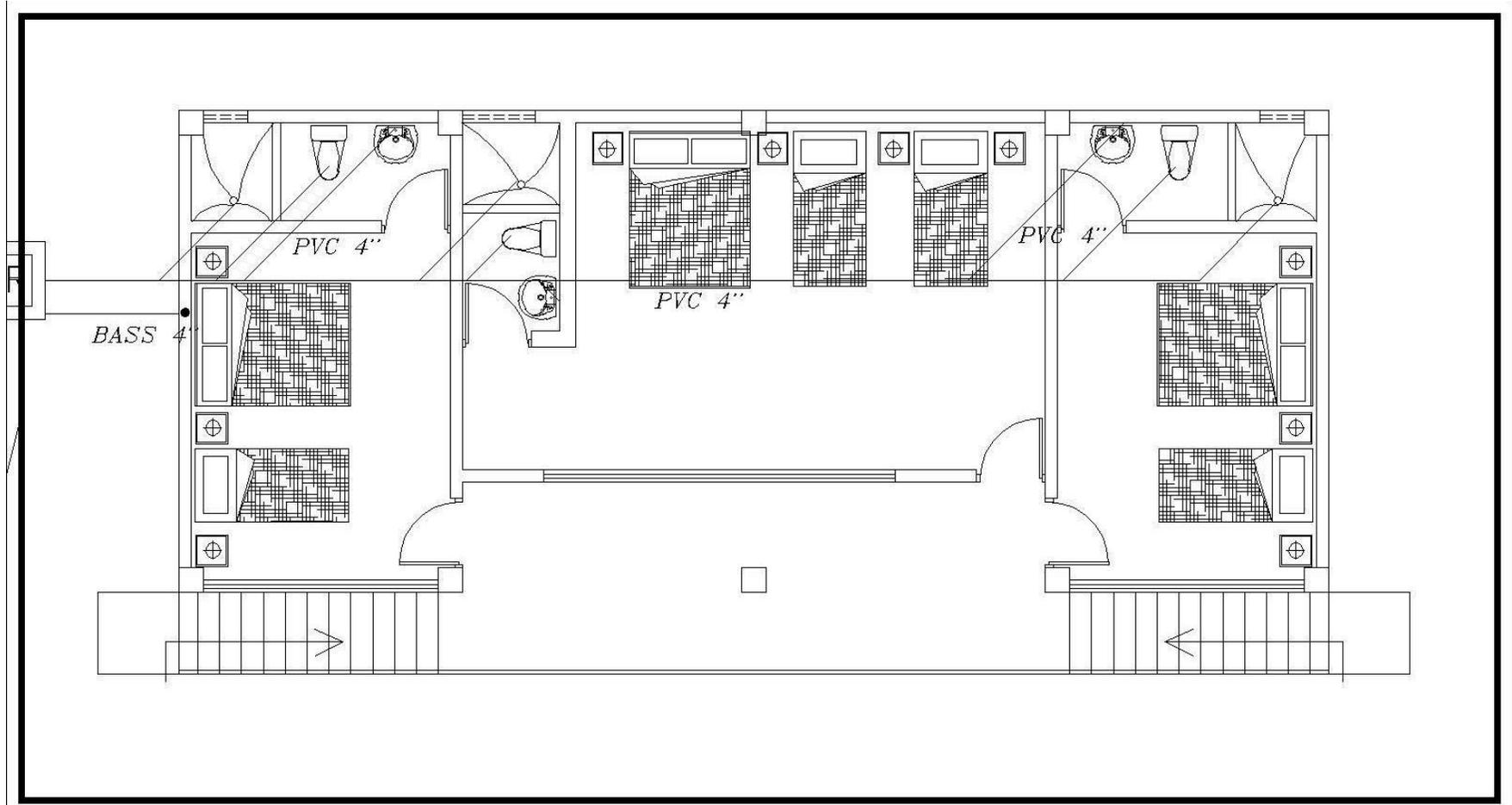
d) Sala y recepción



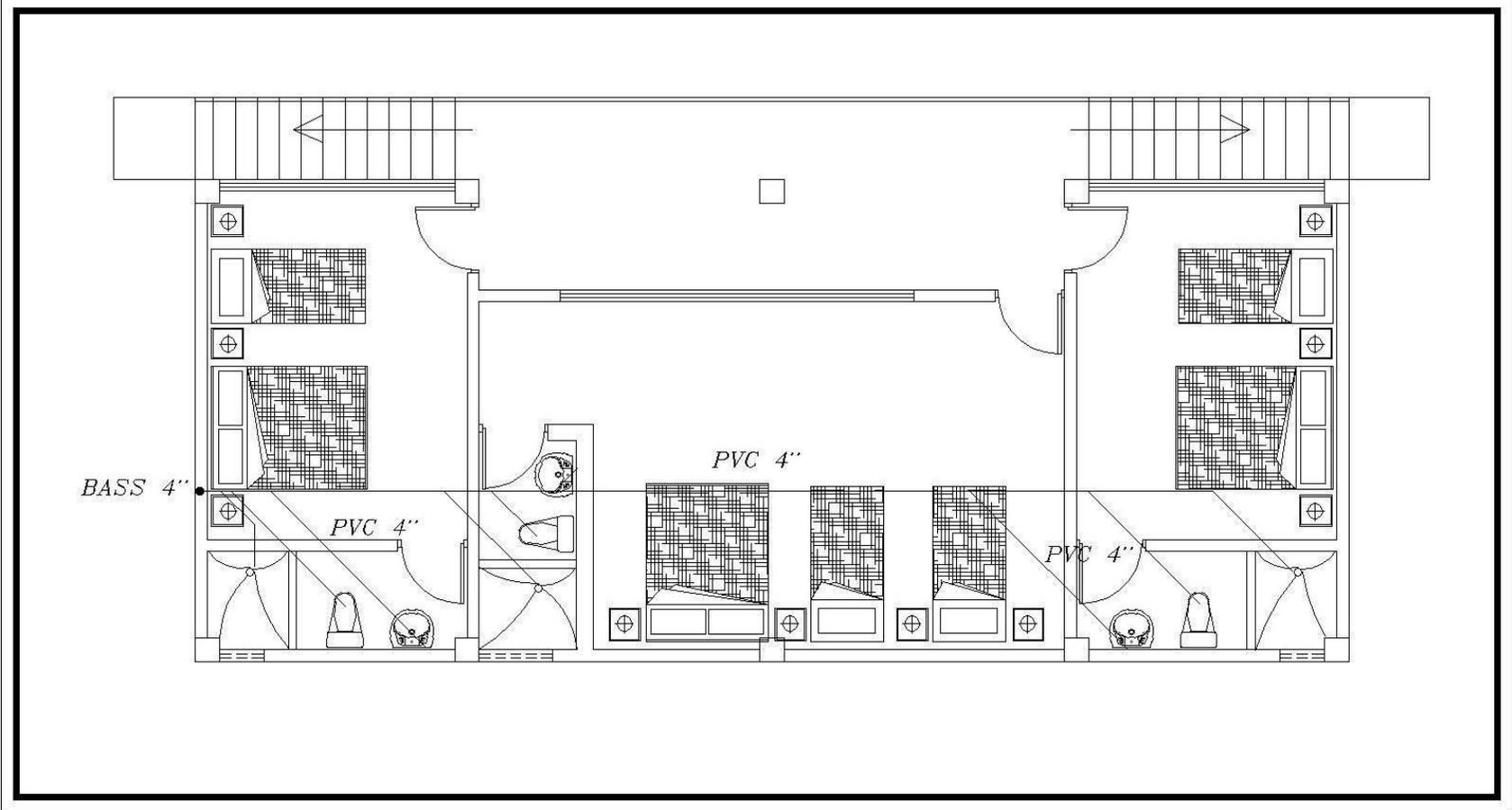
2) Instalaciones de agua

a) Cocina

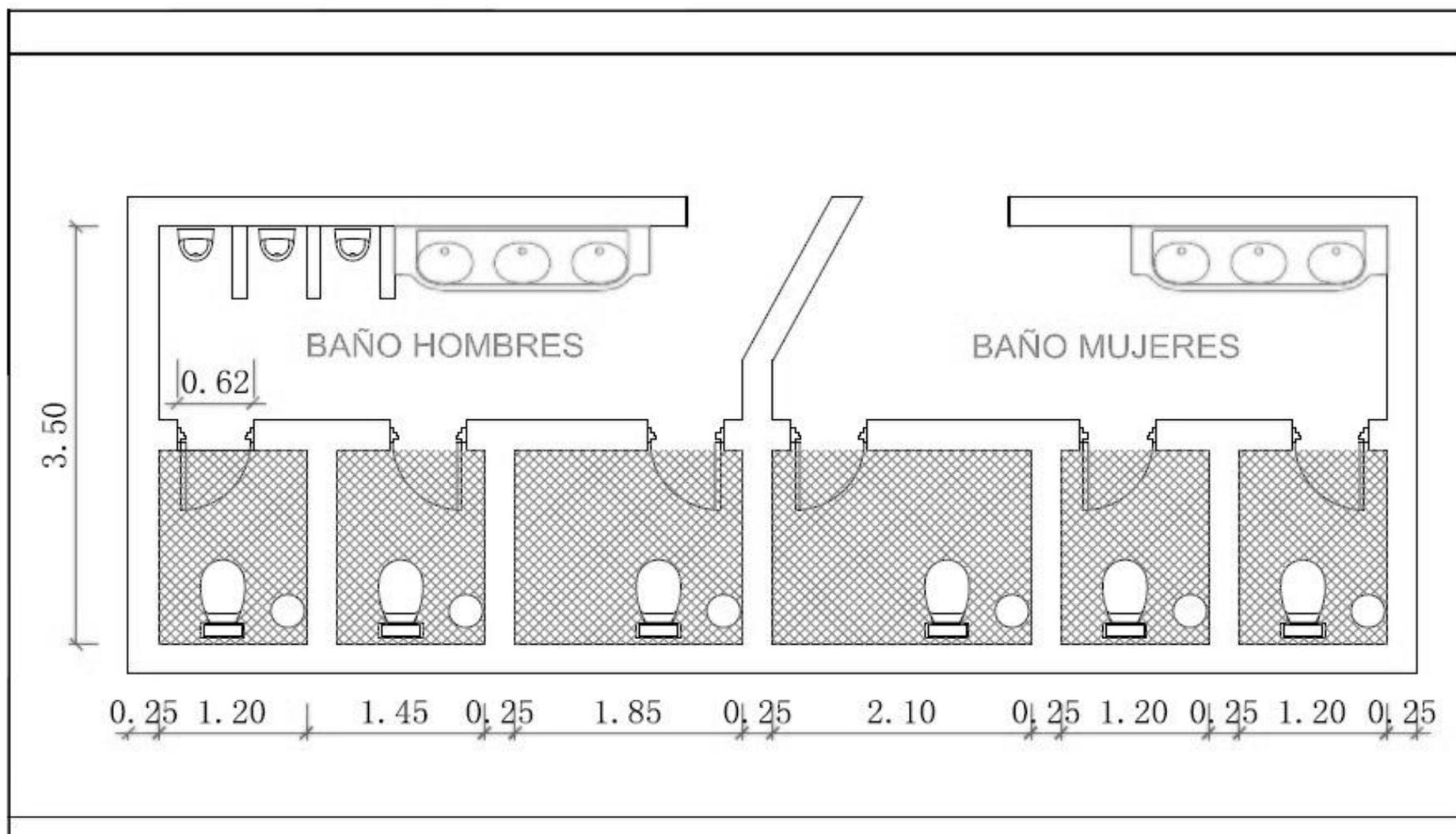


b) Alojamiento (Planta baja)

c) Alojamiento (Planta alta)



d) Baños generales



e. Presupuesto estimado para la implementación del CTC

Tabla N° 36. Precio estimado del CTC

PROPUESTA DE CONSTRUCCIÓN					
Proyecto: Propuesta de un albergue turístico					
Ubicación: Comunidad Guaro Grande, Cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo					
ITEM	RUBRO DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
PRELIMINARES					
1	LIMPIEZA Y DESBROCE DEL TERRENO (MANUAL)	M2	400	0,65	260,00
2	BODEGA PROVISIONAL DE MADERA	M2	60	10,00	600,00
3	ACOMETIDA E INSTALACIONES ELÉCTRICAS PROVISIONALES	U	1	118,16	118,16
MOVIMIENTO DE TIERRAS					
4	REPLANTEO Y NIVELACIÓN (CONSTRUCCIONES DE HASTA 1000 M2)	M2	400	1,34	536,00
5	EXCAVACIÓN MANUAL EN PLINTOS Y CIMIENTOS	M3	28	9,07	253,96
6	SUB-BASE GRANULAR CLASE 2 INCLUYE COMPACTACIÓN Y TRANSPORTE	M3	26	14,59	379,34
7	DESALOJO DE ESCOMBROS	M3	27	3,07	82,89
ESTRUCTURAS					
8	HORMIGÓN SIMPLE EN REPLANTILLO H.S 180 KG/CM2	M3	10,67	123,25	1.315,08
9	HORMIGÓN SIMPLE EN PLINTOS F 'C= 280 KG/CM2 (INC. ENCOFRADO)	M3	15,29	174,60	2.669,63
10	HORMIGÓN CICLÓPEO F 'C= 180 KG/CM2 (INC. ENCOFRADO)H.S	M3	21,41	30,23	647,22
11	COLUMNAS DE MADERA	M	25	5,00	125,00
CUARTO DE MAQUINAS					
12	EXCAVACIÓN MANUAL EN PLINTOS Y CIMIENTOS	M3	44,35	10,88	482,53
13	RELLENO MANUAL COMPACTADO CON MATERIAL DEL SITIO	M3	20,74	5,90	122,37
14	DESALOJO DE MATERIAL DE EXCAVACIÓN	M3	23,61	3,07	72,48
15	SUB-BASE GRANULAR CLASE 2 INCLUYE COMPACTACIÓN Y TRANSPORTE	M3	14,78	14,59	215,64
16	HORMIGÓN SIMPLE EN REPLANTILLO H.S 180 KG/CM2	M3	0,92	123,25	113,39
17	HORMIGÓN SIMPLE EN ZAPATAS F 'C= 240 KG/CM2 INCLUYE ENCOFRADO	M3	4,62	107,40	496,19
18	HORMIGÓN SIMPLE EN LOSA F 'C= 240 KG/CM2 (ENCOFRADO LATERAL)	M3	3,85	141,67	545,43

MAMPOSTERÍA						
19	MAMPOSTERÍA DE ADOBE DE 40CM	M2	900	0,00	0,00	
20	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE DE 15CM (CERRAMIENTO PERIMETRAL)	M2	50	18,32	916,00	
21	HORMIGÓN F'c=240KG/CM2	M3	1	123,49	123,49	
ENLUCIDOS						
22	ENLUCIDO VERTICAL	M2	100	4,96	496,00	
23	ENLUCIDO HORIZONTAL	M2	20	6,32	126,40	
24	MASILLADO DE LOSA INCLUYE IMPERMEABILIZANTE	M2	50	5,22	261,00	
PISOS						
25	PISO DE MADERA	M2	100	6,10	610,00	
26	CIELO RAZO	M2	120	5,00	600,00	
CARPINTERÍA MADERERA						
27	PUERTA DE MADERA MDF CON BATIENTE Y MARCO METÁLICO	M2	80	108,22	8657,60	
28	CERRADURA BAÑO/POMO	U	10	18,26	182,60	
29	CERRADURA DORMITORIO / POMO	U	6	35,47	212,82	
30	MUEBLES MODULARES MDF	M	10	71,47	714,70	
31	VENTANA DE MADERA 1.50 X 1.6	U	20	45,00	500,00	
32	VENTANA METÁLICA PEQUEÑAS PARA BAÑOS	U	10	8,75	87,50	
RECUBRIMIENTOS						
33	EMPASTE INTERIOR DE PARED (DOS MANOS)	M2	190,26	3,32	631,66	
34	MESONES DE GRANITO SOBRE MESÓN DE HORMIGÓN A=0,60, INCLUYE SALPICADERA A=0,15 Y FALDÓN A=0,40	M2	31,58	120,58	3.807,92	
OBRAS EXTERIORES						
35	ADOQUÍN HEXAGONAL GRIS F'c=400KG/CM2	M2	56	17,30	968,80	
36	ENCESPADO Y PLANTAS ORNAMENTALES TIPO ESCANCELA	M2	323	3,65	1.178,95	
PIEZAS SANITARIAS						
37	BOTADERO DE LIMPIEZA DE MATERIAL REVESTIDO DE CERÁMICA DE DOS POZAS, ALTA Y BAJA, AGUA	U	2	475,92	951,84	
38	INODORO BLANCO CON FLUXÓMETRO	U	12	320,65	3.847,8	
39	ACCESORIOS DE BAÑOS	U	12	36,01	432,12	
40	LAVAMANOS EMPOTRADO CON LLAVE PRESSMATIC	U	12	189,50	2,274	
41	DISPENSADOR DE PAPEL	U	12	18,98	227,76	
42	DUCHA ELECTRICA	U	6	58,03	348,18	
43	SECADOR DE MANOS	U	2	120,71	241,42	

44	SUMIDERO DE PISO DE 2" INCLUYE REJILLA	U	6	13,62	81,72
45	CORTINA PLÁSTICA DUCHA DE BAÑO INCLUIDO TUBO METÁLICO	M	6	8,00	48,00
46	URINARIO CON FLUXÓMETRO	U	3	11,00	33,00
HIDRISANITARIO					
SISTEMA DE AGUA FRIA					
47	TUBERÍA DE COBRE D=1" TIPO L	M	40	17,32	692,80
48	PUNTO DE AGUA FRÍA EN COBRE 1"	PTO	1	59,41	59,41
49	PUNTO DE AGUA FRÍA EN COBRE 1/2"	PTO	12	28,67	344,04
50	VÁLVULA DE CONTROL, D= 1/2"	U	32	7,91	253,12
51	VÁLVULA CHECK ROSCADA DIAM 1 1/2"	U	2	41,87	83,74
SISTEMA DE AGUA CALIENTE					
52	TUBERÍA DE COBRE D=1/2" TIPO L	M	68	8,65	588,20
53	PUNTO DE AGUA CALIENTE EN COBRE 1/2"	PTO	13	28,67	372,71
54	VÁLVULA CHECK ROSCADA R.W DIAM 1/2"	U	4	33,71	134,84
55	SOPORTES DE TUBERÍAS	U	66	25,70	1.696,20
56	CALENTADOR ELÉCTRICO DE 30 GL, 220 V	U	2	234,00	468,00
57	AISLAMIENTO TÉRMICO PARA TUBERÍA ½" CON CAÑUELA Y ALUMINIO	M	76	8,29	630,04
SISTEMA DE AGUA SERVIDAS Y VENTILACIÓN					
58	DESAGÜES PVC 110MM TIPO B (INCLUYE ACCESORIOS)	PTO	2	26,81	53,62
59	DESAGÜES PVC 50 MM. TIPO B(INCLUYE ACCESORIOS)	PTO	5	11,30	56,50
60	PUNTO DE VENTILACIÓN DE 50MM	PTO	8	15,62	124,96
61	REDES DE PVC SCH 40 Ø 3" (INCL. ACCESORIOS)	M	3	26,29	78,87
ITEM	RUBRO DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
SISTEMA DE AGUA LLUVIAS					
62	TUBERÍA DE 75 DE PVC TIPO B	M	3	5,74	17,22
63	DESAGÜES PVC 110MM TIPO B (INCLUYE ACCESORIOS)	PTO	4	26,81	107,24
64	SUMIDERO REJILLA ALUMINIO CC-200X150MM	U	7	99,47	696,29
SISTEMA CONTRA INCENDIOS					
65	EXTINTOR CO2, 5 KG	U	1,00	138,32	138,32
SISTEMA DE DETECCIÓN DE INCENDIOS					
66	DETECTOR DE HUMO	U	10	142,40	1424,00
67	DETECTOR DE CALOR TÉRMICO INSTALADO	U	1	83,47	83,47

68	TUBERÍA PESADA PVC 2" Y ACCESORIOS	M	15	13,32	199,80
69	CAJA METÁLICA SOBREPUESTA DE 30X30X15	U	1	28,25	28,25
INTALACIONES ELECTRICAS					
SISTEMA ELECTRICO					
70	POZO ELÉCTRICO DE 0,40X0,40X0,40 CON TAPA CON CERCO METÁLICO	U	1	59,14	59,14
71	CABLEADO ELÉCTRICO TOTAL	kg	50	12,30	615,00
72	INTERRUPTOR DOBLE CON TAPA 15A, 120V	U	5	19,86	99,30
ILUMINARIAS					
74	LUMINARIA FLUORESCENTE DE 3X17 T8 W	U	6	46,88	281,28
ALIMENTADORES ELECTRICOS					
75	TUBERÍA CONDUIT EMT 2" DE DIÁMETRO INCLUIDO ACCESORIOS	M	20	10,69	213,80
76	TUBO PVC DE 4" CORRUGADA PARA CANALIZACIÓN ELÉCTRICA	M	120	6,22	746,40
77	MANGUERA NEGRA 2"	M	100	1,07	107,00
BREAKERS					
78	INTERRUPTOR TERMOMAGNETICO ENCHUFABLE 1P-16;20;32A	U	66	19,30	1.273,80
79	BREAKER TIPO CAJA MOLDEADA EZC100H 2015-2P-20-30-40-50-60 AMP	U	7	34,90	244,30
OBRAS COMPLEMENTARIAS DE INSTALACIÓN					
80	LIMPIEZA Y DESBROCE	M2	339	0,65	220,35
81	REPLANTEO Y NIVELACIÓN	M2	339	1,34	454,26
82	EXCAVACION	M3	300	9,07	2721,00
ITEM	RUBRO DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
83	ADOQUINADO VEHICULAR HEXAGONAL 20/M2 SIMPLE F'c=400KG/CM2 (INC. CAMA DE ARENA)	M2	50	17,30	865,00
SUBTOTAL:		\$ 52.698,18			
IVA 12%		\$ 6.323,78			
TOTAL		\$ 59.021,96			
Debido a la disposición implementada por el Gobierno Nacional sobre el incremento del IVA al 14% se realizó el siguiente cálculo para verificar cual sería el incremento del costo para la implementación del CTC.					
SUBTOTAL:		\$ 52.698,18			
IVA 14%		\$ 7.377,74			
TOTAL		\$ 60.075,92			

3. Diseño de paquetes turísticos comunitarios

Los paquetes turísticos fueron diseñados en base a los resultados de la demanda y oferta de la comunidad Guaro Grande.

Para el diseño de los paquetes turísticos fueron tomados en cuenta los gustos y preferencias de perfil de la demanda nacional, es así que diseño un paquete de 1 día y de 2 paquetes de 2 días y 1 noche, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla N° 37. *Tipo y denominación de los paquetes*

TIPO	DENOMINACIÓN DEL PAQUETE
Natural - Cultural	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guaro un rincón escondido 2. Aventura con la naturaleza 3. Más cascadas

En la estructuración técnica de los paquetes turísticos está involucrada toda la comunidad de forma directa e indirecta. Las actividades comunitarias a realizarse son:

- Danza tradicional
- Relatos de cuentos y leyendas de la comunidad
- Práctica de juegos tradicionales
- Limpieza corporal
- Demostración de tejidos y artesanías realizado por las mujeres de la comunidad

Además para la venta de los paquetes se realizara por medio de la página web del CTC, como también por medio de alianzas estratégicas con los establecimientos de hospedaje de la cabecera cantonal y se trabajará con un porcentaje del 10% de comisión.

a. Paquete N1. “Guaro un rincón escondido”

1) Itinerario técnico del paquete: “Guaro un rincón escondido”

Tabla N° 38. Itinerario técnico del paquete de “Guaro un rincón escondido”

PAQUETE: GUARO UN RINCÓN ESCONDIDO			
Denominación: Guaro un rincón escondido			Código: GG001
Carácter: Naturaleza y aventura	Estilo: Trekking		Dificultad: Medio
Duración: 2 días	Idioma: Español		Centro de operación: Centro de turismo comunitario Guaro Grande
Recorrido: Atractivos de la cabecera cantonal (Monumento a la Reina Palla, La Iglesia , El parque central y el puente Salsipuedes) , Guaro- Bosque Nativo Guaro Grande- La Playita- Cascada Guaro Grande- Guaro 2- Guaro 3-			
ITINERARIO			
Día	Hora	Actividad	Lugar
1	7:30	Traslado del turista	Lugar de hospedaje
	8:00	Desayuno	Cabecera cantonal
	9:00	Recorrido de los principales atractivos de la Cabecera Cantonal (interpretación)	Cabecera cantonal
	9:30	Salida a la comunidad	Comunidad Guaro Grande
	10:00	Llegada a la comunidad, bienvenida y charla técnica sobre las actividades a realizarse	
	10:30	Cabalgata hacia el inicio del sendero, fotografía y avistamiento de flora y fauna.	
	11:30	Break	
	12:30	Visita a la Playita: pesca deportiva y fotografía.	
	13:30	Almuerzo típico de la zona	
	14:30	Visita a la Cascada Guaro Grande, fotografía e interpretación de la cascada.	
	15:00	Salida a la cascada El Guaro 2	
	15:20	Práctica de canopy en la cascada El Guaro 2	
	16:30	Regreso a la comunidad	
	18:30	Llegada a la comunidad	
	19:00	Cena Típica del Lugar	
20:00	Convivencia comunitaria: Danza tradicional.		
21:00	Descanso (opcional : camping)		
2	8:30	Desayuno típico de la zona	Cabecera Cantonal
	9:30	Cicloruta	
	10:00	Llegada a la Hostería El Pedregal: realización de diferentes actividades	
	12:00	Almuerzo	
	13:00	Retorno a la cabecera cantonal y fin del servicio	

DESCRIPCIÓN DE LA RUTA

En el trayecto de esta ruta usted podrá conocer los diferentes atractivos del cantón Pallatanga como son:

- El monumento a la Reina Palla, este guarda una breve historia del porqué de su denominación y creación.
- La iglesia cantonal la cual fue construida en 1785
- El Parque central, lugar donde por 1926 empezó a funcionar el mercado de intercambio de productos de primera necesidad.
- El Puente Salsipuedes construido en el gobierno del presidente José María Velasco Ibarra.

Luego se procederá a realizar cabalgata hacia el inicio del sendero, para visitar el Bosque Nativo Guaro Grande el mismo que posee una extensión de 5 hectáreas aquí usted podrá observar aves, flora y fauna propias del lugar posteriormente nos dirigiremos a la Playita una formación del río Coco donde se puede observar paisajes típicos de la zona montañosa y de topografía irregular. En el lugar se puede realizar pesca y disfrutar de la exuberante flora y fauna que la rodea.

