

**DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD
“EL PALACIO”, PARROQUIA ULBA DEL CANTÓN BAÑOS**

TESIS

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

MAYRA ALEXANDRA ARMAS OROZCO



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

RIOBAMBA – ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS

El suscrito TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado “DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD “EL PALACIO”. PARROQUIA ULBA DEL CANTÓN BAÑOS” de responsabilidad de la señorita egresada Mayra Alexandra Armas Orozco, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada para su respectiva presentación.

TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Patricia Tierra
DIRECTOR

Ing. Verónica Yépez
MIEMBRO

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

Riobamba, Diciembre del 2013

DEDICATORIA

“Con todo mi cariño y amor para mi padre y madre que hicieron todo en la vida para que pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón. También a mis maestros y amig@s, que en este andar por la vida influyeron con sus lecciones y experiencias para formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de estas paginas de mi tesis.”

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado.

A mis padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento.

A mi directora de tesis, Ing. Paty Tierra por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado que pueda terminar mis estudios con éxito.

A mis amig@s, quienes sin su ayuda nunca hubiera podido hacer esta tesis.

A todos ellos se los agradezco desde el fondo de mi alma...

TABLA DE CONTENIDO

I. DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD “EL PALACIO”. PARROQUIA ULBA DEL CANTÓN BAÑOS	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. JUSTIFICACIÓN.....	2
B. OBJETIVOS.....	3
1. Objetivo General.....	3
2. Objetivos Específicos	3
C. HIPÓTESIS DE TRABAJO.....	3
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	4
A. PROYECTOS TURÍSTICOS CON PARTICIPACIÓN COMUNITARIA	4
B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO	5
1. El análisis de la situación	5
2. El diagnóstico	6
3. Matriz FODA.....	7
4. Inventario de atractivos turísticos	7
5. Estudio de mercado.....	10
C. PRODUCTO TURISTICO.....	17
1. Concepto	17
2. Características del producto turístico	17
3. Componentes del producto	19
4. Calidad del producto turístico	19
5. Análisis de mercadotecnia	19
6. Estructura legal y administrativa	22
D. SISTEMATIZACIÓN Y SELECCIÓN DE METODOLOGÍAS PARA LA IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES.....	23
1. Las “check lists”	23
2. Las matrices simples de causa-efecto	23
3. Los grafos y diagramas de flujo.....	23
4. La cartografía ambiental o superposición de mapas	23
5. Redes	23
6. Sistemas de información geográficos	24
7. Matrices	24
8. Matriz Lázaro Lagos	24
9. Plan de Mitigación de impactos ambientales	27
E. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	28
1. Perfil	29
2. Prefactibilidad.....	29
3. Factibilidad	29
IV. MATERIALES Y MÉTODOS	30
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	30
1. Localización.....	30
2. Ubicación Geográfica	30
3. Características Climáticas.....	30
4. Clasificación Ecológica	30
5. Características del Suelo	31
6. Materiales y Equipos	31
a. Materiales	31
B. METODOLOGÍA	32
1. Realizar la evaluación del potencial turístico de la zona.....	32
2. Diseñar la estructura técnica del producto turístico de la comunidad El Palacio.....	37
3. Desarrollar el estudio mercadotécnico	37
4. Elaborar la estructura legal y administrativa (Gestión de la unidad del emprendimiento comunitario)	38
5. Elaborar la evaluación ambiental y establecer medidas de mitigación	38
6. Desarrollar la evaluación de la viabilidad económica y financiera del producto	39
V. RESULTADOS	40

A.	SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNIDAD “EL PALACIO	40
1.	Ámbito físico espacial	40
2.	Ámbito socio cultural.....	43
3.	Ámbito ecológico territorial.....	53
4.	Ámbito económico productivo	63
5.	Ámbito político administrativo	67
6.	Análisis situacional	70
B.	ESTUDIO DE MERCADO.....	77
1.	Análisis de la demanda	77
2.	Perfil del turista nacional	87
3.	Perfil del turista extranjero.....	88
4.	Proyección de la demanda	89
5.	Análisis de la oferta	91
6.	Proyección de la demanda objetivo	97
C.	ESTRUCTURA TÉCNICA DEL PRODUCTO	99
1.	Localización del proyecto.....	99
2.	Análisis de los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros que visitarán la comunidad “El Palacio”.....	99
3.	Diseño arquitectónico del proyecto.....	100
4.	Diseño del servicio de guianza	110
5.	Perfil de proyectos complementarios asociados a la actividad turística.....	111
6.	Modalidades de turismo vinculadas al turismo comunitario.....	115
7.	Empaquetamiento	116
8.	Diseños del sistema de facilidades turísticas (señalización informativa, orientativa e interpretativa; senderos).....	123
9.	Definición de la marca turística	139
D.	ESTUDIO MERCADOTÉCNICO.....	141
1.	Canales de distribución	141
2.	Análisis de comunicación (estrategias de promoción y publicidad)	142
3.	Gastos del área comercial	147
E.	ESTRUCTURA LEGAL Y ADMINISTRATIVA	147
1.	Estudio administrativo	147
2.	Estudio legal	179
F.	ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES	184
1.	Descripción de las actividades que causarán impactos	184
2.	Descripción de los impactos a los componentes ambientales de cada actividad.....	187
3.	Evaluación de los impactos ambientales producidos por la implementación del producto turístico de educación ambiental	192
4.	Interpretación de los resultados de la evaluación ambiental.....	194
5.	Plan de manejo ambiental	195
G.	EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA.....	199
1.	Estudio financiero	199
2.	Evaluación económica	213
VI.	CONCLUSIONES	219
VII.	RECOMENDACIONES	220
VIII.	RESUMEN	221
IX.	ABSTRACT	222
X.	BIBLIOGRAFÍA	2213
XI.	ANEXOS	2266

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Tipo de población de la comunidad El Palacio.....	43
Cuadro 2. División de la población de la comunidad “El Palacio” por género.....	46
Cuadro 3. Porcentaje de hombres y mujeres de la comunidad “El Palacio”, por rango de edad. .	46
Cuadro 4. Nivel de Instrucción de la población de la comunidad “El Palacio”	47
Cuadro 5. Áreas de ocupación de la comunidad “El Palacio”	48
Cuadro 6. Servicios de Transporte.....	51
Cuadro 7. Instituciones que trabajan en la zona	68
Cuadro 8. Resumen de los atractivos naturales	73
Cuadro 9. Resumen de los atractivos culturales	75
Cuadro 10. Distribución de la demanda por edad.....	77
Cuadro 11. Distribución de la demanda según género	78
Cuadro 12. Distribución de la demanda según su nacionalidad	78
Cuadro 13. Distribución de la demanda según su nivel de educación.....	79
Cuadro 14. Distribución de la demanda según la ocupación	80
Cuadro 15. Distribución de la demanda según el motivo de viaje	80
Cuadro 16. Distribución de la demanda según su frecuencia de viaje	81
Cuadro 17. Distribución de la demanda por número de acompañantes.....	81
Cuadro 18. Principales fuentes de información turística	82
Cuadro 19. Disponibilidad del turista para realizar turismo comunitario.....	82
Cuadro 20. Organización del viaje según la tipología del turista	83
Cuadro 21. Principales servicios turísticos según el turista.....	83
Cuadro 22. Atractivos que el turista prefiere conocer	84
Cuadro 23. Actividades turísticas que el turista desearía realizar	85
Cuadro 24. Distribución de la demanda según el tiempo de estadía	85
Cuadro 25. Distribución de la demanda según su capacidad de gasto	86
Cuadro 26. Distribución de la demanda según el medio de movilización que utiliza	86
Cuadro 27. Proyección de la demanda.....	90
Cuadro 28. Proyección de la demanda potencial	91
Cuadro 29. Información sobre los competidores	93
Cuadro 30. Proyección de la oferta.....	96
Cuadro 31. Proyección de la demanda insatisfecha.....	97
Cuadro 32. Cálculo de la capacidad del producto en función de la demanda insatisfecha	98
Cuadro 33. Resumen presupuesto obra civil	104
Cuadro 34. Menaje para cabañas y restaurante.....	105
Cuadro 35. Utensilios de cocina	105
Cuadro 36. Perfil del proyecto implementación de un centro de interpretación ambiental y cultural	112
Cuadro 37. Perfil del proyecto implementación de un centro de expendio de artesanías y productos agropecuarios	114

Cuadro 38. Modalidades que se complementan al turismo comunitario	115
Cuadro 39. Costos generales del paquete PLC - 01	118
Cuadro 40. Costos generales del paquete PLC - 2.....	121
Cuadro 41. Diseño de letreros interpretativos	127
Cuadro 42. Diseño de letreros informativos	130
Cuadro 43. Diseño de letreros informativos	133
Cuadro 44. Presupuesto senderos	137
Cuadro 45. Presupuesto paneles	137
Cuadro 46. Presupuesto letreros	138
Cuadro 47. Presupuesto basureros	138
Cuadro 48. Análisis de los canales de Distribución.....	141
Cuadro 49. Análisis de comunicación (Estrategias de promoción y publicidad)	142
Cuadro 50. Gastos del área comercial	147
Cuadro 51. Funciones de las áreas del Centro Turístico Comunitario “El Palacio”	149
Cuadro 52. Procedimientos para la Prestación de Servicios Turísticos.....	151
Cuadro 53. Requerimientos de las instalaciones- hospedaje	156
Cuadro 54. Requerimientos de las instalaciones- alimentación	156
Cuadro 55. Requerimientos de las instalaciones de hospedaje.....	156
Cuadro 56. Requerimientos de las instalaciones de alimentación	157
Cuadro 57. Requerimientos de mantenimiento de facilidades turísticas	157
Cuadro 58. Requerimientos de de útiles de aseo y materiales de limpieza	157
Cuadro 59. Requerimientos de insumos	158
Cuadro 60. Ficha de registro de visitantes	159
Cuadro 61. Ficha de evaluación de satisfacción	160
Cuadro 62. Normas de conducta durante la gestión de servicios turísticos.....	161
Cuadro 63. Capacitaciones para el área de administración	164
Cuadro 64. Capacitación para el área de operativa – Guianza	166
Cuadro 65. Capacitación para el área operativa – actividades turísticas	169
Cuadro 66. Capacitación para el área operativa – actividades turísticas	170
Cuadro 67. Capacitación para el área de operativa – restaurante	171
Cuadro 68. Capacitación para el área de operativa – recepción y manejo de habitaciones.....	174
Cuadro 69. Capacitación para el área de operativa – contabilidad	175
Cuadro 70. Capacitación para el área organizativa –comunal.....	176
Cuadro 71. Programas de capacitación	177
Cuadro 72. Presupuesto para las áreas de capacitación	178
Cuadro 73. Equipos del área afministrativa.....	179
Cuadro 74. Sueldos y Salarios -Talento Humano	179
Cuadro 75. Gastos para patentes y permisos municipales	183
Cuadro 76. Matriz de evaluación de impactos ambientales que serán generados por el desarrollo de alternativas turísticas en la comunidad “El Palacio”	192
Cuadro 77. Matriz de cuantificación de impactos ambientales que serán generados por el desarrollo de alternativas turísticas sostenibles de la comunidad “El Palacio”	193

Cuadro 78. Plan de manejo ambiental	195
Cuadro 79. Financiamiento de inversiones	199
Cuadro 80. Inversiones	200
Cuadro 81. Gastos generales anuales.....	200
Cuadro 82. Gastos generales anuales.....	201
Cuadro 83. Proyección de ventas año 1	202
Cuadro 84. Proyección de ventas año 2	203
Cuadro 85. Proyección de ventas año 3	203
Cuadro 86. Proyección de ventas año 4	203
Cuadro 87. Proyección de ventas año 5	204
Cuadro 88. Proyección de ventas año 6	204
Cuadro 89. Proyección de ventas año 7	204
Cuadro 90. Proyección de ventas año 8	205
Cuadro 91. Proyección de ventas año 9	205
Cuadro 92. Proyección de ventas año 10	205
Cuadro 93. Proyección de ventas totales	206
Cuadro 94. Balance del año 0	207
Cuadro 95. Balance del año 1	208
Cuadro 96. Balance del año 2	209
Cuadro 97. Balance del año 3	210
Cuadro 98. Balance del año 4	210
Cuadro 99. Balance del año 5	211
Cuadro 100. Estado de fuentes y usos de fondos.....	214
Cuadro 101. Flujo de efectivo.....	216

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Esquema de los componentes del sistema turístico	33
Gráfico 2. Mapa de ubicación de la comunidad El Palacio respecto a la provincia de Tungurahua, Ecuador	42
Gráfico 3. Mapa del tipo de climas de la parroquia Ulba	54
Gráfico 4. Cobertura y uso del suelo de la parroquia Ulba.....	56
Gráfico 5. Mapa de cuencas hidrográficas de la parroquia Ulba	59
Gráfico 6. Mapa de riesgos de la parroquia de Ulba	61
Gráfico 7. Mapa de producción agropecuaria de la parroquia Ulba.....	65
Gráfico 8. Organigrama de la directiva de la comunidad “El Palacio”	67
Gráfico 9. Mapa de atractivos naturales de la comunidad “El Palacio”	74
Gráfico 10. Plano del diseño de la cabaña tipo A	106
Gráfico 11. Plano del diseño de la cabaña tipo B	107
Gráfico 12. Plano del diseño de la cabaña tipo C	108
Gráfico 13. Vista panorámica en 3D del modelo de cabaña.....	109
Gráfico 14. Vista panorámica en 3D del modelo de refugio	109
Gráfico 15. Vista panorámica en 3D del modelo de cocina – comedor - parqueadero	109
Gráfico 16. Mapa turístico de la comunidad “El Palacio”	122
Gráfico 17. Plano del diseño del panel de bienvenida	125
Gráfico 18. Plano del diseño de la señalética interpretativa	128
Gráfico 19. Plano del diseño de la señalética informativa.....	131
Gráfico 20. Plano del diseño de la señalética orientativa	134
Gráfico 21. Plano del diseño de la señalética orientativa	136
Gráfico 22. Logo del centro turístico comunitario “El Palacio”	139
Gráfico 23. Diseño de la página web	144
Gráfico 24. Organigrama estructural orgánico del centro turístico comunitario “El Palacio”	148
Gráfico 25. Organigrama funcional del Centro Turístico Comunitario “El Palacio”	148
Gráfico 26. Proceso de producción para el servicio de alimentación	154
Gráfico 27. Proceso de producción para el servicio de hospedaje.....	155
Gráfico 28. Diseño de la piscina de oxidación	197
Gráfico 29. Compostaje para abono orgánico	198

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. Modelo de encuesta aplicada a los turistas	226
ANEXO 2. Gráficos del ámbito socio - cultural.....	228
ANEXO 3. Lista de aves de la IBA Llanganates del cantón Baños de Agua Santa.....	230
ANEXO 4. Lista de mamíferos de la IBA Llanganates del cantón Baños de Agua Santa.....	238
ANEXO 5. Lista de anfibios y reptiles de la IBA Llanganates del cantón Baños de Agua Santa.....	241
ANEXO 6. Lista de flora silvestre de la IBA Llanganates del cantón Baños de Agua Santa	243
ANEXO 7. Gráficos del análisis de la demanda.....	251
ANEXO 8. Catastro turístico del cantón Baños de Agua Santa	260
ANEXO 9. Fichas del inventario de atractivos naturales	279
ANEXO 10. Gráficos de facilidades turísticas	304

I. DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD “EL PALACIO”. PARROQUIA ULBA DEL CANTÓN BAÑOS

II. INTRODUCCIÓN

Ecuador es sin duda el país de la megadiversidad y posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes en un pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. Pero no sólo es rico en naturaleza sino también en cultura dado que en su territorio radican 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y múltiples tradiciones.

En la actualidad, el turismo procura "la máxima participación de la población local", razón por la cual se han derivado formas como el ecoturismo y el turismo comunitario, es importante mencionar que el complemento de la biodiversidad natural es la “diversidad cultural” manifestada en la variedad de lenguas y dialectos, religiones, comidas, usos de los recursos y tecnologías entre muchas otras representaciones y prácticas que construye e inventa la especie humana.

Por el conjunto de atractivos turísticos que reúne y por el desarrollo que ha alcanzado en este campo, el cantón Baños y sus parroquias figuran con imagen propia en el Patrimonio Turístico Nacional. Su diversidad de climas y peculiar ubicación geográfica contribuye a la presencia de una variedad de paisajes y condiciones culturales que aparecen con un ambiente propicio para el descanso.

El incremento de turistas del cantón Baños ha sido notorio, a tal punto que cada una de las parroquias que integran la zona ha emprendido diferentes iniciativas de turismo vinculados con la naturaleza y la aventura. Esta condición no ha sido ajena al GAD (gobierno autónomo descentralizado parroquial) de Ulba, cuya población consciente de la calidad ambiental de su territorio ve en el turismo una alternativa económica capaz de contribuir a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Esta aspiración se ve plasmada no solo en su planificación local sino también en la nacional, puesto que el PLANDETUR 2020 establece entre sus objetivos y acciones fundamentales el

fortalecimiento de las actividades turísticas de comunidades. En este contexto, la generación de productos turísticos enfocados en garantizar la conservación de la naturaleza y fomentar la identidad cultural a través de procesos participativos, procura no solo contar con un producto que se comercialice sino con un mecanismo que permita fortalecer las capacidades individuales y grupales del colectivo social que se encuentra tras los emprendimientos.

Consecuentemente que una comunidad cuente con un producto turístico técnicamente estructurado no solo permitiría incrementar el nivel de satisfacción de la demanda, sino que proporcionaría a sus pobladores beneficios económicos, sociales y ambientales de gran valía para su pervivencia en el tiempo.

A. JUSTIFICACIÓN

En la comunidad “El Palacio”, la deficiencia de servicios básicos y la falta de oportunidades de empleo ha contribuido a la migración de sus habitantes en busca del desarrollo económico individual, lo cual debilitó los aspectos socioculturales de la comunidad.

La comunidad El Palacio se encuentra en una zona de alto potencial turístico tanto natural y cultural que no ha sido aprovechada por los pobladores. Actualmente se pretende buscar una alternativa de desarrollo comunitario sustentable que ayude al desarrollo económico social con actividades complementarias para la generación de ingresos y empleo haciendo que sus utilidades se reinvierta en proyectos para la zona.

El mandato consitucional reflejado en la planificación nacional, obliga a los GAD en sus dintintos niveles a establecer procesos de planificación que orienten su accionar así como la inversión pública, en tal virtud, la Junta Parroquial Ulba en el año 2012 genera su plan de desarrollo y ordenamiento territorial en el cual se contempla el componente turístico como una alternativa viable para la generación de espacios vinculantes entre los sistemas tradicionales de vida (producción, conservación, manejo integrado, entre otros).

En este contexto, el presente estudio tiene como propósito fortalecer a la comunidad dentro de un marco de economía social solidaria mediante la formulación de una propuesta técnica que

contega el diseño estructural, conceptual y de operación de un producto turístico comunitario, que oferte servicios y actividades turísticas con participación local, pero que a su vez sea capaz de cubrir las exigencias del visitante en procura de contribuir con la consolidación de un modelo de desarrollo con identidad.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

- Diseñar un producto turístico para la comunidad El Palacio, parroquia Ulba del cantón Baños.

2. Objetivos Específicos

- a) Evaluar el potencial turístico de la zona.
- b) Diseñar técnicamente el producto turístico de la comunidad El Palacio.
- c) Desarrollar el estudio mercadotécnico del producto turístico.
- d) Establecer la estructura legal y administrativa del producto turístico.
- e) Desarrollar la evaluación ambiental del producto.
- f) Determinar la viabilidad económica y financiera del producto.

C. HIPÓTESIS DE TRABAJO

El diseño técnico de un producto turístico en la comunidad El Palacio, es factible y propone alternativas para diversificar las actividades económica y productiva de la zona para alcanzar el SUMAK KAWSAY.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. PROYECTOS TURÍSTICOS CON PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

La ASEC, 1991 (Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo) propone que los proyectos se deben enmarcar en los siguientes principios:

- Planificación, ejecución e implementación adecuada
- Proceso participativo con un importante componente comunitario
- Apoyo al desarrollo económico y a la responsabilidad social y ambiental
- Mitigación de los impactos negativos y para prevenirlos en el futuro
- Que los pobladores locales mantengan el control sobre la propiedad de las tierras
- Definir políticas y lineamientos de operación e infraestructura basados en los impactos ambientales y sociales de los mismos
- Uso y manejo eficiente de los recursos naturales y culturales
- Apoyar a un desarrollo sustentable integral de la comunidad, considerando la fragilidad de la relación con la actividad económica del turismo para no depender exclusivamente de ella.
- Respetar las características culturales y ambientales del área
- Promover el manejo de información que incremente o desarrolle la conciencia cultural y ambiental de los diferentes grupos que actúan en la actividad turística.

Y las finalidades deben procurar:

- La conservación, manejo adecuado y recuperación de los recursos naturales
- Revitalizar y fortalecer el patrimonio cultural.
- Generar ingresos económicos que mejoren la calidad de vida de los miembros de la comunidad.
- Fortalecer la gestión comunitaria

B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

Evaluar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales:

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

Estas dos fases implican la recogida, tratamiento y explotación de informaciones internas y externas. La labor de marketing proporciona un amplio abanico de métodos que permiten realizar este trabajo. (TIERRA P, 2010)

1. El análisis de la situación

Esta primera fase de evaluación consiste en un análisis de situación del sector turístico local: oferta, demanda, competencia y tendencias (las expectativas del consumidor por ejemplo).