Ya en la tarde después del almuerzo visitaremos la Cascada El Guaro, una cascada que descende por un lecho rocoso y duro que ha resistido la erosión a través del tiempo, en el entorno existe abundante vegetación principalmente: epifitas, helechos, camacho, entre otras Las aguas son cristalinas, de poco caudal y no presenta rastros de contaminación. Contando de la parte más alta se encuentra una caída de aprox. 17 m x 2 m de ancho, la misma que cae en un formación rocosa en forma de paila donde descende la siguiente de aprox. 9 m, y una última de aprox., 6 m. Cascada el Guaro 2 donde se realizará escalada de agua y finalmente se regresaremos a la comunidad donde cenaremos y realizaremos una convivencia con la misma y donde se acampará para descansar (opcional).

A día siguiente, después de desayunar se realizara ciclismo hacia la hostería El Pedregal ubicada en el Cantón Pallatanga para realizar actividades extraordinarias hasta el mediodía y luego se procederá a almorzar, finalmente se abordará un vehículo para retornar a la Cabecera cantonal.

REQUERIMIENTOS DE LA RUTA

- Ropa cómoda y liviana
- Botas de caucho y gorra
- Repelente de insectos
- Cámara fotográfica
- Protector solar
- Bebidas hidratantes

SERVICIOS QUE INCLUYE

- Dos desayunos
- Dos almuerzos
- Una cena
- Un box lunch
- Alquiler de carpas
- Alquiler de bicicletas con protecciones
- Transporte
- Alquiler de caballos
- Alquiler de equipos de escalada en agua.

SERVICIOS QUE NO INCLUYE

- Comidas y bebidas extras.
- Gastos personales o en productos.
- Propinas.
- Lo no especificado en el paquete

LO QUE NO ESTÁ PERMITIDO

- Bebidas alcohólicas.
- Armas de cualquier clase
- Sustancias estupefacientes y psicotrópicas
- Desviarse del recorrido

NORMAS DE COMPORTAMIENTO

- Normas de comportamiento
- No arrojar basura, ni recolectar especies vegetales o animales.
- No destruir infraestructura o materiales.
- Mantener la disciplina durante los recorridos.
- Ser respetuoso en la comunidad.

PRECIO

Tabla N° 39. Costo por número de pax

	Número de pax				
	1	2	3	6	14
Precio x pax	166,60	127,27	114,16	102,25	96,12

OBSERVACIONES

El paquete empezará en la mañana, de tal modo que el hospedaje y la alimentación de días anteriores no serán tomados en cuenta como parte del paquete.

FOTOGRAFÍAS



Foto N1: Cascada Guaro Grande



Foto N2: Escalada en cascada



Foto N3: Senderismo

Fotos: Viviana Ramírez

a) Paquete 1. Mapa “Guaro rincón escondido”

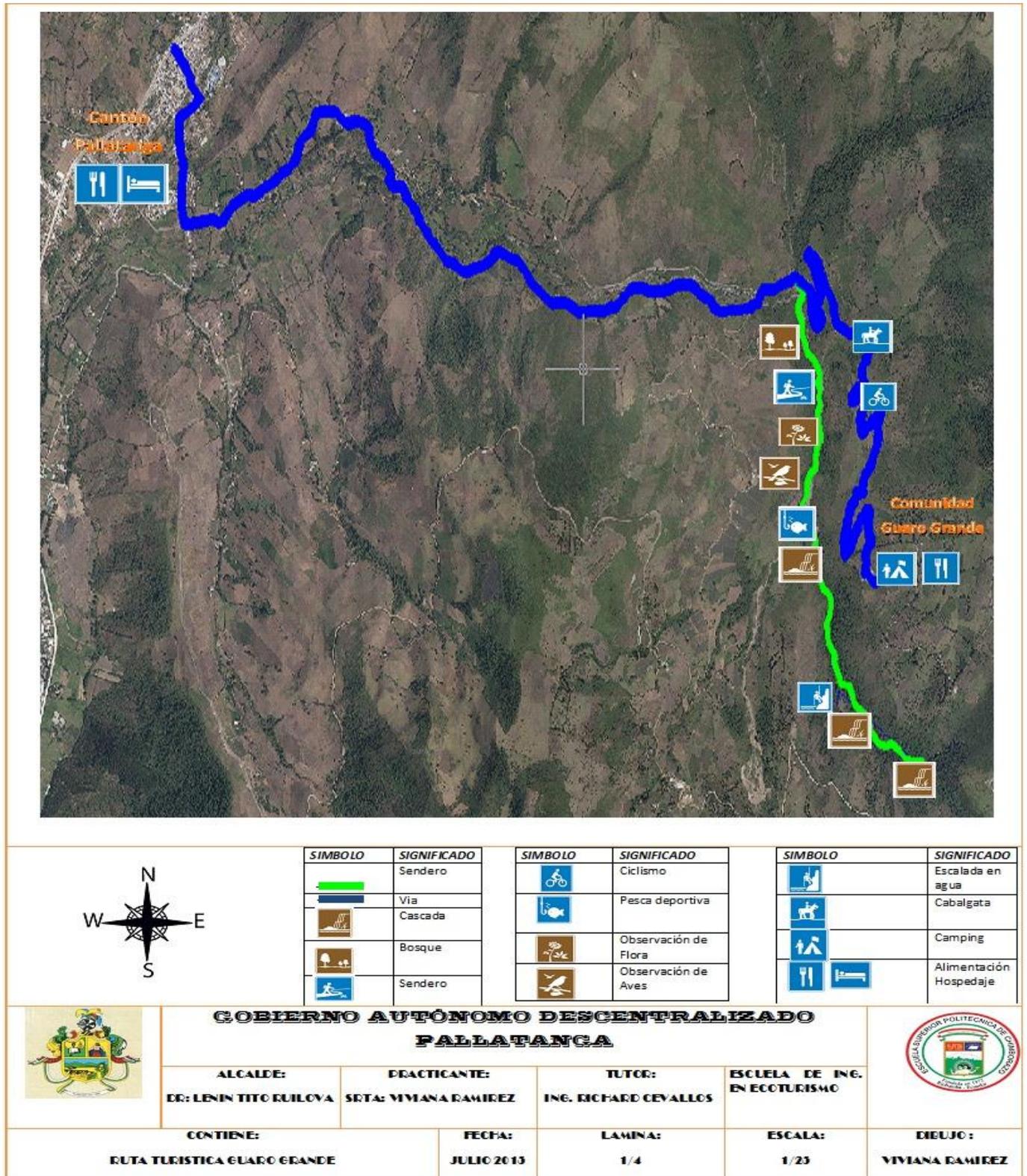


Figura N° 24. Mapa “Guaro rincón escondido”

b. Paquete N2. “Aventura con la naturaleza”

1) Itinerario técnico del paquete: “Aventura con la naturaleza”

Tabla N° 40. Itinerario técnico del paquete de “Aventura con la naturaleza”

PAQUETE N2: AVENTURA CON LA NATURALEZA			
Denominación: Aventura con la naturaleza			Código: GG002
Carácter: Naturaleza y aventura	Estilo: Trekking		Dificultad: Bajo
Duración: 1 día	Idioma: Español		Centro de operación: Centro de turismo comunitario Guaro Grande
Recorrido: mirador La Cocha – Sendero Ecológico Río Pangor- Cascada San Rafael- Cascada San Jorge Bajo – Cultivos de la zona.			
ITINERARIO			
Día	Hora	Actividad	Lugar
1	7:00	Concentración en el parque central	Cabecera cantonal
	7:30	Salida a la comunidad Guaro Grande	Comunidad Guaro Grande
	8:00	Arribo, bienvenida, indicaciones e información general.	Cabecera cantonal
	8:30	Desayuno	Comunidad Guaro Grande
	9:30	Visita al mirador La Cocha	Trigoloma
	10:30	Visita al Sendero ecológico Río Pangor	
	11:00	Pesca deportiva en el río Pangor	
	11:30	Break	
	12:30	Almuerzo (Deleite de las tortillas de pallatanguañas)	
	13:30	Visita a la cascada San Rafael	
	14:00	Cicloruta	San Jorge
	15:30	Visita a la cascada San Jorge Bajo	
	16:00	Visita a cultivos tradicionales de la comunidad y el cantón.	
	17:00	Agradecimiento y despedida	
	17:30	Regreso al Parque central	Cabecera Cantonal
DESCRIPCIÓN DE LA RUTA			
<p>El trayecto de esta ruta empieza en el Mirador El mirador es denominado por los habitantes del sector como Las Tres Marías ya que este punto es colindante con la propiedad que lleva este nombre, perteneciente a la familia Martínez.</p> <p>A medida que se transita por el carretero ya se siente el cambio de clima, los vientos más fríos, y la mezcla de cultivos y plantas nativas de la zona crean un paisaje único. Desde la comunidad se puede divisar “La Vertiente del cerro”, lugar donde caen chorros de agua que a través de los años permitieron la formación de pequeños charcos en la ladera de una roca sólida, durante el ascenso se puede observar la carretera panamericana y varias comunidades.</p> <p>Aproximadamente a 5 Km de la comunidad se encuentra La Cocha Grande que es una laguna seca del tamaño de una cancha de fútbol rodeada de vegetación propia de la zona, en la misma aún se puede mirar en época de invierno la acumulación de agua en pequeñas cantidades, según los habitantes del sector hace 40 años se llenaba totalmente. Finalmente se puede distinguir el punto más alto de la montaña de una forma redondeada, con un diámetro aproximado de 15 m, la parte sur cubierta de vegetación boscosa amplia, y la parte alta con una vista espectacular, paisajes montañosos, remanentes de bosques, una cascada, el río Chimbo, alguno recintos de los</p>			

cantones Colta y Chillanes. Como complemento de este atractivo se puede acceder por una vía carrozable hacia La Cocha Chica aproximadamente a 10 minutos del mirador, cuenta con una vegetación nativa que circunda la cumbre excelente para camping y disfrute del paisaje.

Luego nos trasladaremos al sendero ecológico río Pangor un lugar apropiado para realizar pesca deportiva y hacer observación de aves que en las riveras del río se reposan.

Al medio día deleitarán su paladar con unas deliciosas tortillas de trigo asadas al carbón acompañadas de un café pasado y un caldo de gallina criolla, platos propios del lugar, después visitaremos la Cascada de la Virgen de San Rafael, denominada así debido a que hace cierto tiempo se encontraba en este lugar la imagen de la Virgen de Lourdes, localizada actualmente en la panamericana norte Barrio Cochabamba. Al llegar al atractivo se puede apreciar una amplia cobertura verde y en medio de la quebrada, se divisa la cascada, con dimensiones aproximadas de 1.5 m de ancho por 20 m de alto, tiene una sola caída directa sin irregularidades, y sitio donde nace un barro especial que según moradores del lugar es un exfoliante natural para la piel.

Finalmente para culminar el día realizaremos una Cicloruta hasta la cascada San Jorge Bajo, misma que cuenta con 2 saltos, la primera aproximadamente de 5 m y la segunda de 10m, por un ancho aproximado de 2m, el caudal es considerable, las aguas libres de contaminación, cristalinas, cerca del pailón se encuentra una roca grande que adorna el paisaje, el lecho del cauce es rocoso y sólido, rodeado de un atractivo bosque nativo, para acceder hacia las otras caídas se necesita de mayor tiempo y existe un tanto de dificultad, pero con una aproximación se puede calcular 80 m de caída entre todos los saltos. Y para culminar visitaremos lo diferentes sembríos de productos que se cultivan en la zona como: pimiento, pepino, tomate, frejol entre otros.

REQUERIMIENTOS DE LA RUTA

- Ropa cómoda y liviana
- Zapatos deportivos y gorra
- Repelente de insectos
- Cámara fotográfica
- Protector solar
- Bebidas hidratantes

SERVICIO QUE INCLUYE

- Un desayuno
- Un almuerzo
- Un box lunch
- Alquiler de bicicletas con protecciones
- Transporte

SERVICIOS QUE NO INCLUYE

- Comidas y bebidas extras.
- Gastos personales o en productos.
- Propinas.
- Lo no especificado en el paquete

LO QUE NO ESTÁ PERMITIDO

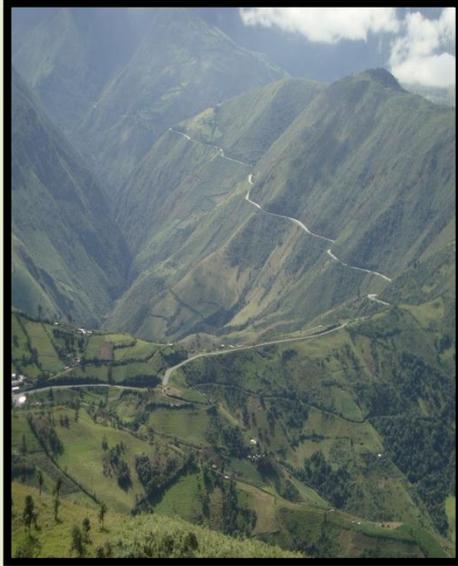
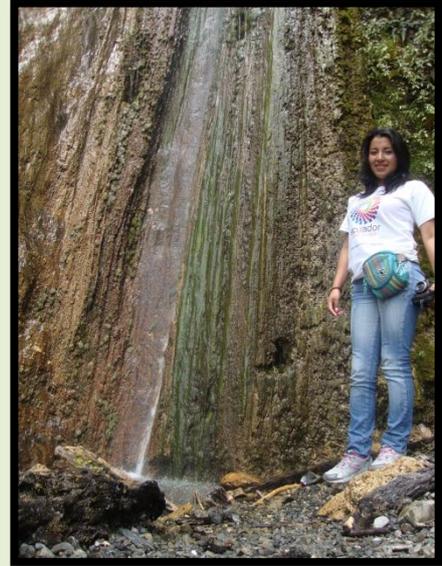
- Bebidas alcohólicas.
- Armas de cualquier clase
- Sustancias estupefacientes y psicotrópicas
- Desviarse del recorrido

NORMAS DE COMPORTAMIENTO

- No arrojar basura, ni recolectar especies vegetales o animales.
- No destruir infraestructura o materiales.
- Mantener la disciplina durante los recorridos.
- Ser respetuoso en la comunidad.

PRECIO**Tabla N° 41. Costo por número de pax**

	Número de pax				
	1	2	3	6	14
Precio x pax	140,86	83,66	64,59	45,52	38,20

FOTOGRAFIA**Foto N4:** Mirador La Cocha**Foto N5:** Cascada San Rafael**Foto N5:** Cascada San Jorge Bajo**Foto N6:** Cultivos locales

c. Paquete N3. “ Más Cascadas”

1) Itinerario técnico del paquete: “ Más Cascadas”

Tabla N° 42. Itinerario técnico del paquete de “Más Cascadas”

PAQUETE N3: MÁS CASCADAS			
Denominación: Más Cascadas		Código: GG003	
Carácter: Naturaleza y aventura	Estilo: Trekking	Dificultad: Bajo	
Duración: 2 días	Idioma: Español	Centro de operación: Centro de turismo comunitario Guaro Grande	
Recorrido: Cabecera cantonal, Guaro Grande, Yaguarcocha, Santa Ana y Guangashi			
ITINERARIO			
Día	Hora	Actividad	Lugar
1	7:00	Concentración en el parque central	Cabecera cantonal
	7:30	Salida a la comunidad Guaro Grande	Comunidad Guaro Grande
	8:00	Arribo, bienvenida, indicaciones e información general.	Cabecera cantonal
	8:30	Desayuno	Comunidad Guaro Grande
	10:00	Visita a la cascada Palmita 1	Yahuarcocha
	10:30	Visita a la cascada Palmita 2	
	11:00	Break	
	11:30	Visita a la cascada Yahuarcocha	
	12:30	Almuerzo tradicional	
	14:00	Visita al Bosque Bisniag	Santa Ana
	15:30	Visita a la cascada Santa Ana	
	16:00	Visita a la cascada Santa Rosa	
	17:00	Arribo a la comunidad	
	19:00	Cena	
2	20:00	Noche cultural	Comunidad Guaro Grande
	21:30	Descanso	
	7:30	Desayuno	Guangashi
	8:30	Cabalgata hacia el rio Coco	
	10:00	Visita a la cascada Guangashi 1	
	10:30	Visita a la cascada Guangashi 2	
	11:00	Break	
	11:30	Práctica de Canopy en la cascada Chazazal	Comunidad Guaro Grande
	13:00	Almuerzo tradicional	
	14:00	Recorrido por los principales atractivos del cantón Pallatanga	
17:00	Entrega de una artesanía, agradecimiento y despedida		
DESCRIPCIÓN DE LA RUTA			
<p>El trayecto de esta ruta empieza en las cascadas Palmital 1, 2 y Yahuarcocha, donde la primera se encuentra un salto de aprox. 12 m, siguiendo las orillas se localiza un siguiente salto de aprox. 10 m, y finalmente se encuentra el salto más grande con dimensiones aprox. de 20 m de caída y forma un pailón aproximado de 6 m de diámetro. Las aguas son cristalinas, de un caudal considerable, libre de contaminación, los pobladores de la localidad la consumen directamente.</p> <p>Continuando con la recorrido visitaremos el Bosque Bisniag un remanente de bosque nativo de aprox. 150 has, ubicado entre las comunidades de Yaguarcocha y Palmital, de prominente cobertura vegetal, compuesto por</p>			

diferentes especies de flora como el palmito, la Jigua, el canelo, cascarilla, entre otros, también existen especies de epifitas (musgo, bromelias, orquídeas). Los árboles de tamaño medio constituyen un estrato intermedio bastante continuo, el bosque no es muy denso y se puede transitar con facilidad. Se puede divisar algunas especies de aves y de insectos.

Luego visitaremos la cascada Santa Ana que tiene de 6 saltos, desde la parte más alta el recorrido de las aguas es sobre un declive rocoso y empinado de 30m x 3m de ancho, formando un pailón de 4 m de diámetro. Luego se divide una caída de 17 m con un trecho de 1m, ampliándose en la parte más baja, de allí continúa una serie de saltos pequeños sumando entre los 6 un total de 65 m, cada una formando pailones en su descanso. Las aguas no presentan rastros de contaminación, el caudal es considerable. Existen zonas en las que se puede bañar con tranquilidad.

Otra cascada de nuestra ruta es la denominada Santa Rosa, con un salto de agua de aproximadamente 8 m de caída, sobre una roca sólida un poco irregular, un ancho aproximado de 1.5 m, cuenta con aguas cristalinas, no tiene rastros de contaminación, presencia de náyades sobre las rocas símbolo de cuerpo lacustre sano. Las aguas de la cascada son frías, se encuentra en medio de una gran cobertura vegetal, destacándose cerca de ellas los Camachos, helechos, motilón, nogal, entre otros, en el camino se distingue el colorido de las orquídeas. Por consiguientemente arribaremos a la comunidad donde armaremos las carpas para los que desean hacer camping o se alojaran en sus respectivas habitaciones; se tomará un pequeño descanso, seguiremos con la merienda, se terminará con una ronda se mitos y leyendas de la comunidad alrededor de una fogata, luego se descansará hasta el siguiente día.

A la mañana siguiente desayunaremos, después realizaremos una cabalgata hacia el río Coco, seguiremos con la visita a la Cascada Guangashi 1 y 2, esta cascada cuenta con 3 salto de agua aproximadamente el primero de 15 m, y suman un total de 50 m por un ancho aproximado de 2.5 m, la cantidad de caudal es fuerte sobre todo en invierno es más fuerte, las aguas son libres de contaminación, son cristalinas, a la caída se forma una poza en la cual se puede bañar la gente que así lo desee, el cause por donde recorren las aguas de esta cascada es rocoso y está rodeado de un atractivo bosque nativo, la dificultad de acceso es media. Incluso se puede parar detrás de la cascada y recibir la energía de la misma, para poder ver el espectáculo de la caída de agua se debe cruzar un riachuelo por lo que se recomienda llevar botas de caucho. Posteriormente realizamos Canopy en la cascada Chazazal formada por dos caídas, la primera se encuentra aproximadamente a 500 m desde donde inicia el sendero, de fácil acceso y el caudal es considerable, el agua cristalina, sus dimensiones aproximadas son de 14m x 2m de ancho y se encuentra en medio de un pequeño remanente de bosque nativo. La segunda caída es aproximadamente a 1 Km, desde donde da inicio el sendero, la cascada tiene dimensiones de aproximadamente 13 m, de caída por 1m de ancho.

Luego procederemos al almuerzo para continuar con la visita a los diferentes atractivos del cantón Pallatanga, para finalizar se agradecerá y se despedirá para retornar a sus ciudades de origen.

REQUERIMIENTOS DE LA RUTA

- Ropa cómoda y liviana
- Botas de caucho y gorra
- Repelente de insectos
- Cámara fotográfica
- Protector solar
- Bebidas hidratantes

SERVICIO QUE INCLUYE

- Dos desayuno
- Dos almuerzo
- Un box lunch
- Alquiler de equipos para Canopy
- Alquiler de caballos
- Transporte

SERVICIOS QUE NO INCLUYE

- Comidas y bebidas extras.
- Gastos personales o en productos.
- Propinas.
- Lo no especificado en el paquete

LO QUE NO ESTÁ PERMITIDO

- Bebidas alcohólicas.
- Armas de cualquier clase
- Sustancias estupefacientes y psicotrópicas
- Desviarse del recorrido

NORMAS DE COMPORTAMIENTO

- Normas de comportamiento
- No arrojar basura, ni recolectar especies vegetales o animales.
- No destruir infraestructura o materiales.
- Mantener la disciplina durante los recorridos.
- Ser respetuoso en la comunidad.

PRECIO

Tabla N° 43. Costo por número de pax

	Número de pax				
	1	2	3	6	14
Precio x pax	290,29	186,62	152,06	124,65	104,90

FOTOGRAFIA



Foto N7: Cascada Palmital



Foto N8: Cascada Yahuarcocha



Foto N9: Cascada Santa Ana



Foto N10: Bosque Bisniag



Foto N11: Cascada Guangashi



Foto N12: Cascada Chazazal

d. Mapa de los paquetes turísticos comunitarios

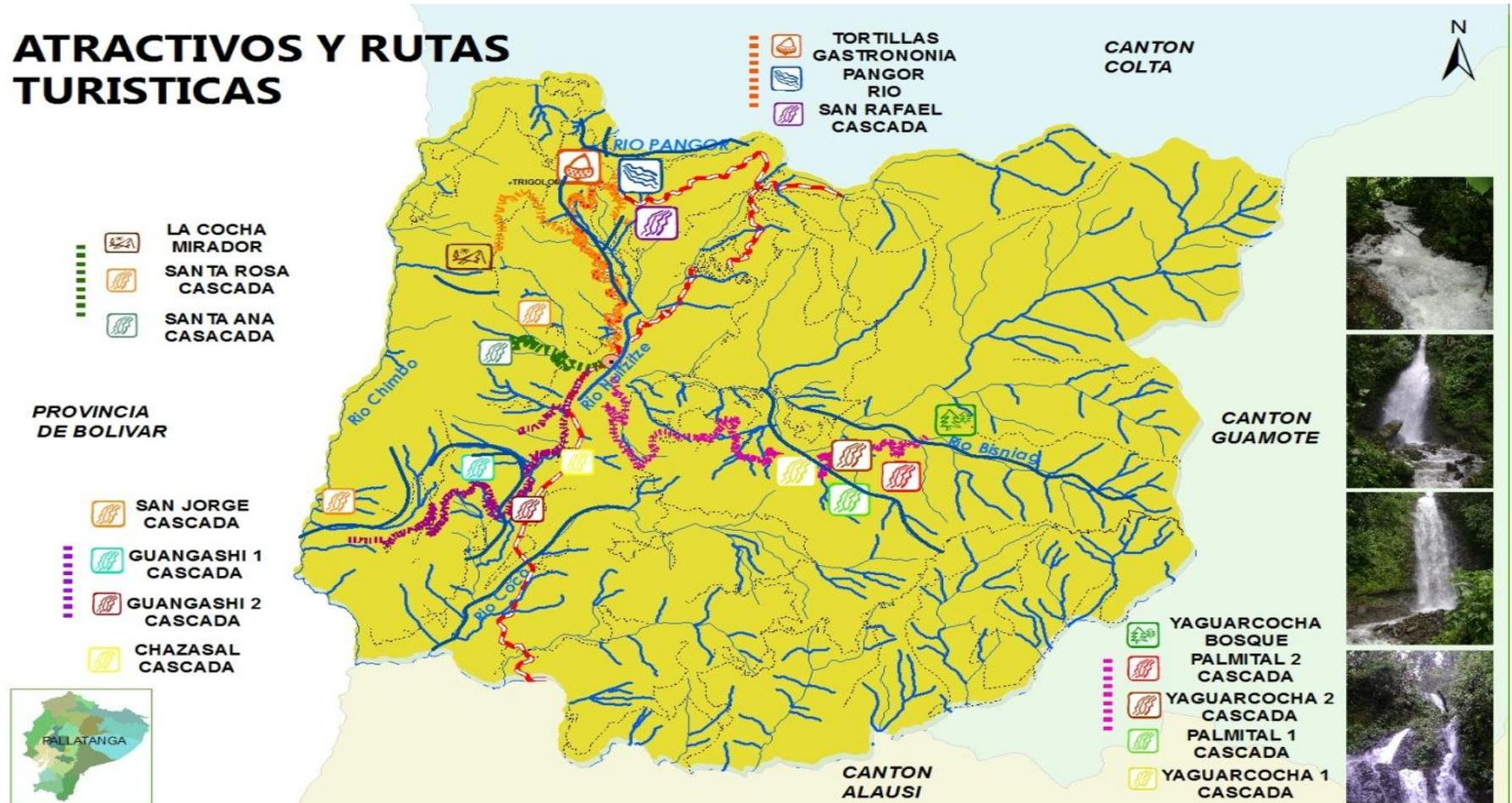


Figura N° 25. Mapa “Atractivos y rutas turísticas”

e. Análisis de costo del paquete turístico.

a) Costos del paquete “Guaro un rincón escondido”

Tabla N° 44. Costos del paquete “Guaro un rincón escondido”

COSTOS DEL TOUR	Rangos pax				
	1	2	3	6	14
Costos generales del tour					
Transporte (1)	5,00	5,00	5,00	10,00	30,00
Guianza	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Noche cultural	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Total Costo General	55,00	55,00	55,00	60,00	80,00
Costo individuales por Pax					
Desayuno (2)	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Box Lunch	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
Almuerzo (2)	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Cena	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Hospedaje	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Alquiler de caballos	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Alquiler de bicicletas y equipos	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Alquiler de equipos de canopy	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Alquiler de carpa	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Alquiler de equipos de pesca	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Souvenir	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Total de Costo Indiv. Por Pax	61,50	61,50	61,50	61,50	61,50
Totales					
Costos Generales	55,00	27,50	18,33	10,00	5,71
Costos individuales x Pax	61,50	61,50	61,50	61,50	61,50
Costo total	116,50	89,00	79,83	71,50	67,21
Gastos administrativos (10%)	11,65	8,90	7,98	7,15	6,72
Gastos de depreciación (5%)	5,83	4,45	3,99	3,58	3,36
Margen de Rango (15%)	17,48	13,35	11,98	10,73	10,08
Precio Neto	151,45	115,70	103,78	92,95	87,38
Precio Gross (10%)	15,15	11,57	10,38	9,30	8,74
Precio final	166,60	127,27	114,16	102,25	96,12

b) Costos del paquete “Aventura con la naturaleza”

Tabla N° 45. Costos del paquete “Aventura con la naturaleza”

COSTOS DEL TOUR	Rangos pax				
	1	2	3	6	14
Costos generales del tour					
Transporte (1)	30,00	30,00	30,00	30,00	65,00
Guianza	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Tarde cultural	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Total Costo General	80,00	80,00	80,00	80,00	115,00
Costo individuales por Pax					
Desayuno	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Box Lunch	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
Almuerzo	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Cena					
Hospedaje					
Alquiler de caballos					
Alquiler de bicicletas y equipos	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Alquiler de equipos de canopy					
Alquiler de carpa					
Alquiler de equipos de pesca	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Souvenir	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Total de Costo Indiv. Por Pax	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50
Totales					
Costos Generales	80,00	40,00	26,67	13,33	8,21
Costos individuales x Pax	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50
Costo total	98,50	58,50	45,17	31,83	26,71
Gastos administrativos (10%)	9,85	5,85	4,52	3,18	2,67
Gastos de depreciación (5%)	4,93	2,93	2,26	1,59	1,34
Margen de Rango (15%)	14,78	8,78	6,78	4,78	4,01
Precio Neto	128,05	76,05	58,72	41,38	34,73
Precio Gross (10%)	12,81	7,61	5,87	4,14	3,47
Precio final	140,86	83,66	64,59	45,52	38,20

c) Costos del paquete “Más Cascadas”

Tabla N° 46. Costos del paquete “Mas Cascadas”

COSTOS DEL TOUR	Rangos pax				
	1	2	3	6	14
Costos generales del tour					
Transporte (2 días)	60,00	60,00	60,00	90,00	130,00
Guianza (2 días)	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Noche cultural	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Total Costo General	145,00	145,00	145,00	175,00	215,00
Costo individuales por Pax					
Desayuno (2)	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Box Lunch (2)	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Almuerzo (2)	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Cena (1)	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Hospedaje	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Alquiler de caballos	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Alquiler de bicicletas y equipos					
Alquiler de equipos de canopy	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Alquiler de carpa	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Alquiler de equipos de pesca	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Souvenir	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Total de Costo Indiv. Por Pax	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00
Totales					
Costos Generales	145,00	72,50	48,33	29,17	15,36
Costos individuales x Pax	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00
Costo total	203,00	130,50	106,33	87,17	73,36
Gastos administrativos (10%)	20,30	13,05	10,63	8,72	7,34
Gastos de depreciación (5%)	10,15	6,53	5,32	4,36	3,67
Margen de Rango (15%)	30,45	19,58	15,95	13,08	11,00
Precio Neto	263,90	169,65	138,23	113,32	95,36
Precio Gross (10%)	26,39	16,97	13,82	11,33	9,54
Precio final	290,29	186,62	152,06	124,65	104,90

f. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se realizó tomando en cuenta las estimaciones de la implementación de la planta turística, además se ha establecido la cuota objetivo del mercado de 40% anual de la demanda insatisfecha, mismo que para el año 2017 se recibirá 5766 turistas.

Para este cálculo se utilizó la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo} + \text{depreciación}}{\text{Precio de la venta} - \text{costo de producción unitario}}$$

Tabla N° 47. *Punto de equilibrio de los paquetes*

Nombre de paquete	P. de venta	C. P unitario	Costo fijo	Depreciación	Unidad (Punto Equilibrio)		Ingreso (Punto Equilibrio)		
					Mensual	Anual	Mensual	Anual	
Guaro un rincón escondido	\$ 96,12	\$ 67,21	\$ 80,00	\$ 3,99	\$ 2,91	\$ 34,87	\$ 279,32	\$ 3.351,85	
Aventura con la naturaleza	\$ 38,20	\$ 26,71	\$ 115,00	\$ 1,34	\$ 10,13	\$ 121,53	\$ 386,88	\$ 4.642,61	
Más Cascadas	\$ 104,90	\$ 73,36	\$ 215,00	\$ 3,67	\$ 6,93	\$ 83,19	\$ 727,20	\$ 8.726,37	
TOTAL						\$ 19,97	\$ 239,59	\$ 1.393,40	\$ 16.720,83

4. Estrategias comercialización

a. **Canales de distribución**

Una vez elegido el segmento de mercado y definido el producto de turismo comunitario a ofertar; se debe trabajar en el POSICIONAMIENTO del mismo, es decir, dotarle de una personalidad clara y definida en el mercado y en la mente del consumidor meta. La venta del producto, se realizará de manera directa, es decir del productor al consumidor, además de utilizará la venta indirecta mediante la promoción y publicidad del producto turísticos a través de las operadoras de turismo, agencias de viaje con quienes tengan acuerdos y compromiso en los ámbitos como: precios y políticas convenientes para ambas partes.

Tabla No 48: *Canales de distribución*

Objetivo		Dar a conocer el producto turístico en el mercado nacional.	
Canal	Táctica	Política de funcionamiento	Target
Directo	Comercialización directa con los turistas que llegan a la oficina del CTC.	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto directo con el cliente de forma personal, telefónica y páginas web. • Brindar información clara y sencilla de los paquetes a ofertar. • Concretar la venta de los paquetes de acuerdo a los gusto y preferencias del turista • Hacer un seguimiento post venta de los paquetes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas locales y nacionales • Empleados públicos y privados del Ecuador • Grupos de familias ecuatorianas.
	A través de la feria de municipalidades, mesa de turismo, planta turística tanto del cantón como de la provincia de Chimborazo.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer los servicios ofertados por medio de material publicitario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas locales y nacionales • Empleados públicos y privados del Ecuador • Grupos de familias ecuatorianas.
Indirecto	Alianzas estratégicas a través de agencias de viajes y operadoras de turismo de Riobamba y Guayaquil.	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto con las operadoras de turismo. • Presentación de paquetes turísticos naturales y culturales. • Negociar las formas de pago, reservación y cancelación. • Incluir a las operadoras que ofertan los paquetes turísticos en el portal web del Cantón Pallatanga. • Dar seguimiento 	Demanda nacional y turistas extranjeros que viajan a través de paquetes turísticos.

Nota: Trabajo de campo, 2016.

5. Estrategias de producto

a. Estrategia de comercialización de los paquetes

1) Estrategia 1. Implementación de facilidades turísticas para un servicio de calidad

- Estructuración de los paquetes turísticos.
- Implementación de productos complementarios como: huerto orgánico, emprendimientos artesanales que demuestre la elaboración de artesanías a partir de los derivados de la cabuya, elaboración de derivados de la leche etc.
- Diseño e implementación de los senderos y señalética informativa e interpretativa, letreros orientativas y preventivos, para facilitar el acceso a los sitios turísticos.
- Posicionamiento de los paquetes turísticos comunitarios en el mercado turístico, mediante alianzas estratégicas con los centros de operación turística del cantón Pallatanga, la provincia y operadoras de turismo y agencias de viaje.
- Actualización anual del estudio de la demanda para diversificar el producto y acceder a nuevos nichos de mercado.

2) Estrategia 2. Evaluación permanente del proceso de operación del paquete

Se propone esta estrategia con el objetivo de garantizar la calidad de la oferta, es así que se plantea lo siguiente:

Tabla N° 49. Evaluación del proceso de operación del producto.

PARTES DEL PROCESO DE OPERACIÓN DEL PRODUCTO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESPONSABLE	HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN
GUIANZA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel de conocimiento del lugar y de los atractivos turísticos de la comunidad Guaro Grande ✓ Técnica de guiar ✓ Interpretación ambiental ✓ Manejo de grupos 	Coordinador de guías	Hoja de evaluación para los turistas Anexo (03)
CALIDAD DE SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al visitante ✓ Nivel de satisfacción ✓ Material utilizado para el desarrollo del paquete. 	Coordinador de guías	
ALIMENTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al cliente ✓ Limpieza ✓ Calidad y frescura de los productos 	Coordinador del centro de operación	Ficha de inspección del área de alimentación. (Anexo 04)
ÁREAS A VISITAR	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conservación de los atractivos a visitar ✓ Mantenimiento constante 	Guía y coordinador del centro de operación	Ficha de evaluación de los atractivos (Anexo 05)

Nota: Investigación de campo, 2016.

3) Estrategia 3. Conservación del área para el desarrollo del producto

La Comunidad Guaro Grande al poseer un potencial en los atractivos naturales y culturales la conservación debe hacer énfasis en las dos áreas:

- **Natural:** A las cascadas, entre otros se deberá hacer énfasis en materia de conservación mediante letreros con frases de concientización como: “Arroja la basura en su lugar” “no depende de nadie más que tú, es tu naturaleza por favor ayúdala, es tu deber”, “para pasar de lo que es, a lo que debe ser , el cambio empieza de uno”, “la tierra ama nuestras pisadas y teme nuestras manos”, “el ambiente es lo único que si lo cuidamos hoy, nos garantiza mañana”, “Tomar agua nos da vida, pero tomar conciencia no dará agua”, “Cuidar la

naturaleza es cuidar tu generación”. Es importante realizar un estudio de capacidad de carga para minimizar o evitar el impacto ambiental.

- **Cultural:** La comunidad posee gran riqueza cultural representada en sus costumbres y tradiciones, para su conservación es fundamental realizar talleres de rehabilitación cultural para que los jóvenes, niño y adultos valoren, amen y conserven sus raíces culturales.

4) **Estrategia 4: Apertura de productos a nuevos segmentos de mercado**

- Creación de nuevos productos para nuevos segmentos de mercado ya que los paquetes están orientados a turistas locales y nacionales, es importante también dirigir la mirada hacia nuevos segmentos potenciales como los establecimientos educativos a nivel primario, secundario, segmentos de tercera edad, personas con capacidades especiales de lugares cercanos a la comunidad, de la provincia y país.

5) **Estrategia 5: Fortalecimiento del talento humano**

Realizar programas de capacitación al personal para un servicio de calidad y la satisfacción del cliente, enfocándonos en las siguientes áreas:

- Buenas prácticas para el desarrollo sostenible
- Código de ética y comportamiento
- Calidad de servicio
- Interpretación ambiental
- Guianza
- Primeros auxilios
- Idiomas

Esto garantizará la excelencia en la prestación de servicios turísticos fortaleciendo así la oferta.

a) **Programa de capacitaciones**

Con la finalidad de brindar un servicio de calidad se ejecutará un programa de capacitación con distintos proyectos enfocados a mejorar la calidad de prestación de servicios turísticos y a la gente de la comunidad que participará en el CTC. Los talleres serán avalados por el Ministerio de turismo.

Tabla N° 50. Programa de capacitación turística

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL CTC GUARO GRANDE			
Objetivo: Desarrollar habilidades y destrezas en el personal de los establecimientos turísticos y la gente de la comunidad involucrados en el CTC		Audiencia: Integrantes de la comunidad.	
PROYECTO 01			
Área de capacitación: Servicios de hospedaje		Título: Servicio de hospedaje	
Número de participantes: 15		Número de talleres: 5 talleres de 8 horas	
Objetivo: Desarrollar conocimientos y habilidades en el personal que trabajará en el área de hospedaje en el CTC para brindar un servicio de calidad al cliente.			
Contenido de aprendizaje	Estrategias metodológicas	Recursos didácticos	Evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Calidad en el servicio • Buenas prácticas ambientales • Turismo comunitario • Evaluación del servicio por parte del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer grupos de trabajo • Establecer un clima igualitario entre formador y participante • Formulación de preguntas y respuestas • Presentación de distintos ejemplos acorde con el tema. • Realizar actividades lúdicas • Presentar exposiciones teóricas-prácticas involucrando al participante con el expositor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información impresa • Información digital (Diapositivas, videos, fotografías) 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la asistencia cumpliendo en un 80% • Evaluación del aprendizaje por medio de una evaluación escrita • Evaluación del grado de satisfacción del participante.

PROYECTO 02

Área de capacitación: Servicios de alimentación

Título: Servicio de alimentación

Número de participantes: 15

Número de talleres: 5 talleres de 8 horas

Objetivo: Desarrollar conocimientos y habilidades en el personal que trabajará en el área de alimentación para brindar un servicio de calidad al visitante.

Contenido de aprendizaje	Estrategias metodológicas	Recursos didácticos	Evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Manipulación e higiene de alimentos • Preparación de platos propios del sector • Turismo comunitario • Montaje de mesas • Mantenimiento de lencería y menaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer grupos de trabajo • Establecer un clima igualitario entre formador y participante • Formulación de preguntas y respuestas • Presentación de distintos ejemplos acorde con el tema. • Realizar actividades lúdicas • Presentar exposiciones teóricas-prácticas involucrando al participante con el expositor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información impresa • Información digital (Diapositivas, videos, fotograffas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la asistencia cumpliendo en un 80% • Evaluación del aprendizaje por medio de una evaluación escrita • Evaluación del grado de satisfacción del participante.

PROYECTO 03

Área de capacitación: Guianza

Título: Formación de guías locales

Número de participantes: 15

Número de talleres: 5 talleres de 8 horas

Objetivo: Desarrollar capacidades y habilidades turísticas de guianza en las personas naturales pertenecientes a la comunidad Guaro Grande

Contenido de aprendizaje	Estrategias metodológicas	Recursos didácticos	Evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos básicos de turismo • Promoción, comercialización y gestión del turismo comunitario • Problemas ambientales generados por la actividad agrícola, ganadera e industrial • Flora y fauna del sector • Técnicas de guiar • Conocimientos básicos de primeros auxilios • Oferta turística de la comunidad Guaro Grande y de la cabecera cantonal. • Inglés básico 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer grupos de trabajo • Establecer un clima igualitario entre formador y participante • Formulación de preguntas y respuestas • Presentación de distintos ejemplos acorde con el tema. • Realizar actividades lúdicas • Presentar exposiciones teóricas-prácticas involucrando al participante con el expositor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información impresa • Información digital (Diapositivas, videos, fotografías) 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la asistencia cumpliendo en un 80% • Evaluación del aprendizaje por medio de una evaluación escrita • Evaluación para el facilitador del taller por medio de los participantes

PROYECTO 04

Área de capacitación: Preservación del medio ambiente

Título: Preservación del medio ambiente

Número de participantes: 15

Número de talleres: 5 talleres de 8 horas

Objetivo: Hacer que las personas adquieran los conocimientos necesarios para que puedan preservar el entorno que los rodea, incluyendo la naturaleza y sus costumbres y tradiciones.

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

Nota: Trabajo de campo, 2016.

Tabla N° 51. Presupuesto del programa de capacitación turística

RECURSOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MATERIALES DE OFICINA				
Papelógrafos	u	100	0,20	20,00
Lápiz	u	100	0,25	25,00
Borrador	u	100	0,25	25,00
Marcador	u	100	0,80	80,00
Esferográfico	u	100	0,35	35,00
Carpeta	u	100	0,40	40,00
Resma de papel	u	6	5,50	33,00
Subtotal				258,00
RECURSOS HUMANOS				
Técnico en turismo	u	0	0	0
Subtotal				0
EQUIPOS				
Computadora	u	0	0	0
Proyector	u	0	0	0
Impresora	u	0	0	0
Subtotal				0
LOGISTICA				
Transporte	u		250,00	250,00
Subtotal			250,00	
Total sin imprevistos			508,00	
Imprevistos 5%			25,00	
TOTAL			533,00	

El presupuesto total para la implementación del programa de capacitación es de \$533 dólares, no se consideró el costo de recursos humanos debido a que el GAD cantonal cuenta con un técnico en el área de turismo y los equipos necesarios para la capacitación.

6) Estrategia 6. Elementos diferenciales del producto

Se diferencia a los demás productos por lo siguiente:

- **Turismo de Naturaleza:** Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.
- **Turismo vivencial:** Tiene el espíritu de hacer del turismo algo más humano, es un proceso de encuentro y diálogo entre personas de culturas diferentes, con la disposición hacia esa solidaridad que solo se puede dar al encontrarse auténticamente con la naturaleza y la persona, se realizan actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, románticas o diferentes a las de su habitual estilo de vida

6. Estrategias de plaza

a. Estrategia 1: Alianza de negociación con instituciones

- Establecer alianzas con el MINTUR, FEPTCE, Unidad de Turismo, Red de Turismo Comunitario Sierra Centro, CORDTUCH, Casa de la Cultura e ITUR del municipio de Riobamba.

Tabla N° 52: *Ferias de turismo internacional*

Feria	Lugar	Fecha	Sitio web	Organizadores
FITA	México	Septiembre	www.fitamx.com	Junta directiva de FITA
FIT	Bolivia (Santa Cruz)	Marzo	www.fitbolivia.com	Martin Cariaga Presidente - FIT Bolivia
AVIT	Perú (Arequipa)	Noviembre	www.feria.avit-aqp.org	Eddy Carpio Cuadros Presidente: De la junta directiva de Avit
ANATO	Colombia (Bogotá)	Marzo	eventos@anato.org www.anato.org	Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo

Nota: Trabajo de campo, 2016.

Participar en los eventos festivos del Riobamba como: Cantonización de Riobamba, Navidad (diciembre), mediante stands informativos de los servicios de Guaro Grande donde se ofertará los paquetes turísticos.

b. Estrategia 2. Estrategias de comercialización con operadoras de turismo y agencias de viajes

Crear estrategias de comercialización con Agencias de Viajes y Operadoras de Turismo de las ciudades de Riobamba que visitan con mayor frecuencia las comunidades que ofrecen el servicio de Turismo Comunitario, el cual se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla N° 53. Agencia de Viaje y Operadoras de Turismo

Agencias u operadoras turísticas	Tipo de turismo que oferta	Dirección	Teléfono
JakunamatataTravel S.A	Turismo tradicional	http://www.jakunamatatatravel.com	32950039
Ecuadorian Tours	Turismo tradicional	www.ecuadoriantours.com	2560488
Metro tours	Turismo tradicional	metrotours@etapa.com.ec	2837000
MetropolitanTouring	Turismo tradicional	www.metropolitantouring.com.ec .Agencia	2902154
Operadora de Turismo RazurkuCia Ltda.	Turismo	www.andeantc.com	2901883
Aloves travel	Turismo de aventura y tradicional.	www.aloves-travell.com	033026068
Global Tour Cia. Ltda	Turismo tradicional	www.globaltour.com	32943811
IncañanTourism	Turismo Tradicional	www.incanian.com	2940508

Nota: Trabajo de campo, 2016.

7. Estrategias de precio

a. Estrategia 1. Promoción en la venta

Con el fin de promover la compra del producto a un mayor grupo de turistas se propone la creación de incentivos con promociones de precio a grupos de más de 14 pax y en fechas especiales.

Tabla N° 54: Descuentos de paquetes por más de 14 pax

Paquete N 1: Guaro un rincón escondido				
Costo	Descuento del 5%	Infantes 15 %	Tercera edad 25%	
Precio + de 14 pax	96,12	\$ 91,31	\$ 81,70	\$ 72,09
H1	166,60	\$ 158,27	\$ 141,61	\$ 124,95
H2	127,27	\$ 120,91	\$ 108,18	\$ 95,45
H3	114,16	\$ 108,45	\$ 97,04	\$ 85,62
Paquete N 2: Aventura con la naturaleza				
Costo	Descuento del 5%	Infantes 15 %	Tercera edad 25%	
Precio + de 14 pax	38,20	\$ 36,29	\$ 32,47	\$ 28,65
H1	140,86	\$ 133,82	\$ 119,73	\$ 105,65
H2	83,66	\$ 79,48	\$ 71,11	\$ 62,75
H3	64,59	\$ 61,36	\$ 54,90	\$ 48,44
Paquete N 3: Más Cascadas				
Costo	Descuento del 5%	Infantes 15 %	Tercera edad 25%	
Precio + de 14 pax	104,90	\$ 99,66	\$ 89,17	\$ 78,68
H1	290,29	\$ 275,78	\$ 246,75	\$ 217,72
H2	186,62	\$ 177,29	\$ 158,63	\$ 139,97
H3	152,06	\$ 144,46	\$ 129,25	\$ 114,05

Nota: Trabajo de campo, 2016.

b. Estrategia 2: Actualización de costo

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

8. Estrategias de promoción (publicidad)

Las estrategias de publicidad y promoción fueron definidas en base al análisis del estudio de mercado, en donde los principales medios donde se informan los turistas nacionales son a través del internet, guías turísticas, y amigos.

a. Estrategia 1. Definición de la imagen corporativa

1) Imagen corporativa



2) Slogan

“Lo natural es real”: es lo que se busca, que lo natural permanezca intacto

3) Detalle de los símbolos

- **Logo de Pallatanga:** implica el mejor clima del mundo como el horizonte
- **Montaña:** Esta montaña color café claro, caracteriza la agricultura de la zona
- **Cascada:** nuestro icono principal que permite tener un atractivo natural en la zona para visitar y realizar deportes de aventura.
- **Piedras:** estas rocas de colores representan los asentamientos humanos de diferentes culturas
- **Persona:** indicando la actividad principal que se puede realizar
- **Guaro:** indica el nombre de la comunidad
- **Orquídea:** una muestra de la abundante flora de la zona

4) Detalle del significado de los colores

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

b. Estrategia 2. Materiales que contengan la imagen corporativa.

Para su promoción se elaborará materiales que contengan el logotipo y slogan, mediante el cual se divulgará de la imagen corporativa de la comunidad el cual contribuirá al posicionamiento en el mercado.

- Se imprimirá el slogan y logotipo en la carta de menú, mientras que los manteles y servilletas serán bordada a mano la imagen corporativa.
- Las toallas también serán estampada con el logo.
- Los tickets de entrada al alberque.
- Los llaveros
- El uniforme de los guías
- Personal que labora en la planta turística
- Credencial

Diseño N° 1. Credencial de identificación del personal de operación del turismo comunitario de la comunidad Guaro Grande.



c. **Estrategias 3.** Difusión por medios impresos y electrónicos

Tabla N° 55: Plan de publicidad

Tipo de publicidad	Detalle	Objetivo	Política de funcionamiento	Target	Presupuesto anual	Observación
MEDIOS						
Internet	Incorporar la imagen turística de la comunidad en la página web del GADP. Hipervínculos en páginas de servicios turísticos. Manejar redes sociales (Facebook y twitter)	Captar turistas que buscan destinos a través del internet.	Actualización de la información de la comunidad y su oferta turística, así como de eventos turísticos que se realicen.	Turistas que buscan destinos de turismo comunitario a través de Internet.	\$ 120.00	Asistencia técnica requerida.
Guía turística	Publicación del producto en una guía turística cantonal. Alianzas estratégicas entre las comunidades, agencias de viajes y operadoras.	Difundir la imagen del producto turístico comunitario. Contar con un flujo permanente de turistas hacia la comunidad.	Distribución en todos los i-TUR del país, embajadas y aeropuertos. Firma de convenios de comercialización.	Turistas nacionales y locales interesados en conocer el cantón y las comunidades. Turistas nacionales y locales que consumen productos turísticos bajo la modalidad de viajes programados.	\$ 1000.00	Difusión a nivel nacional e internacional.
PAPELERIA						
Afiches y trípticos	Impresiones full color en couche de 150gr con brillo 2000 unidades al año.	Fomentar el turismo en el cantón y sus comunidades.	Distribuir en lugares de mayor afluencia turística como hoteles, restaurantes, centros turísticos, café internet, ferias turísticas y sitios de información turística.	Demanda local y nacional	\$ 600.00	Contratación anual

Imagen Corporativa : -Sobres -Hojas -Carpetas -Tarjetas de Presentación (Anexo 8)	Impresos en papel kimberly y en cartulina pegable full color.	Fomentar el turismo en el cantón y sus comunidades.	Distribuir en lugares de mayor influencia turística como hoteles, restaurantes, agencias, operadoras de turismos, café internet.	Clientes actuales y potenciales	\$ 600.00	Contratación anual, varios diseños
Merchadinsing (Anexo 9)	Brochure Artesanías	Difundir la imagen del producto turístico comunitario. Y las artesanías que se elaborarán en la comunidad.	Colocar una etiqueta del CTC en las artesanías. El logotipo estará presente en los elementos mencionados los mismos que permitirán reforzar la imagen corporativa	Clientes actuales y potenciales	\$ 400,00	Contratación anual

Total: \$ 2720,00

Nota: Trabajo de campo, 2016.

D. DETERMINAR LA VIABILIDAD AMBIENTAL DEL PROYECTO.

1. Método analítico y descriptivo

El estudio socio ambiental nos permite determinar en la parte social y ambiental los efectos positivos o negativos de la instalación del Centro de turismo comunitario. Con este análisis preventivo que entregan los elementos de juicio, se tomará decisiones sobre las implicancias ambientales de las actividades humanas que se desarrollaran para implantar la obra.

El propósito de conocer si es o no viable ambientalmente es conocer y asegurarse de que las variables ambientales de interés se reconozcan desde el inicio y se protejan a través de decisiones pertinentes, esto compatibiliza las acciones previstas con las políticas y regulaciones ambientales que se hayan establecido para proteger el entorno.

Básicamente cada entorno o ambiente en el cual se realizan construcción de infraestructura esta propensa a recibir cambios, por lo cual la contaminación tiende a aumentar, esto afecta en forma negativa y rompe el equilibrio que existe en los espacios verdes, y obviamente rompe la armonía visual que existía, al igual que existen otros aspectos que perjudican al aire, al suelo y al agua, y esto se ve en función de las personas que llegaran al CTC con el fin de utilizar los servicios que oferte el Centro de Turismo comunitario Guaro Grande

2. Matriz de Lázaro Lagos

Se utilizó la matriz de Lázaro Lagos la cual es una metodología general para la evaluación de impactos ambientales de proyectos en la que se explica la evaluación matricial de impactos y línea base ambiental para proyectos de obra o actividades que da detalles generales de este proceso.

a. Identificación de acciones que puedan causar impacto.

1) Fase de instalación

a) Movimiento de tierra.

Debido a la construcción de la obra se deberá realizar movimientos de tierra como excavaciones, aplanamiento, entre otras. Las cuales son acciones inevitables por lo cual en el futuro se deberá implementar medidas que recompensen dichas acciones.

b) Montaje de la obra

Esta acción se refiere a la fase de construcción del CTC. En este trabajo dará como resultado varios impactos, lo que es importante analizar con detalle este paso del proyecto.