El análisis de la oferta tiene que referirse sobre todo a:

- La organización de la actividad turística;
- La comercialización del turismo;
- La formación inicial y permanente en el ámbito del turismo;
- Las cooperaciones existentes y los posibles socios;
- Los dispositivos de apoyo disponibles.

Por otro lado, es muy útil para el territorio en cuestión identificar ciertos indicadores económicos: la facturación global del sector turístico local, el valor añadido generado por esta actividad y el número de puestos de trabajo ligados al turismo.

Estos parámetros numéricos, que tienen que ser reactualizados cada año, proporcionan asimismo a los responsables locales los elementos esenciales para dirigir la estrategia de desarrollo del turismo.

Si bien estas informaciones internas ya permiten identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, también es necesario especificar detalladamente las condiciones generales externas: los operadores turísticos locales tienen que tener a su disposición toda información relativa a las características del mercado en su conjunto, en particular las informaciones sobre la demanda y la competencia. La previsible evolución de las tendencias del mercado a corto y medio plazo también condiciona el desarrollo del turismo. (ZIMMER y GRASSMANN, 1996)

2. El diagnóstico

Confrontar los resultados de los análisis de la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias permite identificar los puntos fuertes y débiles del territorio.

Esta primera etapa del diagnóstico permite, a su vez, determinar las oportunidades y riesgos ligados a un posible desarrollo del turismo.

La última fase del diagnóstico - los puntos fuertes y débiles del territorio comparados con las oportunidades y riesgos de su sector turístico en el mercado - permitirá definir una “posición estratégica fructífera”. Este concepto abarca los logros más importantes que puede proporcionar a largo plazo la superioridad frente a la competencia.

Otro punto importante también es el hecho de poder determinar si el territorio dispone de un “posicionamiento único” (“unique selling position /USP”), un argumento de venta excepcional (un paraje único por ejemplo) que proporciona al territorio una ventaja comparativa absoluta, reconocida por el cliente. (PÉREZ D, 2011)

3. Matriz FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización (GLAGOVSKY H, 2008).

4. Inventario de atractivos turísticos

El inventario turístico consiste en una recopilación útil y de fácil interpretación que permite conocer los atractivos de la región. Esta información se encuentra almacenada en "fichas" que agrupan información de ubicación, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, facilidades, servicios, infraestructura, accesibilidad, etc...

Adicionalmente en esta sección, se puede encontrar diversos mapas temáticos que muestran información georeferenciada de bosques, carreteras, ríos, rutas de atractivos turísticos, entre otros. (SHIROYAMA K, 2011)

a. Clasificación de los atractivos

MINTUR (2004) indica que “La clasificación de las categorías de atractivos está dada en función de dos grupos: sitios naturales y manifestaciones culturales.

Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

1) Atractivos naturales

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

2) Atractivos culturales

En esta categoría los atractivos culturales se clasifican en los tipos: Manifestaciones Históricas, Etnográficas, Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas y Realizaciones artísticas contemporáneas.

a. Recopilación de información

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes.

Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo. (MINTUR 2004)

b. 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. (MINTUR 2004)

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

c. Evaluación y jerarquización

MINTUR (2004) indica que “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”.

d. Clasificación de los atractivos turísticos

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

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

SUBTIPO: Son los elementos que caracterizan los tipos.

e. Instructivo para utilizar la ficha de evaluación de atractivos

Esta labor tiene lugar luego de realizadas las actividades de campo y será de exclusiva responsabilidad del Supervisor del Trabajo, quien deberá consignar su nombre en la ficha.

En esta ficha de evaluación, a más del nombre de la provincia y del atractivo, se calificará las variables, registrando en cada casilla el valor en números enteros asignados a cada factor de esa variable, sin sobrepasar los puntos máximos señalados.

En el casillero JERARQUÍA, se debe anotar, en números romanos la jerarquía del I a IV, que corresponda según el rango dentro del cual se ubica la cifra de puntos totales escrita en la casilla anterior.

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

JERARQUÍA IV:

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

JERARQUÍA III:

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

JERARQUÍA II:

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

JERARQUÍA I:

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. (MINTUR, 2004)

5. Estudio de mercado

"Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a

controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica". (THOMPSON I, 2003)

a. La investigación de mercados

La investigación de mercados es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia, como: Clientes, Competidores y el Mercado. La investigación de mercados puede ayudar a crear el plan estratégico de la empresa, preparar el lanzamiento de un producto o facilitar el desarrollo de los productos lanzados dependiendo del ciclo de vida. Con la investigación de mercados, las compañías pueden aprender más sobre los clientes en curso y potenciales.

El propósito de la investigación de mercados es ayudar a las compañías en la toma de las mejores decisiones sobre el desarrollo y la mercadotecnia de los diferentes productos. La investigación de mercados representa la voz del consumidor al interior de la compañía. (AGUILAR A, 2011)

b. Análisis de la oferta

1) Caracterización de la oferta

El Análisis de situación comienza con un examen de la oferta turística zonal, lo que supone realizar el consiguiente inventario recopilatorio, con el mayor detalle posible de los elementos que configuran el conjunto de la oferta entendida en sentido amplio.

Considerando a los distintos elementos que configuran la oferta como tales factores o elementos podrían ser los siguientes:

a) Factor Natural

Incluiría el análisis del perfil geofísico y eco natural del área territorial en cuestión.

b) Factor Cultural

Comprendería el análisis del perfil cultural y antropológico del área

c) Factor Socio Económico

Abarca el análisis de la estructura económica del territorio, la estructura socio demográfica, la estructura político administrativa y la jerarquía territorial existente, como categorías básicas del análisis territorial.

d) Factor infraestructura + servicios

Comprendería el análisis de la infraestructura (vial, transporte y comunicación), equipamientos (agua, suministros energéticos, tratamiento de residuos), servicios (atención sanitaria, salud, comercios, profesionales, personales).

e) Factor Turístico

El segmento de análisis de mayor significado necesariamente debe tratar de abarcar todos los aspectos referentes a la actividad turística en la zona (oferta de alojamientos, oferta de restauración, oferta de actividades complementarias, oferta de salud + curas, oferta congresual, empresa turística, comercialización turística, formación turística, organizaciones turísticas y cooperación empresarial).

f) Factor Poblacional

Situación de la población en relación al desarrollo turístico.

g) Factor Institucional

Actitud de los poderes públicos frente al desarrollo turístico.

h) Factor Imagen

Cuál es la imagen que se proyecta del territorio, cuál es su nivel de definición, existencia de marcas aglutinadoras, logos identificativos (seguridad, capacidad de respuesta de los poderes públicos y la capacidad de acción de la sociedad civil). (AGUILAR A, 2011)

2) Análisis de la competencia

El análisis de los competidores debe determinar cuál es o cuál va a ser el porcentaje de participación en el mercado de nuestra competencia, para ello se requiere conocer sus principales características, fortalezas y debilidades en relación a los productos y servicios.

Los aspectos que son indispensables para analizar de la competencia son:

- Quiénes son, cuántos son, dónde están (emplazamiento) y como ofrecen sus servicios.
- Ventajas y desventajas en cuanto al precio, calidad, agilidad, amabilidad entre otros, es decir clarificar nuestras ventajas competitivas.
- Segmento de mercado que atiende y su participación porcentual en ese mercado.
- Información relacionada al nivel de las ventas de la competencia y el tipo de clientes que atiende.
- Tipo de tecnología que aplican y su capacidad instalada.
- De qué manera utiliza los mecanismos de promoción y publicidad, por ejemplo conocer a fondo sus catálogos de servicios y canales de comunicación con su clientela.
- Conocimiento de la oferta de sus servicios, las formas de prestación y pago de los mismos.

Es muy importante considerar que no solamente se deben investigar a los competidores directos, sino también a aquellas empresas que ofrecen servicios complementarios o sustitutos. (TIERRA P. 2010)

c. Análisis de la demanda

1) Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos.

Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables). Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado de una forma dada. Existen muchas formas de realizar una segmentación, pero se suelen seguir cuatro patrones:

- **Geográfica:** Se divide por países, regiones, ciudades, o barrios.
- **Demográfica:** Se dividen por edad y etapa del ciclo de la vida. Por el sexo.
- **Psicográfica:** Se divide según la clase social, el estilo de la vida, la personalidad y los gustos.
- **Conductual:** Se divide de acuerdo a los conductos, beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud ante el producto. (ZUÑIGA H y GARDINI Y, 2011)

a) Proceso de segmentación de mercados

i. Estudio

Se examina el mercado para determinar las necesidades específicas satisfechas por las ofertas actuales, las que no lo son y las que podrían ser reconocidas. Se llevan a cabo entrevistas de exploración y organiza sesiones de grupos para entender mejor las motivaciones, actitudes y conductas de los consumidores. Recaba datos sobre los atributos y la importancia que se les da, conciencia de marca y calificaciones de marcas, patrones de uso y actitudes hacia la categoría de los productos; así como, datos demográficos, psicográficos, entre otros.

ii. Análisis

Se interpretan los datos para eliminar las variables y agrupar o construir el segmento con los consumidores que comparten un requerimiento en particular y lo que los distingue de los demás segmentos del mercado con necesidades diferentes.

iii. Preparación de perfiles

Se prepara un perfil de cada grupo en términos de actitudes distintivas, conductas, demografía, etc. Se nombra a cada segmento con base a su característica dominante. La segmentación debe repetirse periódicamente porque los segmentos cambian. También se investiga la jerarquía de atributos que los consumidores consideran al escoger una marca, este proceso se denomina partición de mercados. Esto puede revelar segmentos nuevos de mercado. (TIERRA P. 2010)

2) Determinación del universo y la muestra

a) Universo o población

Se conoce como universo o población al conjunto total del conglomerado humano que se investiga. (TIERRA P. 2010)

b) Muestra

La muestra es la parte del universo. Por ser considerado como muestra, el grupo escogido debe ser representativo, es decir sus características han de ser similares a las de la población de la cual se extrae, de tal manera que los resultados de la investigación serán válidos para toda la población o universo.

Para el cálculo de la muestra se sugiere emplear el muestreo probabilístico en cualquiera de sus formas, por cuanto la información obtenida puede ser ampliada a la muestra en función del grado de error muestral que se haya aceptado previamente. La fórmula a emplear es la propuesta por Spiegel (1971):

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (10%)

z: nivel de confianza (depende de la varianza)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

c) Preparación de la encuesta y análisis de resultados

Una de las herramientas más utilizadas para realizar la investigación de mercado es la encuesta, en ella se trasladan las preguntas que se requieren averiguar del mercado/cliente; las preguntas deben ser claras, concretas y breves. En este proceso se deben considerar las siguientes recomendaciones:

- Diseñar la encuesta de acuerdo con la naturaleza de la información requerida, debidamente detallada.
- Definición del prototipo de encuesta.
- Selección de las personas idóneas para proporcionar la información.
- Prueba piloto.
- Validación de la encuesta con un grupo de informantes, con el propósito de establecer si se requieren ajustes; para obtener la información que se necesita, antes de aplicarla a toda la muestra.
- Procesamiento e interpretación de resultados.
- Cuantificación de la información a través del proceso de revisión, clasificación y tabulación de datos obtenidos.
- De forma analítica y gráfica, se realiza la interpretación de cada uno de los datos analizados individualmente y en conjunto. (TIERRA P. 2010)

d) Determinación del perfil del turista

Es un resumen de cada una de las preguntas con mayor porcentaje haciendo que se cree el tipo de turista que se podría visitar o conocer diferentes servicios o productos nuevos a ofrecer en el mercado.

e) **Confrontación o balance oferta – demanda**

Con la información obtenida se procede a realizar el balance demanda-oferta, es decir, la determinación de la **demanda insatisfecha**, que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potenciales. Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser desfavorable. Si resulta positiva, se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto, que normalmente es un porcentaje (menor al 100%), del balance, si éste resultó favorable. (TIERRA P. 2010)

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Potencial} - \text{Oferta Potencial}$$

C. PRODUCTO TURISTICO

1. Concepto

“Un producto es un conjunto de características tangibles. Los consumidores tienden a ver los productos como conjuntos complejos de beneficios que satisfacen sus necesidades centrales de los consumidores que el producto satisfará; luego debe diseñar el producto real y encontrar formas de aumentarlo, ofreciendo servicios y beneficios adicionales al consumidor para mayor satisfacción de los mismos”. (KOTLER P y ARMSTRONG G, 2003)

2. Características del producto turístico

a. **Intangibilidad**

Los productos turísticos tienen unas componentes tangibles y otras intangibles. La **tangibilidad** se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

La **intangibilidad** se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Esta componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto. (BRAVO J, 2011)

b. Caducidad

Los productos turísticos no se pueden almacenar.

c. Agregabilidad y sustituibilidad

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

d. Heterogeneidad

El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

e. Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo.

Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén clientes y prestatario en el momento del consumo.

Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras.

Su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.

f. Otros

Es un producto estacional. La liquidez o cash flow es alta. (COLINA, J. 2011)

3. Componentes del producto

MORLA, J. (2011). Indica: Este conjunto de información se ha estructurado para su análisis en varios componentes que conforman el producto turístico:

- Recursos básicos y singulares
- Alojamiento
- Restaurante
- Equipamientos de ocio, deportivos y turísticos
- Infraestructuras y servicios generales
- Organización y gestión del turismo
- Imagen de marca

4. Calidad del producto turístico

Un producto turístico de calidad es la combinación adecuada de atractivos, servicios y facilidades, capaz de motivar la decisión de viaje y de brindar una experiencia plenamente satisfactoria al visitante. Esta definición integra los enfoques de oferta y demanda (que son consustanciales al producto turístico) y establece con claridad que su naturaleza está asociada a la experiencia satisfactoria de la visita, es decir, un producto está definido esencialmente por su calidad. (ESTRELLA B, 2011)

5. Análisis de mercadotecnia

El marketing mix o mezcla de mercadotecnia es un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una organización para cumplir con los objetivos de la entidad.

Esto quiere decir que el marketing mix está compuesto por la totalidad de las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción (Publicidad). (DUQUE J, 2011)

a. Producto

"El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaque, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para 1) propósitos de intercambio, 2) la satisfacción de necesidades o deseos y 3) para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa)". (THOMPSON I, 2005)

b. Precio

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. (THOMPSON I, 2005)

1) Políticas

- Análisis de precios de la competencia
- Determinar estrategias de precios
- Fijar precios
- Políticas de descuentos, márgenes, comisiones
- Establecer términos y condiciones de venta (AGUIRRE M, 2000)

c. Plaza

El mercado es el conjunto de 1) compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y 2) vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales

constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado. (THOMPSON I, 2005)

d. Promoción y distribución

"La **promoción** es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan".(THOMPSON I, 2005)

1) Políticas

- Fijar objetivos promocionales
- Determinar los tipos de promociones a realizar
- Seleccionar y programas medios de publicidad
- Desarrollar anuncios publicitarios
- Medir la eficacia de las campañas
- Determinar territorios y zonas de venta
- Llevar a cabo promociones
- Elaborar y distribuir publicaciones y propaganda (AGUIRRE, MA 2000)

“La **distribución** es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.” (THOMPSON I, 2005)

2) Políticas

- Analizar canales de distribución
- Seleccionar canales
- Establecer centros de distribución
- Analizar los sistemas de transporte y entrega

- Determinar localizaciones de plantas (AGUIRRE, MA 2000)

6. Estructura legal y administrativa

El estudio **administrativo**, define la estructura administrativa que más se adapte a las características del negocio, definiendo además las inversiones y costos operacionales vinculados al producto administrativo.

Dentro de la estructura administrativa es necesario considerar los siguientes aspectos:

- Definición del personal necesario para llevar a cabo la gestión, como es el caso de gerentes, administradoras, personal de apoyo y de producción, entre otros.
- Sistemas de información a utilizar en cuanto a contabilidad, ventas, inventario, etcétera.
- Sistemas de prevención de riesgos, como rutas de escape frente a posibles siniestros.
- Determinación de las actividades que se realizarán dentro y fuera de la empresa, es decir, de internalización y externalización outsourcing.

El estudio **legal**, influye directamente sobre los desembolsos en los que debe incurrir la empresa como son:

- Gastos por constitución de la sociedad, como trámites municipales, notariales o del Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Restricciones en materia de exportaciones e importaciones de materia prima y productos terminados.
- Restricciones legales sobre la ubicación, traduciéndose en mayor costo de transporte.
- Disposiciones generales sobre seguridad, higiene y efectos sobre el medio ambiente, entre otras.

Además, el estudio legal da recomendaciones sobre la forma jurídica que adopte la empresa, ya sea como sociedad abierta, limitada, etc. (CORNEJO G, 2010)

D. SISTEMATIZACIÓN Y SELECCIÓN DE METODOLOGÍAS PARA LA IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Para MENDRADA, D. (2003) indica: Los métodos y técnicas usualmente aceptadas están destinados a medir tanto los impactos directos, que involucran pérdida parcial o total de un recurso o el deterioro de una variable ambiental, como la acumulación de impactos ambientales y la inducción de riesgos potenciales. Los principales métodos para la EIA son los siguientes:

1. Las “check lists”

Son listas exhaustivas que permiten identificar rápidamente los impactos. Existen las “indicativas”, y las “cuantitativas”, que utilizan estándares para la definición de los principales impactos.

2. Las matrices simples de causa-efecto

Son matrices limitadas a relacionar la variable ambiental afectada y la acción humana que la provoca.

3. Los grafos y diagramas de flujo

Tratan de determinar las cadenas de impactos primarios y secundarios con todas las interacciones existentes y sirven para definir tipos de impactos esperados.

4. La cartografía ambiental o superposición de mapas

Se construyen una serie de mapas representando las características ambientales que se consideren influyentes.

5. Redes

Son diagramas de flujo ampliados a los impactos primarios, secundarios y terciarios.

6. Sistemas de información geográficos

No permiten la identificación de impactos, que necesariamente deben estar integrados en el modelo, sino que tratan de evaluar la importancia de ellos.

7. Matrices

Estos métodos consisten en tablas de doble entrada, con las características y elementos ambientales y con acciones previstas. En la intersección de cada fila con cada columna se identifican los impactos correspondientes.

8. Matriz Lázaro Lagos

ROMERO, M. (1994). Indica: Una de las más representativas es la de Lázaro Lagos determinada por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua. Aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de las componentes mencionadas se han determinado nueve criterios de evaluación:

a. Naturaleza

Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-).

b. Magnitud

La magnitud se determina a través de tres rangos:

1 Baja intensidad: Cuando el área afectada es menor a 1 ha.

2 Moderada intensidad: Cuando el área afectada está entre 1 a 10 has

3 Alta intensidad: Cuando el área afectada es mayor a 10 has.

c. Importancia

Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

- 0 Sin importancia
- 1 Menor importancia
- 2 Moderada importancia
- 3 Importante importancia

d. 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 específicas para evaluar la certeza del impacto.

e. Tipo

Se define a través de:

- (Pr) Primario: Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto
- (Sc) Secundario: Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto.
- (Ac) Acumulativo: Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

f. Reversibilidad

Puede ser de dos tipos:

Reversible. Si el impacto es transformable por mecanismos naturales.

Irreversible. Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales.

g. Duración

Se determina a través del tiempo en:

A corto plazo: Si el impacto permanece menos de 1 año

A mediano plazo: Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años

A largo plazo: Si el impacto permanece más de 10 años

h. Tiempo en aparecer

Determinado también por el tiempo se clasifica en:

C Corto plazo. Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.

M Mediano plazo. Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.

L Largo plazo. Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto.

i. Considerado en el proyecto

Se define por las alternativas:

S Si: Si el impacto fue considerado en el proyecto

N No: Si el impacto no fue considerado en el proyecto

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del ambiente en general.

9. Plan de Mitigación de impactos ambientales

ARANDA, H. (2011). Indica: Las medidas de mitigación ambiental tienen por finalidad evitar o disminuir los efectos adversos del proyecto o actividad, cualquiera sea su fase de ejecución. Se expresarán en un Plan de Medidas de Mitigación que deberá considerar, a lo menos, una de las siguientes medidas:

a) Las que impidan o eviten

Completamente el efecto adverso significativo, mediante la no ejecución de una obra o acción, o de alguna de sus partes.

b) Las que minimizan

O disminuyen el efecto adverso significativo, mediante una adecuada limitación o reducción de la magnitud o duración de la obra o acción, o de alguna de sus partes, o a través de la implementación de medidas específicas.

Las medidas de reparación y/o restauración tienen por finalidad reponer uno o más de los componentes o elementos del medio ambiente a una calidad similar a la que tenían con anterioridad al daño causado o, en caso de no ser ello posible, restablecer sus propiedades básicas. Dichas medidas se expresarán en un Plan de Medidas de Reparación y/o Restauración.

Las medidas de compensación ambiental tienen por finalidad producir o generar un efecto positivo alternativo y equivalente a un efecto adverso identificado. Dichas medidas se expresarán en un Plan de Medidas de Compensación, el que incluirá el remplazo o sustitución

de los recursos naturales o elementos del medio ambiente afectados, por otros de similares características, clase, naturaleza y calidad.

Las medidas de reparación y compensación ambiental sólo se llevarán a cabo en las áreas o lugares en que los efectos adversos significativos que resulten de la ejecución o modificación del proyecto o actividad, se presenten o generen.