2) Fase de Operación**a) Operación turística**

Debido a que la fase de operación turística necesariamente necesita de la actividad humana, por lo mismo existirán impactos ambientales en el momento de realizar dicha actividad. Por tal motivo se involucra esta actividad dentro del proyecto.

b) Actividades Turísticas (alojamiento y restaurante)

La presente actividad es la que principalmente se debe tomar en cuenta, ya que la presencia de los turistas en el CTC generará impactos tanto positivos como negativos.

c) Actividades recreacionales

Esta acción al igual que la anterior son las que principalmente causarán impacto ya que son las principales actividades por las que los clientes llegarán al CTC.

d) Educación Ambiental

Esta actividad ayudará a sensibilizar a los visitantes acerca de la importancia de proteger al ambiente a través del reciclaje, el ahorro de agua, energía y la conservación del entorno.

e) Eliminación de desechos

El mismo hecho de que funcionará el CTC como talento humano generará desechos tanto inorgánicos como orgánicos, los mismos que no son reciclados, ya que dentro de la comunidad no existe una eficiente recolección y manejo de los mismos, por tanto su generación, recolección y el proceso final de desecho causan un grave impacto ambiental.

f) Fuentes de trabajo

Efectivamente este factor será el que genere fuentes de trabajo en la localidad, ya que los socios que instalarán la empresa turística serán pobladores de la zona. Todas las acciones del proyecto generan fuentes temporales o permanentes de empleo.

a. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptible a recibir impacto.

1) Aire

Es uno de los factores más susceptibles a sufrir impacto tanto por la actividad turística realizadas en el lugar, ya que es un elemento vital para el ser humano por lo que se debe hacer un estudio responsable del mismo. La utilización de vehículos tanto en la fase de construcción y de operación produce un efecto negativo sobre este elemento. El principal impacto a ser evaluado en este factor ambiental será:

Emisión de gases contaminantes.

2) Suelo

La construcción del CTC puede causar impactos ambientales tales como compactación y contaminación por desechos sólidos.

Los principales impactos a ser evaluados en este factor son:

Capacitación

Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos.

3) Agua

El CTC eliminará aguas residuales por el mismo hecho de que talento humano atenderá el negocio, por lo tanto si no se tiene un adecuado sistema de eliminación de este tipo de aguas causará impactos graves en el ecosistema donde se instalará el proyecto.

El principal valor a ser evaluado será:

Revalorización de la naturaleza.

4) Flora y fauna

La presencia de los clientes (turistas) en el sector de influencia del proyecto, puede causar impactos negativos de forma indirecta en la flora y en la fauna del lugar donde se va a instalar el

CTC ya que se conoce que el ecosistema en general es frágil y vulnerable, aún más en la etapa de construcción mediante la modificación del hábitad.

En flora la pérdida de especies en la etapa de construcción, lo cual es necesario la reforestación con especies similares a las existentes en la zona para recompensar el daño causado. En fauna la alteración del hábitat y comportamiento de las especies dará como resultado el alejamiento de las mismas.

Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Modificación del hábitat Pérdida de flora

Alejamiento de especies de fauna

Reforestación de especies nativas

5) Socio económico

El turismo contribuye a crear un encuentro cultural, el cual debe manejarse en términos de respeto a la cultura local, como resultado de un intercambio de costumbres. Otro factor del presente proyecto es que generara ingresos económicos para la población local mediante la generación de empleo.

El proyecto será un ejemplo para las demás organizaciones de sostenibilidad y emprendimiento, ya que no solo ofrecerá servicio de recreación, hospedaje y alimentación para los turistas nacionales y sobre todo locales.

Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Aumento de turismo en la zona

Dinamización de la economía local

Sensibilización de turistas

Intercambio cultural

6) Paisaje

Como toda edificación humana tiene efectos negativos, uno de ellos es la modificación del entorno debido a la distorsión tanto en la etapa de construcción y en la fase de operación. Otras son la generación de basura y la perturbación por ruido.

Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Generación y eliminación de basura

Perturbación por ruido

Modificación del entorno

3. Matriz de evaluación de impactos ambientales.

Tabla N° 56: Matriz de evaluación de impactos del Centro de turismo comunitario Guaro Grande

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Movimiento de tierra	2. Montaje de la obra	3. Operación turística	4. Actividades turísticas	5. Actividades recreacionales	6. Educación ambiental	7. Eliminación de desechos	8. Fuentes de trabajo		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en proyecto	10. Ponderación
A. AIRE	X	X	X						Emisión de gases contaminantes	(-)	2	1	C	Pr	2	3	C	N	5
B. SUELO	X	X							Compactación	(-)	2	1	C	Pr	2	3	C	N	5
	X	X		X	X		X		Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	2	1	C	Sc	1	3	C	N	5
C. AGUA					X	X			Revalorización de la naturaleza	+	1	3	D	Pr	1	1	C	S	7
D. FLORA Y FAUNA	X	X					X		Modificación del hábitat	(-)	2	2	C	Pr	1	1	C	N	4
	X	X		X	X		X		Alejamiento de especies de fauna	(-)	2	2	C	SC	2	2	C	N	5
	X	X		X					Pérdida de flora	(-)	2	2	C	SC	2	3	C	N	7
		X			X				Reforestación de especies nativas	+	1	3	C	Pr	2	1	M	S	8
E. SOCIO/CULTURAL				X	X	X			Aumento de turismo en la zona	+	2	3	D	Pr	2	3	L	S	8
					X	X			Sensibilización de turistas	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	8
				X	X	X			Intercambio cultural	+	2	1	C	Pr	2	3	M	S	10
	X	X	X	X	X		X		Dinamización de la economía local	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	10
				X	X				Esparcimiento y recreación del turista	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
F. PAISAJE	X	X		X	X		X		Generación y eliminación de desechos	(-)	2	2	D	Pr	1	1	C	N	4
	X	X		X	X				Perturbación por ruido	(-)	1	1	D	Pr	1	1	C	N	3
	X	X					X		Modificación del entorno	(-)	1	2	C	Pr	1	3	C	N	5

Impacto positivo (+):

Impacto negativo (-)

Pr: Primario

Sc: Secundario

NA: No Aplica

Certeza: C: si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75% D: si el impacto ocurrirá con una probabilidad 50 a 75% I: si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto

Tiempo en aparecer: C: Corto plazo

M: Mediano plazo

L: Largo plazo

4. Matriz de Cuantificación

Tabla N° 57: Matriz de cuantificación del Centro de turismo comunitario Guaro Grande

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8				
A	-5	-5	-5							15	15	
B	-5,-5	-5,-5		-5	-5			-5		35	35	
C					+7	+7				14	14	
D	-4,-5,-7	-4,-5,-7,+8		-5,-7	-5,+8			-5		16	54	70
E	+10	+10	+1 0	+10,+10, +9	+8,+8, 10,+10, +9	+8,+ 8,+1 0		+10		140		140
F	-4,-3,-5	-4,-3,-5		-4,-3	-4,-3			-4,-5		47	47	
TOTAL (+)	10	18	10	29	60	33		10		170		
TOTAL (-)	43	43	5	24	17			19		151		
TOTAL	53	61	15	53	77	33	19	10			321	

Nota: Trabajo de campo, 2016.

5. Interpretación de la Matriz

Para evaluar el presente proyecto de implementación de un Centro de Turismo Comunitario y conocer su factibilidad se construyeron dos matrices las cuales permiten interpretar de manera fácil y real las posibles actividades que van en detrimento del medio ambiente.

Los resultados obtenidos muestran que los valores positivos son de 170 frente a una variable negativa de 151, la medición del porcentaje ha sido calculado mediante una regla de tres simple donde el 100% equivale a 180 puntos que se obtiene de multiplicar los 15 impactos descritos por 12 que es el máximo de calificación o ponderación el resultado es 21,66 % que según la tabla de afecciones ambientales es un proyecto con impacto Poco significativo.

Tabla N° 58. Afectaciones al medio ambiente.

Rangos en %	Porcentaje de afectación
0-20	No significativo
20-40	Poco significativo
40-60	Medianamente significativo
60-80	Significativo
80-100	Muy significativo

El valor de 60 positivo, se obtuvo de las actividades recreacionales, siendo estas las más beneficiosas, tanto por su aporte a la creación de nuevas fuentes alternativas de trabajo, como la

sensibilización a las actividades al aire libre y cuidado a la naturaleza, tanto de la gente de la zona, como de los futuros visitantes al CTC.

La construcción de la obra y el movimiento de tierras, obtuvieron un valor de 43 negativos, mostrando ser las acciones de mayor impacto, es aquí donde debemos procurar mantener un mayor control, para evitar la menor afectación al área.

La parte más beneficiada, de los componentes ambientales, con un valor de 140 positivo, es la socio –económica. Todas las fuentes de trabajo directas o indirectas que se logren en el proyecto ecoturístico, beneficiaran la economía de forma general. Se creara conciencia ecológica y ambiental, durante el desarrollo del proyecto a lo largo del tiempo. Y en donde se deberá trabajar con responsabilidad, es en el intercambio cultural visitante- comunidad, para que exista un responsable acoplamiento del visitante en la zona, y se mantenga un respeto mutuo, necesario para una experiencia positiva de ambas partes.

El proyecto como tal y su implementación, en la flora y fauna del lugar, tendrían un valor de 47 negativos. Siendo este el aspecto de mayor relevancia, en cuanto a la modificación del habitat donde se creara el proyecto. Por esta razón la reforestación será nuestra principal acción de mitigación de impacto en la zona, permitiéndonos lograr a futuro que nuestro paisaje se vea afectado visiblemente, y así nuestro crecimiento turístico no decaiga.

6. Plan de mitigación

Con el análisis de los resultados de la matriz de Lázaro Lagos se ha procedido a la elaboración de la siguiente matriz en la que se plantea las estrategias de prevención, control, mitigación y compensación de los impactos ambientales negativos resultados de la implementación del CTC.

Tabla N° 59: Plan de mitigación

COMPONENTE	IMPACTOS	MEDIDAS	RESPONSABLE		CUANDO		REQUERIMIENTO	COSTO (USD)
			Realiza	Control	Realiza	Control		
AIRE	<ul style="list-style-type: none"> Emisión de gases contaminantes 	Realizar revisión vehicular	Técnico	GAD Cantonal	Todo el tiempo	Mensual	Registro	-
SUELO	<ul style="list-style-type: none"> Compactación 	Adecuación de senderos.	Arquitecto	Dueños de terrenos y GAD cantonal	Inicio de la obra civil	Diario	Propuesta de adecuación del sendero se encuentra en el estudio técnico.	-
	<ul style="list-style-type: none"> Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos 	Manejo de desechos.	Arquitecto	GAD cantonal	Mientras se adecuan los senderos	Semanal	Separación de desechos orgánicos e inorgánicos a través de unidades de punto limpio.	-
AGUA	<ul style="list-style-type: none"> Revalorizar naturaleza 	Implementación de señalética de concientización de uso adecuado del agua.	Personal del GAD	GAD cantonal	Fase operativa	Anual	27 letreros plegables	216,00
FLORA Y FAUNA	<ul style="list-style-type: none"> Alejamiento de especies de fauna Perdida de flora Conservación de especies de flora y fauna 	Capacitación de la flora y la fauna del sector	Ingeniero en ecoturismo	GAD cantonal	Inicio del proyecto	Anual	2 Capacitaciones acerca del cuidado y protección de la flora y la fauna.	80,00
SOCIO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de turismo en la zona Sensibilización de turistas Aporte a la economía local 	Capacitación al personal y a la comunidad sobre turismo sostenible.	Ingeniero en ecoturismo	GAD cantonal	Antes de iniciar la operación turística	Anual	2 Capacitaciones al personal y a la comunidad.	80,00
	<ul style="list-style-type: none"> Intercambio cultural 	Plan de revitalización cultural	Ingeniero en ecoturismo	GAD cantonal	Aprobada la propuesta	Anual	Se elabora diferentes programas que ayuden a revitalizar la cultura de la comunidad.	2000,00
	Generación y eliminación de basura	Los desechos inorgánicos, serán transportados para su posterior desalojo en los basureros municipales	Arquitecto	GAD cantonal	Mientras se adecuan los senderos	Semanal	Se dispone la implementación de basureros separadores de desechos especificados en el estudio técnico	-

PAISAJE		del cantón Pallatanga. Los desechos orgánicos se los utilizarán para generar abono con el fin de apoyar al desempeño de la agricultura.						
	Perturbación por ruido	Se verificarán que los tiempos de los recorridos por los atractivos sean los adecuados para que las personas y vehículos no produzcan impacto.	Guía	GAD cantonal	En la fase operativa	En los recorridos de los paquetes	Se llevará control de entrada y salida de vehículos en los diferentes recorridos.	-
	Conservación del entorno	Reforestación del terreno con especies de plantas nativas.	Arquitecto	GAD cantonal	En la etapa de construcción	Semestral	Colocación de plantas como: laurel, cedro, guarumo, chicharon, nogal, entre otros.	Gestión con patrocinio del Gad provincial y mingas de beneficiarios y voluntarios
TOTAL								2376,00

Nota: Trabajo de campo, 2016.

E. ESTABLECER LA VIABILIDAD LEGAL Y ADMINISTRATIVA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO.

1. Estudio legal

La Comunidad Guaró Grande tiene un gran interés por la actividad turística comunitaria debido a que tiene un alto potencial turístico, razón por la cual pretende operar como un (CTC) Centro de Turismo Comunitario, que lo legaliza como tal el Ministerio de Turismo. Además se procurará ampararse con la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) en coordinación con la Ley de Turismo del Ecuador y el Reglamento de Centros de Turismo Comunitario. A continuación se detalla el marco legal pertinente que sustenta la creación y operación del CTC.

a. Base legal

1) Constitución Política de Ecuador. Arts. 21,71,74,319,320.

La constitución Política del Ecuador ampara a las comunidades de los pueblos y nacionalidades el uso y protección de la naturaleza, a conocer su historia y su patrimonio cultural el mismo que debe ser transmitido a las demás personas en el marco de respeto.

El estado promueve a las organizaciones comunitarias, el proceso de producción que estimule una gestión participativa, transparente y eficiente. Toda producción se sujetara a los principios y normas de calidad, sostenibilidad, valoración del trabajo, eficiencia económica y social.

Es importante innovar nuevos productos turísticos que satisfaga la demanda nacional y local el cual permita y garantice una participación activa de la comunidad.

2) Plan del Buen Vivir

El Buen Vivir es nuestro horizonte. Ofrece alternativas para construir una sociedad más justa, en la que el centro de la acción pública sea el ser humano y la vida. Supera los límites de las visiones convencionales de desarrollo que lo conciben como un proceso lineal, de etapas históricas sucesivas, que reducen el concepto a una noción exclusiva de crecimiento económico.

El Buen Vivir o Sumak Kawsay es una idea movilizadora que ofrece alternativas a los problemas contemporáneos de la humanidad, que construye sociedades solidarias, corresponsables y recíprocas que viven en armonía con la naturaleza, a partir de un cambio en las relaciones de poder.

El Sumak Kawsay fortalece la cohesión social, los valores comunitarios y la participación activa de individuos y colectividades en las decisiones relevantes para la construcción de su propio destino y felicidad. Se fundamenta en la equidad con respeto a la diversidad, cuya realización plena no puede exceder los límites de los ecosistemas que la han originado. No se trata de volver a un pasado idealizado, sino de encarar los problemas de las sociedades contemporáneas con responsabilidad histórica. El Buen Vivir no postula el no desarrollo, sino que aporta a una visión distinta de la economía, la política, las relaciones sociales y la preservación de la vida en el planeta, promueve la búsqueda comunitaria y sustentable de la felicidad colectiva, y una mejora de la calidad de vida a partir de los valores.

El fin del Socialismo del Buen Vivir **es defender y fortalecer la sociedad, el trabajo y la vida en todas sus formas**, el primer paso es resolver el acceso a bienes, oportunidades y condiciones que garanticen –al individuo, a la colectividad y a las generaciones futuras– una vida digna sin perjudicar a la naturaleza. El Buen Vivir es una práctica diaria.

- **Equidad social.** La satisfacción creciente de las necesidades humanas debe alcanzarse reduciendo sustancialmente los actuales niveles de inequidad socioeconómica, étnica, de género, regional y etaria.
- **Participación social.** El cambio social debe llevarse simultáneamente con una creciente participación ciudadana en las decisiones relevantes para la colectividad y la profundización de la democracia.
- **Diversidad cultural.** La forma de satisfacción de las necesidades humanas debe realizarse manteniendo y fortaleciendo la diversidad cultural y lingüística en el país.
- **Sustentabilidad.** La actividad económica debe mantenerse dentro de los límites de la capacidad de soporte de los ecosistemas y, en particular, deben preservarse elementos básicos de la dotación de recursos naturales del país, como la biodiversidad, la fertilidad del suelo, la disponibilidad de agua y la captura de carbono.

3) **Ley de Economía Popular y Solidaria. Arts. 11, 12, 13.**

Las organizaciones comunitarias se caracterizan en producir bienes y servicios en conjunto con los miembros de la comunidad de manera solidaria y auto gestionada. Crean sus propios reglamentos de acuerdo a sus necesidades y costumbres.

Para la ejecución de producto adquieren fondos sociales variables como: Aportes de sus miembros, en numerario, trabajo o bienes, donaciones, aportes o contribuciones no reembolsables y legados que recibieren estas organizaciones.

Las formas de organización, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético.

Como prioridad está la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, como mecanismo eficaz para construir el Sistema de Economía Social y Solidaria, aumentar y mejorarlas fuentes de trabajo, contribuir al desarrollo económico, a la práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social.

4) Ley Turismo. Art. 3,4,7,8,12,14

La Ley de Turismo establece el derecho a las comunidades y organizaciones, el ejercicio de la actividad turística mediante la promoción de un producto turístico competitivo garantizando el uso racional de los recursos naturales, culturales, históricos y arqueológicos, para el ejercicio de estas actividades se requiere obtener el registro único de funcionamiento el mismo que acredite la idoneidad del servicio a ofertar.

5) Reglamento de Registro de Centros Turísticos Comunitarios

Se establece las siguientes disposiciones:

- a) El derecho de las comunidades a ejercer cualquier actividad turística, a excepción de los Casinos y salas de juego;
- b) Determina los requisitos para obtener el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento.
- c) Establece el procedimiento interno del MINTUR para registrar a un Centro de Turismo Comunitario.

- d) Dispone que las comunidades deben promover en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.
- e) Declara la autoridad del MINTUR en caso de abuso de los representantes de los Centros Turísticos Comunitarios hacia los turistas.

6) Resolución de la Asamblea Nacional de la FEPTCE de 28 y 29 de Julio del 2006:

Norma lo referente a la calidad que debe ofertar una organización para reconocerla que se desenvuelva en el Turismo Comunitario.

Es decir, contamos con instrumentos legales que nos permiten ejercer libremente el turismo como Comunidades u Organizaciones Comunitarias.

a) Procedimientos

Todas las personas naturales y jurídicas que ejerzan la actividad turística en el Ecuador deben cumplir con 2 requisitos obligatorios:

- Obtener el **Registro de Turismo**, del Ministerio del ramo que es una certificación de que la actividad que se realiza está enmarcada dentro de la normativa turística.
- Obtener la **Licencia Única Anual de Funcionamiento**, del MINTUR o de las Municipalidades descentralizadas, para ejercer año a año la actividad registrada.

Con el objeto de cumplir estos dos requisitos prescritos en las leyes, las sociedades o personas jurídicas que representan a una Comunidad deberán reunir los siguientes documentos:

b) Requisitos para el Ministerio de Turismo

- Solicitud de registro al Ministerio de Turismo
- Personalidad jurídica de la organización
- Representación legal
- Acta de asamblea general
- Documentos de capacitación de formación personal
- Pago de valor del registro de turismo
- RUC servicios turísticos
- Informe de la FEPTCE
- Declaración activos fijos
- Inventario valorado

- 1) Solicitud al Ministerio:** Se trata de un formato que provee el MINTUR al interesado para llenar lo con información básica y poder iniciar con el expediente de registro, puede solicitarle a sus Direcciones Provinciales y Gerencias Regionales.
- ii. Constitución legal de la organización:** Se refiere a los documentos que demuestre que un grupo humano en este caso la comunidad, están organizada jurídicamente para asumir la responsabilidad legal de la prestación de los servicios turísticos. La forma de asociarse legalmente será como **persona jurídica general**, adquiriendo personalidad jurídica mediante Acuerdos Ministeriales.
- iii. Representación legal de la entidad:** La representación legal de una sociedad tiene razón desde que el conjunto de socios y socias reunidos en una asamblea delegan a otra u otras personas para que los representen. En las personas jurídicas la representación legal la ejercen los delegados registrados ante la autoridad pública (Registro de la Directiva).
- iv. Acta de la organización:** El MINTUR exige que la organización o centro turístico comunitario a registrarse, presente una acta en la que deciden sus socios y socias el obtener dicho Registro.

Esta acta debe estar firmada por la mayoría de los socios y socias y se indica quien está facultado para realizar este trámite. En cierta forma es una redundancia que en el acta conste una delegación específica puesto que el representante legal tiene la facultad para ello, pero entenderemos que si el representante legal no quiere o no puede realizar la tramitación, será la asamblea la que disponga un delegado especial. El acta debe contener lo siguiente:

- Lugar y fecha de la sesión.
 - La autorización para Registrarse en el Ministerio de Turismo (para obtener el Registro de Turismo y constituirse en un Centro Turístico Comunitario).
 - Nombres y apellidos completos del delegado o de la persona que realizará el trámite ante el Ministerio.
 - Firma y rúbrica de los miembros de la organización.
- v. Documentos de capacitación/formación:** La Ley de Turismo prescribe que las organizaciones deben estar legalmente capacitadas para el ejercicio turístico y se justificará

con cualquier clase de documentos impresos, expedidos por la autoridad pública o por entes del sector privado incluyendo las certificaciones de profesionales académicos.

Las leyes en este sentido son claras: constituye prueba de un hecho o de un derecho los documentos públicos o privados, legalmente expedidos. A manera general diremos que reuniremos todos los certificados de capacitación y formación en todas las áreas de que dispongan quienes se dedican directamente a la atención al turista, expedidos por:

- MINTUR o por la personas naturales o jurídicas contratadas o autorizadas por éste.
- Instituciones educativas acreditadas por el Estado.
- Instituciones públicas de cualquier clase, como las municipalidades, centros de información, etc.
- Instituciones sociales que hayan promovido la capacitación o formación profesional turística.
- Profesionales académicos.

vi. Pago de la tasa por Registro: Según el Acuerdo Ministerial 2005015, expedido por el

Ministerio de Turismo y publicado en el Registro Oficial N° 98, de 07 de septiembre de 2005, el valor por concepto de Registro de un Centro de Turismo Comunitario es de noventa y cuatro dólares con cuarenta centavos de dólar de lo Estados Unidos de Norteamérica, este pago se realizará cuando la carpeta de los emprendimientos esté ingresada en el Ministerio de Turismo.

vii. RUC para servicios turísticos: Es importante tener presente que toda sociedad o ente colectivo, con o sin personalidad jurídica, con o sin fines de lucro, debe obtener el Registro Único de contribuyentes (RUC), ante el Servicio de Rentas Internas y que en él se clasifica la actividad económica que realiza.

Las actividades consideradas “sin fines de lucro”, son las sociales, mientras que en el resto necesariamente se consideran “con fines de lucro”, y entre estas últimas se encuentra en ejercicio de la actividades turísticas. Se deben considerar los siguientes principios legales vigentes:

- **Ley de Régimen Tributario Interno:** Las instituciones sin fines de lucro, quedan excluidas del Impuesto a la Renta, mientras se dediquen al cumplimiento de sus objetivos estatutarios.

(Art.9 numeral 5, Ley de RTI, reforma por la Ley de Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador).

- **Supremacía de las normas tributarias:** Las disposiciones de este Código y de las demás leyes tributarias, prevalecerán sobre toda norma de leyes generales (Art. 2, Código Tributario).

En consecuencia, no serán aplicables por la administración ni por los órganos jurisdiccionales, leyes y decretos que de cualquier manera contravengan este precepto.

- **Pronunciamiento:** El criterio de la Procuraduría es que las fundaciones y corporaciones, al ser personas jurídicas con la capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, están representadas judicial y extrajudicialmente y al tener capacidad para contratar, pueden ejercer el comercio, siempre y cuando el fin sea lícito y se hayan constituido con arreglo a las disposiciones legales pertinentes. OF PCE. N 25250 de 24-07-2002. (RO 118. 04-07-2003).

viii. Informe técnico que justifique la calidad de comunitario del Centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.

ix. Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).

x. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).

c) Tramitación ante el Ministerio de Turismo

Pasos u hoja de ruta de la carpeta para el MINTUR:

- Recepción de la solicitud y la carpeta de documentos antes mencionados, en la oficina correspondiente del MINTUR (Direcciones Provinciales o Gerencias Regionales).
- Designación de fecha y hora para realizar la respectiva inspección a la Comunidad.
- Inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados.
- En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística.

- Ingreso de la información en la base de datos del MINTUR.
- Apertura de un número de registro, número de folio en el que se ingresa y del expediente
- Expedición del certificado de Registro.

Hoja de Planta Turística, que se señala el Reglamento, es un documento que recoge la información in situ (en el sitio), por el funcionamiento del Ministerio al momento de inspeccionar a la comunidad.

d) Organización del expediente para la FEPTCE:

Ante la FEPTCE o sus organismos provinciales o regionales filiales, se presenta también una carpeta de la organización con los siguientes documentos:

- i. Constitución legal de la organización (Acuerdo/resolución de la personalidad jurídica y estatuto aprobado).
- ii. Nombramiento de representante legal o del delegado.
- iii. RUC (Registro Único de Contribuyentes), que indique la prestación de servicios turísticos.
- iv. Acta o documento de la comunidad en donde tiene su sede la organización que exprese el aval o autorización para que se califique como Centro Turístico Comunitario.
- v. Encuesta suscrita proveído por la FEPTCE.
- vi. Solicitud a la Presidencia de la organización provincial o regional filial de la FEPTCE.

Ficha o Encuesta, es un documento con información básica de la comunidad y de la persona jurídica que la representa. Igualmente, esta ficha puede solicitarle directamente en las oficinas de la FEPTCE y puede ser suscrita en forma previa; caso contrario, sus dirigentes se encargarán de llenarla antes de emitir el informe que expresa el Reglamento.

Para obtener el informe previo ante la FEPTCE, la tramitación es sencilla puesto que se busca incluir a las comunidades u organizaciones que realmente lo merezcan.

Presentar la carpeta con los documentos indicados, si la organización es nueva o desconocida para la FEPTCE se realizará una inspección para verificar los datos comunitarios.

La información de la mayoría de las organizaciones afiliadas a la FEPTCE reposa en los archivos institucionales y se reconocen con cierta exactitud los proyectos comunitarios y los que son familiares o privados.