Si de la predicción y evaluación del impacto ambiental del proyecto o actividad se deducen eventuales situaciones de riesgo al medio ambiente, el titular del proyecto o actividad deberá proponer medidas de prevención de riesgos y de control de accidentes. Las medidas de prevención de riesgos tienen por finalidad evitar que aparezcan efectos desfavorables en la población o en el medio ambiente. Las medidas de control de accidentes tienen por finalidad permitir la intervención eficaz en los sucesos que alteren el desarrollo normal de un proyecto o actividad, en tanto puedan causar daños a la vida, a la salud humana o al medio ambiente.

E. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

DELGADO, A. (2011). Indica: El estudio financiero, es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, ya que, cuantifica los beneficios y costos monetarios de llevarse a cabo el proyecto.

Su objetivo, es sistematizar la información de carácter monetario de los estudios anteriores para así determinar la rentabilidad del proyecto. Para esto se utiliza el esquema de los flujos de caja proyectados, para el periodo de tiempo que se considere relevante para la evaluación del proyecto.

El flujo de caja debe contener los siguientes elementos: inversión inicial requerida para poner en marcha el proyecto, ingresos y egresos de la operación, momento en que ocurren dichos ingresos y egresos, monto de capital de trabajo y valor de desecho o de salvamento del proyecto.

Los estudios mencionados anteriormente, que deben hacerse en la evaluación de proyectos, pueden variar en el nivel de profundidad y en el orden en que se haga cada uno de ellos, dependiendo de las características del proyecto en particular. Por lo tanto, existen tres niveles de profundidad en la elaboración de la información:

1. Perfil

Es la etapa más preliminar de la investigación, que se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia.

Generalmente, se presentan estimaciones globales y costos o ingresos, pero sin mayor exactitud en los datos y en las proyecciones realizadas. El nivel de perfil, da un primer bosquejo de lo que podría resultar el proyecto.

2. Prefactibilidad

Es una etapa de mayor profundización de la investigación, se basa en fuentes de información secundaria, la cual se generó por estudios anteriores pero que es de utilidad para hacer una proyección de costo beneficio, al entregar datos referidos a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas. De este estudio, surge la recomendación de su continuación a niveles aún más profundos y exactos, su abandono o postergación hasta que se cumplan las condiciones mínimas necesarias para llevar a cabo el proyecto.

3. Factibilidad

Es la etapa de mayor profundización, ya que, se elabora basándose en fuentes primarias de información, que es aquella que se debe generar para el proyecto particular en estudio. El cálculo de las variables financieras y económicas, debe ser lo suficientemente demostrativo y exacto para justificar la valoración de los distintos factores a considerar.

Si Perfil resulta favorable, se realiza el estudio de prefactibilidad y si prefactibilidad resulta favorable entonces, se realiza el estudio de factibilidad.

Mientras menor cantidad y calidad de la información, más cerca el estudio al nivel de perfil y mientras más y mejor sea ésta, más se acerca al nivel de factibilidad.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

Este proyecto se llevó a cabo en la comunidad “El Palacio”, perteneciente a la parroquia Ulba del cantón Baños ubicada en la provincia de Tungurahua.

2. Ubicación Geográfica

La comunidad el Palacio se encuentra dentro de las siguientes coordenadas geográficas:

- a. **Latitud:** 1°23'147" S
- b. **Longitud:** 78° 21'313" W
- c. **Altitud:** 2116 msnm

3. Características Climáticas

La comunidad “El Palacio” presenta los siguientes tipos de clima según P. Pourrut, 0. Róvere, 1. Romo, 1-l. Viliacrés (1978):

- Ecuatorial Mesotèrmico Semi-hùmedo
- Ecuatorial de alta montaña
- Tropical Megatèrmico –hùmedo

4. Clasificación Ecológica

La comunidad “El Palacio” según Holdridge (1967) tiene las siguientes zonas de vida:

- Bosque siempre verde montano bajo de los andes orientales del norte y centro

- Bosque de neblina montano de los andes orientales

5. Características del Suelo

Los suelos de la comunidad incluyen tres formaciones geológicas principales: Rocas volcánicas junto a estas formaciones abundan las rocas arcaicas, gneis y esquistos cristalinos. Las grandes capas basálticas sobre las que se asienta baños forma a veces formidables estratos sobre puestos, que originan grietas y vacíos interiores como el famoso del Sigsihuyco, por donde se decía, podía irse, antes hasta los Llanganates.

Por su topografía irregular y volcánica, una de las condiciones del suelo de baños, según lo han observado los geólogos, es su extraordinaria permeabilidad, ósea su abundancia de sumideros y “tragaderos”, por donde desaparece fácilmente, y desde tiempo inmemorial mucho de las aguas que brotan o cruzan por su territorio.

6. Materiales y Equipos

a. Materiales

Hojas papel bond (resmas), portaminas, bolígrafos, cinta adhesiva, borrador, marcador, CDs, tinta de impresora, Guía de Aves del Ecuador, Guía de Mamíferos del Ecuador, Guía de Anfibios del Ecuador y Guía de Flora Silvestre del Ecuador.

b. Equipos

Computadora, impresora, flash memory 4GB, cámara digital, memory stick 2GB, GPS y baterías recargables.

B. METODOLOGÍA

El presente estudio es producto de una investigación fundamentalmente aplicada, de método no experimental, que se llevó a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo, a un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo; cuyos objetivos se cumplieron de la siguiente manera:

1. Realizar la evaluación del potencial turístico de la zona.

a. Elaboración del diagnóstico general de la comunidad “El Palacio”

Se realizó el diagnóstico situacional que incluyen los ámbitos:

- Ecológico territorial
- Socio económico y cultural
- Político institucional
- Turístico

De la comunidad, a través de la recopilación de información mediante talleres en la comunidad.

b. Inventario de atractivos turísticos

Se realizó el inventario de atractivos naturales y culturales para lo cual se utilizó la metodología propuesta por MINTUR (2004). El procedimiento empleado permitió una identificación de los principales atractivos y recursos naturales y culturales de la zona a través de un taller con los representantes de la localidad en donde se levantó información preliminar.

Se efectuaron varias salidas de campo hasta los atractivos y recursos para verificar la información, una vez identificados y caracterizados por los mismos, se procedió a realizar la valoración y jerarquización.

c. Estudio de Mercado

1) Análisis de la oferta

El análisis de la oferta se realizó en dos etapas:

La primera consistió en la caracterización de la Oferta turística actual de la comunidad “El Palacio”, para lo cual se revisó información en fuentes secundarias, seguidamente se realizaron salidas de campo para obtener información primaria sobre las condiciones actuales de la oferta de productos turísticos, servicios y actividades turísticas que se encuentran disponibles en la zona de estudio a nivel público, privado y comunitario. Para esta documentación se consideró los elementos del sistema turístico, puesto que se trata de un análisis a nivel territorial (Gráfico No.1).



Gráfico 1. Esquema de los componentes del sistema turístico

Adicionalmente se realizó una compilación de información sobre el catastro turístico de establecimientos circundantes a la comunidad con la finalidad de identificar la oferta complementaria de servicios turísticos.

La segunda fase consistió en recopilar información sobre la competencia y su oferta turística actual relacionada con productos turísticos, se ha considerado en esta fase realizar visitas a

otras comunidades presentes en la región Sierra Centro que trabajan en la actividad, se consideró oportuno analizar dos comunidades de las provincias de: Chimborazo, Tungurahua y Pastaza por el radio de acción y por las condiciones de desarrollo del turismo comunitario.

Con la información obtenida de la competencia y de la oferta actual se realizó un análisis de ventajas comparativas y competitivas.

a) Análisis situacional

Después de la fase de diagnóstico se identificó a través de la matriz CPES los: problemas, causas, efectos y soluciones que plantea la comunidad. Posteriormente se elaboró la matriz FODA en la que se analizaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee la zona para el aprovechamiento turístico y el desarrollo local.

2) Análisis de demanda

a) Definición de la metodología y fuentes de información

La metodología que se utilizó en el análisis de la demanda es de carácter aplicado y descriptivo, se realizó un análisis general, que describe el mercado actual y potencial, para lo cual se procedió a revisar fuentes de información primaria y secundaria.

b) Información secundaria

Se revisaron datos estadísticos de los turistas nacionales que viajan para realizar turismo comunitario.

c) Información primaria

Se aplicaron encuestas en la ciudad de Baños en el mes de agosto del 2013, debido a que es una zona turista con mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

Las encuestas se elaboraron con preguntas cerradas y de selección múltiple. Luego se tabularon y analizaron los datos para definir el perfil de la demanda actual y potencial a captar.

d) Determinación del segmento del mercado

Para definir el segmento de mercado se tomó en consideración las estadísticas de turismo del Municipio del cantón Baños del año 2012, identificando dos formas de agrupación para el viaje: turistas nacionales y extranjeros.

e) Definición de la población

El universo de estudio está conformado por 1200.000 turistas de los cuales, el 71% son turistas nacionales y el 29% son extranjeros que visitan el cantón Baños. (Departamento de turismo del Municipio de Baños, 2012)

f) Técnica de muestreo y cálculo de la muestra

La técnica de muestreo fue de tipo aleatorio estratificado al azar, con la finalidad de que todos los individuos del universo tengan la misma oportunidad de ser parte de la muestra. Para definir el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula propuesta por Spiegel (1971), considerando un error muestral del 5%:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia

e = Margen de error

z = Nivel de confianza

El cantón Baños ha recibido un total de 1200000 turistas en el año 2012, de los cuales el 71% son turistas nacionales y el 29% extranjeros. (Departamento de turismo del Municipio de Baños)

Tamaño de la muestra para la demanda actual

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

$$n = 1200000 (0.5*0.5)/(1200000-1)(0.1/1.75)^2 + (0.5*0.5)$$

$$n = 1200000 (0.25)/199999 (0.5/1.75)^2 + (0.25)$$

$$n = 300000/979.84$$

$$n = 306.17$$

El total de encuestas aplicadas fue de **306**, considerando que **217** encuestas fueron aplicadas a turistas nacionales y **89** a turistas extranjeros.

g) Confrontación Oferta - Demanda

Para la confrontación oferta - demanda, se calculó la demanda insatisfecha y se determinó la cuota objetivo de mercado con una proyección a cinco años que se calculó con la fórmula del incremento compuesto que a continuación se detalla.

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

Dónde:

C_n= Incremento compuesto

C_o = Universo de Estudio

I = Índice de crecimiento del sector turístico (13%, MINTUR 2012)

n= Años a proyectar – 10

h) Análisis de la competencia

Se realizó un análisis de las principales comunidades que ofertan turismo comunitario de las provincias de Chimborazo, Tungurahua y Pastaza de acuerdo a las siguientes condiciones:

- Nombre de la organización
- Ubicación
- Servicios turísticos
- Servicios complementarios
- Atractivos
- Actividades
- Paquetes turísticos
- Programas y proyectos
- Promoción, comercialización y organización

2. Diseñar la estructura técnica del producto turístico de la comunidad El Palacio

Para realizar el estudio técnico del emprendimiento turístico se tomó como base el análisis del potencial turístico del área y el perfil de los turistas y se procedió a:

- Identificar los servicios e infraestructura requerida desde una perspectiva ecológica tomando en cuenta como base las sugerencias establecidas en el manual de calidad de la CORDTUCH (Corporación de Desarrollo Comunitario y Turismo de Chimborazo)
- Diseñar la infraestructura y señalética requerida
- Elaborar itinerarios, circuitos y tours (según corresponda)
- Realizar una estimación de los precios a partir de un análisis de costos

3. Desarrollar el estudio mercadotécnico

Una vez estructurado el producto se procedió a definir las estrategias de promoción y comercialización en base al Marketing Mix que comprende: producto, plaza, precio y promoción

4. Elaborar la estructura legal y administrativa (Gestión de la unidad del emprendimiento comunitario)

Para definir la gestión de la unidad del emprendimiento comunitario, se trabajó conjuntamente con los miembros de la comunidad mediante talleres participativos en los cuales se trabajó respecto a:

a. Estructura legal

- Requisitos para la inscripción como empresa de economía social y solidaria (Centro Turístico Comunitario)

b. Estructura administrativa

- Personal necesario para el desarrollo turístico del centro comunitario.
- Estructura administrativa del Centro Turístico Comunitario
- Manuales de funcionamiento para cada área.
- Manuales de operación para la prestación y evaluación de servicios turísticos.
- Códigos de ética para los miembros de la comunidad y visitantes durante la operación de los servicios turísticos.
- Áreas de capacitación para el equipo de gestión y operación del centro turístico comunitario.

5. Elaborar la evaluación ambiental y establecer medidas de mitigación

Para dar cumplimiento a este requerimiento se evaluó el grado de impacto ambiental que podría causar la implementación del producto para ello se utilizó la metodología propuesta por Lázaro Lagos (1993) donde la matriz muestra la interacción entre las causas y los efectos evaluando los impactos biológicos, socio-culturales y económicos, finalmente se elaboraron medidas de control, prevención, mitigación y compensación para contrarrestar los impactos negativos que podría causar la implementación del producto.

6. Desarrollar la evaluación de la viabilidad económica y financiera del producto

Para desarrollar el análisis económico y financiero se tomaron en cuenta los requerimientos para el correcto funcionamiento de la operación turística en el área, acordes con el estudio técnico y la estimación de los precios en donde están comprendidos: TIR, VAN, RBC, punto de equilibrio y periodo de recuperación de la inversión.

a. Estudio financiero

El estudio financiero nos permitió cuantificar los estudios anteriores (técnico y administrativo legal), para determinar la conveniencia o no de implementar el producto, la proyección de datos para el presente estudio ha sido calculada para 10 años.

b. Estudio económico

Luego de determinar la inversión necesaria para la implementación del producto, se analizó las siguientes variables para conocer si la inversión es factible o no.

- Flujo de caja
- Valor actual neto
- Tasa interna de retorno
- Relación beneficio / costo
- Punto de equilibrio

V. RESULTADOS

A. SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNIDAD “EL PALACIO

1. Ámbito físico espacial

a. División política administrativa

País: República del Ecuador

Región: Oriental o Amazónica

Provincia: Tungurahua

Cantón: Baños de Agua Santa

Parroquia: Ulba

Comunidad: El Palacio

b. Límites

Norte: Cordillera Llanganates

Sur: Río Pastaza

Este: Río Blanco

Oeste: Caserío Agoyán

c. Vías de acceso

La comunidad El Palacio se encuentra a 10 km aproximadamente de la ciudad de Baños en la vía al Puyo. El acceso se puede realizar alquilando una camioneta particular desde Baños hasta Río Blanco, al final del túnel a mano izquierda se toma una vía de tercer orden que lleva la comunidad después de recorrer 3 km de distancia.

Las vías de acceso a la comunidad se encuentran en mal estado por eso se requiere subir solo con vehículos de doble tracción sobre todo en épocas de invierno ya que a veces el río se

desborda, a pesar de que los miembros de la comunidad le dan mantenimiento mediante mingas se recomienda gestionar el empedrado de por lo menos la vía principal para facilitar el acceso a los turistas y el comercio de los productos agrícolas con otras ciudades.

Otro acceso se realiza desde la ciudad de Baños vía al Puyo recorriendo 5km hasta el Agoyán y desde allí se toma un camino de herradura al cual se puede acceder en caballo o caminando hasta la comunidad recorriendo aproximadamente 3km.



Gráfico 2. Mapa de ubicación de la comunidad El Palacio respecto a la provincia de Tungurahua, Ecuador
Fuente: Dirección de Planificación – Gobierno Provincial de Pichincha (2010)

2. Ámbito socio cultural

a. Etnicidad

Cuadro 1. Tipo de población de la comunidad El Palacio

TIPO DE POBLACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Población Indígena	0	0
Población mestiza	84	100
POBLACIÓN TOTAL	84	100

El 100% de la población se considera mestiza cuya presencia se da luego de la colonia.

b. Historia

Poco es conocido sobre el área de Ulba y Baños antes de la conquista europea. Según el historiador baneño Enrique Freire, autor del libro “Baños en el Tiempo y en el Espacio”, en épocas prehistóricas esta zona fue asiento de grupos venidos de la baja Amazonía, quienes posiblemente se asentaron en el lugar para aprovechar de las aguas termales existentes. Varias olas migratorias procedentes de la Amazonía o incluso de Centro América concurren al área de Baños y Ulba, como grupos Caribes, Quitches y aún los Incas utilizaron este sector para asentamientos temporales. Según el historiador Jacinto Jijón y Caamaño, citado por el historiador local Enrique Freire, algunos toponímicos del lugar serían la huella de esas oleadas migratorias.

Nombres como Lligñay y Añango provendría de los quitches; Puntzán, Tungurahua Guámag, serían denominaciones dejadas por la oleada de los Caribes; y, finalmente, los toponímicos Capairón y Huairapungo, tiene un claro ascendiente Quichua, lo que indica que son testimonio del paso de los Incas por el área de Baños.

El encañonado natural del Pastaza, convirtió al área de Ulba y, en general Baños, como un paso obligado para acceder a la región Amazónica. Por esta razón durante la época colonial,

misioneros de diversas congregaciones se instalaron en Baños como base de operaciones para su ingreso misional al oriente, siendo los dominicos los que mayor relación tuvieron con el lugar.

En la antigüedad los incas usaron Los Llanganates como una área minera, de donde extraían oro y es por eso que crearon caminos que se los puede ver hasta la actualidad. Tras la muerte de Atahualpa se cree que los incas enterraron en esta área los tesoros que estaban destinados para el rescate del monarca, evitando de esta manera que invasores españoles lo encuentren.

Datos recabados mediante entrevistas realizadas a los miembros del sector, manifiestan que hace años atrás estas tierras pertenecían a los Sres. Álvarez y este sector era una hacienda que abarcaba el Agoyán y el Palacio. Con el paso de los años estas tierras han sido divididas y vendidas a los abuelos de habitantes actuales para luego heredar a sus familias, conformando así esta comunidad.

Datos recabados mediante entrevistas realizadas al Sr. Juan Freire y algunos habitantes del sector, manifiestan que el 24 de Abril de 1990 se constituye legalmente como Asociación de Trabajadores Agrícolas El Palacio en el Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG hoy conocido como Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca MAGAP, aprobando el estatuto propuesto y dándoles personería jurídica. Los socios fundadores son:

- José Eliecer Merino Flores
- Luis Vicente Freire Miranda
- Nely Isabel Ramírez Cordonez
- Isaac Reinaldo Merino Arce
- César Merino Flores
- Segundo Juan Orozco Gavidia
- José P. Aníbal Tapia Vargas
- Delia María Flores Ortega
- Manuel Mesías Toapanta Guanga

- Francisco Adán Ojeda Ramírez
- Zoila Claudina Ojeda Ramírez
- Juan Francisco Freire Gacitua
- María Carmen Gacitua Moreno
- Luis Francisco Guanga Guanga
- Polivio Alfonso Barrera Ramírez
- Cecilia del Carmen Freire Gasitua
- Gualberto Edison Orozco Flores
- Luis Gonzalo Freire Gacitua
- Carlos Estuardo Merino Flores
- Segundo Celio Guanga Tacuri
- Carmen Rosario N. Tapia Vargas
- Wilfrido Ancelmo Ojeda Ramírez
- Rosa Madgalena Barriga Parra

Desde su constitución legal la comunidad ha estado representada por grandes líderes quienes a través de los años han logrado cimentar y construir un grupo humano con ideales, prácticas y principios llenos de autenticidad, buscando siempre el beneficio colectivo de todo un pueblo.

El termino Palacio es eminentemente español, mismo que por el cerro Añango lleva este nombre ya que es la única elevación presente y además forma una planicie en su altura, pues el Palacio es una población de altura que desde los 1600 a 2600 msnm, en donde la topografía del terreno en su mayoría es irregular. El nombre refleja además las características de la zona puesto que sus nichos ecológicos permiten la supervivencia de especies florísticas y de fauna propios de la región amazónica.

La comunidad era un caserío poblado donde existía una escuela llamada “República de Panamá” con 45 alumnos y sus fiestas se realizaban con algarabía lo cual fueron incentivadas por los maestros Sres. José Montoya, Vicente Castro, Alfonso Tapia, Juana Cifuentes, Gloria Loza y

Marcia Delgado. Para el área de la salud se curaban con plantas medicinales y para atender los partos existían comadronas.

c. Población

Cuadro 2. División de la población de la comunidad “El Palacio” por género.

Indices e Indicadores Demograficos	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Población Masculina	44	52
Población Femenina	40	48
Población Total	84	100

De acuerdo al estudio realizado en el año 2012, la población total existente en la comunidad “El Palacio” es de 84 habitantes, de los cuales 44 son hombres que representan el 52,4% y 40 son mujeres y representan el 47,6% de la población.

Cuadro 3. Porcentaje de hombres y mujeres de la comunidad “El Palacio”, por rango de edad.

RANGO DE EDAD	NÚMERO	PORCENTAJE
De 0 – 9 años de edad	0	0%
De 10 –19 años de edad	7	8%
De 20 – 29 años de edad	17	20%
De 30 – 39 años de edad	16	20%
De 40 – 49 años de edad	23	27%
De 50 –59 años de edad	10	12%
De 60 – 69 años de edad	8	10%
De 70 –79 años de edad	3	3%
TOTAL	84	100%

La mayoría de la población está conformada por el grupo de adultos de 40 a 49 años de edad con el 27%, el 20% corresponde a las edades de 20 a 39 años, el 12% lo representa el grupo de 50 a 59 años de edad, el grupo de 60 a 69 lo conforman adultos mayores con un 10%, el 8% corresponde a jóvenes de 10 a 19 años de edad, seguido de un 3% con el grupo de 70 a 79 años

de edad, por lo que se considera que la comunidad está habitada por adultos mayores los cuales son personas responsables y emprendedoras.

d. Movilidad

El crecimiento demográfico se ha acentuado en la capital provincial, y también en las cabeceras cantonales en donde se ha puesto en manifiesto que la pobreza obliga a los migrantes del campo a la ciudad a buscar trabajo con un salario sumamente bajo abandonando incluso a sus hijos.

Según la investigación primaria los habitantes mencionan que desde 1975 la gente empieza a migrar por fuentes de trabajo y por mejorar el nivel de educación de sus hijos, principalmente se desplazan a la ciudad de Baños o hacia Ulba.

e. Nivel de instrucción

Cuadro 4. Nivel de Instrucción de la población de la comunidad “El Palacio”

INSTRUCCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Analfabeto	6	7%
Jardín	7	8%
Primaria	42	50%
Secundaria	25	30%
Superior	4	5%
TOTAL POBLACIÓN	84	100%

La mayoría de la población del sector El Palacio está representada por un 50% de personas que han cursado la instrucción primaria, el 30% representa a la población que cursa o terminó la instrucción secundaria, el 8% representa a los niños que se encuentran en el jardín, el 7% representa a la población analfabeta y el 5% representa a la población que se encuentra cursando la instrucción superior.

f. Profesión u ocupación

Cuadro 5. Áreas de ocupación de la comunidad “El Palacio”

Ocupación	NÚMERO	PORCENTAJE
Agricultor	24	29%
Estudiante	20	24%
Ama de casa	15	18%
Comerciante	12	14%
Empleado	12	14%
Jubilado	1	1%
TOTAL	84	100%

La mayoría de la población de la comunidad se dedica a la actividad agro-pecuaria (29%), el 24% son estudiantes, el 18% son amas de casa, el 14% son comerciantes, el 14% trabajan como empleados (taxistas, profesores, etc), mientras que el 1% está formado por personas jubiladas.

g. Servicios básicos

1) Agua

El 100% del agua que se consume en la comunidad es entubada que proviene de las vertientes de los Llanganates, la cual mediante estudios químicos y bacteriológicos se determinó que es apta para el consumo humano.

2) Alcantarillado

El 100% de la comunidad no posee lo cual no existe un servicio higienico adecuado, por esto existen pozos sépticos y letrinas.

3) Electrificación

El servicio de energía eléctrica en la comunidad se recibe mediante el sistema interconectado y se encuentra en malas condiciones por el momento, al igual que en las comunidades aledañas al sector.

4) Telefonía

Desde el punto de vista de los usuarios, el servicio telefónico convencional es deficiente en la comunidad, esto, sin embargo es suplido con el uso extendido de los teléfonos celulares en la zona, la aceptación por parte de la población al servicio de telefonía móvil es alta pese a que las tarifas de este tipo de telefonía son elevadas.

5) Eliminación de desechos

En la comunidad no existen rutas de recolección de la basura por parte del Municipio de Baños, en la zona la basura orgánica se arroja a los terrenos para que sirva como abono, la basura inorgánica se quema.

h. Vivienda

Las viviendas del sector “El Palacio” en un 100% son de tipo cabaña, hechas con materiales propios del lugar como la madera y con una elevación de unos 70 cm del piso en pilotes o muros de piedra, el techo está cubierto de tejas, la mayoría aún no se encuentran equipadas o culminadas, algunas de ellas se encuentran abandonadas o en proceso de deterioro, debido principalmente a las condiciones climáticas y a la falta de mantenimiento. La función de la

elevación de la vivienda es evitar la humedad del suelo y potenciales inundaciones por acumulación de las aguas de las lluvias.

i. Salud

Según las estadísticas de la Dirección Provincial de Salud y Ecociencia, las causas de la mortalidad son principalmente: neumonía, enfermedades cerebro-vasculares, accidentes de transporte, enfermedades isquémicas del corazón, las hipertensivas, tumores malignos del estómago y enfermedades de las vías respiratorias, entre otras.

Entre las enfermedades que son objeto de vigilancia epidemiológica constan las infecciones respiratorias agudas y las diarreicas.

Técnicamente, la comunidad tiene un déficit total de infraestructura y servicios de salud, pues no existe centro alguno de atención de salud pública en población alguna, la más cercana es hacia la ciudad de Baños o hasta las ciudades de Pelileo o Ambato.

Los establecimientos que dan servicios de salud en Baños son un total de 10, entre los cuales se cuenta en la cabecera cantonal con el Hospital de Emergencia de Baños, que ofrece servicios de internación. Además, se cuenta con 2 establecimientos sin internación y 2 dispensarios médicos en donde prestan servicios 8 médicos, 1 obstetra, 1 enfermera, 3 odontólogos y 12 auxiliares de enfermería. Los dispensarios médicos, sub-centros y puestos de salud ofrecen atención de diagnóstico y/o tratamiento de tipo ambulatorio únicamente. La oferta de servicios de salud, está concentrada en la cabecera cantonal debido a la mayor densidad poblacional.

j. Educación

Dentro de la comunidad no existen establecimientos educativos, lo cual hace que migren hacia Ulba o Baños para su preparación académica.

Ulba dispone de una oferta educativa compuesta de las siguientes instalaciones: 3 establecimientos de educación básica y 1 colegio a distancia. El total de alumnos matriculados es de 198, los que disponen de 21 profesores que imparten materias de diferente especialidad, es decir existe un promedio de 9,4 alumnos por profesor en la parroquia. Se evidencia la presencia de: 1 establecimiento de pre-primaria que cuenta con 7 alumnos y un profesor, 3 escuelas primarias, que cuentan con 193 alumnos y 20 profesores. En cuanto a la educación superior viajan hasta las ciudades de Ambato, Riobamba, Puyo o Tena principalmente.

k. Medios de transporte

Desde la ciudad de Baños se han identificado los siguientes:

Cuadro 6. Servicios de Transporte

NOMBRE	FRECUENCIAS	RECORRIDO	PRECIO
Compañía de Transportes Express Atenas	Todo el día	Baños – El Palacio	1 – 4pax \$6,00 USD
Camioneta de Transporte Las Cascadas	Todo el día	Baños – El Palacio	5-10 pax \$15,00 USD
Transporte Propio (Vehículo – moto- caballo)	--	--	-

l. Comunicación

La comunidad cuenta con los servicios de telefonía móvil de las empresas Claro y Movistar.

Los canales que se sintonizan son: Gama TV, RTU, Ecuavisa, RTS (Telesistema); y las frecuencias radiales son: La voz del Santuario de Baños y la Olimpica del Puyo.

m. Combustibles utilizados

Dentro de cada uno de los hogares los combustibles utilizados para cocinar son el gas o leña, para encender el último utilizan diésel, gasolina o kerex, por otra parte para el acceso a la comunidad los habitantes que tienen vehículo consumen los dos primeros tipos de combustibles.

n. Abastecimiento de productos

Los pobladores se abastecen de los productos de primera necesidad en los mercados cercanos de Ulba o Baños y la mayoría mantiene una economía de subsistencia razón por la cual solo adquieren productos procesados.

o. Seguridad

En la comunidad, las autoridades legítimamente elegidas por sus miembros regulan diversos ámbitos de las actividades, relaciones sociales y todo tipo de conflicto que se desarrolla dentro de su comunidad.

Su cosmovisión procura mantener la armonía entre la naturaleza y los miembros de la comunidad convirtiéndose en su fundamento de convivencia social. Los conflictos que se susciten dentro de la comunidad rompen con este equilibrio de manera que frente a un conflicto las autoridades reúnen a los comuneros y buscan medidas para restablecer el equilibrio a través de una compensación que consiste en el resarcimiento del daño que es asumido como un escarmiento para los demás miembros de la comunidad.

3. Ámbito ecológico territorial

a. Condiciones climáticas

El clima de “El Palacio” es templado, las precipitaciones anuales fluctúan entre los 500 y 2.000 mm anuales y están repartidas en dos estaciones lluviosas, de febrero a mayo y en octubre a noviembre (aunque como consecuencia del cambio climático estas han ido variando); la estación seca de junio a septiembre. La temperatura media se sitúa entre los 10 y 16°C, la humedad relativa varía entre el 65 y 85% debido a su precipitación y temperatura, la duración de la insolación puede ir de 1.000 a 2.000 entre 6 - 8 horas diarias. Estas condiciones son ideales para la realización de actividades recreacionales, así como actividades económicas de carácter agrícola y pecuario.



Gráfico 3. Mapa del tipo de climas de la parroquia Ulba

Fuente: Plan de desarrollo de ordenamiento territorial – Ulba, 2012

b. Clasificación ecológica

Pocos estudios específicos existen sobre la biodiversidad local en el cantón Baños, pero no así sobre la ecología regional, particularmente de los parques nacionales Sangay - Llanganates, sobre los que existen varios informes que dan cuenta de la importancia biológica de éstos. Sobre la ecología local, el documento más actualizado e integral es el elaborado a pedido del I- Municipio del Cantón Baños, titulado “*Zonificación Ecológica y Socioeconómica del Cantón Baños*”, realizado en el año 2005, según este documento existe dos tipos de formaciones ecológicas en el área que corresponde a la parroquia Ulba:

- Bosque Siempreverde Montano Bajo (\pm 1.500 msnm)
- Bosque de Neblina Montano (\pm 2.400 msnm)

c. Uso actual y potencial del suelo

La configuración topográfica y las condiciones hidro meteorológicas proporcionan a la comunidad una variedad de cultivos de diversos productos y, aseguran la humedad necesaria para tal fin. La altitud de “El Palacio” está comprendida entre los 1.628 m.s.n.m. en riberas del río Blanco y los 2631 m.s.n.m., en el cerro Añango.

En referencia al uso actual del suelo en el territorio parroquial de Ulba, éste se encuentra determinado por el proceso de colonización y expansión de actividades socioeconómicas que ha ocurrido en esta jurisdicción. Según el estudio “*Zonificación Ecológica y Socioeconómica del Cantón Baños*”, elaborado a pedido del Ilustre Municipio (2005) de este cantón, en términos generales, el 63,16 % del suelo del territorio de toda el área cantonal, está cubierto de bosques naturales, el 11,72 % por pastos naturales, y el 2,5 %, corresponde a páramos. Solamente el 7,56 % de las tierras del cantón se están aprovechando en cultivos agrícolas (3,80 % se dedica a cultivos permanentes, el 2,9 % se utiliza en cultivos transitorios, el 0,29% está sin sembrar y el 0,57% se lo mantienen en descanso para usos agrícolas futuros).

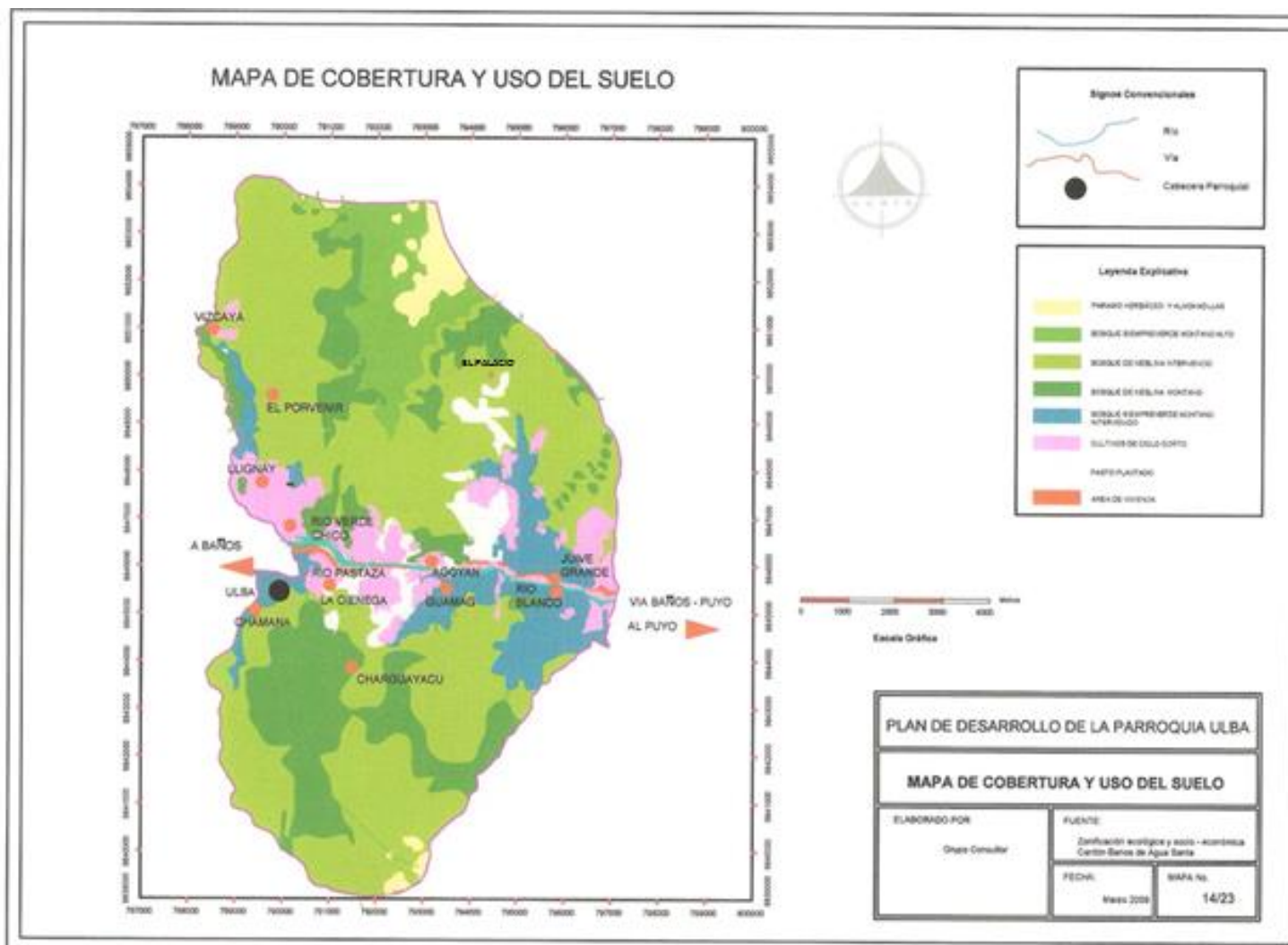


Gráfico 4. Cobertura y uso del suelo de la parroquia Ulba

Fuente: Plan de desarrollo de ordenamiento territorial – Ulba, 2012

d. Descripción general de la flora

Debido a que la comunidad es una entrada hacia la Amazonía y siendo zona de influencia del Parque Nacional Llanganates posee una gran biodiversidad en el cual existen especies madereras como: Cedro (*Cedrela montana*), matapalo (*Ficus citrifolia*), canelo (*Ocotea floribunda*), motilón (*Hyeronima duquei*), drago (*Croton lechleri*), balsa (*Heliocarpus americanus*), guarumo (*Cecropia marginalis*), lechero (*Sapium stylare*), colca (*Miconia calvescens*) y huilmo (*Weinmannia pinnata*). También se pueden encontrar especies vegetales epífitas como las bromelias (*Aechmea geminiflora*), orquídeas (*Calceolaria orthoclinium*), musgos y helechos.

Parte de la zona presenta un mayor grado de intervención, registrándose extracción ocasional de madera y apertura de la frontera agrícola, para aprovechar algunas áreas con potencial productivo, siendo notorios algunos parches de pastizales y cultivos de frutas como naranjilla, tomate de árbol y mandarina.

En el anexo N° 6 se detallan varias especies de flora que se encuentran en la comunidad.

e. Descripción general de la fauna

Ecociencia y la Fundación Ecominga han realizado estudios sobre la fauna del sector, en el grupo de mamíferos se destacan: tapir de montaña (*Tapirus pinchaque*), guanta (*Agouti paca*), guatusa (*Dayprocta fuliginosa*), zorro (*Conepatus semistriatus*), raposa (*Marmosa sp*), chucuri (*Mustela frenata*), cabeza de mate (*Eira barbara*), ardilla (*Sciurus granatensis*), cuy del monte (*Agouti taczanowskii*); entre las aves están: loros (*Pionus mentruus*), mirlos (*Turdus fuscater*), gallo de la peña (*Rupicola peruviana*), tórtola (*Zenaida auriculata*), urracas (*Cyanocoraz ynca*), colibríes (*Lesbia victoriae*), guarros (*Geranoaetus melanoleucus*), etc. Se confirma la presencia de especies endémicas como: *Galbula pastazae* y *Dysithamnus occidentalis*.

Producto de la caza indiscriminada y por la constante deforestación de las pocas zonas montañosas se han disminuido las especies características del sector, sin embargo aún quedan pocas.

Además existe ganado vacuno, bovino, caprino, porcino y equino así como una variedad de aves de corral.

En el anexo N° 3, 4 y 5 se detallan varias especies de aves, mamíferos, anfibios y reptiles que se encuentran en la comunidad.

f. Hidrología

El río Blanco es la principal arteria fluvial de la comunidad, el cual desemboca en el río Pastaza.

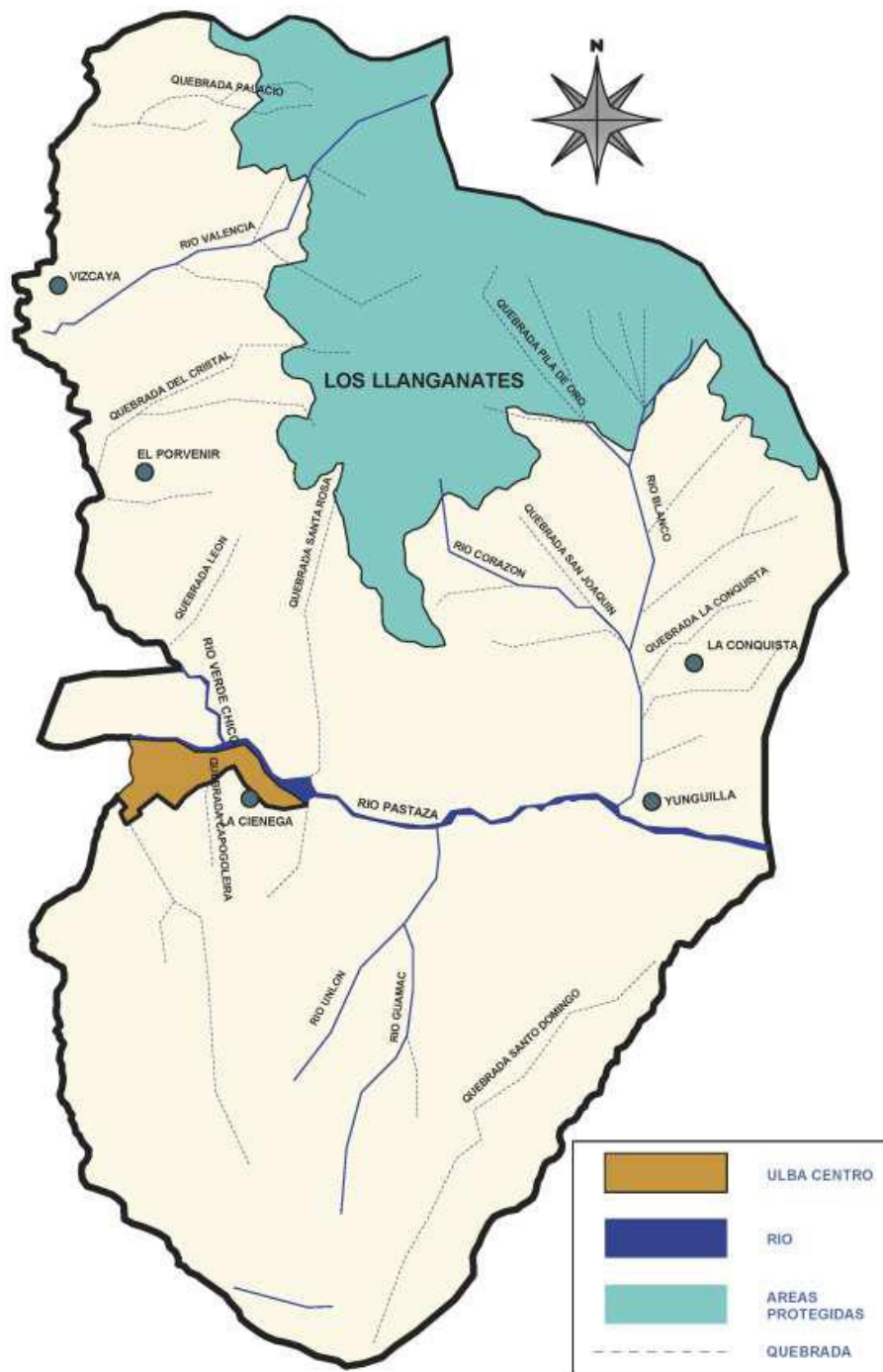


Gráfico 5. Mapa de cuencas hidrográficas de la parroquia Ulba
Fuente: Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial – Ulba, 2012

g. Riesgos Naturales

Dos tipos de riesgos son los predominantes en la zona: los de carácter volcánico y los fenómenos de remoción de masas o deslizamientos, aludes y derrumbos.