Los organismos filiales de la FEPTCE, según resolución del Consejo Directivo Nacional de fecha 9 de noviembre del 2006 son:

- Red de Turismo Comunitario del Austro “Pakariñan”, en las provincias de Cañar, Azuay, El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.
- Red de Turismo Comunitario del Litoral “Spondylus”, en las provincias de Guayas, Manabí, Esmeraldas y Los Ríos.
- Corporación para el desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo “CORDTUCH”, en Chimborazo.
- Corporación Provincial de Turismo Comunitario de Napo “RICANCHE”, en Napo.
- Red de Turismo Comunitario “Saraguro Rikuy”, en la provincia de Loja.
- Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Norte “Wiñay Pacha”, en las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha.

7) Obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento

La Licencia Anual de Funcionamiento será conferida por la municipalidad de la jurisdicción donde se encuentre el Centro Turístico Comunitario, de haberse descentralizado las competencias del Ministerio de Turismo al Municipio de la jurisdicción; caso contrario, se la expedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo competente, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

La legislación vigente es clara en este sentido: se obtiene la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), si se cuenta con el Registro de Turismo expedido por el Ministerio y la otorgan ya sea el mismo Ministerio de Turismo en los cantones sin competencias turísticas o en las municipalidades con dichas competencias.

a) Requisitos para obtener la LUAF

- Constancia del pago del valor por este concepto (Acuerdo Ministerial N 20050015, ya citado); y
- Copia certificada del Registro de Turismo Ante las Municipalidades descentralizadas, la obtención de la LUAF variará de acuerdo a sus correspondencias Ordenanzas.
- El Ministerio de Turismo no tiene competencia para cobrar la LUAF en los cantones cuyo Municipio tenga dichas atribuciones legales.

2. Estudio administrativo**1. Visión**

“Posicionar a la comunidad Guaro Grande a nivel local, regional y nacional mediante la implementación de Turismo Comunitario, en los próximos diez (10) años, como estrategia para el desarrollo comunal y buen vivir del territorio, generando beneficios económicos, ambientales y sociales, promoviendo acciones sostenibles amigables con el entorno”.

2. Misión

El Centro de Turismo Guaro Grande trabajará por el desarrollo sustentable de su comunidad, dinamizando su economía con la ejecución de proyectos acordes a sus políticas de conservación ambiental y el fortalecimiento cultural, así como promover y fortalecer las iniciativas locales del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo con identidad y diversidad cultural propia de la comunidad en el marco del desarrollo de la economía solidaria y equitativa.

3. Estructura Organizativa del Centro de Turismo Comunitario Guaro Grande

Dado que el Centro de Turismo Comunitario requiere de un equipo para la gestión y desarrollo de las actividades de turismo dentro y fuera de la comunidad, a continuación se establece una propuesta misma que está basada en el Organigrama Estructural del Equipo de Gestión de las OTC de la Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo “CORDTUCH”, esta propuesta permite a la comunidad definir el personal que gestione, facilite y preste servicios turísticos en las diferentes áreas de la operación de desarrollo turístico.

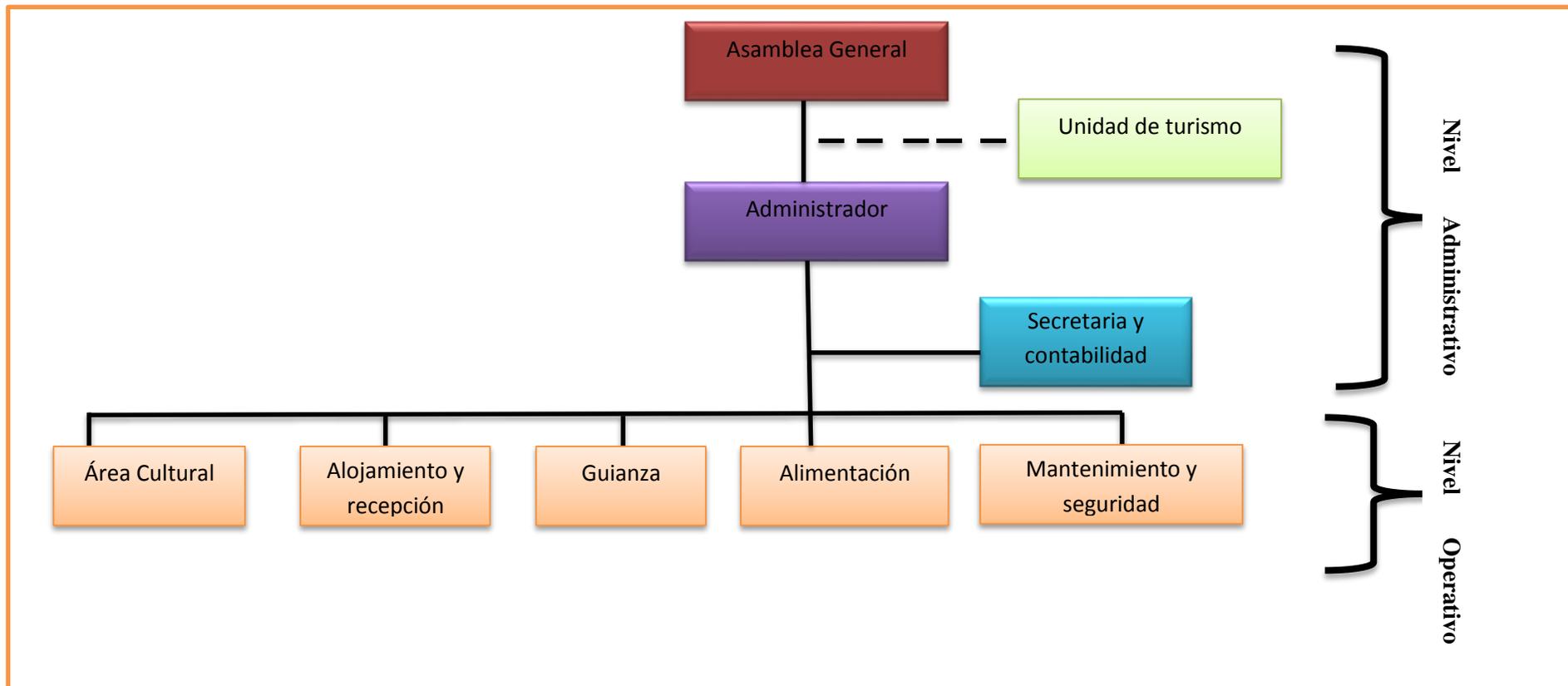


Figura N25: Organigrama Estructural del CTC Guaro Grande

Nota: Manual de Turismo comunitario, CODESPA 2010

Para el desarrollo de la actividad turística en la Comunidad Guaro Grande como el CTC, se estableció una estructura orgánica que está conformada por dos áreas: administrativa y operativa; la área administrativa controla y vigila el cumplimiento de las normas establecidas para la operación ; mientras que el área operativa se encuentra el secretario contador y los servicios turísticos como: alimentación, hospedaje, guianza (actividad turística) para que cumplan a cabalidad estas dos áreas depende del funcionamiento y la operación de Centro de Turismo Comunitario.

4. Personal necesario para la operación de turismo comunitario del Centro de Turismo Comunitario Guaro Grande

Mediante la estructura organizativa se definieron a los representantes o jefes de las áreas para su operación, considerando que esta estructura mejorará el sistema de operación del CTC Guaro Grande, y a continuación se detalla:

Tabla N ° 60. *Personal necesario para la operación de turismo comunitario*

Área	Sub- área	N° de personal	Cargo
Administrativa	Coordinador	1	Administrador general
	Secretario/ contador	1	Secretario / contador
Operativa	Alojamiento	3	Coordinador de alojamiento 2 ayudantes
	Alimentación	4	1 Coordinador de cocina 2 Ayudantes 1 cajero
	Mantenimiento y seguridad	2	Mantener la seguridad del alberque 1 Ayudante
Total		11	

Nota: Trabajo de campo, 2016.

Los guías se contrataran por servicios personales

5. Manual de funciones y procedimientos

1) Manual de funciones

El manual de función es una herramienta de gran importancia que detalla las actividades y funciones que deberá cumplir el empleado o trabajador de cada área y servicio que facilitará los servicios del Centro de Turismo Comunitario, el mismo que se detalla a continuación:

a) Área administrativa

i. Coordinador de CTC

Tabla N° 61. *Manual de funciones del coordinador*

OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO
Título del Puesto: COORDINADOR/ADMINISTRADOR DEL CTC
Naturaleza del Trabajo: Ejecución de labores como programación, dirección, ejecución y control de actividades administrativas y legales del CTC
Tareas Inherentes al Cargo:
<ul style="list-style-type: none"> - Controlar el cumplimiento de lo establecido en los estatutos, reglamentos propuesto por el CTC (centro de turismo comunitario). - Transmitir información al turista que visita el lugar. - Controlar el cumplimiento de las actividades establecidas en el tour. - Informar y coordinar las reservaciones a los representantes de los servicios de alimentación hospedaje, guianza. - Establecer políticas de reservación y formas de pago. - Asegurar y velar la rentabilidad que haya definido y presupuestado. - Coordinar con la población, el alquiler de caballos en el caso el grupo de turistas deseen realizar actividades de cabalgata. - Coordinar con los grupos de música, danza y teatro, para las noches culturales. - Realizar informes semestrales sobre el funcionamiento de CTC. - Gestionar conjuntamente con la directiva para la adquisición de los materiales y equipos que hace falta. - Elabora y registra una base de datos con la nómina de los trabajadores.

- Otorgar permisos para capacitaciones dentro o fuera de la institución al personal que trabaja en el CTC.
- Fija horarios de trabajo.
- Concede, justifica, permisos, faltas, atrasos del personal que forma el equipo de trabajo.
- Recopila material fotográfico y bibliográfico para la elaboración medios de publicidad.
- Actualizar la información de los productos turísticos en los medio publicitarios
- Encargado de buscar nuevos muchos de mercado.
- Controlar y revisar la contabilidad cada trimestre.
- Revisar el libro de sugerencias y toma las medidas necesarias para mejorar y brindar un servicio de calidad.
- Crear estrategias con la red de turismo “CORDTUCH”.

Características de la clase:

- Responsabilidad en la conducción y cumplimiento de las políticas y metas fijadas.
- Responsabilidad en la toma de decisiones administrativas y económicas.
- Responsabilidad en el manejo de fondos y bienes de la CTC.

Requisitos:

- Título de estudios superiores de Ecoturismo con experiencia en manejo de proyectos.

Dependencia:

- Jerárquicamente depende del Coordinador del CTC

Subrogación:

- En caso de ausencia será reemplazado por quién designe el CTC.

ii. **Secretario@ contador@**

Tabla N° 62. Manual de funciones de Secretario/a contador/a

OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO

Título del Puesto: SECRETARIO/CONTADOR

Naturaleza del Trabajo: Realiza labores de mecanografiado, archivo, atención al público y lleva el control financiero.

Tareas inherentes al Cargo:

- Acatar los reglamentos establecidos por el centro de turismo comunitario.
- Recibir llamadas.
- Llevar el libro de actas de las reuniones de equipo del CTC.
- Realizar y llevar el libro inventario de los materiales y equipos que posee el CTC.
- Llevar de forma ordenada las facturas, recibos y notas de venta de todos los comprobantes que justifique el pago.
- Llevar un proceso contable el cual contendrá lo siguiente:
 - Estado de situación inicial
 - Diario general
 - Mayorización
 - Balance de comprobación
 - Estado financiero
 - Análisis financiero
- Realizar y entregar informes cantables mensualmente al coordinador del turismo.
- Realizar la declaración al SRI.
- Revisar y analizar los presupuestos para cada actividad de CTC Guaro Grande.
- Manejar transacciones de dinero en efectivo o en cheque CTC Guaro Grande.
- Controlar que los gastos de la empresa no se exceda al presupuesto establecido.
- Realizar pagos de los servicios básicos, personal, insumos y otros gastos adicionales del CTC Guaro Grande.
- Controla el funcionamiento de los equipos.

Título del Puesto: SECRETARIO/CONTADOR

Características de la Clase :

- Garantizar la custodia de documentos y archivos
- Honradez y puntualidad en la elaboración de Estados Financieros
- Cuidado y esmero en la elaboración del trabajo asignado
- Sujeto a la supervisión permanente
- Buena atención al turista

Requisitos:

- Título Superior con preparación en Contabilidad

Dependencia:

- Su jefe inmediato superior el coordinador/Administrador CTC

b) Área operativa

i. Alimentación

Tabla N° 63. *Manual de funciones del coordinador de Alimentos y bebidas*

OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO

Título del Puesto: COODINADOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Naturaleza del Trabajo: Elaboración de comida y bebida

Tareas inherentes al Cargo:

- Acatar los estatutos y reglamentos establecido por el centro de turismo comunitario Guaro Grande.
- Preparar recetas previas a una capacitación en manipulación de alimentos.
- Encargado de comprar los insumos para la preparación de las recetas.
- Dar a conocer el menú al turista.
- Controlar el cumplimiento de normas sanitarias.
- Deberá tener lista el menú de las reservaciones, para servir en el menor tiempo posible.
- Mantener limpia la cocina.
- Coordinar el precio del menú conjuntamente con el coordinador de CTC Guaro Grande
- Actualizar los precios del menú.
- Encargado de comprar alimentos de buena calidad que contenga bajo porcentaje de químicos.

Características de la Clase :

- Responsabilidad en el servicio de alimentación
- Cumplir con las normas de salud.

Requisitos:

- Conocimiento en preparación de alimentos

Dependencia:

- Jerárquicamente depende del Coordinador/Administrador
-

Tabla N° 64. *Manual de funciones del área ayudante de Alimentos y bebidas***OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO****Título del Puesto:** AYUDANTE DEL ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**Naturaleza del Trabajo:** Elaboración de comida y bebida**Tareas inherentes al Cargo:**

- Ayudará en la preparación de los alimentos al cocinero.
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas
- Se encargará de recibir y acomodar al visitante
- Recogerá las ordenes de los visitantes
- Se encargará de servir al visitante desde la cocina hasta el comedor
- Es responsable de mantener las estaciones de servicio surtidas con: sal, azúcar, salsas, cubiertos, servilletas, etc.
- Cuidará que no falten manteles en la mesa.
- Cuidará que no falten cubiertos en la mesa.
- Observa que los clientes no se olviden nada en el restaurante.
- Deberá retirar los utensilios de la mesa y llevarlos a la cocina.
- Limpiará las mesas que han sido ocupadas
- Se encargará de lavar la vajilla
- Conocerá del correcto manejo de loza y cristalería para evitar roturas.
- Velará por la limpieza de todo el material del restaurante.
- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los visitantes como de algún compañero de trabajo.

Características de la Clase :

- Responsabilidad en el servicio de alimentación
- Cumplir con las normas de salud.

Requisitos:

- Conocimiento en preparación de alimentos

Dependencia:

- Depende del coordinador del área de alimentos y bebidas.

Tabla N° 65. Manual de funciones del cajero/a

OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO

Título del Puesto: Cajero**Naturaleza del Trabajo:** administración**Tareas inherentes al Cargo:**

- Cobrar en todas las forma de pago (efectivo y tarjeta de crédito)
- Entregar invariablemente nota de ventas y factura para los clientes que así lo requieran.
- Registrar todas las ventas en el formato de ingresos.
- Elaborar corte de caja con el formato establecido.
- Atender e informar al cliente lo que necesite saber de nuestros productos y servicios.
- Mantener en excelente presentación su área de trabajo.
- Apoyar a la dirección en cualquier actividad de mejor que se requiera.
- Aplicar el reglamento interno de acuerdo a las situaciones que lo ameriten.

Características de la Clase :

- Responsabilidad en el servicio de alimentación
- Cumplir con las normas de salud.

Requisitos:

- Conocimiento en preparación de alimentos

Dependencia:

- Depende del coordinador del área de alimentos y bebidas.
-

ii. Alojamiento

Tabla N° 66. Manual de funciones del Coordinador de Alojamiento

OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO
Título del Puesto: COORDINADOR DE ALOJAMIENTO
Naturaleza del Trabajo: Realizar reservaciones
Tareas inherentes al Cargo: <ul style="list-style-type: none"> - Conducirá a los visitantes y su equipaje a las habitaciones y vigilará que tengan lo necesario. - Entrega las llaves de las habitaciones a los visitantes - Toma recados para los visitantes - Se encargará de la limpieza y arreglo de las habitaciones y baños. - Se encarga de proveer de los suministros necesarios para los baños y las habitaciones como: papel, toallas, jabón, shampoo, etc. - Se encarga del lavado y planchado de la lencería de las habitaciones y el restaurante/comedor. - Proveerá a las habitaciones de la lencería necesaria.
Características de la Clase : <ul style="list-style-type: none"> - Cuidado y esmero en la elaboración del trabajo asignado. - Aseo
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Educación primaria - Probada responsabilidad
Dependencia: <ul style="list-style-type: none"> - Su jefe inmediato superior el Coordinador/Administrador

Tabla N° 67. Manual de funciones del ayudante del área de Alojamiento

OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO
Título del Puesto: AYUDANTE DEL ÁREA DE ALOJAMIENTO
Naturaleza del Trabajo: Mantener limpias las habitaciones antes de la llegada de los turistas.
Tareas inherentes al Cargo: <ul style="list-style-type: none"> - Formular políticas de reservaciones y cancelaciones. - Llenar las fichas de reservación y del servicio de alojamiento. - Dar la bienvenida, trasladar a los clientes con su equipaje a las habitaciones y estar pendiente de que cuenten con lo necesario según los requerimientos exigidos. - Entregar llaves. - Tomar recados para los clientes.
Características de la Clase : <ul style="list-style-type: none"> - Cuidado y esmero en la elaboración del trabajo asignado. - Aseo
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> - Educación primaria - Probada responsabilidad
Dependencia: <ul style="list-style-type: none"> - Su jefe inmediato superior el Coordinador/Administrador

iii. Mantenimiento y seguridad

Tabla N° 68. *Manual de funciones de Guías*

OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO

Título del Puesto: COORDINADOR DE MANTENIMIENTO

Naturaleza del Trabajo: Cumplirá con las funciones de limpieza y mantenimiento

Tareas inherentes al Cargo:

- Acatar los estatutos y reglamentos establecido por el centro de turismo comunitario Troje Grande.
- Velará por mantener en las mejores condiciones de uso las instalaciones, decoraciones, mobiliario y en general los aspectos a utilizar por las distintas áreas de operación.
- Proveerá a los coordinadores de los servicios de hospedaje, alimentación y centro artesanal.
- Reparara cualquier desperfecto que se produzca en la instalación.
- Se encarga de un buen funcionamiento de toda la infraestructura del CTC Guaro Grande.
- Realiza la limpieza de la infraestructura.
- Abrir y cerrar en el horario establecido la instalación.

Características de la Clase :

- Responsabilidad en el servicio de Mantenimiento

Requisitos:

- Educación primaria
- Probada responsabilidad

Dependencia:

- Jerárquicamente depende del Coordinador/Administrador
-

2) Manual de procedimientos

a) Procedimiento para la prestación de servicios turísticos de la CTC

El presente manual permitirá llevar de una forma más ordenada los procedimientos en cuanto a reservación, entrada del visitante, servicio de alimentación, hospedaje y guianza, los mismos que se detallan a continuación:

➤ Propuesta del procedimiento para realizar una reserva:

➤ Reservación

- Contestar el teléfono
- Saludar e identificarse
- Escuchar atentamente y dar a conocer los servicios turísticos que ofrece el CTC
- Tomar nota de lo que solicite el turista.
- Llenar la base de datos con información como: nombre, número de cedula, procedencia teléfono, día de llegada y salida, número de pax, tipo de segmento niños, adultos, personas con capacidades especiales, tipo de menú y alojamiento. (ficha)
- Confirmar los datos con el cliente para evitar malos entendidos.
- Si la reservación se hizo con suficiente anterioridad pedir un adelanto de 50% de precio total.
- Informar al turista o/ a la tour operadoras de cómo llegar a la Comunidad Guaro Grande.
- Comprobar que se han hecho todas las anotaciones.
- Despedirse.

➤ Recepción del visitante

- Saludo y bienvenida
- Preguntar si tiene una reservación o no.
- En caso de tener la reservación confirmar.
- Caso contrario se procede a llenar la base de datos como: nombre, procedencia, números de pax.

- Indicar los servicios turísticos que ofrece el CTC.
- Indicar el horario del desayuno, almuerzo y merienda.
- Indicar los paquetes turísticos que se ofertan.
- Entrega de llaves de las habitaciones junto con un llavero como obsequio.
- Acompañar al visitante para indicar el número habitación.
- Despedirse

➤ **Servicio de alimentación**

- Informar al coordinador del área de alimentación del número de pax.
- Comprar los ingredientes para los menús.
- Arreglo y limpieza total el comedor.
- Preparar los alimentos
- Saludo y bienvenida
- Entregar la carta de Menú.
- Anotar la orden.
- Informar a la cocina.
- Servir el menú
- Agradecer y despedirse

➤ **Servicio de hospedaje**

- Informar al coordinador del área de hospedaje que hay un servicio reservado y el número de pax.
- Limpiar la habitación, el baño, tender la cama con sábanas, cobijas limpias, papel higiénico, toalla, jabón y shampoo.
- Bienvenida
- Llenar la ficha de reservación y servicio de alojamiento.
- Entrega las llaves al turista y un llavero
- Acompaña al turista hasta la habitación.
- Despedida

➤ **Servicio de guianza**

- El coordinador del CTC informa al guía que debe realizar el tour.
- Bienvenida y el guía socializará el código de conducta para el turista además les dará una explicación sobre el recorrido que van a realizar.
- Llenar la Renuncia de responsabilidad.
- El guía les conducirá a los turistas a sitios turísticos con el mismo orden que se establecieron los paquetes.
- Al finalizar el tour el guía sugiere que llene la ficha de evaluación.
- El guía se despide del grupo.
- En caso de que deba trabajar con el mismo grupo el día siguiente, el guía les informará sobre las nuevas actividades que vayan a desarrollar.

➤ **Procedimiento para el desarrollo del tour**

- El guía recoge al grupo
- Saludar, dar bienvenida y presentarse
- Señala las norma de conducta y comportamiento y una breve introducción del tour
- Inicio del recorrido y salida hacia los sitios a visitar
- Arribo a los sitios de los recorrido
- Recorrido por los senderos
- Degustación del refrigerio en la mañana
- Continuación con el recorrido
- Almuerzo
- Realización de actividades diferente y/o continuación con el recorrido
- Fin del recorrido
- Cena
- Descanso
- Llenar la Ficha de satisfacción
- Despedida

b) Diagrama de flujo de los procesos de operación

Mediante los diagramas se determinaran los procesos de cada servicio para operar de una forma más eficaz y eficiente del CTC Guaro Grande.

i. Diagrama de flujo para realizar al reservación

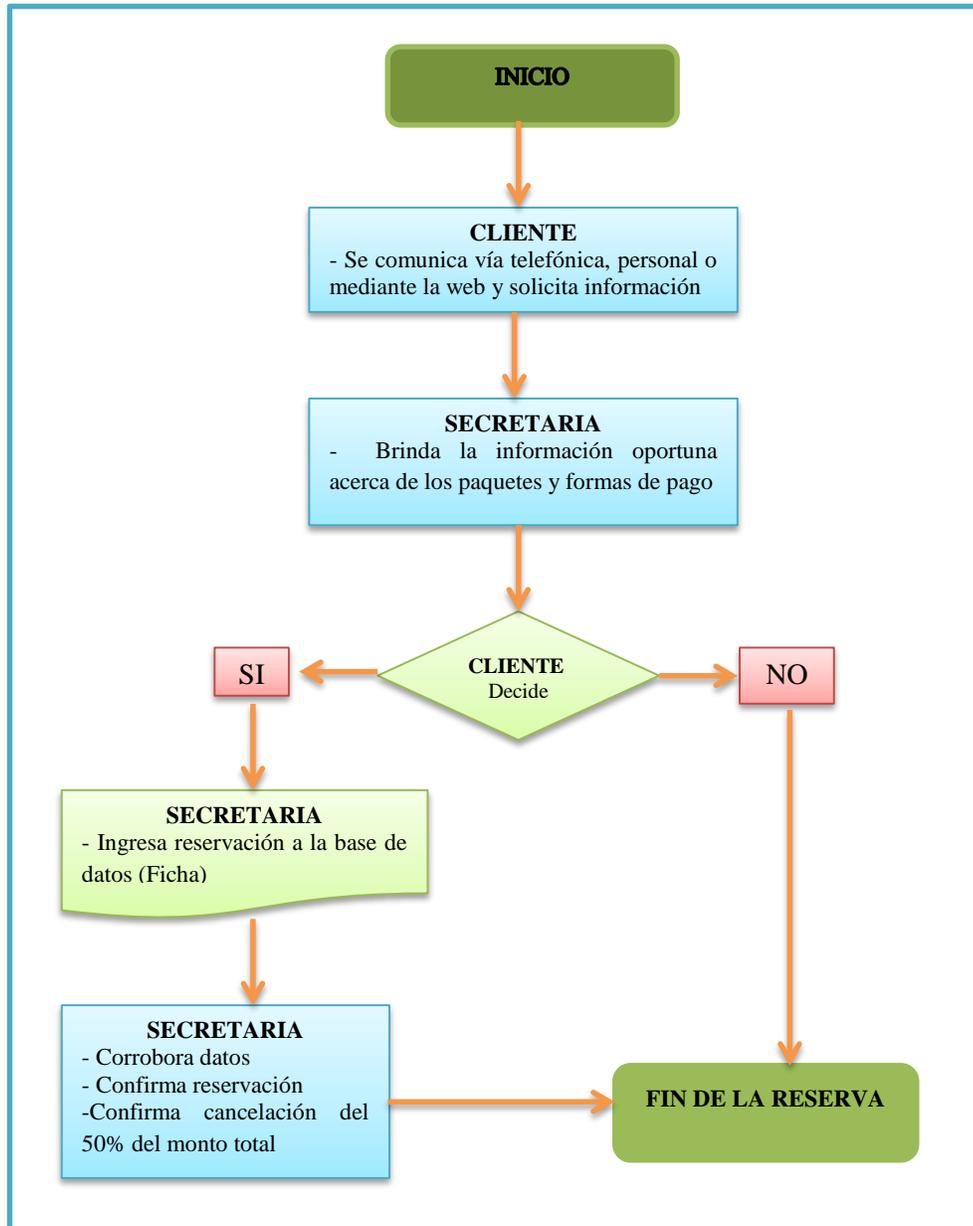


Figura 26: Diagrama de reservación del turista.