Los primeros son asociados al proceso eruptivo del Tungurahua y el segundo a las condiciones fluviales y pluviales del área.

El proceso eruptivo del Tungurahua, aunque constituye un peligro inconmensurable para cualquiera de las poblaciones ubicadas en los alrededores del volcán, sin embargo, bajo las condiciones actuales representa un peligro limitado para El Palacio ya que sería afectado por la caída de ceniza, caída de material piroclastos y por sismos. En los diez años de ocurrencia intermitente de incidencias eruptivas, la comunidad no ha sido mayormente afectada. El patrón de los efectos del presente proceso eruptivo cuyas consecuencias han afectado en forma desproporcional a las poblaciones del lado sur y sur occidental del volcán, responde a cierta característica morfológica del cráter del volcán. Éste en su pared oriental tiene una mayor elevación que la parte occidental. También existe un factor ambiental que explica ese patrón eruptivo la dirección de los vientos que predominantemente soplan desde la Amazonía hacia el occidente.

Otro tipo de riesgo existente en la parroquia Ulba es el relativo a la erosión e inestabilidad de los suelos, que ocasionan deslizamientos o remoción del suelo. Los deslizamientos del suelo ocurren por varias causas siendo las más comunes la inestabilidad debido a elevada pendiente, la composición del suelo; las precipitaciones; la escorrentía superficial, los sismos y los vientos. Todas estas condiciones de propensión a deslizamientos son poco frecuentes en la comunidad.

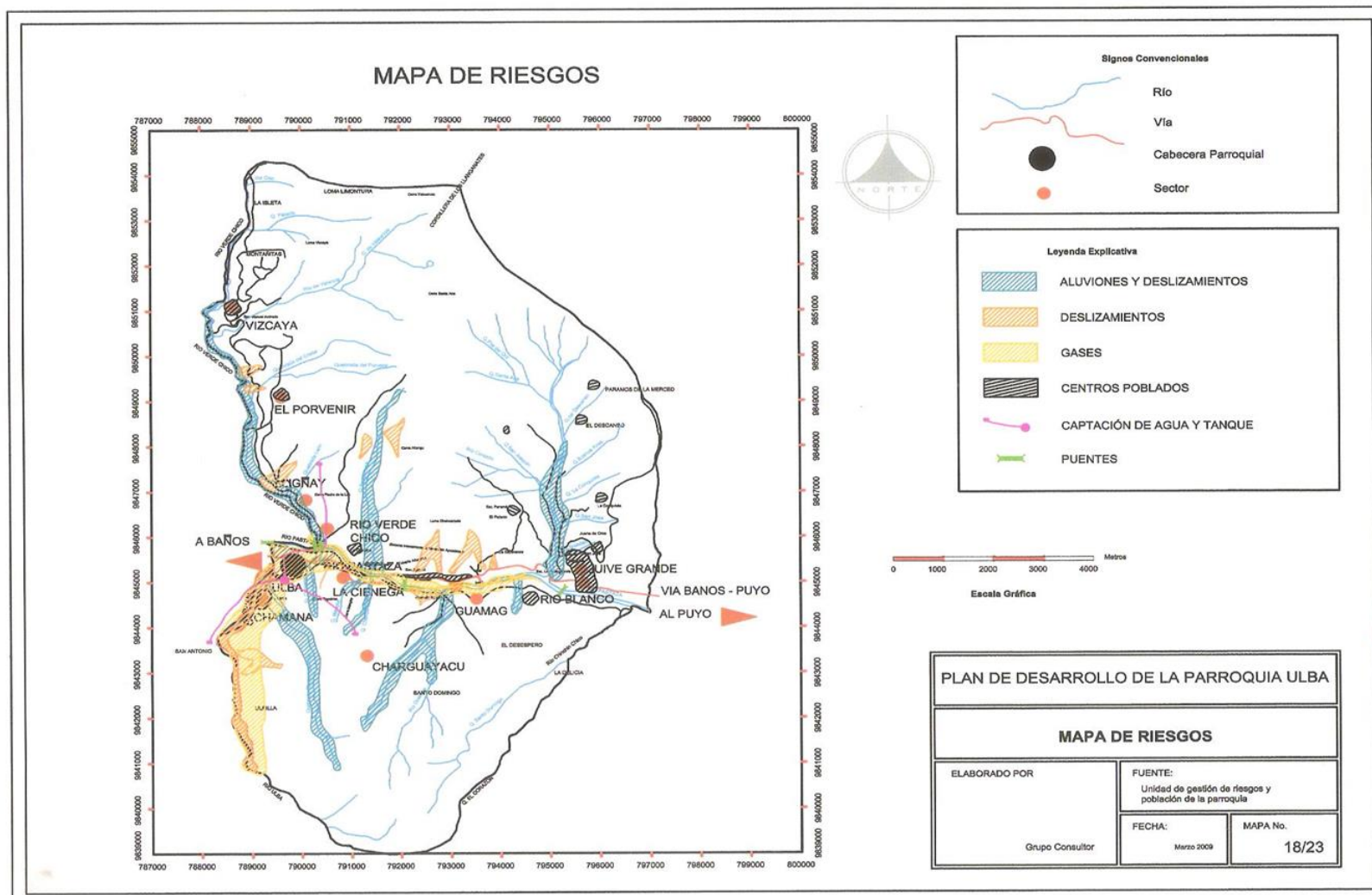


Gráfico 6. Mapa de riesgos de la parroquia de Ulba
Fuente: Plan de desarrollo de ordenamiento territorial – Ulba, 2012

h. Problemas ambientales

En la comunidad existen varios problemas ambientales, entre ellos, el principal es la acumulación de basura debido a que no se dispone del servicio de recolección, pero los habitantes están conscientes que es un problema de fácil solución al tener un mejor uso de los recursos naturales y motivar a la población a reciclar.

También la expansión de la frontera agrícola constituye un problema ambiental, ya que debido a esta, se están perdiendo grandes espacios de vegetación propia del lugar, la ganadería y los invernaderos que generan dióxido de carbono, las personas de la comunidad han considerado el valor de la vegetación nativa como una importante reserva de agua y están empeñados en protegerla.



Fotografía N° 1. Contaminación ambiental en la comunidad “El Palacio”

4. Ámbito económico productivo

a. Actividades económicas

El sector agropecuario representa el 70% del total de la actividad económica de la comunidad, de los cuales la producción agrícola significa 60%; la producción pecuaria corresponde al 30% y la producción avícola representa 10% junto con esta actividad el comercio de los productos cosechados se constituye en una fuente adicional de recursos económicos.

Los principales productos agrícolas que se producen en la comunidad en lo que respecta a granos y cereales son: arveja (*Pisum sativum*), frejol (*Phaseolus vulgaris*) y maíz (*Zea mays*); dentro de los tubérculos y raíces encontramos: camote (*Ipomoea batatas*), yuca (*Manihot esculenta crantz*), zanahoria blanca (*Arracacia xanthorrhiza*) y a nivel de hortalizas: ají (*Capsicum Annum*), cebolla (*Allium cepa*), espinaca (*Spinacia oleracea*), pimiento (*Capsicum annuum*), zambo (*Cucurbita ficifolia*), tomate riñón (*Lycopersicon esculentum*) y zapallo (*Cucurbita maxima*). Algunas frutas como: naranjilla (*Solanum grandiflorum*), granadilla (*Pasiflora ligularis*), mora (*Morus nigra*), limón (*Citrus limón*), aguacate (*Persea americana*) y tomate de árbol (*Cyphomandra betacea*). También se pueden apreciar pequeños invernaderos principalmente para el cultivo del babaco (*Carica pentagona*).



Fotografía N° 2. Productos agrícolas de la comunidad “El Palacio”

La producción de pollos al igual que la de los huevos es comercializada principalmente en la ciudad de Baños, así como también en Pelileo (826,4 Km) y Ambato (42,8 Km). Mientras que la producción de huevos por parte de las grandes granjas avícolas son comercializadas, adicionalmente en las ciudades de Guayaquil, Riobamba, Tulcán.

La producción de ganado bovino en la comunidad es baja, por cuanto su topografía presenta grandes pendientes lo cual dificulta el manejo del ganado, provocando repentinamente la mortalidad de los bovinos.

Otros factores que limitan la producción ganadera son la falta de pastos de calidad y el limitado acceso vial a zonas productivas, lo que significa que las actividades ganaderas se deben realizar a pie, transitando por caminos de herradura que se encuentran en mal estado.

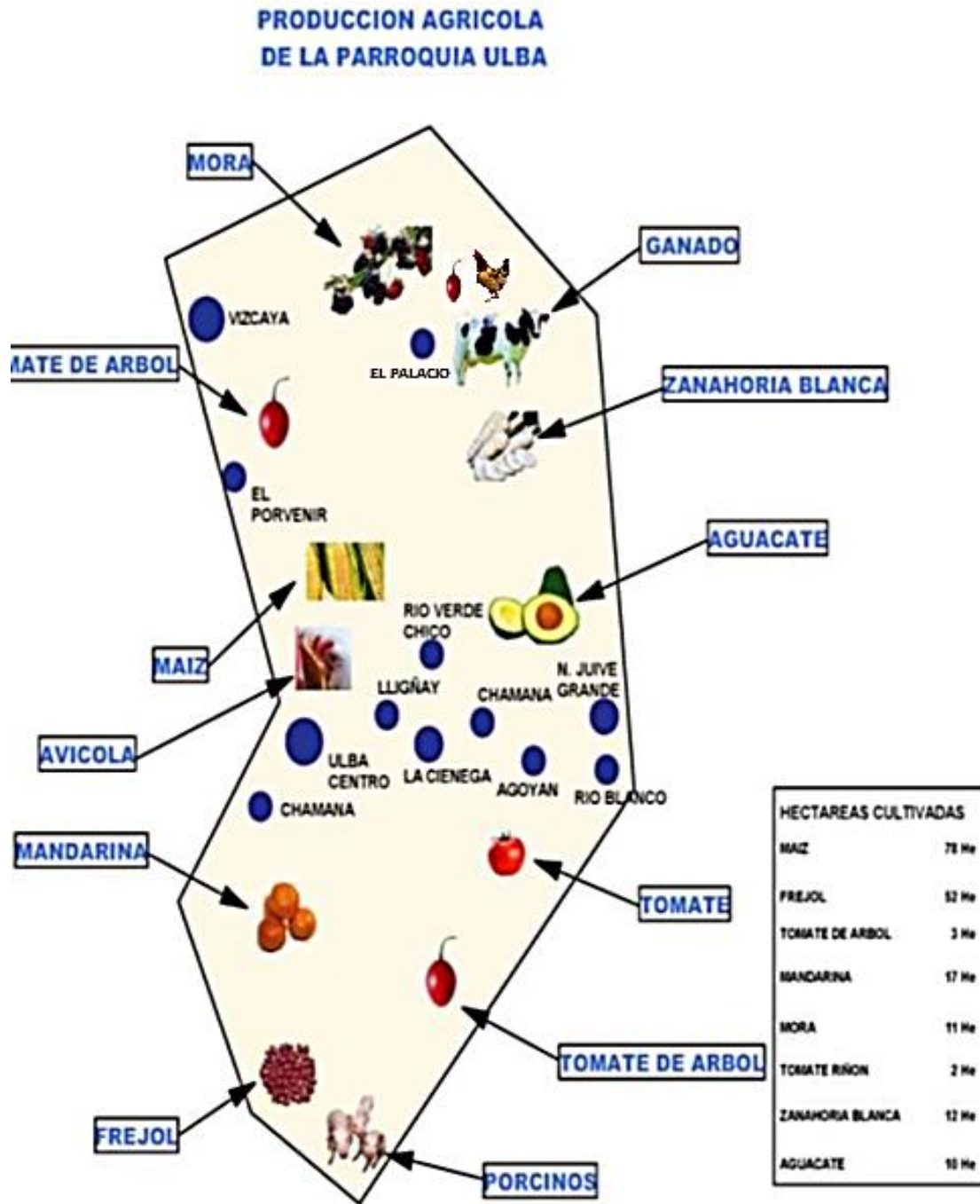


Gráfico 7. Mapa de producción agropecuaria de la parroquia Ulba
Fuente: Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial – Ulba, 2012

b. Desarrollo actual del turismo en la zona

Los miembros de la comunidad “El Palacio” han creído conveniente iniciar la actividad turística adoptando la modalidad de turismo comunitario como una alternativa de desarrollo que les permita generar fuentes de trabajo para reducir la pobreza y la migración de su pueblo.

La iniciativa nace al analizar que la actividad turística es una oportunidad para mejorar la calidad de vida en la comunidad y a la vez impulsar actividades sustentables tales como la agricultura orgánica y la recuperación de ciertos productos agrícolas nativos que se están perdiendo por el desconocimiento de sus propiedades alimenticias, a más de lo cual los turistas sobre todo extranjeros, se sienten atraídos por realizar actividades en las comunidades para conocer su forma de vida y estar en contacto con el medio ambiente.

Mediante el apoyo del gobierno parroquial de Ulba se realizará varias obras sociales básicas para que la comunidad oferte esta línea de producto turístico.

La comunidad ya ha recibido la visita de varios turistas a pesar de no contar con un plan de manejo turístico y una correcta organización de las visitas. Estos turistas llegaron a la comunidad por medio de la agencia de viajes Geo Tours y por cuenta propia.

Al ser una iniciativa de turismo comunitario reciente, no posee infraestructura ni planta turística adecuada para este servicio.

5. Ámbito político administrativo

a. Administración interna

1) Estructura organizacional

En la comunidad existe una directiva que es elegida por los miembros de la comunidad en una reunión, su función principal es solucionar los problemas dentro de la comunidad. El líder de la comunidad organiza las actividades en beneficio la población.

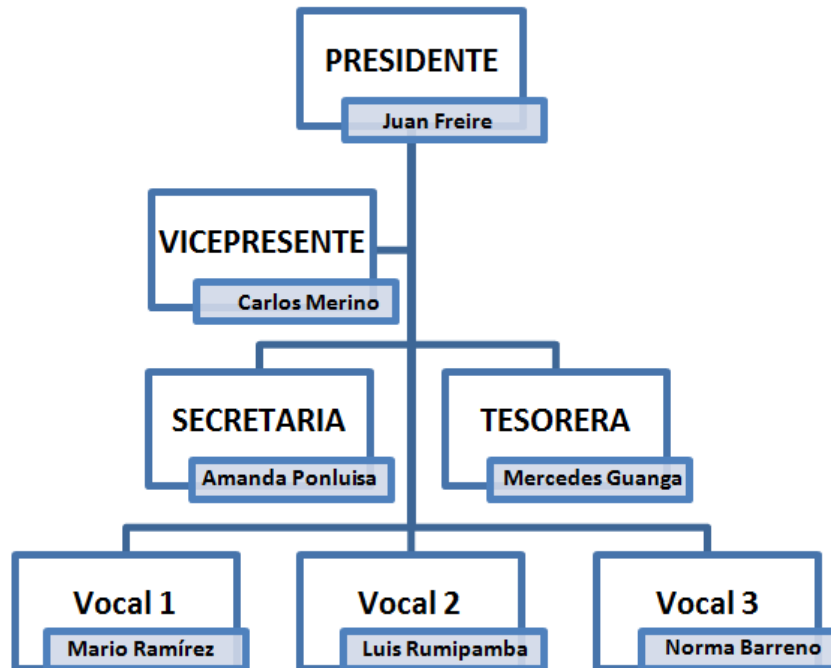


Gráfico 8. Organigrama de la directiva de la comunidad “El Palacio”

b. Instituciones que trabajan en la zona

Se menciona algunas de las instituciones que han ejecutado proyectos, obras o servicios a la comunidad en los últimos años:

Cuadro 7. Instituciones que trabajan en la zona

Institución	Misión	Vinculación con la Comunidad
Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca	Regular, normar, facilitar, controlar y evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país promoviendo acciones que permitan el desarrollo rural y propicien el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector impulsando al desarrollo de productores, en particular representados por la agricultura familiar campesina, manteniendo el incentivo a la actividades productivas en general.	Asistencia técnica en la producción agropecuaria
Ministerio del ambiente	Ejercer de forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental, garantizando una relación armónica entre los ejes económicos, social, y ambiental que asegure el manejo sostenible de los recursos naturales.	Asegurar la conservación y el uso sustentable de los recursos naturales.
Gobierno Provincial de Tungurahua	Coordinador, orientador, facilitador, planificador y ejecutor de acciones mancomunadas con gobiernos locales, instituciones públicas, privadas y organizaciones sociales, en los niveles: parroquiales, cantonales, provincial, regional, nacional e internacional; con el fin de impulsar las iniciativas de desarrollo económico, social, ambiental y territorial de Tungurahua, bajo los principios de participación, mancomunidad, equidad, ética, efectividad y transparencia.	Programar, presupuestar, dirigir, ejecutar y supervisar obras hidro – sanitarias y viales.
Ilustre Municipio de Baños	Su objetivo es elevar el nivel de vida de la población, mediante el incremento del flujo turístico, manteniendo un desarrollo sustentable de los recursos naturales del Cantón, fortaleciendo el apoyo a las áreas productivas del sector, sustentando una política de organización de tierras y respaldo técnicamente la inversión pública garantizando de esta manera el buen vivir de los ciudadanos y ciudadanas de Baños de Agua Santa.	Lleva a cabo el cumplimiento del Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal, reconociendo tres ejes de acción: 1. Turismo, Trabajo y Economía. 2. Infraestructura y Servicios. 3. Gente e Inclusión ciudadana, más un eje transversal que versa sobre la seguridad social y el manejo de riesgos.

Institución	Misión	Vinculación con la Comunidad
Hospital de Baños de Agua Santa	Proporcionar servicios de salud a la población, atendiendo sus problemas prioritarios y los factores que condicionan y causan daños a la salud, con acciones de prevención y seguridad que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida.	Jornadas médicas Programa ampliado de inmunizaciones Saneamiento comunitario en la prevención de enfermedades
Gobierno Parroquial de Ulba	Emprender una Gestión participativa, equitativa, solidaria y transparente, con capacidad de liderazgo de sus integrantes, que promuevan y faciliten la coordinación y cooperación interinstitucional entre los sectores involucrados, para alcanzar el desarrollo integral de la Parroquia y sus comunidades.	Fortalecimiento organizacional y apoyo técnico en la elaboración de proyectos turísticos.

6. Análisis situacional

a. Análisis CPES

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
No existió planificación	Vías en mal estado	Acceso solo con vehículos de doble tracción	Nueva planificación de la vía por la gradiente que existe Gestionar el adoquinado o asfaltado vial
La tubería antigua y en malas condiciones	Agua contaminada	Escases de agua y problemas de salud	Cambio o limpieza de la tubería en base a estudios técnicos
El sistema de redes antiguo y deteriorado	Deterioro en el sistema interconectado de energía eléctrica	Caída de postes y alambres	Cambio del sistema de electricidad en base a estudios técnicos
Pozos sépticos Quema de basura inorgánica	Contaminación	Mal olor Eliminación de CO2	Implementación del servicio de alcantarillado y capacitación sobre manejo de desechos
Falta de organización de los pobladores	Escasa señalización de acceso y en atractivos	Desconocimiento de la comunidad	Diseño e implemetación de señalización informativa, orientativa e interpretativa
Inasistencia médica y primeros auxilios	No existe un centro de salud en la comunidad	Riesgo de perder la vida	Botiquin comunitario y capacitación en primeros auxilios Gestionar la implementación de un centro de salud

b. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Los miembros de la comunidad son personas muy trabajadoras y con espíritu de superación. • Atractivos naturales y culturales con potencial turístico. • Ambiente tranquilo que garantiza la seguridad en la zona. • Cuenta con un clima favorable para los pobladores y demás seres vivos. • Su biodiversidad es alta tanto en flora como en fauna por ser zona de influencia del Parque Nacional Llanganates. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las distintas instituciones tanto públicas, privadas y no gubernamentales buscan apoyar el desarrollo económico, sociocultural y ambiental de las comunidades mediante el soporte técnico y económico a proyectos comunitarios. • Soporte técnico brindado por estudiantes de instituciones de Educación Superior e Instituciones Públicas o Privadas del país para desarrollar proyectos. • Apoyo del MINTUR para el financiamiento de proyectos. • Mercado turístico potencial a quien se puede ofertar los productos turísticos. • Créditos otorgados por entidades financieras para el emprendimiento en actividades turísticas.