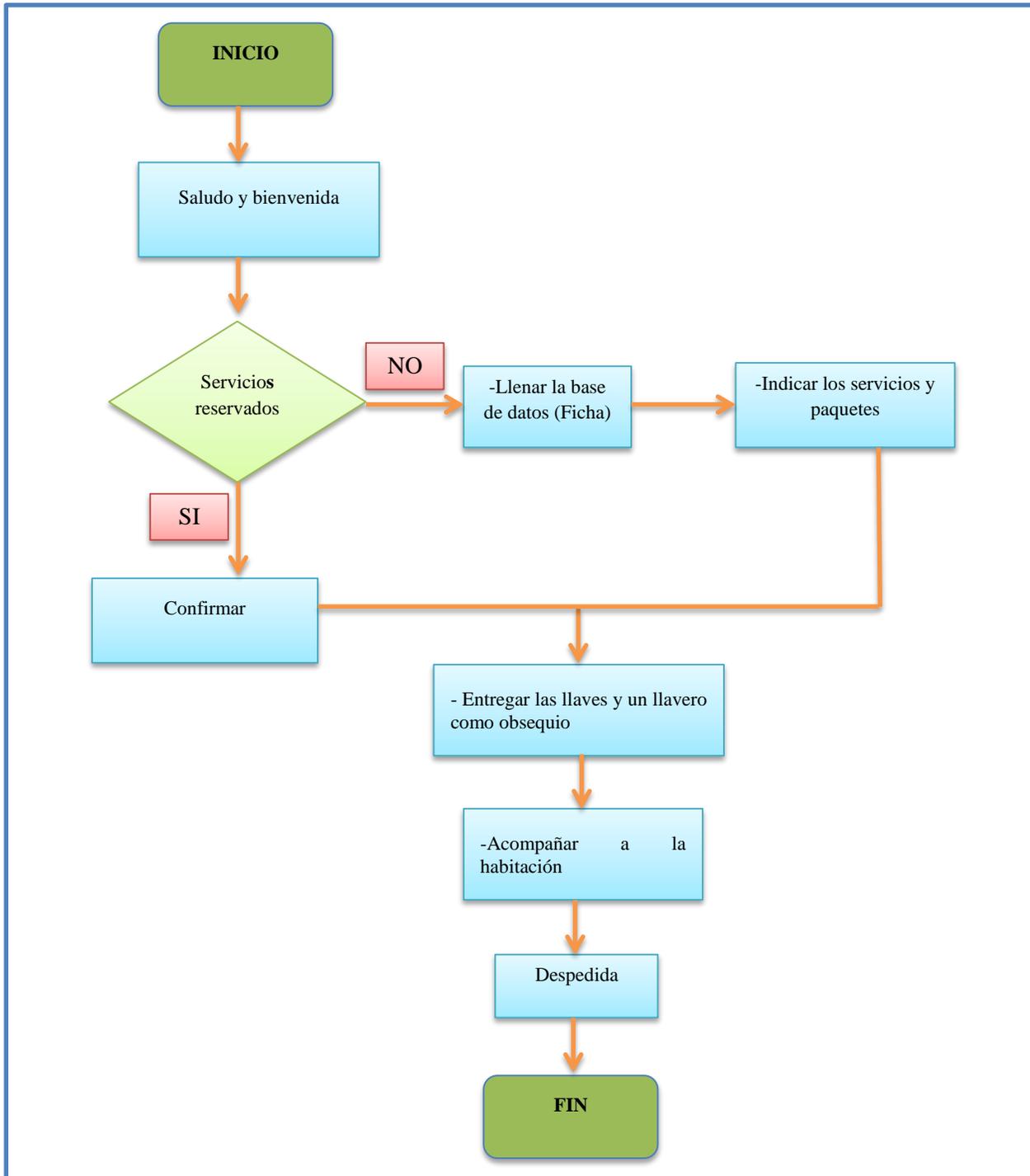
ii. Diagrama de flujo para recibir al turista

Figura 27: Diagrama de reservación del turista.

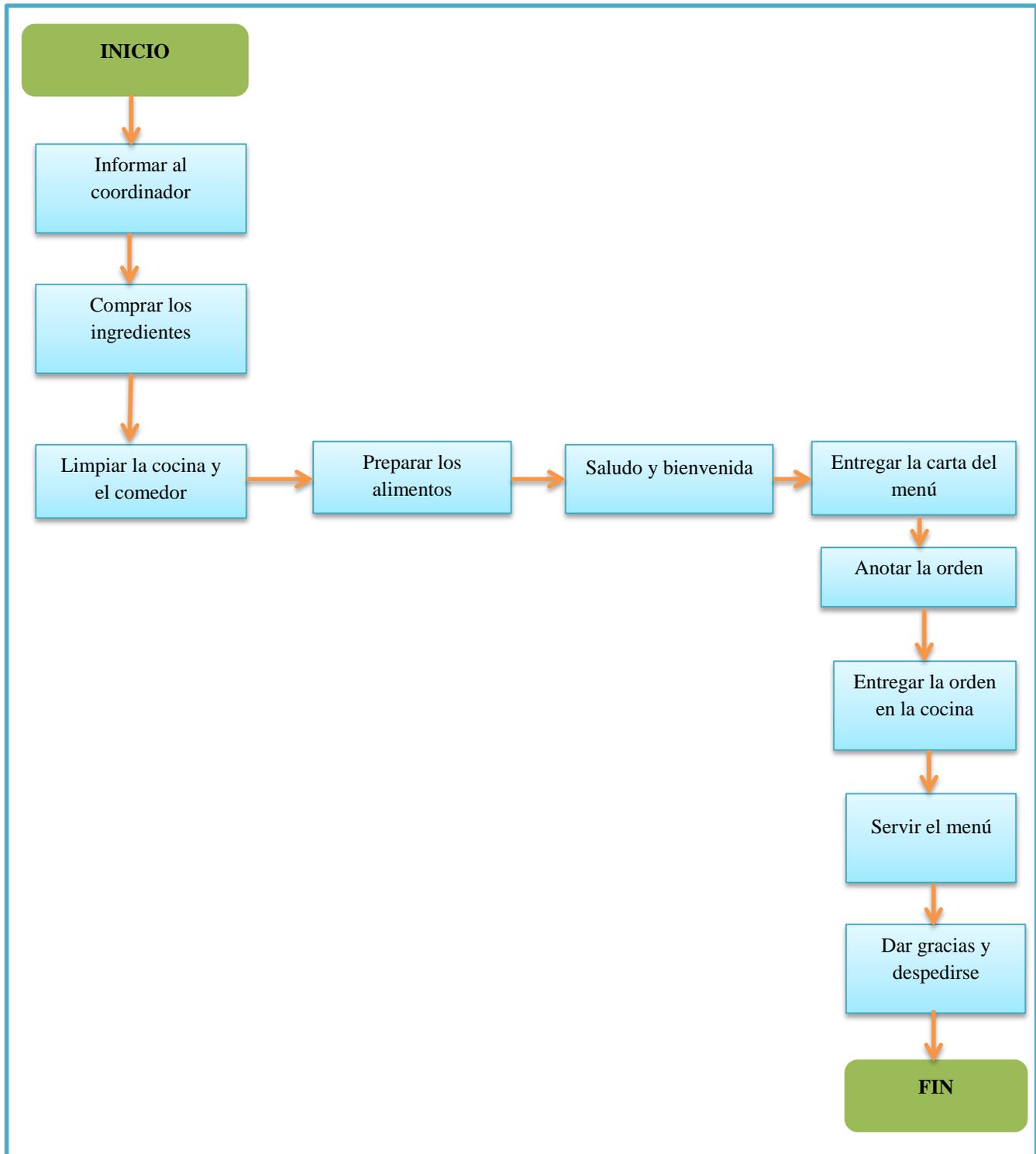
iii. Diagrama de flujo para el servicio de alimentación

Figura 28: Diagrama de servicio de alimentación

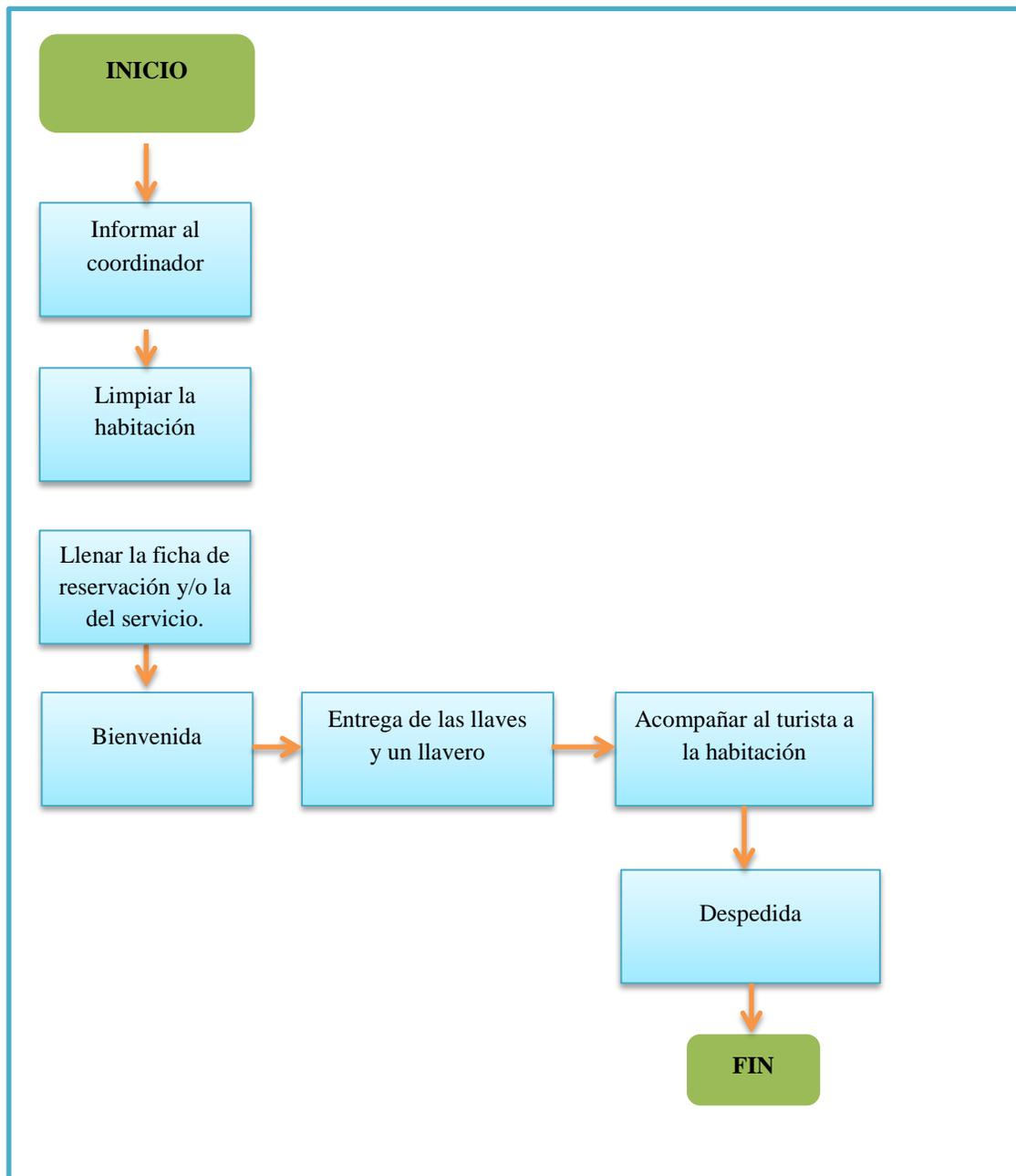
iv. Diagrama de flujo para el servicio de hospedaje

Figura 29: Diagrama de servicio de hospedaje

v. Diagrama de flujo para el servicio de guianza

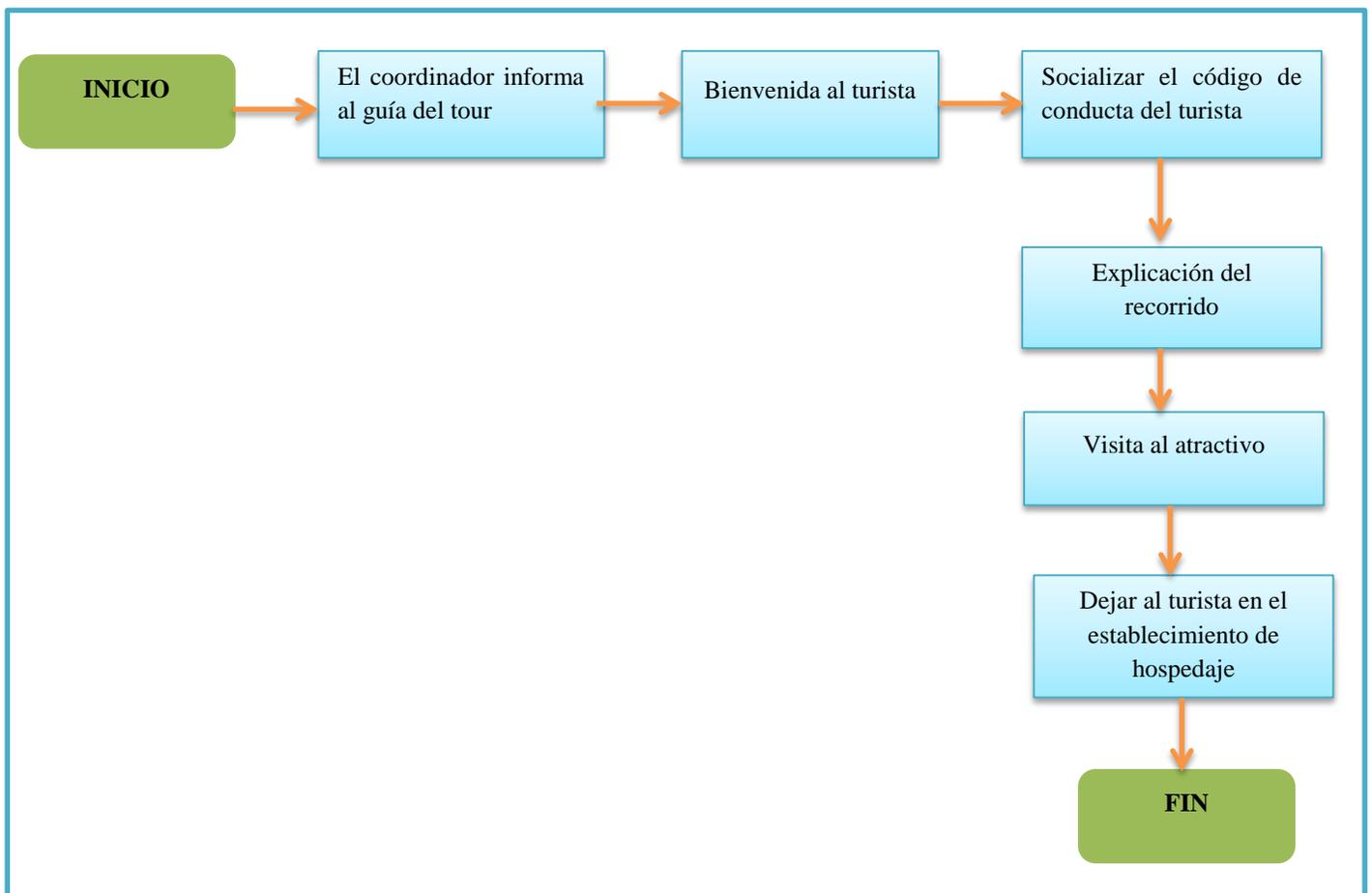


Figura 30: Diagrama de servicio de guianza

vi. Diagrama de flujo para el desarrollo de un tour

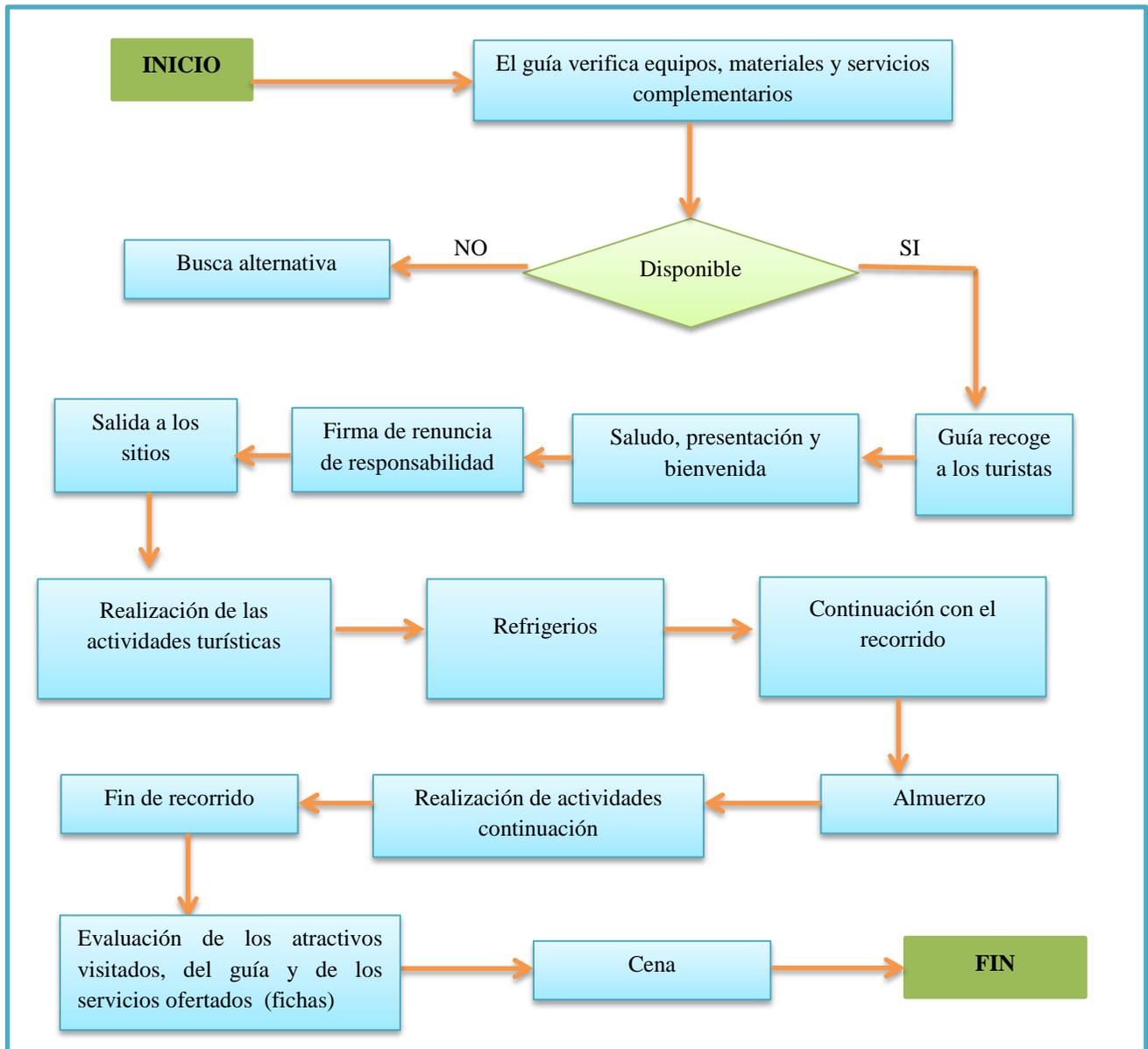


Figura 31: Diagrama de desarrollo de un tour

6. Código de ética y normas de visita

1) Código de ética

- El turismo comunitario debe constituir una fuente alternativa de ingreso que genere beneficios directos e indirectos a la comunidad.
- Los recursos turísticos deben ser respetados y valorados tanto por la comunidad como por los visitantes.
- Se debe respetar la cosmovisión e ideología de ellos mismo y de turistas.
- Es necesario cuidar y respetar la naturaleza.
- Cuidar y respetar las señalizaciones presentes.

2) Normas para el visitante

Las normas de conducta tanto para los miembros del centro de turismo comunitario como para los visitantes se han basado en las normas de la CORDTUCH, han sido discutidos en talleres representativos y se han modificado según las recomendaciones que son las siguientes:

- Colocar la basura en su lugar
- Evitar provocar incendios
- Cuidar la flora y fauna
- Se prohíbe dejar desechos plásticos, vidrios y otros que no sean de fácil reciclaje, en caso de haber llevado regresarse con el desecho.
- Es permitido acampar solo en áreas autorizadas y controladas por los guías.
- Se prohíbe el vandalismo en los atractivos naturales, culturales o infraestructura.
- No recolectar semillas, plantas, insectos a excepción las plantas autorizadas por el guía.
- No se permite donación, cambios o venta de ropa usada a los miembros de la comunidad.
- No demostrar caricias ni besos delante de los miembros de la comunidad.
- Se prohíbe el uso de alcohol y drogas.
- No fumar durante todo el proceso del tour, ni dentro de las habitaciones y delante de los niños.
- Se prohíbe las armas de fuego o cualquier objeto corto punzante.
- Se prohíbe prestar dinero a los guías o a los miembros de la comunidad.
- Respetar los conocimientos locales.

- Si desea realizar alguna investigación, debe contar con el permiso respectivo así como la participación de los habitantes de la comunidad.
- No debe apartarse del grupo.
- Seguir siempre las instrucciones del guía y personal.
- Evite descuidar sus pertenencias.
- Evite salir sin guías en la noche.

a) Relación con el Patrimonio Natural

- No atente en contra de la naturaleza: no arrojar basura, no encender fuego, no arrancar ni cortar plantas.
- No deje desechos plásticos, vidrios y otros que no sean de fácil reciclaje.
- Únicamente se acampará en las áreas autorizadas y determinadas por el Centro de Turismo Comunitario
- No rompa el equilibrio de la naturaleza:
- No atente contra la flora de la zona, se prohíbe cortar o escribir grafitis sobre los troncos o ramas de los árboles
- Se prohíbe la colección de semillas, plantas, insectos o animales.

b) Relación con la Comunidad

- Se prohíbe dar regalos de cualquier tipo a los miembros de la comunidad
- No se permite donaciones, cambios o venta de ropa usada
- Puede fotografiar a los habitantes de la localidad, siempre que ellos lo autoricen
- No besarse ni abrazarse frente a los miembros de la comunidad
- Absténgase de usar drogas o alcohol durante su visita
- Evite el contacto íntimo con el guía o miembros de la comunidad
- Se prohíbe el préstamo de dinero a los guías o a cualquier miembro de la Corporación
- Respete los conocimientos locales
- Respete a las personas adultas (adultos mayores), jóvenes y niños.
- No irrumpa en áreas que no se le ha permitido visitar u observar

c) **Investigaciones**

- Es necesario solicitar los permisos respectivos para la realización de investigaciones en la localidad
- Los habitantes locales deben participar en los procesos de investigación

d) **Seguridad**

- Siga siempre las instrucciones del guía y del personal del Centro
- Cuide sus pertenencias de valor

3) **Normas de Conducta entre el Personal de Planta**

La empresa debe elaborar su código de ética y normas de conducta entre el personal de Planta y encargarse de que se cumpla.

a) **Normas de Conducta entre los miembros del equipo de gestión de la comunidad para el turismo comunitario.**

- Los miembros del equipo de gestión del CTC deben mantener un trato amable entre sí.
- Los miembros del equipo de gestión del CTC deben mantener conductas decentes con sus compañeros y que no incomoden a los turistas.
- Los miembros del equipo de gestión del CTC deben trabajar en equipo y de manera coordinada.
- Los miembros del equipo de gestión del CTC no deben ingerir bebidas alcohólicas ni drogas en su horario de trabajo ni horas libres.
- Los miembros del equipo de gestión del CTC no deben fumar en las instalaciones o sitios que molesten a los visitantes.
- Los miembros del equipo de gestión del CTC deberán abstenerse de utilizar aquellas áreas destinadas a los visitantes.
- Los miembros del equipo de gestión del CTC deben evitar reuniones sociales y fiestas que molesten a los visitantes y no tengan la autorización debida por parte de los directivos de la empresa.

- Los miembros del equipo de gestión del CTC deberán ser separados de su trabajo en el caso de que tenga comportamientos impropios o de acoso sexual hacia sus compañeros/as.

4) Normas para los miembros del equipo de gestión de turismo comunitario con el Visitante

- Los miembros del centro de turismo comunitario debe mantener una relación amable y de respeto entre sí.
- Deben mantener un comportamiento adecuado y decente que no incomode al visitante.
- Deben trabajar en conjunto y de manera coordinada.
- Es prohibido ingerir bebidas alcohólicas, drogas en su horario de trabajo ni en horas libres en las que se encuentre en el establecimiento.
- No deben fumar en las instalaciones o sitios que incomoden a los visitantes.
- Deben evitar fiestas o reuniones sociales que molesten al visitante.
- Ser puntuales, responsables y cumplir adecuadamente sus funciones.
- Atender las necesidades del turista con prontitud y amabilidad.
- Mantenerse fuera de las áreas destinadas para el descanso del visitante.
- Realizar las labores de limpieza y arreglo sin incomodar al visitante.
- Deben tener limpieza personal permanente.
- Evitar gritos, peleas, discusiones que molesten al visitante.
- Se prohíbe pedir regalos a los turistas.
- No tomar las pertenencias de los turistas.
- En caso de que el turista olvidara alguna pertenencia se guardara hasta que el turista lo solicite.

5) Normas de conducta entre el guía de la localidad y el visitante

- Por lo menos una persona en el CTC debe hablar inglés básico.
- Las personas que trabajen en turismo deberán ser tolerantes a las distintas religiones, razas, sexualidad, política, etc. de los visitantes.
- El personal deberá ser consciente de la realidad ecológica de la zona, conocer los atractivos cercanos, estar capacitado para brindar un buen servicio e información al visitante.
- Se debe cuidar la apariencia personal, ser amable, cortés y servicial, escuchar al visitante y estar siempre dispuesto a brindar un servicio rápido y eficiente.

- Los servicios serán prestados en forma responsable, puntual, con buena predisposición, acorde a lo que el cliente espera.
- El personal buscará siempre en lo posible exceder las expectativas de los visitantes y ayudarlos con dudas o problemas.
- Cuando se hable con un visitante se lo llamará por su nombre, ofreciéndole una sonrisa y mirándolo a los ojos, con un trato correcto y amistoso, evitando mascar chicle, fumar o comer.
- A la entrada o llegada de visitantes siempre habrá alguien quien los reciba, llene los documentos de recepción, les enseñe el entorno y las instalaciones del CTC explicando el funcionamiento y localización de cada cosa; comunicándoles los horarios y dependencias donde se sirve el desayuno y las comidas.
- En épocas de gran influencia de clientes o en los momentos del día en que se establece un contacto con ellos sobre todo en los desayunos y comidas, se vigilara especialmente nuestro aspecto personal y limpieza de las ropas y calzado.
- El CTC debe tener signos de identificación propios como: uniformes, placas de identificación de los empleados, etc.
- El personal del CTC que va a estar en contacto con los visitantes debería tener las siguientes características:

i. Comportamiento

- Actuar con prontitud
- Escuchar cuidadosamente al visitante
- Ser atento
- Actuar con comprensión
- Dar explicaciones detalladas
- Evitar formas poco comunes de hablar
- Mostrar capacidad para el trabajo
- Trato individual y personalizado

ii. Actitud

- Cortés

- Amistoso
- Educado
- Amable
- Atento
- Preocupado
- Responsable

iii. Imagen

- Cuidado personal
- Ropas
- Zapatos
- Cabello
- Limpieza personal

iv. Puntos claves del proceso de atención al visitante

- Sonrisa
- Contacto visual con el visitante
- Utilizar el nombre del visitante
- Prestar atención, estar atento
- Utilizar el mismo lenguaje: tonos, gestos, acento del visitante
- Ser positivo
- Demostrar respeto
- Identificarse con el CTC
- Evitar eludir o traspasar responsabilidades
- Conocer el servicio que prestamos
- Cuidar el aspecto y la imagen de la persona
- Cuidar la imagen del CTC
- Actuar en forma natural
- Demostrar seguridad y conocimiento

6) Normativa para la prestación de servicios (Prestador-cliente)

- El cliente por encima de todo. Es el cliente a quien debemos tener presente antes de nada.
- No hay imposibles, a veces los clientes solicitaran cosas casi imposibles que con un poco de esfuerzo y ganas, se lograra cumplir lo que desea.
- Cumplir todo lo prometido al cliente.
- Satisfacer al cliente a medida de entregar un servicio que cumpla lo pedido y mucho más de lo que espera. ¿Cómo lograrlo? Conociendo muy bien a nuestros clientes enfocándonos en sus necesidades y deseos.
- Para el cliente usted marca la diferencia. Las personas que tendrán contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, dependerá del trato amable y cordial que brinde además de una calurosa bienvenida pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso hace la diferencia.
- Fallar en un punto significa fallar en todo. Puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero que pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega accidentada se perderá absolutamente todo
- El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente. La única verdad es que los clientes son quienes, en su mente y su sentir lo califican, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo. Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátese de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

7. Herramientas para la gestión administrativa y operativa del CTC Guaro Grande

Para evaluar la calidad de los servicios, visita y experiencia del visitante se debe aplicar fichas de satisfacción y registro de cada uno de los turistas que lleguen a la comunidad, los datos a recabar son instrumentos de monitoreo del CTC que sirven para mejorar la calidad de los servicios que ofrece el lugar.

a. Modelo de ficha de registro de visitantes

 <div style="text-align: center;"> <p>GUARO GRANDE CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO REGISTRO DE VISITANTES</p> </div>			
Nombre.			
No. de cédula o pasaporte			
País de residencia			
Ciudad de residencia			
Estado civil			
Género	Masculino		Femenino
Fecha de nacimiento			
Profesión u ocupación	Edad		
Duración de la estadía			
Modalidad de viaje	Independiente		Agencia de viajes
Fecha de ingreso			
Fecha de salida			
Responsable			

Nota: Manual de turismo comunitario de la CORDTUCH.

b. Modelo de ficha de renuncia de responsabilidades

GUARO GRANDE **CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO**



Renuncia de Responsabilidades por parte del pasajero

Estoy informando y acepto que los tours del Centro de Turismo Comunitario “Guaro Grande”, constituye experiencias de campo y aventura, por lo tanto, implican exposición a diferentes riesgos tales como: accidentes durante el trekking, cabalgata o ruta ciclística, y otros. Tengo pleno conocimiento de esto, asumo voluntariamente estos riesgos y acepto que el Centro de Turismo Comunitario “Guaro Grande” no me provea de un seguro contra accidentes ni evacuación o rescates en casos de emergencia y declaro que llevo un seguro de viaje contratado por mí y que conozco su alcance y condiciones.

Libero por este medio al Centro de Turismo Comunitario “Guaro Grande” de toda responsabilidad por cualquier accidente, daño por herida o lesión, enfermedad o muerte durante el desarrollo de este programa.

Nombre pasajero

Firma del pasajero

No. de cédula/pasaporte

Fecha

c. Modelo de ficha para evaluar la satisfacción del visitante



GUARÓ GRANDE
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO
Ficha de evaluación de satisfacción

A partir de sus sugerencias, queremos fortalecer nuestro producto, ofrecerle un mejor servicio y garantizarle una experiencia inolvidable. Por favor califique nuestros servicios en cuanto a:

NUESTROS SERVICIOS			
¿A la llegada al CTC el personal le atendió?			
¿El servicio de alimentación que usted recibió en el CTC fue?			
¿El servicio de hospedaje que usted recibió en el CTC fue?			
¿El servicio de guianza que usted recibió fue?			
¿El servicio de transporte que usted recibió fue?			
¿La limpieza en el CTC le pareció?			
¿Las actividades y la realización de estas en el CTC le parecieron?			

Nota: Manual de turismo comunitario de la CORDTUCH.

F. EFECTUAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA – FINANCIERA DEL PROYECTO.

1. Viabilidad económica

a. Activos fijos de la planta turística (Albergue)

1) Costo de equipamiento

a) Área de alojamiento

Tabla N° 69. Costo de equipamiento de alojamiento

Equipamiento necesario para las habitaciones			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipos			
Televisión	6	500	3000,00
Lámpara	14	6,00	84,00
Sub total			3084,00
Muebles			
Camas de 2,10m *1,50m	14	150,00	2100,00
Mesa	6	80,00	480,00
Sillas	6	25,00	150,00
Veladores	14	60,00	840,00
Closet	6	470,00	2820,00
Sub total			6390,00
Menaje			
Colchón 2,10m *1,50m	14	200,00	2800,00
Juego de sábanas	25	25,00	625,00
Cobijas típicas	20	25,00	500,00
Cobijas normales	20	23,00	460,00
Edredones	20	45,00	900,00
Almohadas	28	3,00	84,00
Armadores	2 docenas	2,00	4,00
Subtotal			5373,00
Decoración			
Juego de cortinas típicas	6	40,00	240,00
Alfombras típicas	6	20,00	120,00
Tapetes	6	5,00	30,00
Cuadros	12	5,00	60,00
Subtotal			450,00
Baño habitaciones			
Cortina de baño	6	20,00	120,00
Juego de toallas	12	13,00	156,00
Repisas	6	20,00	120,00
Espejos	6	8,00	48,00
Basureros	6	4,00	24,00
Subtotal			468,00
SUB TOTAL			15765,00
IMPREVISTOS 10%			1576,50
TOTAL			17341,50

Nota: Trabajo de campo, 2016.

b) Área de alimentación

Tabla N° 70. Costo de equipamiento del área alimentación

Equipamiento necesario para Restaurante			
Mobiliario			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Comedor			
Mesas	6	50,00	300,00
Sillas	24	8,00	192,00
Barra	1	120,00	120,00
Anaqueles artesanales	1	50,00	50,00
Subtotal			\$ 662,00
Cocina			
Closet de cocina	1	300,00	300,00
Subtotal			\$ 300,00
Bodega			
Estantes de madera	2	30,00	60,00
Subtotal			\$ 60,00
Equipo			
Mini componente	1	300,00	300,00
Subtotal			\$ 300,00
Menaje			
Comedor			
Manteles (2mx1,50m)	12	8,00	96,00
Sobremanteles (Listas)	12	13,00	156,00
Servilletas de tela	40	1,50	60,00
Recipiente de agua/ grande	2	20,00	40,00
Porta servilletas/mediano (madera)	12	3,00	36,00
Floreros	12	7,00	84,00
Reloj	1	15,00	15,00
Subtotal			\$ 487,00
Lencería y menaje			
Cocina			
Manteles de cocina	5	3,00	15,00
Mandiles para personal de cocina	5	5,00	25,00
Reloj de cocina	1	8,00	8,00
Sub total			\$ 48,00
Vajilla para mesa-comedor			
Plato base	30	2,00	60,00
Platos soperos	30	2,00	60,00
Plato postre	30	2,00	60,00
Platos pequeños	30	1,00	30,00
Platos taza de café	30	0,75	22,50

Tazas de café	30	0,75	22,50
Teteras	6	4,00	24,00
Azucareras	10	2,00	20,00
Saleras	10	2,00	20,00
Pimenteros	10	2,00	20,00
Paneras	10	2,50	25,00
Ensaladeras	10	3,00	30,00
Tiestos	2	4,00	8,00
Cuchillos	20	1,00	20,00
Tenedores	40	0,75	30,00
Cucharas	40	0,75	30,00
Vasos	40	0,75	30,00
Jarra de jugo mediano	15	3,00	45,00
Subtotal			\$557,00
Decoración			
Interior del restaurante			
Arado	3	15,00	45,00
Yugo	3	15,00	45,00
Cuadros	10	15,00	150,00
Chicote	3	5,00	15,00
Carta de menú	32	4,00	128,00
Subtotal			\$ 383,00
Exterior del restaurante			
Herradura	1	5,00	5,00
Plantas ornamentales	80	0,50	40,00
Subtotal			\$ 45,00
SUBTOTAL			\$ 2842,00
IMPREVISTOS 10%			\$ 284,20
TOTAL EQUIPAMIENTO RESTAURANTE			\$ 3126,20

Nota: Trabajo de campo, 2016.

Tabla N° 71. Costo equipamiento cocina

Equipamiento necesario para Cocina			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cocina industrial	1	250,00	250,00
Refrigeradora	1	700,00	700,00
Horno	1	200,00	200,00
Licuadaora	1	90,00	90,00
Microonda	1	90,00	90,00
Cafetera	1	50,00	50,00
Batidora	1	70,00	70,00
Cilindro de gas	2	60,00	120,00
Subtotal			\$ 1.430,00
Utensilios de cocina			
Juegos de olla (barro)	3	25,00	75,00
Juegos de olla (umco)	2	250,00	500,00
Juego de sartenes	1	160,00	160,00
Juego de tablas	1	50,00	50,00
Juego de implementos de cocina	1	220,00	220,00
Docena de individuales	1	17,00	17,00
Adornos (varios)	1	100,00	100,00
Paquetes de servilletas	10	3,00	30,00
Cuchillos de cocina	7	1,50	10,50
Juego de lavacaras inoxidables	2	7,00	14,00
Juego de bandejas	2	7,00	14,00
Charoles	3	10,00	30,00
Recipientes pequeños	10	2,50	25,00
Moldes de pastel grande	3	5,00	5,00
Juego de pirex	3	9,00	27,00
Cuchillo pan	5	2,00	10,00
Cucharones	5	2,50	12,50
Cucharetas	5	2,50	12,50
Espumadera	3	2,00	6,00
Tenedor grande de cocina	3	2,50	7,50
Pinza de ensalada	3	2,00	6,00
Hachuela pequeña	2	12,00	24,00
Espátula	3	4,00	12,00
Juego de cernidero	2	3,50	7,00
Ralladores	2	3,00	6,00
Recipientes de condimentos	5	1,50	7,50
Recipientes de sal y azúcar	2	2,50	5,00
Achiotera	2	4,00	8,00
Frascos de vidrio	5	2,00	10,00
Jarra pequeña	4	2,00	8,00
Balde mediano	3	2,00	6,00
Balde grande	3	3,00	9,00
Tina grande	2	6,00	12,00
Canastilla de legumbres	3	3,50	10,50
Canastilla se verduras	3	3,50	10,50
Recipientes de alimentos	7	3,00	21,00
Juego de cortina	3	7,00	21,00
Canasto de platos	3	6,00	18,00
Balanza	1	15,00	15,00
Recogedor de basura	3	2,00	9,00
Basurero	3	7,00	21,00
Abre latas	3	4,00	12,00

Triturador de ajo	2	2,50	5,00
Exprimidor de limón	4	2,00	8,00
Destapador	2	1,50	3,00
Sub total			
SUB TOTAL			\$ 3030,5
IMPREVISTOS 10%			\$ 303,05
TOTAL EQUIPAMIENTO COCINA			\$ 3.333,55

Nota: Trabajo de campo, 2016.

c) Área Administrativa

Tabla N° 72. Costo de equipamiento del Área Administrativa

Equipamiento necesario para el Área Administrativa			
Oficina de Administración			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Muebles/ enseres rubros			
Escritorio	1	200	200,00
Silla / oficina	4	25	100,00
Silla giratoria	1	90	90,00
Archivador	1	220	220,00
Subtotal			\$ 610,00
Maquinaria y equipo			
Computadora	1	1,300	1,300
Impresora	1	Incluye	Incluye
Proyector Sony	1	1,000	1,000
Tv 42 pulgadas, LG	1	700,00	700,00
DVD LG	1	250,00	250,00
Calculadora Deli	2	20,00	40,00
Radio transmisor Motorola	2	350,00	700,00
Botiquín de primeros auxilios	1	200,00	200,00
Teléfono	1	45,00	45,00
Sub total			\$ 4235,00
Insumos			
Resma de papel	5	5,00	25,00
Carteras	20	0,25	5,00
Folder	10	2,50	25,00
Perforadoras	1	3,00	3,00
Grapadoras	1	4,00	4,00
Caja de esferos	1	6,00	6,00
Subtotal			\$ 68,00
Decoración			
Cortinas	4	8,00	32,00
Textiles	3	15,00	45,00
Cuadros (20cm x 30 cm)	3	15,00	45,00
Subtotal			\$ 122,00
Sala Star			
Muebles/enseres rubros			
Juego de muebles	1	700,00	700,00
Mesa de centro	1	200,00	200,00
Base para botellón de agua	1	20,00	20,00
Anaqueles artesanales	1	50,00	50,00
Sub total			\$970,00

Decoración			
Cortinas	2		16,00
Alfombras	2		40,00
Textiles	2		30,00
Cuadros	2		30,00
Revistas turísticas	MINTUR	MINTUR	
Libros varios	MINTUR	MINTUR	
Subtotal			\$ 116,00
SUB TOTAL			6121,00
IMPREVISTOS 10%			612,10
TOTAL EQUIPAMIENTO ÁREA ADMINISTRATIVA			6733,10

Nota: Trabajo de campo, 2016.

d) Áreas verdes

Tabla N° 73. Costo de equipamiento de áreas verdes

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Muebles			
Bancas	7	220,00	1540,00
Arco para futbol	2	180,00	360,00
Cesta para basquetbol	2	50,00	100,00
Subtotal			\$ 2000,00
Decoración			
Plantas nativas	30	0,25	7,50
Plantas ornamentales	20	0,35	7,00
Subtotal			\$ 14,50
SUB TOTAL			2014,50
IMPREVISTOS 10%			201,45
TOTAL			2215,95

Nota: Trabajo de campo, 2016.

e) Área de parqueadero

Tabla N° 74. Costo de equipamiento del área de parqueadero

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipos			
Cámara de seguridad	1	450,00	450,00
Alarma	1	150,00	150,00
SUB TOTAL			600,00
IMPREVISTOS 10%			60,00
TOTAL			660,00

Nota: Trabajo de campo, 2016.

f) Área de baños

Tabla N° 75. Costo de implementos para los baños generales

Equipamiento necesario para los Baños generales			
Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Espejos grandes	2	70,00	140,00
Repisas	6	10,00	60,00
Basureros	6	6,00	36,00
SUB TOTAL			236,00
IMPREVISTOS 10%			23,6
TOTAL EQUIPAMIENTO BAÑOS GENERALES			259,6

Nota: Trabajo de campo, 2016.

g) Implementos para la actividad turística

Tabla N° 76. Costo de implementos para la actividad turística

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipos			
Bicicleta de montaña	6	380,00	2.280,00
Equipo de canopy	3	1258,00	3774,00
Equipo para ciclismo	6	63,00	378,00
Equipo para pesca	6	42,00	252,00
Cascos	6	28,00	168,00
Guante (par)	6	25,00	150,00
Carpa	3	150,00	450,00
Sliping	3	29,00	87,00
Botas de caucho	3	7,00	21,00
Poncho de agua	3	6,00	18,00
Aislante	3	60,00	180,00
SUB TOTAL			7758,00
IMPREVISTOS 10%			775,80
TOTAL			8533,80

Nota: Trabajo de campo, 2016.

b. Activos diferidos

Se considera como activos diferidos a los gastos por constitución, patentes y licencias, promoción y publicidad, servicios básicos y capacitación.

Tabla N° 77. Gastos de los activos diferidos

Activos diferidos	
Gasto de constitución	Valor total
Conformación jurídica	\$ 200,00
Autorizaciones notariales	\$ 600,00
Sub- total	\$ 800,00
Gastos de patentes y licencias	
Registro ante el MINTUR	\$ 94,40
Licencia de funcionamiento	\$ 15,00
RUC	\$ 10,00
Estudio Ambiental	\$ 2376,00
Sub- total	\$ 2495,40
Gasto de promoción y publicidad	
Promoción y publicidad	\$ 2720,00
Sub- total	\$ 2720,00
Gasto de servicios básicos	
Luz	\$ 200,00
Agua	\$ 50,00
Teléfono	\$ 200,00
Internet	\$ 200,00
Mantenimiento de la web	\$ 120,00
Sub- total	\$ 720,00
Gasto de capacitación	
Capacitación de personal	\$ 533,40
Sub- total	\$ 533,00
TOTAL	\$ 7268,40

Nota: Trabajo de campo, 2016.

c. Capital de trabajo

1) Remuneración

Tabla N° 78. Remuneración del personal

Personal	Salario mensual	Salario anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte al IEES (20,60%)	Remuneración
							Anual
Coordinador	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
Secretario/ contador	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
Recepcionista	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
Ayudante	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
Ayudante	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
Cocinero	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
Ayudante	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
Ayudante	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
Cajero	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
Mantenimiento y seguridad	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
Ayudante	366,00	4392,00	366,00	366,00	183,00	904,75	6211,75
TOTAL							68329,27

Nota: Trabajo de campo, 2016.

d. Resumen de la inversión

En el siguiente cuadro se presenta el resumen de la inversión estima para la implementación del proyecto.

Tabla N° 79. *Resumen de la inversión*

Resumen de inversión	
Activos fijos	
Descripción	Valor total
Terreno	\$00000
Construcción	\$ 59.819,85
Mobiliario	\$ 10.992,00
Equipos	\$ 21.582,50
Menaje	\$ 6.465,00
Decoración	\$ 1598,50
Sub- total	\$99.659,96
Activos diferidos	
Gasto por constitución	\$ 3.295,40
Gasto publicidad y promoción	\$ 2.720,00
Gasto servicios básicos	\$ 720,00
Gasto de capacitación	\$ 533,00
Sub- total	\$ 7.268.40
Capital de trabajo	
Capital de trabajo	\$ 68329,27
Sub- total	\$ 68329,27
TOTAL	\$ 175.257,63

Nota: Trabajo de campo, 2016.

e. Fuentes de financiamiento

Tabla N° 80. *Fuentes de financiamiento*

Descripción	Inversión
Inversiones fijas	\$ 100.457,85
Activos diferidos	\$ 7.268,40
Capital de trabajo	\$ 68329,27
TOTAL INVERSIÓN	\$ 175.257,63
PRESTAMO (MINTUR) 70%	\$ 122.680,00
GAD PALLATANGA	\$ 52.577,63
TOTAL APORTACIONES	\$ 175.257,63

Nota: Trabajo de campo, 2016.

El Ministerio de Turismo con su programa “Negocios Turísticos Productivos”, conjuntamente con el Banco del Fomento otorgan préstamos, que van de \$701,00 hasta \$300000,00 con un plazo máximo de pago de 10 años y una tasa de interés del 5%.

El financiamiento requiere de la inversión de dos entidades como el Ministerio de Turismo que aportará con el préstamo el monto del 70% del total de la inversión y del GAD cantonal que cuenta con un capital para invertir en proyectos de turismo según el POA.

f. Depreciación

Los activos fijos se deprecian por ley y de esta manera se conocer el valor de salvamento y la depreciación anual de los bienes.

Tabla N° 81. Depreciación de activos fijos

ACTIVOS FIJOS	COSTO DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL (AÑOS)	% depreciación 100%	DEPRECIACIÓN ANUAL
Terrenos	\$0,00	0,00	\$0,00	0	0,00	\$0,00
Edificios	\$59.021,96	0,00	\$59.021,96	20	0,05	\$2.951,10
Equipos de cómputo	\$2.300,00	0,00	\$2.300,00	3	0,33	\$766,67
Muebles y Enseres	\$10.992,00	0,00	\$10.992,00	5	0,20	\$2.198,40
Equipo de Apoyo	\$14.387,50	0,00	\$14.387,50	3	0,33	\$4.795,83
Parqueadero	\$660,00	0,00	\$660,00	20	0,05	\$33,00
Maquinaria y Equipo	\$4.235,00	0,00	\$4.235,00	10	0,10	\$423,50
Menaje	\$6.465,00	0,00	\$6.465,00	3	0,33	\$2.155,00
Decoración	\$1.598,50	0,00	\$1.598,50	5	0,20	\$319,70
TOTAL	\$99.659,96	0,00	\$99.659,96			\$13.643,20

Nota: Trabajo de campo, 2016.

g. Amortización

La amortización se realiza para recuperar los fondos invertidos, que se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla N° 82. Amortización de los activos diferidos

Amortización de activos diferidos						
Rubros de activos diferidos	Valor	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL AMORT.DIFERIDOS	\$ 7.268,40	1.453,68	1.453,68	1.453,68	1.453,68	1.453,68
Gasto por constitución	\$ 3.295,40					
Gasto publicidad y promoción	\$ 2.720,00					
Gasto servicios básicos	\$ 720,00					
Gasto de capacitación	\$ 533,00					

Nota: Trabajo de campo, 2016.

h. Pago de la deuda

El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:

- a. Préstamo \$ 122.680,00
- b. Plazo 5 años
- c. Capitalizable anual
- d. Interés 10 %.

Tabla N° 83. Pago de la deuda

AÑO	CAPITAL DE PRESTAMO	CAPITAL ACUMULADO	INTERES 5%	CUOTA ANUAL	SALDO
2017	\$ 24.536,00	\$ 24.536,00	\$ 11.143,43	\$ 35.679,43	\$ 98.144,00
2018	\$ 24.536,00	\$ 49.072,00	\$ 8.689,83	\$ 33.225,83	\$ 73.608,00
2019	\$ 24.536,00	\$ 73.608,00	\$ 6.236,23	\$ 30.772,23	\$ 49.072,00
2020	\$ 24.536,00	\$ 98.144,00	\$ 3.782,63	\$ 28.318,63	\$ 24.536,00
2021	\$ 24.536,00	\$ 122.680,00	\$ 1.329,03	\$ 25.865,03	\$ 0,00
TOTAL	122.680,00		\$ 31.181,15		

Nota: Trabajo de campo, 2016.

i. Estructura de costos y gastos

Tabla N° 84. Costo y gastos de proyecto (Valor de inflación 3,38 BCE 2015)

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Costos de Producción						
Materiales e insumos	\$ 800,00	\$ 827,04	\$ 854,99	\$ 883,88	\$ 913,75	\$ 944,63
Subtotal	\$ 800,00	\$ 827,04	\$ 854,99	\$ 883,88	\$ 913,75	\$ 944,63
Gastos administrativos						
Gasto por constitución	\$ 3.295,40	\$ 3.406,78	\$ 3.521,92	\$ 3.640,96	\$ 3.764,02	3.891,24
Gasto de servicios básicos	\$ 720,00	\$ 744,33	\$ 769,48	\$ 795,48	\$ 822,36	\$ 850,15
Capacitaciones	\$ 533,00	\$ 551,01	\$ 569,63	\$ 588,88	\$ 608,78	\$ 629,35
Sueldos	\$ 68.329,27	\$ 70.638,80	\$ 73.026,39	\$ 75.494,68	\$ 78.046,40	\$ 80.684,37
Depreciaciones	\$ 13.643,20	\$ 14.104,34	\$ 14.581,06	\$ 15.073,90	\$ 15.583,39	\$ 16.110,10
Subtotal	\$ 86.520,87	\$ 89.445,26	\$ 92.468,48	\$ 95.593,90	\$ 98.824,95	\$ 98.273,97
Gastos por ventas						
Promoción y publicidad	\$ 2.720,00	\$ 2.811,93	\$ 2.906,97	\$ 3.005,22	\$ 3.106,79	\$ 3.211,79
Subtotal	\$ 2.720,00	\$ 2.811,93	\$ 2.906,97	\$ 3.005,22	\$ 3.106,79	\$ 3.211,79
Gasto financiero						
Interés bancario	0,00	8.689,83	\$ 6.236,23	\$ 3.782,63	\$ 1.329,03	0,00
Subtotal	0,00	\$ 8.689,83	\$ 6.236,23	\$ 3.782,63	\$ 1.329,03	0,00
TOTAL	\$ 90.040,87	\$ 101.774,06	\$ 102.466,67	\$ 103.265,63	\$ 104.174,52	102.430,39

Nota: Trabajo de campo, 2016.

Aquí se resumen todos los costos y gastos que se tendrá en los 5 años del proyecto, las proyecciones se las hizo con el cálculo del interés compuesto con la tasa de inflación del Ecuador del año 2015 que fue del 3.38 %.

j. Ingresos

El cálculo de los ingresos se realizó por producto, el Centro de Turismo Comunitario Guaro Grande ofertará 3 productos los cuales se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla N° 85. Ingresos por producto

Producto 01:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alojamiento					
Simple (10)	\$ 8.230,00	\$ 8.559,20	\$ 8.904,86	\$ 9.258,75	\$ 9.629,10
Sub-total	\$ 8.230,00	\$ 8.559,20	\$ 8.904,86	\$ 9.258,75	\$ 9.629,10
Producto 02:					
Alimentación					
Platos típicos y al carta	\$ 2.778,00	\$ 2.889,12	\$ 3.000,24	\$ 3.120,62	\$ 3.250,26
Sub-total	\$ 2.778,00	\$ 2.889,12	\$ 3.000,24	\$ 3.120,62	\$ 3.250,26
Producto 03:					
Paquetes					
Guaro un rincón escondido	\$ 108.807,84	\$ 113.154,72	\$ 117.682,72	\$ 122.391,84	\$ 127.293,40
Aventura con la naturaleza	\$ 43.242,40	\$ 44.974,36	\$ 46.774,24	\$ 48.642,04	\$ 50.589,08
Más cascadas	\$ 123.603,08	\$ 128.549,92	\$ 133.689,20	\$ 139.032,24	\$ 144.601,68
Sub-total	\$277.933,66	\$303.503,55	\$331.425,88	\$361.917,06	\$395.213,43
TOTAL	\$277.933,66	\$303.503,55	\$331.425,88	\$361.917,06	\$395.213,43

Nota: Trabajo de campo, 2016.

Los ingresos del servicio de alojamiento y alimentación se calcularon según el porcentaje de aceptación del servicio que obtuvieron en el estudio de mercado.

Los ingresos de los paquetes han sido calculados según el número de paquetes, en este caso han sido propuestos tres, han sido divididos en porcentajes diferentes de acuerdo a la pregunta de permanencia de la encuesta. Para conocer los ingresos se multiplicó el número de personas por el precio de cinco pax ya que representa el grado de aceptación mayoritario en la pregunta del número de personas con las que desea viajar.