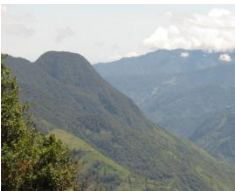




DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Aculturación de la población. • Migración de la población. • Falta de financiamiento en proyectos de desarrollo para la comunidad. • Desconocimiento de sus recursos. • Mal manejo de la tierra. • Falta de los servicios de comunicación y alcantarillado. • Deficiente servicios de salud, alumbrado público y domiciliario, transporte público de pasajeros y carga. • Escasa experiencia en turismo comunitario. • Escasa cobertura y alcance de los medios de comunicación radial y televisivo en la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo interés en apoyo hacia el sector por parte de instituciones públicas. • Clima inestable que afecta la economía productiva. • Contaminación ambiental • Erupción del volcán Tungurahua • Avance de la frontera agrícola

1. Inventario de atractivos

a. Atractivos naturales

La comunidad “El Palacio” presenta características propias de la amazonía, en donde se puede encontrar muchas especies de flora y fauna. Todas estas especies realzan la belleza paisajística del sector adicionalmente se han identificado y jerarquizado los siguientes atractivos naturales (Anexo 9):

Cuadro 8. Resumen de los atractivos naturales

NÚMERO	FOTO	ATRACTIVO	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
1		Mirador Cerro Añango	Montaña	Mirador	II
2		Cueva de la Doña	Fenómenos Espeleológicos	Cueva	II
3		Cascada Corazón	Rios	Cascada	II
4		Cascada Huachi	Rios	Cascada	II
5		Cañon del Palacio	Fenómenos geológicos	Cañon	II

Atractivos de la Comunidad El Palacio

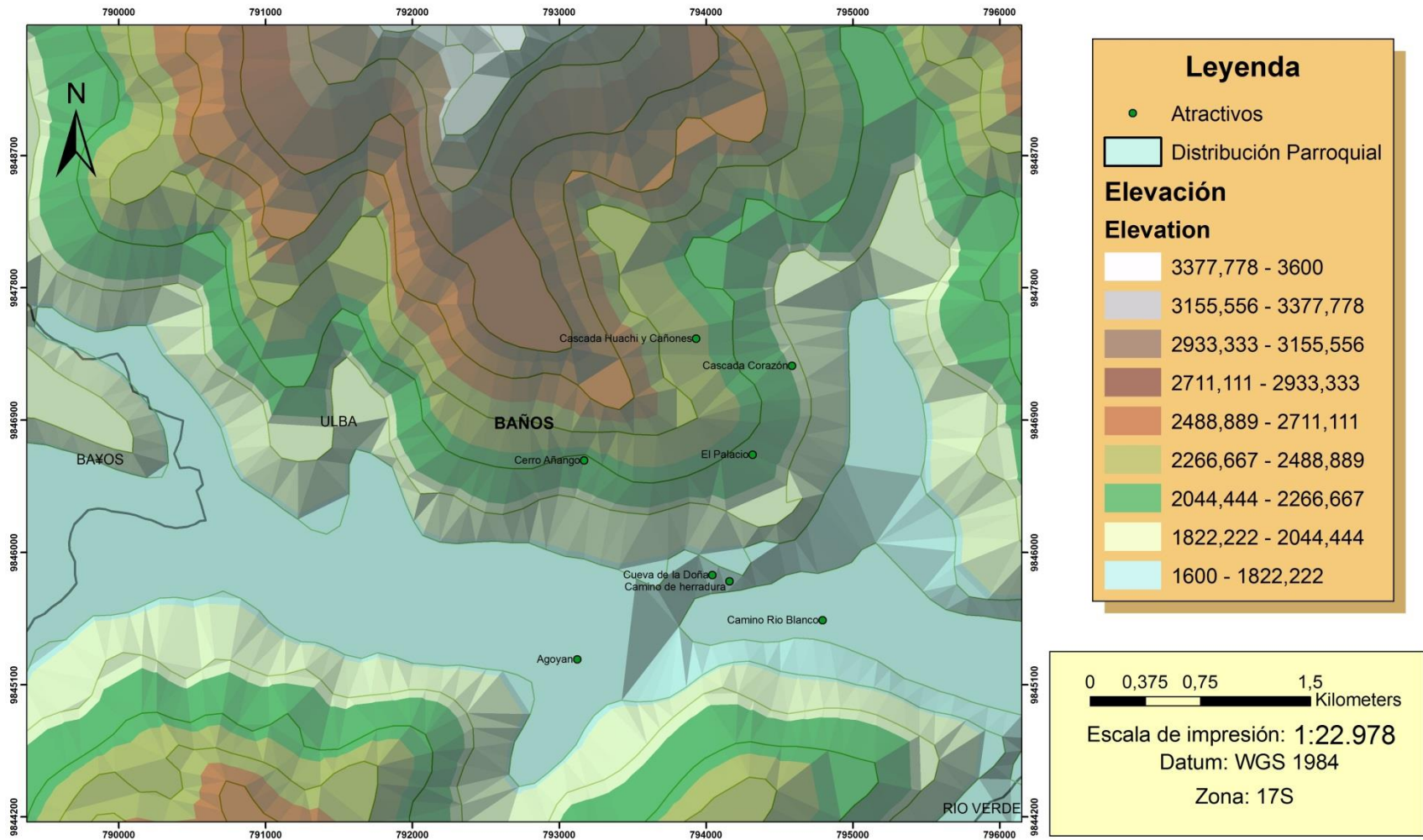


Gráfico 9. Mapa de atractivos naturales de la comunidad “El Palacio”

b. Atractivos culturales

El Palacio es una comunidad integrada por gente amable que conserva las enseñanzas de sus antepasados y están muy interesados no solo en recuperar sus costumbres y tradiciones, sino también en mostrarlas al mundo y poder enseñar algo de su saber ancestral.

Cuadro 9. Resumen de los atractivos culturales

ATRACTIVO	NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	DESCRIPCIÓN
Caminos Antiguos	Camino del Inca	Manifestaciones Culturales	Históricos	Sitios Arqueológicos	Antigua ruta utilizada por los Incas para comunicarse y comerciar con las diferentes ciudades del imperio. Tras una caminata desde el centro de la comunidad se puede llegar a este sitio que en la actualidad sirve para el desplazamiento de personas y animales.
Casas	Cabañas	Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura Civil	Elaboradas con materiales propios de la zona, paredes de madera, techo de teja. La infraestructura de las mismas conserva la armonía con el entorno natural
Gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> • Caldo de gallina criolla • Fanesca • Colada morada • Chicha • Dulce y mermelada de babaco • Enteras de china con sarsa de pepa de sambo • Carne ahumada • Dulce de calabaza • Dulce, asado o colada de panvaso 	Manifestaciones Culturales	Etnográficos	Comidas y Bebidas Típicas	Para efectuar los diferentes platos se emplean productos agrícolas del lugar. Estas comidas aparte de su gran valor nutricional rescatan el uso de productos amazónicos autóctonos.

ATRACTIVO	NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	DESCRIPCIÓN
Tradiciones	<ul style="list-style-type: none"> La minga 	Manifestaciones Culturales	Etnográficos	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	Estas son tradiciones que perduran en la región y que sirven para el trabajo cotidiano, aumentan la solidaridad entre vecinos y fomentan el respeto por la tierra.
Juegos	<ul style="list-style-type: none"> Planchas Bolas Ecuavoley El kushpy 	Manifestaciones Culturales	Etnográficos	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	Entrenimientos que se aprenden de generación en generación.
Leyendas	<ul style="list-style-type: none"> El duende La cueva de la doña 	Manifestaciones Culturales	Etnográficos	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	Relatos de sucesos maravillosos relacionados frecuentemente con personajes míticos que muchas personas aseguran son ciertos.
Fiestas	<ul style="list-style-type: none"> Año nuevo Carnaval Semana Santa Día de la madre Finados Navidad Año viejo Los matrimonios Los bautizos Los velorios 	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	Las festividades que se celebran en la comunidad reflejan las tradiciones del pueblo ecuatoriano, matizadas con costumbres propias de la región amazónica.
Medicina Ancestral	Conocimiento ancestral	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Shaminismo	El conocimiento ancestral de las plantas medicinales del lugar son de gran ayuda al momento de curar enfermedades comunes, además la práctica de las llamadas limpias con huevo, cuyes o hierbas permanecen en la comunidad.

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Edad de turistas nacionales y extranjeros

Cuadro 10. Distribución de la demanda por edad

Edad	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
15-27	79	36	21	24
28-40	85	39	37	42
41-53	27	12	17	19
54-66	19	9	9	10
67-80	7	3	5	6
Total	217	100	89	100

Análisis: La edad del turista nacional está comprendida en un 39% por individuos entre 28 a 40 años, 36% de 15 a 27 años, 13% de 41 a 53 años, 9% de 54 a 66 años, 3% de 67 a 80 años, mientras que el turista extranjero en un 41% lo abarcan las personas cuyas edades están comprendidas entre 28 a 40 años, 24% de 15 a 27 años, 19% de 41 a 53 años, 10% de 54 a 66 años, 6% de 67 a 80 años. La edad promedio del grupo es de 28 a 40 años, lo que significa que el diseño del producto debe estar dirigido para adultos con actividades moderadas.

b. Género del turista nacional y extranjero

Cuadro 11. Distribución de la demanda según género

Género	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	134	62	52	58
Femenino	83	38	37	42
	217	100	89	100

Análisis: El género del turista nacional está comprendido en un 62% por hombres mientras que las mujeres registran un 38%; el turista extranjero es de género masculino en un 58% mientras que en el femenino está en 43%. Los dos segmentos de mercado tanto de turistas nacionales como extranjeros muestran diferencias poco significativas, razón por la cual el producto se diseñará para los dos géneros.

Cuadro 12. Distribución de la demanda según su nacionalidad

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Ecuador	217	71
España	16	5
EE.UU	13	4
Alemania	9	3
Colombia	8	3
Francia	8	3
Chile	7	2
Argentina	6	2
Canada	6	2
Venezuela	5	2
Perú	4	1
Gran Bretaña	4	1
Cuba	3	1
Total	306	100

Análisis: La procedencia del turista nacional está comprendida en un 71% por individuos de las provincias de Pichincha, Chimborazo, Guayas, Tungurahua, Los Ríos, Pastaza, Imbabura, Napo, Bolívar, Manabí, Galápagos, Orellana, Esmeraldas y Loja, mientras que de procedencia extranjera tenemos el 18% que lo abarcan turistas de España, en un 15% de EEUU, en un 10% de Alemania, en un 9% de Colombia y Francia, en un 8% de Chile, en un 7% de Argentina y Canadá, en un 6% de Venezuela, en un 4% de Perú y Gran Bretaña, en un 3% de Cuba. Obteniendo el mayor porcentaje de turistas nacionales en tal virtud la promoción y difusión del producto debería ser con medios locales.

c. Nivel de educación

Cuadro 13. Distribución de la demanda según su nivel de educación

Educación	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Universitaria	118	54	21	24
Secundaria	96	44	59	66
Postgrado/Especialización	3	1	9	10
Total	217	100	89	100

Análisis: En relación al nivel de instrucción del mercado nacional el 54% tiene instrucción universitaria, el 44% cuenta con instrucción secundaria, el 1% posee estudios de post-gradado y especializaciones; mientras que en el mercado internacional el 66% cuenta con estudios universitarios, el 24% con instrucción secundaria, el 10% con estudios de post-gradados y especializaciones. El nivel de educación de los turistas es superior, lo cual se debe tomar en cuenta en el diseño técnico del producto para una comprensión total de los visitantes.

d. Ocupación del turista nacional y extranjero

Cuadro 14. Distribución de la demanda según la ocupación

Ocupación	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Trabaja	108	50	45	51
Estudia	97	45	35	39
Jubilado	12	6	9	10
Total	217	100	89	100

Análisis: La ocupación del turista nacional en un 50% corresponde a trabajadores públicos o privados, 45% estudiantes, 6% jubilados; mientras que los turistas extranjeros el 51% son empleados, 39% estudiantes y el 10% jubilados. De acuerdo a estos resultados el producto estará dirigido a la población económicamente activa.

e. Motivo de viaje del turista nacional y extranjero

Cuadro 15. Distribución de la demanda según el motivo de viaje

Motivo de viaje	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones / Feriados	143	66	52	58
Visita a familiares o amigos	51	24	9	10
Por motivos laborales	23	11	6	7
Compras			12	13
Deporte			5	6
Investigación			5	6
Total	217	100	89	100

Análisis: El principal motivo de viaje de los turistas nacionales en un 66% está constituido de vacaciones y feriados, 24% visita a familiares y amigos, y 11% por motivos laborales. Respecto a los turistas extranjeros el 58% viaja por vacaciones, 13% compras, 10% visita a

familiares, 7% por motivos laborales, 6% por deporte e investigación. Este indicador nos demuestra que la mayor afluencia de turismo en la zona será en vacaciones de cada región.

f. Frecuencia de viaje del turista nacional y extranjero

Cuadro 16. Distribución de la demanda según su frecuencia de viaje

Frecuencia de viaje	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Una vez por año	19	9	36	40
Una vez a los 2 años	-	-	24	27
Cada 6 meses	34	16	17	19
Una vez por mes	83	38	9	10
Cada 15 días	34	16	2	2
Una vez por semana	47	22	1	1
Total	217	100	89	100

Análisis: La frecuencia de viaje de los turistas nacionales en un 38% es una vez por mes, 22% una vez por semana, 16% cada 6 meses al igual la variable cada 15 días y 9% una vez por año. En cuanto a los turistas extranjeros el 40% viaja una vez por año, 27% una vez a los dos años, 19% cada 6 meses, 10% una vez por mes, 2% cada 15 días y 1% una vez por semana. La comunidad siempre tendrá demanda a captar durante todo el año.

g. Acompañamiento del turista nacional y extranjero

Cuadro 17. Distribución de la demanda por número de acompañantes

Acompañamiento	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Solo	28	13	28	31
En pareja	36	17	24	27
En familia	43	20	16	18
Con amigos	110	51	21	24
Total	217	100	89	100

Análisis: La composición del grupo de visitantes nacionales es un 51% con amigos, 20% en familia, 17% en pareja y 13% solo. Mientras que el turista extranjero el 31% viaja solo,

27% en pareja, 24% con amigos y 18% en familia. En el proceso de empaquetamiento se debe establecer rangos de acuerdo al número de personas para un mayor beneficio si llegan en grupo.

h. Fuentes de información del turista nacional y extranjero

Cuadro 18. Principales fuentes de información turística

Fuentes de información turística	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Afiches/Tripticos	5	2	9	10
Amigos y familiares	87	40	12	13
Libros guías	2	1	8	9
Página Web	66	30	37	42
Prensa Local	3	1	0	
Revistas	7	3	5	6
Televisión	47	22	18	20
Total	217	100	89	100

Análisis: Las fuentes de información de los turistas nacionales en un 40% lo constituyen familiares y amigos, un 30% página web, un 22% televisión, en un 3% revistas, un 2% afiches y trípticos, y el 1% prensa local, libros y guías. Respecto al turismo extranjero el 42% se informa en la página web, el 20% de la televisión, el 13% de los amigos, el 10% de afiches y trípticos, el 9% de libros y guías, el 6% de revistas. Para el marketing del producto se debe tomar en cuenta los medios electrónicos por ser la fuente más consultada para tomar una decisión sobre el viaje.

i. Disponibilidad del turista nacional y extranjero para realizar turismo comunitario

Cuadro 19. Disponibilidad del turista para realizar turismo comunitario

Disponibilidad	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
SI	201	93	79	89
NO	16	7	10	11
Total	217	100	89	100

Análisis: El turista nacional y extranjero desearía realizar turismo comunitario en la zona con porcentajes de 93% y 89% respectivamente, por lo tanto habría gran aceptación del producto por parte de la población a captar.

j. Organización del viaje del turista nacional y extranjero

Cuadro 20. Organización del viaje según la tipología del turista

Organización del viaje	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
En forma independiente	204	94	22	25
En viaje organizado	13	6	67	75
Total	217	100	89	100

Análisis: Los turistas nacionales en un 94% viajan de forma independiente y el 6% organizados. En cuanto a los turistas extranjeros el 75% viaja organizadamente y el 25% de forma independiente. De acuerdo a esta variable se debe coordinar con agentes de viaje para realizar convenios para la venta del producto.

k. Servicios turísticos según el tipo de turista nacional y extranjero

Cuadro 21. Principales servicios turísticos según el turista

Servicios turísticos	Turista Nacional						Turista Extranjero					
	Alojamiento		Alimentación		Guianza		Alojamiento		Alimentación		Guianza	
	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc	Frec	Porc
Cabañas	143	66					52	58				
Viviendas de flías	74	34					37	42				
Tradicional			188	87					70	79		
Vegetariana			29	13					19	21		
Con guía					122	56					78	88
Sin guía					95	44					11	12
TOTAL	217	100	217	100	217	100	89	100	89	100	89	100

1) Alojamiento

Análisis: En relación a los servicios turísticos los turistas nacionales desearían hospedarse en cabañas con un 66%, en un 34% viviendas de familias. Mientras que los turistas extranjeros en un 58% desearían hospedarse en cabañas, y en un 42% en viviendas de familias.

2) Alimentación

Análisis: La alimentación por la cual opta el turista nacional es del 87% respecto a comida tradicional y 13% comida vegetariana. Mientras que el turista extranjero 79% comida tradicional y 21% comida vegetariana.

3) Guianza

Análisis: Los turistas nacionales en un 56% prefieren recorrer los senderos con un guía y el 44% prefieren hacerlo sin guía, mientras que los turistas extranjeros el 88% requieren un guía para su recorrido y un 12% no lo requieren.

I. Atractivos que el turista nacional y extranjero prefiere conocer

Cuadro 22. Atractivos que el turista prefiere conocer

Atractivos	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Cerro Añango	46	18	29	16
La Cueva de la doña	38	15	15	8
Cascada Corazón	66	26	40	22
Cascada Huachi	58	23	37	21
Cañones El Palacio	49	19	59	33
Total	257	100	180	100

Análisis: Los turistas nacionales el 26% prefieren conocer la Cascada Corazón, 23% la Cascada Huachi, 19% Cañones “El Palacio”, 18% Cerro Añango y 15% Cueva de la doña. Mientras que los turistas extranjeros el 33% optan por conocer los Cañones “El Palacio”, 22% Cascada Corazón, 21% Cascada Huachi, 16% Cerro Añango y 8% Cueva de la doña.

m. Actividades turísticas que el turista nacional y extranjero desearía realizar

Cuadro 23. Actividades turísticas que el turista desearía realizar

Actividades turísticas	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Actividades de conservación	16	7	8	9
Convivencia con la población	32	15	10	11
Deportes extremos	45	21	23	26
Fotografía	57	26	15	17
Participar de eventos culturales	18	8	13	15
Senderismo	49	23	20	22
Total	217	100	89	100

Análisis: Las actividades que desearían realizar los turistas nacionales durante su visita son: 26% fotografía, 23% senderismo, 21% deportes extremos, 15% convivencia con la población, 8% participar de eventos culturales y 7% actividades de conservación. Mientras que los turistas extranjeros el 26% prefiere practicar deportes extremos, 22% senderismo, 17% fotografía, 15% participar de eventos culturales, 11% convivencia con la población y 9% actividades de conservación.

n. Estadía del turista nacional y extranjero

Cuadro 24. Distribución de la demanda según el tiempo de estadía

Estadía	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Un día	98	45	38	43
Dos días	32	15	19	21
Tres días			17	19
Menos de un día	87	40	13	15
Más de tres días			2	2
Total	217	100	89	100

Análisis: Los turistas nacionales desearían permanecer el 45% 1 día, 40% menos de un día y 15% dos días. En cuanto a los turistas extranjeros su estadía sería: el 43% 1 día, 21% de 2 días, 19% 3 días, 15% menos de 1 día y 2% más de 3 días.

o. Gasto promedio del turista nacional y extranjero

Cuadro 25. Distribución de la demanda según su capacidad de gasto

Gasto promedio	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Menor a \$15	56	26	10	11
Entre \$16 y \$26	107	49	35	39
Entre \$27 y \$37	54	25	41	46
Más de \$37			3	3
Total	217	100	89	100

Análisis: La capacidad de gasto diario de los turistas nacionales va de 16 a 26 dólares con un porcentaje de aceptación del 49%, 26% menor a 15 dólares, 25% entre 27 y 37 dólares. Mientras que en los turistas extranjeros el 46% gastaría entre 27 y 37 dólares diarios, 39% entre 16 y 26 dólares, un 11% menor a 15 dólares, y el 3% más de 37 dólares. El precio de los paquetes se debe basar de acuerdo a la capacidad de gasto de los turistas.

p. Medio de movilización del turista nacional y extranjero

Cuadro 26. Distribución de la demanda según el medio de movilización que utiliza

Movilización	Turista Nacional		Turista Extranjero	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Transporte organizado	19	9	74	83
Renta de carro			15	17
Carro propio	198	91	-	-
Total	217	100	89	100

Análisis: Los turistas nacionales que ingresan a la parroquia Ulba lo hacen en carro particular un 91% y el 9% contrata los servicios de transporte. En relación a los turistas extranjeros el 83% contrata el servicio de transporte turístico privado y el 17% renta carros.

2. Perfil del turista nacional

- **Edad:** La edad promedio del turista es de 28 años.
- **Género:** El 62% son de género masculino y el 38% femenino.
- **Procedencia:** El 24% son de la provincia de Pichincha y el 19% de Chimborazo.
- **Nivel de instrucción:** El 54% tiene instrucción universitaria y el 44% cuenta con instrucción secundaria.
- **Ocupación:** El 50% trabajan y el 45% son estudiantes.
- **Motivo de viaje:** El 66% por feriados y vacaciones; y el 24% por visita a familiares y amigos.
- **Frecuencia para realizar turismo:** El 38% viaja una vez por mes y el 22% una vez por semana.
- **Acompañamiento:** En un 51% viaja con grupos de amigos.
- **Fuentes de información turística:** El 40% se informa a través de familiares o amigos y el 30% por medio de página web.
- **Disponibilidad para realizar turismo comunitario:** El 93% está dispuesto.
- **Organización del viaje:** En un 94% viajan de forma independiente.
- **Servicios turísticos:** Alojamiento en un 66% en cabañas; alimentación 87% prefieren comida tradicional; en guianza 56% requieren los servicios de un guía.
- **Atractivos que desearían visitar:** El 26% prefiere conocer la cascada Corazón, 23% la cascada Huachi, 19% cañones “El Palacio”, 18% cerro Añango y 15% cueva de la Doña.