El crecimiento estimado fue del 3,34%, porcentaje de inflación del Ecuador en el 2015.

k. Estado de resultados

Tabla N° 86. Estado de resultados

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 277.933,66	\$ 303.503,55	\$ 331.425,88	\$ 361.917,06	\$ 395.213,43
(-)Egresos	\$ 101.774,06	\$ 102.466,67	\$ 103.265,63	\$ 104.174,52	\$ 106.321,63
Gastos de producción	\$ 827,04	\$ 854,99	\$ 883,88	\$ 913,75	\$ 944,63
Gastos administrativos	\$ 89.445,26	\$ 92.468,48	\$ 95.593,90	\$ 98.824,95	\$ 98.273,97
Gastos ventas	\$ 2.811,93	\$ 2.906,97	\$ 3.005,22	\$ 3.106,79	\$ 3.211,79
Gastos Financieros	\$ 8.689,83	\$ 6.236,23	\$ 3.782,63	\$ 1.329,03	\$ 0,00
(=) Utilidad bruta	\$ 176.657,26	\$ 195.660,65	\$ 203.785,39	\$ 218.270,97	\$ 229.041,89
(-) 25% Impuesto a la renta	\$ 44.164,32	\$ 48.915,16	\$ 50.946,35	\$ 54.567,74	\$ 57.260,47
Utilidad neta	\$ 132.119,70	\$ 150.777,66	\$ 171.120,19	\$ 193.306,91	\$ 216.668,85

Nota: Trabajo de campo, 2016.

Este cuadro presenta el estado de pérdidas y ganancias de los movimientos económicos y financieros del proyecto durante el primer año se poseerá una utilidad neta de **\$ 132.119,70** demostrando ser positivo y viable, el factor de incremento es de 3,38% de la tasa de inflación.

1. Flujo de caja

Tabla N° 87. Flujo de caja

RUBROS	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
+ Ventas		\$ 277.933,66	\$ 303.503,55	\$ 331.425,88	\$ 361.917,06	\$ 395.213,43
+ Valor salvamento						68.216
- Gastos producción		827,04	854,99	883,88	913,75	944,63
- Gastos administrativos		\$ 89.445,26	\$ 92.468,48	\$ 95.593,90	\$ 98.824,95	\$ 98.273,97
- Gastos ventas		2.811,93	2.906,97	3.005,22	3.106,79	3.211,79
- Gastos financieros		\$ 8.689,83	\$ 6.236,23	\$ 3.782,63	\$ 1.329,03	0
- Amortización act. dife (5 años)		1.453,68	1.453,68	1.453,68	1.453,68	1.453,68
= Utilidad antes de impuesto		175.203,58	194.206,97	\$ 202.331,71	216.817,29	\$ 299.695,45
- Impuesto (25%)		43.800,90	48.551,74	50.582,93	36.863,93	59.423,09
= Utilidad neta		131.402,69	145.655,23	151.748,78	179.953,36	240.272,36
+ Depreciaciones		13.643,20	13.643,20	13.643,20	13.643,20	13.643,20
- Inversión otros (mobiliario y equipo de oficina, accesorios)	\$99.659,96					
- Inversión act. Nominal	\$ 7.268,40					
- Inversión capital de trabajo	68.329,27					
- Amort. Préstamo		\$ 24.536,00	\$ 24.536,00	\$ 24.536,00	\$ 24.536,00	\$ 24.536,00
FLUJO DE CAJA	-175.257,63	120.136,64	\$ 138.794,60	159.137,13	\$ 208.532,13	\$ 289.229,47

Nota: Trabajo de campo, 2016.

El cuadro representa el movimiento de efectivo con el que contará la empresa anualmente tomando en consideración las utilidades en comparación con las inversiones que se requieren en el proyecto.

2. Análisis financiero

Para realizar el estudio financiero se actualizo el flujo de caja del estudio económico, el cual permite conocer la rentabilidad al estructurar el Centro de Turismo Comunitario.

Tabla N° 88. *Análisis financiero del proyecto*

Valor Actual Neto (VAN)	\$ 263.953,41
Tasa Interna de Retorno (TIR)	30,18%
Relación Beneficio Costo (RBC)	2,99
Período de Recuperación del Capital (PRC)	2 años

Nota: Trabajo de campo, 2016.

El Valor Actual Neto es un resultado positivo de \$ 263.953,41 que representa sobre el proyecto la generación de ingresos.

Se obtuvo una tasa interna de retorno del 30,18% que en comparación con la tasa pasiva de los bancos (10%) lo que indica que el proyecto generará una ganancia 3 veces mayor que la entidad bancaria.

Con la relación beneficio costo se ha obtenido un valor de \$2,99 lo que indica que por cada \$1,00 invertido se obtendrá una ganancia de 1,99.

Finalmente el período de recuperación del capital invertido será en un tiempo de 2 años.

VIII. CONCLUSIONES

- A.** Existe un gran potencial turístico en la comunidad Guaro Grande, pese a la variedad de atractivos naturales y culturales de jerarquía II. Sin embargo, se requiere: la dotación de los servicios básicos, implementación y equipamiento de una planta turística que han sido las principales barreras, para el desarrollo de la actividad turística en la comunidad.

- B.** El producto turístico comunitario es comercialmente viable, debido a que existe una aceptación del 100% de turistas nacionales interesados por el producto, lo cual constituye una oportunidad, para emprender el desarrollo de la actividad turística y fortalecer el desarrollo local.

- C.** El proyecto es viable técnicamente, en cuanto al diseño del centro de turismo comunitario dispondrá de los servicios: de hospedaje con capacidad para 14 pax, restaurant con capacidad para 24 pax, además se elaboró 3 paquetes que serán ofertados a turistas nacionales y locales mediante las estrategias del marketing mix, el cual contribuirá a la dinamización de la economía local.

- D.** Mediante la aplicación de la matriz de Lázaro Lagos se determinó los impactos ambientales y socioculturales que ocasionaría al ejecutar la operación turística, se obtuvo como resultado un total de 170 puntos como impactos positivos frente a 151 puntos como impactos negativos lo que significa que este proyecto es ambientalmente positivo, el mismo que contribuirá a la sostenibilidad de los recursos naturales y culturales.

- E.** Para la credibilidad y seguridad del visitante se debe crear una organización de turismo comunitario, conformada por una comisión por lo cual se requiere reunir requisitos para el MINTUR, y tener conocimiento de la base legal para la constitución del proyecto para saber las disposiciones aplicables en el proyecto.

- F.** El proyecto es económico y financieramente viable por los resultados obtenidos descritos en los siguientes indicadores: Valor Actual Neto (VAN)= \$ 263.953,41 tasa interna de retorno (TIR)= 30,18 %, la relación beneficio/costo= \$ 2,99 lo que indica que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 1,99 ctvs., y la recuperación del capital será en un tiempo de 2 años.

IX. RECOMENDACIONES

- A.** Mejorar la adecuación y dotación de los servicios básicos, para el mejoramiento de la calidad de vida de la población y aumentar la posibilidad de éxito en el desarrollo de proyectos turísticos a nivel comunitario.
- B.** El GAD del cantón Pallatanga, elabore e implemente normativas que promueva la protección de los atractivos naturales y culturales el cual ayude a prevenir el deterioro de los atractivos turísticos.
- C.** Gestionar la implementación de la presente propuesta ante el GAD del cantón Pallatanga, con el objetivo contribuir al desarrollo económico de las familias mejorando la calidad de vida de la población a través del turismo comunitario, ya que una actividad integra.
- D.** Considerar las actividades propuestas en el plan de mitigación con el fin de contrarrestar los impactos provocados por el inicio de funcionamiento del proyecto.
- E.** Cumplir con las obligaciones legales para una mayor credibilidad y seguridad del turista y beneficios para la comunidad, capacitar a la comunidad en atención al cliente para ofrecer un servicio de calidad y así satisfacer las necesidades de los clientes para empezar con pasos firmes, realizando con visión empresarial y logrando empoderamiento de tal manera que la comunidad sea beneficiada no solo económicamente sino también en los ámbitos sociocultural y ambiental.
- F.** Al entrar en operación el Centro de turismo comunitario Guaro Grande se realice alianzas estratégicas y convenios con operadoras de turismo, agencias de viajes, escuelas, colegios y universidades, ONGs, y fundaciones.; además la actualización periódica de los precios de venta de los paquetes se determinará de acuerdo a las condiciones de mercado y a la calidad del producto ofertado.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: determinar la factibilidad para la implementación de un Centro de Turismo Comunitario en la comunidad Guaro Grande, cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo; a través de un proceso participativo se recopiló información primaria y secundaria con salidas de campo. Con la validación del potencial turístico se identificó 6 atractivos naturales y una lista de bienes patrimoniales referentes a los atractivos culturales aptos para un aprovechamiento sostenible. Mediante la viabilidad comercial se detalla el perfil del turista local y nacional, con el análisis de la confrontación demanda y oferta se estipuló los clientes objetivos para el proyecto. El diseño técnico establece la implementación y equipamiento del centro de turismo comunitario, además se diseñaron 3 paquetes turísticos, con sus respectivos itinerarios y costos, los mismos que incluyen la visita a varios sectores, ofertando calidad de servicios y proponiendo la conservación de la cultura y naturaleza, para su comercialización se definieron estrategias de marketing para posesionar en el mercado turístico. El estudio ambiental es factible por mostrar un impacto negativo poco significativo. Para una adecuada operación turística el centro funcionara como una figura legal de Centro de Turismo Comunitario, mediante un modelo de gestión administrativa por área con su respectiva función. El estudio financiero del proyecto determina que al inversión inicial será de: \$ 175.257,63 dando un VAN positivo \$ 263, 953,41 y una relación C/B de 2,99 centavos, el tiempo de recuperación de la inversión será de 2 años alcanzando una TIR del 30,18%. Se concluye que el Centro de Turismo Comunitario es factible, el cual mejorará la calidad de vida de la población.

Palabras claves: Centro de Turismo Comunitario, atractivos turísticos, potencial turístico.

Por: Viviana Ramírez



XI. SUMMARY

The present paper aimed to determine the feasibility for the implementation of a Community Tourism Center in the community of Guaro Grande, Pallatanga Canton, Chimborazo Province. The research was carried out through a participatory process, collecting primary and secondary information by multiple field trips. Potential for tourism was identified in six natural attractions and a list of heritage assets relating to cultural attractions suitable for sustainable use were identified. Local and national commercial tourism viability profiles were studied, along with an analysis of demand and supply, which together established the stipulated objectives for the project. The technical design established the implementation and equipping of the community tourism center. Furthermore, three tour packages were designed with their respective itineraries and costs including visits to several different sectors, a focus on quality services and the preservation of culture and nature. For their commercialization, marketing strategies were created for positioning the center in the tourism market. The environmental study is feasible showing a significant negative impact. For a proper operation, the tourist center should function legally as a Community Tourism Center, following a model of administrative management per area according to respective functions. The financial study of the project determined that the initial investment will be: \$175,257.63 giving a positive NPV of \$263, 953.41 and a B/C of 2.99 cents. The investment recovery time is projected to be two years reaching an IRR of 30.18%. It is concluded that the Tourist Community Center was feasible and would improve the quality of life of the population.

Key words: Community Tourism Center, tourist attractions, tourism potential.

Author: Viviana Ramírez.



XII. BIBLIOGRAFIA

1. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2011). *Estadísticas económicas a nivel nacional*. Quito – Ecuador: BCE
2. Gross M. (2010). *Manuales Prácticos de Gestión, cómo realizar un estudio de mercado*. Primera edición. México: PERSON. p.58.
3. Botero, M. (2010). *Flujo de Caja..* Google.com. Consultado el 21 jul 2015.
Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos66/flujo-caja/flujo-caja.shtml>.
4. Canavos, G. (1988). *Probabilidad y estadística aplicaciones y métodos*. Primera edición. México: CECSA. p. 589.
5. Castro, R. (2010). *Elementos de turismo teoría, clasificación y actividades*. San José – Costa Rica: PROARCA. p. 452.
- 3) CODESPA. (2010). *Manual de Turismo Comunitario*. Primera edición Cuenca - Ecuador: Copifull, p. 119.
6. Contreras, C. (2005). *Estudio de Mercado*. Google.com. Consultado el 14 de agosto de 2014. Recuperado en URL:
<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>.
7. Federación plurinacional de turismo comunitario. (2009). *Turismo Comunitario*. Google.com. Consultado 20 jul 2015. Recuperado en URL:
http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61.

8. Garrido, L. (2006). *Métodos de Análisis de Inversiones - TIR VAN*. Google.com. Consultado 21 jul 2015. Recuperado en URL: <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos/>.
9. Hunziker., & Krapt. (2011). *Turismo*. Google.com. Consultado 20 jul 2015. Recuperado en URL: <http://www.monografias.com/trabajos42/turismo-evolucion/turismo-evolucion2.shtml#turiso>
10. Jara, J. (2011). *Practicas Pre Profesionales II. Tema: "Evaluación del Potencial turístico para la parroquia Salango del Cantón Puerto López, provincia de Manabí*. Riobamba. ESPOCH. pp. 36-40.
11. Leopold, L. B., Clarke, ., F. E., Hanshaw, B. B. & Balsle, J. E. (1971). *A procedure for evaluating environmental impact*. U.S. Geological Survey Circular 645, Washington, D.C
12. León, M.. (2009). *Análisis Financiero*. Google.com. Consultado 20 jul 2015. Recuperado en URL: <http://www.slideshare.net/Sunz42/el-analisis-financiero-1874576>.
13. Luna, R., & Chávez, D. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala: Proarca. p 33.
14. Noboa, P. (2006). *Gestión de recursos culturales II*. Riobamba – Ecuador. p. 65.
15. Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2012). *Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador continental*. Subsecretaría de Patrimonio Natural. Quito: MAE. p. 45.
16. Meneses, E. (2001). *Preparación y Elaboración de Proyectos. tercera Edición*. Quito – Ecuador: RRS. p. 140.

17. Ministerio de Turismo. Gerencia Regional de Recursos Turísticos. (2004). *Metodología para el inventario de atractivos turísticos*. Quito - Ecuador: MINTUR.
18. MINISTERIO DE TURISMO. (MINTUR). (2010). *Boletín de Estadísticas Turística 2010-2014*. Google.com. Consultado 01 noviembre de 2015. Recuperado en URL: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/ESTADISTICAS-TURISTICAS.pdf>.
19. MINISTERIO DE TURISMO (MINTUR). (2010). *Instructivo para registro de centros turísticos comunitarios*. Google.com. Consultado 18 agosto 2015. Recuperado en URL: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-CENTROS-TURISTICOS-COMUNITARIOS.pdf>.
20. MINISTERIO DE TURISMO (MINTUR). (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador PLANDETUR 2020*. MINTUR Ed. BID. Quito-Ecuador: MINTUR. p. 94.
21. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT). (1995). *Turismo*, Google.com. Consultado 01 agosto 2014. Recuperado en URL: <http://www.misrespuestas.com/que-es-el-turismo.html>
22. Pérez, Hernán. (1997). *El procedimiento de Evaluación de Impacto Ambiental*. Google.com. Consultado el 25 agosto 2014. Recuperado en URL: <http://www.slideshare.net/Sunz42/el-analisis-financiero-1874576>.
23. Portales, D. (2001). *Estudio técnico*. Consultado 01 agosto 2014. Recuperado en URL: <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>.
24. Ramírez, V. (2014). *Prácticas preprofesionales I, Tema: Evaluación del potencial turístico de la comunidad Guaró Grande, cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo*. ESPOCH. p. 153.

25. Ramírez, V. (2015). *Prácticas preprofesionales II, Tema: Diseño de una ruta turística para la comunidad Guaró Grande, cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo*. ESPOCH. p194.
26. Ruiz, E. & D. Solís (coord.). (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador, desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya-Yala. p. 86.
27. Sendín, E. (2006). *Concepto de Proyecto Análisis Económico.18p.pdf.* Consultado 21 julio 2014. Recuperado en URL: [http:// www.paginaspersonales.deusto.es](http://www.paginaspersonales.deusto.es).
28. Tierra, P. (2009). *Texto Básico de Planificación Territorial*. Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba: ESPOCH. p. 4
29. Tierra, P. (2010). *Texto Básico de Paquetes Turísticos*. Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba: ESPOCH. p..12, 13.
30. The Nature Conservancy. (2004). *Desarrollo del Ecoturismo – Un manual para los profesionales de la conservación*. Volumen II. 2004 Arlington, Virginia, USA.p. 116.
31. Thompson, I. (2007). *Organización.* Consultado 26 agosto 2014. Recuperado en URL: <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-organizacion.html>.
32. Váquiro, J. (2010). *Relación Costo/Beneficio*. Consultado 20 jun 2015. Recuperado en URL: <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
33. Yucta, P. (2002). *Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos*. Riobamba- Ecuador: ESPOCH. p25.

XIII. ANEXOS

A. ANEXO N°1. Ficha para el inventario de atractivos

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador:	1.2 Ficha N°
1.3 Supervisor Evaluador:	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo:	
1.6 Categoría:	
1.7 Tipo:	
1.8 Subtipo:	
Foto del atractivo	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia:	2.2 Ciudad y/o Cantón:
2.3 Comunidad:	
2.4 Latitud:	2.5 Longitud:
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud:	
4.2 Temperatura:	
4.3 Precipitación Pluviométrica:	
4.4 Ubicación del Atractivo	
4.5 Descripción del atractivo	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
4.7 Permisos y Restricciones	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
4.8.2 Usos Potenciales	
4.8.3 Necesidades turísticas	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
4.9.2 Impactos negativos	

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:		
5.1 Estado:		
5.2 Causas:		
6. ENTORNO:		
6.1 Entorno:		
6.2 Causas:		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo:	7.2 Subtipo:	
7.3 Estado de Vías:	7.4 Transporte:	
7.5 Frecuencias:	7.6 Temporalidad de acceso:	
7.7 Observaciones:		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua:		
9.2 Energía Eléctrica:		
9.3 Alcantarillado:		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión:		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	
	b) Valor extrínseco	
	c) Entorno	
	d) Estado de Conservación y/o Organización	
APOYO	a) Acceso	
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		
13. JERARQUIZACIÓN		

B. ANEXO N°2. Modelo de encuesta



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSO NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD GUARO GRANDE
ENCUESTA**

Saludos cordiales.

La presente encuesta tiene como objetivo principal conocer el grado de aceptación para la implementación de un Centro De Turismo Comunitario en la comunidad Guaro Grande, por lo cual deseamos contar con su honesta participación para responder al siguiente cuestionario dado a que sus respuestas nos ayudarán a conocer de mejor manera sus requerimientos, intereses y necesidades, de antemano se le agradece por su colaboración.

Por favor marque con una x en los recuadros. Gracias

1. Género: a. Masculino b. Femenino

2. Procedencia:

3. Edad:

a. Menor de 20

c. de 41 a 60

b. De 21 a 40

d. mayor de 61

4. ¿Cuál es su nivel de educación formal hasta el momento?

a) Básico completo

b) Básico incompleto

c) Superior Completo

d) Superior Incompleto

e) Postgrado completo

f) Postgrado incompleto

g) PHD Completo

h) PHD incompleto

i) Ninguna de las anteriores

5. ¿Cuál es su ocupación actual?

a) Comerciante

b) Estudiante

c) Docente

d) Ingeniero

e) Servidor Público

f) Abogado

g) Ama de casa

h) Medico

i) Policía

j) Artesano

k) Periodista

l) otros

6. ¿Conoce usted, la comunidad Guaro Grande?

Si No

7. ¿Le gustaría realizar turismo en la comunidad de Guaro Grande, misma que es poseedora de una riqueza natural y cultural?

Si No

8. ¿Por cuantos días estaría dispuesto a permanecer en la comunidad?

- a. 1 día b. 2-3 días c. Más de 4 días

9. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la comunidad?

a. Senderismo <input type="checkbox"/>	b. Camping <input type="checkbox"/>	c. Ciclismo <input type="checkbox"/>
d. Avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	e. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	f. Turismo vivencial <input type="checkbox"/>
g. Cabalgata <input type="checkbox"/>	h. Visita a cascadas <input type="checkbox"/>	

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por poder realizar actividades turísticas seleccionadas en la pregunta 6?

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| a. Senderismo | e. Pesca deportiva..... |
| b. Camping..... | f. Turismo vivencial..... |
| c. Ciclismo..... | g. Cabalgata..... |
| d. Avistamiento de aves..... | h. Visita a cascadas..... |

11. ¿Con que tipo de servicios le gustaría contar en la comunidad?

- | | |
|--|---|
| a. Guianza <input type="checkbox"/> | e. Alquiler de bicicletas <input type="checkbox"/> |
| b. Hospedaje <input type="checkbox"/> | f. Alquiler de caballos <input type="checkbox"/> |
| c. Alimentación <input type="checkbox"/> | g. Alquiler de carpas y equipos para pesca deportiva <input type="checkbox"/> |
| d. Transporte <input type="checkbox"/> | |

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en turismo por persona / día dentro de la comunidad por los servicios seleccionados en la pregunta 8?

- | | |
|----------------------|---|
| a. Guianza..... | e. Alquiler de bicicletas..... |
| b. Hospedaje..... | f. Alquiler de caballos..... |
| c. Alimentación..... | g. Alquiler de carpas y equipos para pesca deportiva..... |
| d. Transporte..... | |

h. ¿Cuál es la forma de pago de los servicios durante su viaje?

- | | |
|--|---------------|
| a. Efectivo <input type="checkbox"/> | c. Otros..... |
| b. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> | |

i. ¿A través de qué medio de comunicación usted escoge los lugares para realizar turismo?

- | | |
|---|--|
| a. Amigos <input type="checkbox"/> | |
| b. Guías turísticas o folletos <input type="checkbox"/> | |
| c. TV <input type="checkbox"/> | |
| d. Internet <input type="checkbox"/> | |
| e. Prensa escrita <input type="checkbox"/> | |
| f. Radio <input type="checkbox"/> | |

j. ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?

- a. Una vez por mes b. Cada 3 meses c. Dos veces por año
a. Una vez por año

k. ¿Principalmente en que temporada viaja?

- a. Enero – abril b. Mayo – agosto c. Septiembre – diciembre

l. ¿Generalmente cuando usted viaja, cuantas personas lo acompañan?

- a. Uno a tres b. Cuatro a seis c. Más de seis

m. ¿Usualmente con quien viaja?

- a. Solo b. Amigo c. Familia

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

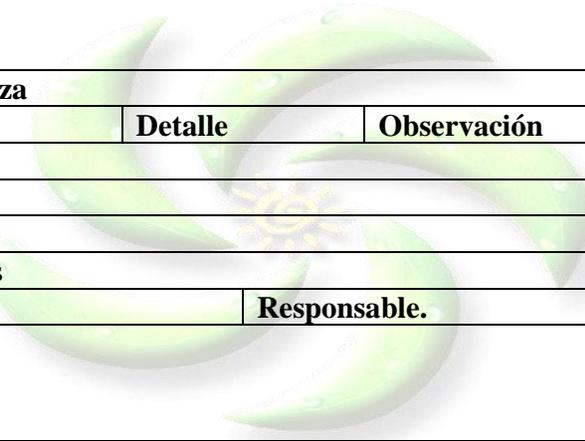
C. ANEXO N°3. Hoja de evaluación para los visitantes



GUARO GRANDE
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO
Hoja de evaluación para los visitantes

GUIANZA	SI	NO	COMENTARIO
Recibió buen trato por parte de guía			
El guía domina los temas que se trató en el recorrido			
ÁREA DE VISITA	SI	NO	COMENTARIO
Los sitios turísticos están conservados			
ACTIVIDADES REALIZADAS	SI	NO	COMENTARIO
Las actividades propuestas despiertan sus interés			
El tiempo de duración de las actividades fueros suficiente			
ALIMENTACIÓN	SI	NO	COMENTARIO
Le gusto los alimentos tradicionales			
Recomendaciones para mejorar nuestro servicios			
Para uso de CTC Guaro Grande			
Fecha:	Responsable:		

D. ANEXO N°4. Ficha de inspección del área de alimentación

		
<p>GUARO GRANDE CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO Ficha de inspección del área de alimentación</p>		
		
Horario de Limpieza		
Que evaluar	Detalle	Observación
Personal		
Lugar		
Nombre del menú		
Productos utilizados		
Fecha:	Responsable.	

F. ANEXO N°6. Modelo de ficha para la reservación de alojamiento

		<p align="center">GUARO GRANDE CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO Tarjeta de reserva del CTC Guaro Grande</p>	
Número de reserva		Fecha de reserva	
Llegada		Modo de pago	
Salida		Agente	
N° de huéspedes		Confirmada	
Salida		Garantía	
Precio		Teléfono celular	
Nombre		Compañía	
Dirección		Responsable	

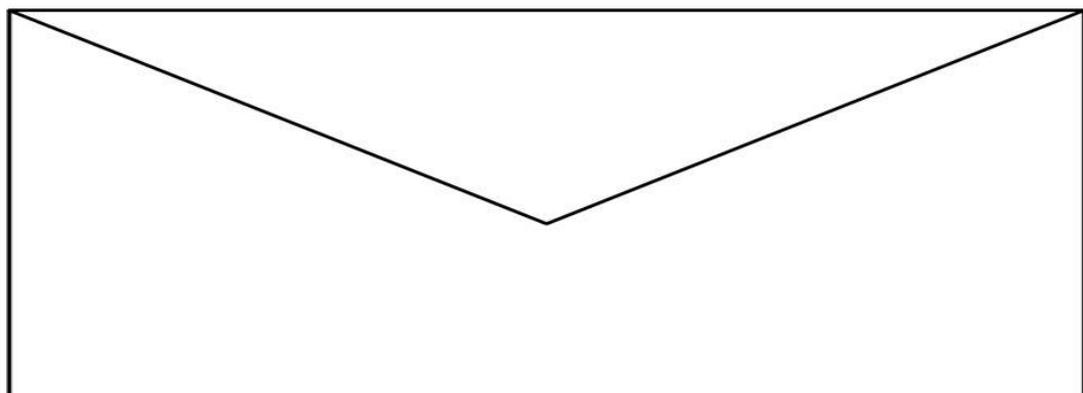
Fuente: _CORTUCH (Corporación para el desarrollo se Turismo Comunitario de Chimborazo)

G. ANEXO N°7. Modelo de ficha para el servicio de Alojamiento

 <p style="text-align: center;">GUARO GRANDE CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO Tarjeta de alojamiento del CTC Guaró Grande</p>			
N° de camas		Habitación N°	
N° de toallas		Objetos olvidados	
Descripción			
Fecha.....		Responsable.....	

Fuente: _CORTUCH (Corporación para el desarrollo se Turismo Comunitario de Chimborazo)

H. ANEXO N°8. Imagen corporativa para el CTC Guaro Grande



I. ANEXO N°9. Página web



J. ANEXO N°10. Merchadinsing