- **Actividades turísticas a realizar durante la visita:** En un 26% optan por la fotografía, en un 23% el senderismo, en un 21% deportes extremos, en un 15% prefieren la convivencia con la población, un 8% opta por participar de eventos culturales, un 7% se decide por actividades de conservación.
- **Estadía para realizar la visita:** Un 45% opta por pasar un día y el 40% menos de un día.
- **Gasto promedio:** La capacidad de gasto es de 21 dólares diarios por persona.
- **Medio de movilización:** El 91% viaja en carro particular.

3. Perfil del turista extranjero

- **Edad:** La edad promedio del turista sería de 34 años.
- **Género:** El 58% de individuos son de género masculino y el 42% de género femenino.
- **Procedencia:** El 18% son de España y el 15% de EEUU.
- **Nivel de instrucción:** El 66% tiene instrucción universitaria y el 24% cuenta con instrucción secundaria.
- **Ocupación:** El 51% trabajan y el 39% son estudiantes.
- **Motivo de viaje:** El 58% por feriados y vacaciones; y el 13% por realizar compras.
- **Frecuencia para realizar turismo:** El 40% visita una vez por año y el 27% una vez a los dos años.
- **Acompañamiento:** En un 31% viajan solos y un 27% en pareja.

- **Fuentes de información turística:** El 42% se informan a través de una página web y el 20% por televisión.
- **Disponibilidad para realizar turismo comunitario:** El 89% está dispuesto.
- **Organización del viaje:** En un 75% viajan de manera organizada y el 25% en forma independiente.
- **Servicios turísticos:** Alojamiento en un 58% en cabañas; alimentación 79% prefieren comida tradicional; en guianza un 88% requiere los servicios de un guía.
- **Atractivos que desearían visitar:** El 33% opta por conocer los Cañones “El Palacio”, 22% Cascada Corazón, 21% Cascada Huachi, 16% Cerro Añango y 8% Cueva de la doña.
- **Actividades turísticas a realizar durante la visita:** Un 26% opta por realizar deportes extremos, 22% senderismo, 17% fotografía, 15% participaría de eventos culturales, 11% prefiere la convivencia con la población y el 9% desearía realizar actividades de conservación.
- **Estadía para realizar la visita:** El 43% considera permanecer un día y el 21% dos días.
- **Gasto promedio:** La capacidad de gasto es de 32 dólares diarios por persona.
- **Medio de movilización:** El 83% viaja en transporte organizado.

4. Proyección de la demanda

a. Demanda actual

Para el presente estudio se consideró la afluencia de turistas que visitan el cantón Baños de Agua Santa, que de acuerdo con el Departamento de Turismo en el año 2012 fue de 1'200.000 turistas de los cuales el 71% son nacionales y el 29% extranjeros.

- Índice de incremento del turismo a nivel nacional (i): 13% (Fuente: Ministerio de Turismo 2013).
- Para el cálculo la proyección de la demanda se utilizó el método del incremento compuesto, con la siguiente fórmula: $C_n = C_o (1 + i)^n$

Cuadro 27. Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2012	1200000
2013	1356000
2014	1532280
2015	1731476
2016	1956568
2017	2210922
2018	2498342
2019	2823127
2020	3190133
2021	3604850
2022	4073481

b. Demanda potencial

La demanda potencial se calculó con el promedio del porcentaje de aceptación del producto evidenciado por los turistas, los mismos que son:

- Porcentaje de aceptación del lugar por parte de los turistas nacionales = 93%
- Porcentaje de aceptación del lugar por parte de los turistas extranjeros = 89%
- Promedio de aceptación = 91%

Para el cálculo de la demanda potencial se multiplicaron los datos de cada uno de los años por el promedio de aceptación (91%).

Cuadro 28. Proyección de la demanda potencial

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	% ACEPTACION
2012	1200000	1092000
2013	1356000	1233960
2014	1532280	1394375
2015	1731476	1575644
2016	1956568	1780477
2017	2210922	2011939
2018	2498342	2273491
2019	2823127	2569045
2020	3190133	2903021
2021	3604850	3280414
2022	4073481	3706868

Acorde con los datos del cuadro anterior, la demanda proyectada es alta para el primer año de operación del producto llegaría a los 1092000 visitantes.

5. Análisis de la oferta

a. Oferta Complementaria

Se consideró el cantón Baños para el análisis de la oferta complementaria ya que se encuentra a tan solo 11km de la comunidad y se basara en el catastro turístico del mismo:

De acuerdo con la información obtenida (Anexo 8), el cantón Baños cuenta con una planta turística bien equipada dispuesta a recibir a turistas nacionales y extranjeros de todo estrato socioeconómico y para todo gusto tanto en la ciudad de Baños como en sus alrededores, existen un total de 80 agencias y operadoras de turismo, con relación a los establecimientos hoteleros disponen de 176 establecimientos que pueden alojar a 5558 personas ya sea en cabañas, hosterías, hoteles, hoteles residencia, moteles y hostales obteniendo así 1 de lujo, 11 de primera, 16 de segunda y 148 de tercera categoría; en alimentación y bebidas son 201 establecimientos, entre restaurantes, bares, cafeterías, salas de recepciones y banquetes;

mientras que en centros de recreación, diversión y esparcimiento posee un total de 16 lugares como balnearios o discotecas; todos estos registradas en la Dirección de Turismo de Tungurahua.

b. Oferta sustitativa (Competencia)

Se ha considerado en esta fase realizar visitas a otras comunidades presentes en la región Sierra Centro que presenten oferta de turismo comunitario, se consideró elegir dos comunidades de las provincias de Chimborazo, Tungurahua y Pastaza por el radio de acción y por las condiciones de desarrollo turístico comunitario.

Cuadro 29. Información sobre los competidores

Condiciones	Chimborazo	Chimborazo	Tungurahua	Tungurahua	Pastaza	Pastaza
Organización	Casa Cóndor	Sumak Kawsay	Cunugyacu	Pondoa	Cascadita de Tashapi	Montecito - Canelos
Ubicación	Comunidad Pulingui San Pablo - San Juan	Comunidad Palacio Real Parroquia Calpi	Comunidad Cunugyacu - Parroquia Pilahuin	Comunidad Pondoa - Parroquia Baños de Agua Santa	A 30 min del Puyo en el km 27 de la vía a Macas	Sector de Renacer Amazónico - Parroquia Canelos
Servicios	Alojamiento	Construcción mixta, 10 a 24 pax, cocina individual por cabaña, con guías nativos.	Restaurant Sumak Kawsay - Construcción mixta, 30 pax y guías nativos.	Alojamiento en cabañas hasta 20 pax	Alojamiento - 20 pax Restauración - 50 pax	Alojamiento - 20 pax Restauración - 25 pax
	Alimentación					
	Guianza					
Servicios complementarios	Medicina tradicional	Centro de artesanías - Medicina tradicional	Medicina Tradicional - Guianza - Platos típicos	Alquiler de caballos y bicicletas - Internet	Pesca típica - Agroturismo -Guianza	Agroturismo - Pintura kichwa - Guianza
Atractivos	Reserva de producción faunística Chimborazo - Bosque Polylepis, templo Machay.	Gastronomía - Crianza de llamas y alpacas - Museo Cultural de la Llama - Senderos Mira Loma y Camino de Simón Bolívar	Nevado Chimborazo Nevado Carihuayrazo	Volcán Tungurahua - Parque Nacional Sangay	Río Tashapi "Oreja de Amazanga" Selva Amazónica	Artesanías - Río Bobonaza - Comida típica - Comunidad Kichwa
Actividades	Camping, senderismo	Actividades espirituales - Deportes - Cabalgatas - Ciclismo - Ecología - Observación de aves - Senderismo -	Senderismo . Cabalgatas - Trekking	Trekking - Cabalgatas - ciclismo - Observación de flora y fauna	Observación de aves - Senderismo	Elaboración de piezas de barro - Caminatas de observación de flora y fauna - Intercambio cultural
Paquetes turísticos	2 rutas turísticas \$25.00 por persona	1 día - \$20 a \$30 2 - 4 días - \$ 117 - \$200	\$25 por día y por persona	\$39 por persona dependiendo del número de pax \$20 - Alquiler de caballos	Tour de 2 días - \$80 por persona	\$25 por día y por persona
Programas y Proyectos	Programa de reforestación y reciclaje de residuos - Reintroducción de vicuñas	Feria de cámelidos	Plan de desarrollo parroquial	Plan de desarrollo parroquial	Proyectos turísticos independientes de Pastaza	Proyectos turísticos independientes de Pastaza
Promoción, comercialización y organización.	Web red indígena, wamanway, revistas internacionales, operadora Puruhá Razurku.	Página web - Revistas y libros - Operadora Puruhá Razurku - Asociación Ahuana en Francia	Página web - revistas de turismo - prensa local	Página web - revistas de turismo - prensa local	Página web - Tripticos	Página web - Tripticos

Al analizar los establecimientos turísticos comunitarios de las provincias de Chimborazo, Tungurahua y Pastaza se concluye que muestra algunas ventajas comparativas con relación a la implementación del Centro Turístico Comunitario “El Palacio” son recursos hídricos, cultura, flora y fauna, conservación de la naturaleza, entre otros. Por el momento existen desventajas con la competencia con relación a infraestructura turística.

En la provincia de Chimborazo no existe mayor diferencia entre las organizaciones de turismo comunitario, sin embargo se ha logrado identificar a la organización de turismo comunitario Casa Cóndor como una de las precederías organizaciones cuyo producto turístico tiene una representativa demanda nacional e internacional. Entre sus ventajas competitivas son: la ubicación de esta con respecto a la ciudad de Riobamba, en cuanto al servicio hospedaje y alimentación sobresale la tipología, el material utilizado y la capacidad de estos servicios, también sobresalen la disponibilidad de paquetes turísticos la cercana ubicación de esta organización con respecto al volcán Chimborazo y el bosque de Polylepis atractivos de interés internacional.

Mientras que en los centros de turismo comunitario de las provincias de Tungurahua y Pastaza, entre las ventajas competitivas se encuentra el tipo de construcción que forma parte de la planta turística, ya que el servicio de alojamiento y alimentación se ofrece en viviendas típicas y la disponibilidad de proyectos comunitarios que permite diversificar la oferta turística.

Existen ventajas competitivas para el Centro Turístico Comunitario “El Palacio” como poseer un espacio de territorio bastante extenso y estar en la zona de influencia del Parque Nacional Llanganates por lo que su clima es muy variado donde se desarrollará agricultura orgánica, actividades turísticas sostenibles y sobre todo disfrutar de la tranquilidad en un ambiente netamente virgen tanto sus cascadas como su bosque primario al subir al cerro Añango.

Entre una de las ventajas competitivas que tiene la comunidad El Palacio con relación a otras es la ubicación de éste, puesto que se encuentra a 10 km de la ciudad de Baños, sitio al cual anualmente llegan un representativo número de visitantes nacionales y extranjeros, la zona también se ve favorecido por la presencia de otros sitios naturales como el volcán

Tungurahua y bellezas paisajísticas que son frecuentemente considerados por las operadoras de turismo de la ciudad de Baños, Riobamba, Quito y Guayaquil dentro del plan de viajes de sus clientes por la provincia de Tungurahua, todos estos aspectos le permitirá al centro comunitario llegar de buena manera con su producto, permitiéndolo competir en el mercado.

Todas estas ventajas y principios bajo los cuales los centros ofertan sus productos turísticos comunitarios deben servir de ejemplo para implementar la operación turística de la localidad. Sin embargo, hay que mencionar que poseen también algunas debilidades que impiden un buen desarrollo turístico como: la escasa o nula señalización, vías en malas condiciones, falta de infraestructura turística, capacitación en turismo y conservación de áreas naturales entre otras dificultades que deben ser superadas para la implementación del Centro Turístico Comunitario “El Palacio” y lograr ubicar el producto en el mercado nacional y extranjero.

4) Proyección de la oferta

a. Análisis y proyección de la oferta

El Encuentro Regional de Turismo Comunitario (2012), indica: “En el año 2011 se registraron un total de 1´140.978 arribos internacionales al Ecuador, los extranjeros no residentes que llegaron al país motivados por turismo comunitario fue del 2,07% que representa 98.003 turistas, mientras que el porcentaje de turismo interno que se desplazó motivado por actividades turísticas comunitarias fue de 1,1% que equivale a 7.907 turistas.

Cifras del sector determinan que existen unas 200 experiencias de turismo comunitario en el país. Una de ellas es Napo Wildlife Center, en el Parque Nacional Yasuní.”

- Total turistas que realizaron turismo comunitario en el 2012: 105910

- Total de turistas que recibió cada iniciativa de turismo comunitario en el año 2012: 530
- Número total de turistas que recibieron los seis centros que ofrecen turismo comunitario y que son parte de la oferta sustitutiva: 3177
- Índice de incremento del turismo a nivel nacional (i): 6,5% (Fuente: Ministerio de Turismo 2012).
- Índice de incremento del turismo a nivel nacional (i): 13% (Fuente: Ministerio de Turismo 2013).
- Para el cálculo la proyección de la demanda se utilizó el método del incremento compuesto, con la siguiente fórmula: $C_n = C_o (1 + i)^n$.

Cuadro 30. Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2012	3177
2013	3590
2014	4057
2015	4859
2016	4118
2017	4394
2018	4965
2019	5610
2020	5337
2021	5695
2022	6077

b. Cálculo de la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se restó la demanda actual y proyectada de la competencia actual y proyectada.

Cuadro 31. Proyección de la demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2012	1092000	3177	1088823
2013	1233960	3590	1230370
2014	1394375	4057	1390318
2015	1575644	4859	1571784
2016	1780477	4118	1776359
2017	2011939	4394	2007545
2018	2273491	4965	2268526
2019	2569045	5610	2563435
2020	2903021	5337	2897684
2021	3280414	5695	3274719
2022	3706868	6077	3700791

Los datos referentes con la determinación de la demanda insatisfecha, arrojan un total de 1088823 visitantes, lo que significa el 99% de la demanda total, que no está siendo aprovechada por las comunidades a cargo de la oferta de este tipo de servicios.

6. Proyección de la demanda objetivo

Para el cálculo de la demanda objetivo, se tomaron en cuenta los valores de la demanda insatisfecha; de la cual se estimó el 0,001% que corresponde a la demanda objetiva; y este valor se dividió para 12 (meses) para el cálculo de la oferta del producto durante el año y el resultado obtenido para 4 (semanas - mes), con el fin de contabilizar el número de visitantes por semana.

Cuadro 32. Cálculo de la capacidad del producto en función de la demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVO	SEMANAL
2012	1092000	3177	1088823	1089	23
2013	1233960	3590	1230370	1230	26
2014	1394375	4057	1390318	1390	29
2015	1575644	3859	1571784	1572	33
2016	1780477	4118	1776359	1776	37
2017	2011939	4394	2007545	2008	42
2018	2273491	4965	2268526	2269	47
2019	2569045	5610	2563435	2563	53
2020	2903021	5337	2897684	2898	60
2021	3280414	5695	3274719	3275	68
2022	3706868	6077	3700791	3701	77

Los datos del cuadro anterior demuestran que para el primer año de operación se estima recibir un total de 1.089 visitantes, lo que significa un promedio de 23 turistas por semana, número permitido y adecuado a recibir acorde con la infraestructura por implementar, existe un crecimiento de 3 personas a la semana cada año. Para los últimos dos años la cantidad de visitantes estimada se incrementa casi al doble de la demanda inicial, para lo cual serán necesarias adecuaciones y ampliaciones en las áreas utilizadas para el desarrollo del producto.

C. ESTRUCTURA TÉCNICA DEL PRODUCTO

1. Localización del proyecto

Macro localización: El centro turístico comunitario “El Palacio” está localizado en Ecuador, provincia de Tungurahua y cantón Baños de Agua Santa.

Micro localización: El proyecto de turismo se desarrollará en la parroquia de Ulba, Comunidad “El Palacio”.

2. Análisis de los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros que visitarán la comunidad “El Palacio”

De acuerdo al estudio de mercado, los principales servicios y actividades que demandan los turistas nacionales y extranjeros para realizar turismo comunitario son:

1) Servicios

a) Alojamiento

Con el 62% los dos segmentos de mercado prefieren alojarse en *cabañas* vivienda típica de la comunidad.

b) Alimentación

La comida tradicional de la comunidad es una de las opciones elegida por los turistas (83%).

c) Guianza

Tanto los turistas nacionales como extranjeros desean ser guiados en la comunidad por *un guía nativo o bilingüe* (72%).

2) Actividades

Un gran porcentaje de los visitantes desean que la comunidad ofertara las siguientes actividades turísticas; con el siguiente orden de preferencia:

- Deportes extremos
- Fotografía
- Senderismo
- Convivencia comunitaria
- Participación de eventos culturales
- Actividades de conservación

3) Tiempo

Los turistas desean permanecer en la comunidad dos días y un día.

4) Gasto promedio

Los turistas que visitarían la comunidad están dispuestos a gastar de 26 dólares por día, este precio incluye alimentación, recreación y guianza.

3. Diseño arquitectónico del proyecto

a. **Diseño para la construcción de cabañas**

Se tomará en cuenta que la construcción deberá integrarse con el entorno, así como la mano de obra del sector que a más de manejar adecuadamente materiales y sistemas constructivos propios de la zona, presentan una serie de ventajas en el costo de la mano de obra pues reduce costo al ser personas del mismo sector. Para determinar las características de la infraestructura para la zona se consideraron aspectos como:

- Objetivos de implementación de cabañas para servicios turísticos

- Clima
- Tipología de materiales de construcción

1) Objetivos de implementación de las cabañas para la prestación servicios turísticos

Se ha analizado cuales son los motivos para la implementación de cabañas en el Palacio:

- Facilitar a los turistas su estadía y degustación de platos típicos propios de la zona y así como también ofrecer comodidad con un estilo natural propio del lugar, logrando así que éste se sienta a gusto en el sitio.
- Estimular al turista a recorrer toda la zona incrementando el promedio de estancia y gasto diario.
- Generar fuentes de trabajo a los residentes de la zona para que desempeñen diferentes funciones en el establecimiento.

Las cabañas para hospedaje y alimentación serán construidas para aportar al desarrollo turístico de la zona, generando una buena condición de acogida a turistas nacionales y extranjeros, el número de cabañas a construirse son 11, con una capacidad física de 38 pax distribuidas de la siguiente forma: 2 cabañas con capacidad para 2 pax, 6 cabañas con capacidad para 4 pax cada una y 2 refugios con capacidad para 5 pax cada uno. Cada cabaña estará ubicada cada 5 m de distancia una de la otra. Las habitaciones contarán con baño completo, todo está distribuido en función de generar un espacio agradable a la vista y comodidad para garantizar una estadía confortable al turista.

Cuenta con una cabaña destinada como cocina - comedor con capacidad para 24 personas y la cocina espacio disponible para 4 personas. También se implementará la zona de parqueadero.

Cabaña Tipo A:

Dimensión: 4,96 x 6,40 Total: 31,74 m²

Capacidad: 2 pax o 4 pax

Distribución: 1 cuarto + baño

Total cabañas: 8

Cabaña Tipo B:

Dimensión: 5,20 x 5,08 Total: 35,80 m²

Capacidad: 5 pax

Distribución: 1 cuarto

Total Cabañas: 2

Total pax = 38 pax

Cabaña Tipo C:

Dimensión: 50 x 25 Total: 1250 m²

Capacidad: 24 personas

Distribución: 1 cocina + 1 comedor + servicios sanitarios + parqueadero

Total cabañas: 1

2) Clima

El clima del sector y los recursos naturales que se encuentran a su alrededor es lo que ha determinado las características climáticas, para mantener los niveles de confort y protección de los turistas, de la misma manera garantizar la durabilidad de los materiales empleados en la construcción.

Será tomado en cuenta las distancias que separan el piso de la cabaña con el suelo para evitar daños a la construcción por influencia de la humedad. Los recursos naturales de la zona como madera chonta duro, hoja de palma que por sus características físicas son los materiales más apropiados para la ejecución de las cabañas, su importancia radica en que estos recursos no necesitan transformación energética lo cual es importante para mantener sus propiedades físicas y mecánicas de acuerdo a sus funciones en la construcción y a la influencia del clima y no debe alterar las condiciones del paisaje.

3) Materiales de construcción

Los materiales seleccionados son de tipo vernáculo y convencional el tipo de material orgánico que se selecciona para este proyecto lo constituye la madera y la paja toquilla, la madera será utilizada para las columnas, vigas principales, secundarias, entablado, gradas, estructura del techo, cuya cubierta es de paja toquilla y ladrillo en los baños. Se eligió a la madera como principal material de construcción debido a varios aspectos como:

- No distorsiona con el medio donde se construye.
- Tiene un gran valor estético.
- La madera es considerada a la vista como agradable.

Para la construcción de los cimientos, pisos en baños y cocina se utilizara materiales de tipo convencional tal como es el hormigón, cerámica y cemento, lo cual garantiza la durabilidad y evitará que se humedezcan las paredes de la cabaña.

4) Presupuesto de la obra

El presupuesto se realizó con la utilización del programa informático (APU), el mismo que permite calcular en forma sistemática el costo de cada uno de los rubros que forman parte de la construcción, para ello se cita el costo total de la obra de cada tipo de cabañas:

Cabaña Tipo A: 34279,20 USD

Cabaña Tipo B: 7876,00 USD

Cabaña Tipo C: 7644,00 USD

5) Obra civil

Se detalla en resumen toda la infraestructura necesaria para brindar todos los servicios necesarios a la demanda nacional y extranjera.

Cuadro 33. Resumen presupuesto obra civil

OBRA	AREA / (m ²)	CANT	AREA TOTAL (m ²)	Costo x m2 (USD)	COSTO TOTAL
Cabaña tipo A	31,74	8	253.92	135,00	34279.20 USD
Cabaña tipo B	35,80	2	71.60	110,00	7876.00 USD
Cabaña tipo C	50,98	1	50.98	150,00	7644.00 USD
Subtotal cabañas					49799.20 USD
Infraestructura interpretativa					12662.34 USD
TOTAL OBRA					62461.54 USD

a) Menaje para cabañas y restaurante

El equipamiento necesario para la planta turística de hospedaje está definido de acuerdo al

Manual de Calidad, los mismos que se detallan a continuación por espacios.

Habitaciones: en la cabañas se dispondrán de camas y colchones, sábanas, cobertores de la zona en cada habitación irá un número adecuado de armadores.

Hall: ésta será un área de descanso y lecturas, contará con una hamaca en el pasillo de la cada cabaña.

Baño: dispondrá de agua, insumos de limpieza y toallas.

Servicio de alimentación: En cuanto a la prestación del servicio de alimentación, se debe informar al visitante sobre los productos alimenticios locales y su importancia.

Cuadro 34. Menaje para cabañas y restaurante

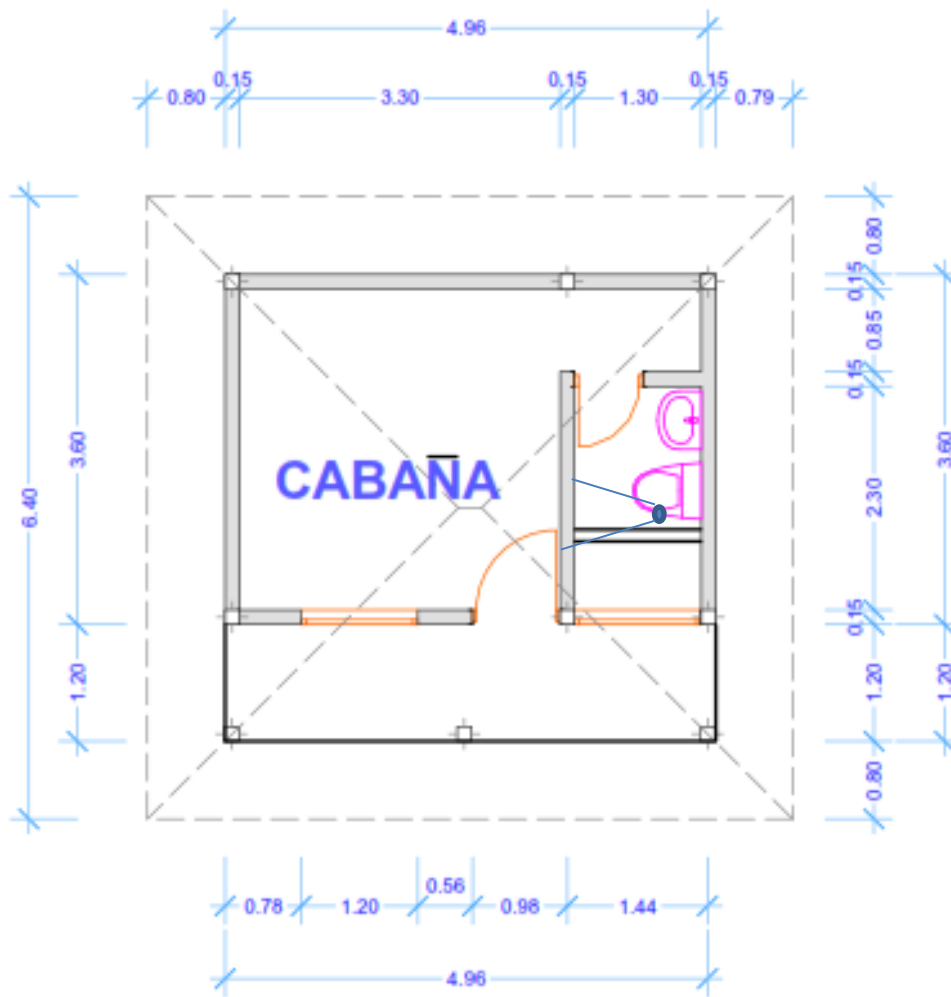
CABAÑAS				
ITEM	CANT	DETALLE	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
Sábanas de 2 plazas	3	Juego	15,00	45,00
Sábanas de 1plaza juego	35	Juego	10,00	350,00
Toallas grandes	36	Unidad	6,00	216,00
Toallas pequeñas	10	Unidad	3,00	30,00
Cobertor de 2 plazas	3	Unidad	15,00	45,00
Cobertor de 1 plaza	35	Unidad	12,00	420,00
Espejos (30x40 cm)	10	Unidad	5,00	50,00
Hamaca	8	Unidad	20,00	160,00
SUBTOTAL				1316,00 USD
RESTAURANTE				
Plásticos	6	Metro	1,50	9,00
Manteles de Cocina	6	Unidad	5	30,00
SUBTOTAL				39,00
TOTAL				1355,00 USD

b. Utensilios de cocina

A continuación se detalla todos los utensilios necesarios para el desenvolvimiento de los menús para los turistas:

Cuadro 35. Utensilios de cocina

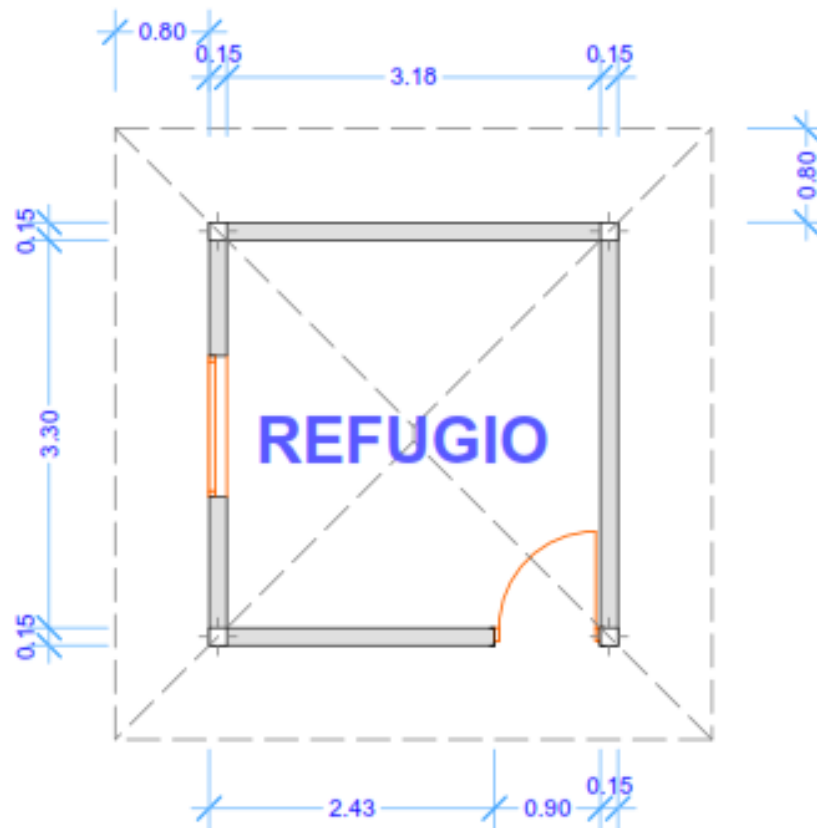
ITEM	CANT	DETALLE	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
Ollas Umco (7)	2	Juego	87	174,00
Cuchillo (13 piezas)	1	Juego	22	22,00
Sarten	2	Unidad	20	40,00
Cucharon	4	Unidad	5	20,00
Cristaleria juego 12 Unid	3	Juego	15	45,00
Vajilla para 24 pax	4	Juego	12	48,00
Cubiertos de mesa (25 piezas)	4	Juego	25	100,00
Escurreidor Umco	1	Unidad	7	7,00
Cernidor	2	Unidad	1,50	3,00
Platero	1	Unidad	20	20,00
Utensillos varios	1	Global	25	25,00
TOTAL				504,00 USD



PLANTA ARQUITECTONICA

ESCALA . 1:100

Gráfico 10. Plano del diseño de la cabaña tipo A



PLANTA ARQUITECTONICA

ESCALA . 1:100

Gráfico 11. Plano del diseño de la cabaña tipo B

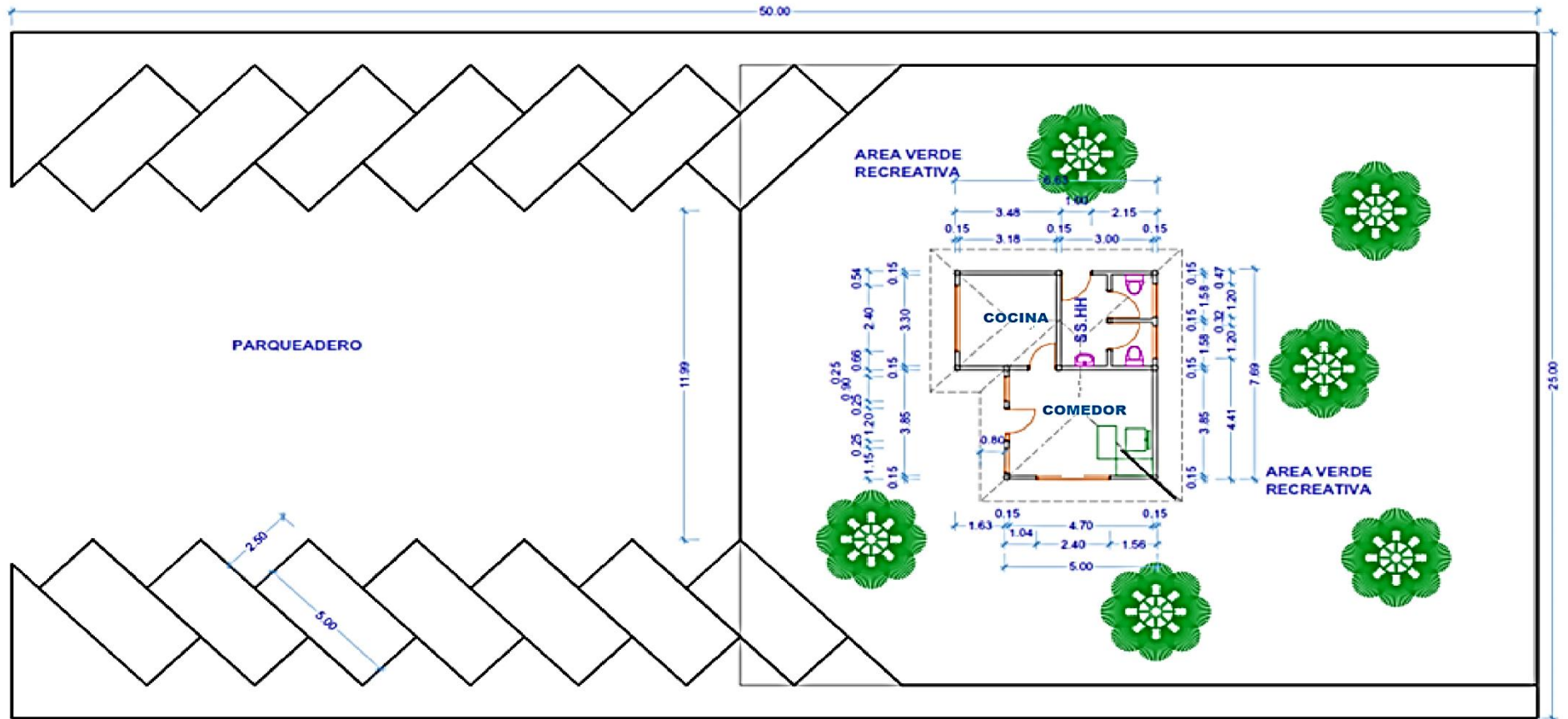


Gráfico 12. Plano del diseño de la cabaña tipo C

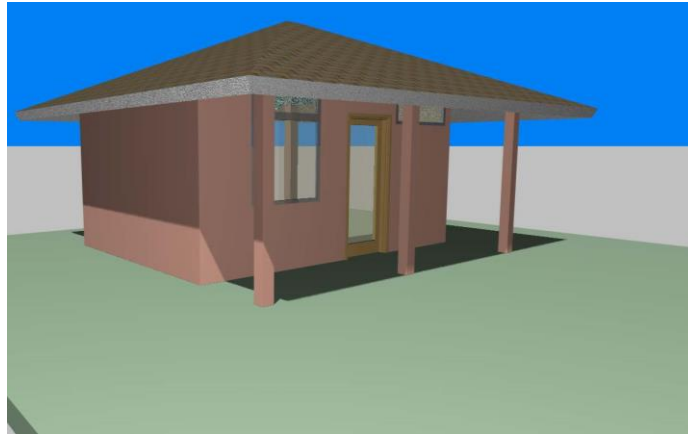


Gráfico 13. Vista panorámica en 3D del modelo de cabaña



Gráfico 14. Vista panorámica en 3D del modelo de refugio



Gráfico 15. Vista panorámica en 3D del modelo de cocina – comedor - parqueadero

4. Diseño del servicio de guianza

- La persona que va a guiar debe ser: un/a guía acreditado/da. (Con licencia de guía nativo y/o naturalista).
- Todos los guías deben tener conocimientos generales sobre la cultura, el arte, la historia del lugar en donde se desarrolla la operación y del entorno del país.
- El guía debe mostrar destrezas orales y escritas en español y de preferencia en otro idioma extranjero.
- El guía antes del recorrido debe poner especial énfasis al explicar las normas de comportamiento que debe mantener el visitante y/o grupo antes, durante y después del recorrido.
- El guía durante la excursión hará énfasis en la importancia de la conservación y protección del patrimonio natural, así como en la valoración del patrimonio cultural local.
- El guía debe mostrar puntualidad y cumplimiento con el horario planificado para el desarrollo de la excursión.
- En caso de no poder cumplir con el horario establecido lo deberá poner a consideración de los visitantes.
- Durante la excursión el guía deberá estar pendiente de todos los integrantes del grupo.
- El guía llevara un bolso con materiales que le sirvan durante el recorrido, dependiendo de la distancia programada (mapas, brújula, linterna, binoculares, alimentos de ser el caso), funda para recolección de basura, equipo móvil, sin descuidar un equipo básico de primeros auxilios, entre otros.

- El guía debe estar capacitado en primeros auxilios.
- El guía estará capacitado y preparado para atender casos de emergencia.
- Para la identificación de los guías deben poseer su credencial otorgada por el Ministerio del Ambiente para brindar un buen servicio al turista.

5. Perfil de proyectos complementarios asociados a la actividad turística

La comunidad contará con un producto de turismo comunitario definido en el que se destaca el restaurante y las habitaciones; cada uno de estos servicios tiene y cumple una función específica con fines turísticos, sin embargo se requiere de un estudio más profundo que permita afianzar y mejorar cada uno de los servicios; a la vez se requiere de nuevos proyectos que permitan mayor involucramiento y participación comunitaria con el fin de crear nuevas alternativas de desarrollo social, económico, cultural y ambiental, que permita alcanzar un mejor nivel de vida y que sean un complemento para la actividad turística definida. A continuación se detalla algunos proyectos complementarios que se pueden implementar en el área:

a. Perfil proyecto 1: Centro de interpretación ambiental y cultural

1) Antecedentes

Las comunidades de la región amazónica son portadores de un incalculable e invaluable patrimonio cultural tanto tangible como intangible, todo ello producto de la estrecha y armoniosa relación del ser con la naturaleza. Muchos de estos elementos suelen ser lo suficientemente guardados y conservados en la mente y los espacios en donde habitamos; sin embargo un representativo número de objetos, especies de flora y fauna han sido lo suficientemente saqueados o hurtados por individuos y organismos que con engaños han despojado de tan apreciado bien al poblador local.

Las generaciones actuales tampoco hacen uso o valorizan este importante legado natural y cultural quizá por el desconocimiento o el miedo al medio externo. Este importante hecho puede limitar y afectar el nivel de la calidad del producto turístico de manera especial en los espacios dispuestos para los procesos de interculturalidad.

2) Justificación

La instalación de un centro de interpretación ambiental y cultural, permitirá recabar toda información veraz sobre los distintos elementos culturales, para luego representarlas en medios sencillos e ilustrativos que sean de fácil entendimiento para el visitante, todo este espacio propiciara además al rescate de muchísimas piezas tanto en piedra y cerámica que en la actualidad se encuentren abandonadas o están siendo mal utilizadas por los pobladores.

Cuadro 36. Perfil del proyecto implementación de un centro de interpretación ambiental y cultural

Característica	Descripción
Lugar del proyecto:	Comunidad - El Palacio
Nombre del proyecto:	Centro de interpretación ambiental y cultural
Tipo de proyecto:	Proyecto social
Participantes:	Pobladores de la comunidad El Palacio, participa en el manejo y cuidado del centro una persona.
Apoyo requerido:	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del proyecto para financiamiento • Financiamiento para la construcción y adecuación del centro interpretativo • Capacitación al personal para el manejo del centro • Capacitación a los guías nativos para la interpretación del centro.
Proceso productivo:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y construcción del centro interpretativo • Estudio de especies de flora y fauna representativas • Estudio del patrimonio cultural tangible e intangible • Definición, diseño, elaboración y ubicación de medios interpretativos para el centro.

Producto esperado:	Centro de interpretación conformado por elementos de interpretativos ambientales y culturales.
Relación con el turismo:	Turistas conociendo, aprendiendo y valorando el patrimonio natural y cultural de la localidad.
Financiamiento:	Solicitar el apoyo al gobierno parroquial, municipio, INPC, Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente y organizaciones no gubernamentales. Establecer convenios con las universidades para el diseño del proyecto.
Distribución del producto:	A los turistas que llegan al Centro turístico sostenible El Palacio De preferencia a turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Baños de Agua Santa. A agencias u operadores de viajes de las ciudades de Baños, Puyo, Ambato y Riobamba.
Requerimientos necesarios:	Estudio y elaboración de la propuesta Definición de área de construcción Construcción de las salas y demás compartimentos del centro de interpretación Estudio de flora y fauna representativa Estudio del patrimonio cultural tangible e intangible. Diseño y elaboración de los medios interpretativos para cada sala del centro.

b. Perfil proyecto 2: Centro de expendio de artesanías y productos agropecuarios

1) Antecedentes

En la comunidad El Palacio el sector agropecuario representa el 70% del total de la actividad económica de la comunidad, de las cuales la producción agrícola significa 60%; la producción pecuaria corresponde al 30% y la producción avícola representa 10%. El limitado acceso vial a la comunidad ha sido un factor limitante para su comercialización.

2) Justificación

La instalación de un centro de expendio de artesanías y productos agropecuarios, permitirá ofrecer al visitante productos orgánicos e innovadores del sector.

Este proyecto se constituye en una fuente adicional de recursos económicos para los pobladores.

Cuadro 37. Perfil del proyecto implementación de un centro de expendio de artesanías y productos agropecuarios

Característica	Descripción
Lugar del Proyecto:	Comunidad - El Palacio
Nombre del Proyecto:	Centro de expendio de artesanías y productos agropecuarios
Tipo de Proyecto:	Proyecto social
Participantes:	Pobladores de la comunidad El Palacio, participa en el manejo y cuidado del centro una persona.
Apoyo requerido:	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del proyecto para financiamiento • Financiamiento para la construcción y adecuación del centro • Capacitación al personal para el manejo del centro
Proceso productivo:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y construcción del centro • Implementación de huertos familiares con productos orgánicos • Empaquetamiento y comercialización • Pasos para la elaboración de artesanías • Definición, diseño, elaboración y ubicación de artesanías y productos agropecuarios para el centro.
Producto esperado:	Centro de expendio conformado de productos agropecuarios y artesanales
Relación con el turismo:	Turistas adquiriendo, conociendo, aprendiendo y valorando los productos de la localidad.
Financiamiento:	Solicitar el apoyo al gobierno parroquial, municipio, Ministerio de Turismo, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca y organizaciones no gubernamentales. Establecer convenios con las universidades para el diseño del proyecto.
Distribución del producto:	A los turistas que llegan al Centro turístico sostenible El Palacio De preferencia a turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Baños de Agua Santa. A agencias u operadores de viajes de las ciudades de Baños, Puyo, Ambato y Riobamba.
Requerimientos necesarios:	Estudio y elaboración de la propuesta

	Definición de área de construcción Construcción del centro Construcción de compartimentos Ubicación de los productos a ofertar
--	---

6. Modalidades de turismo vinculadas al turismo comunitario

Las modalidades de turismo que complementan la oferta turística comunitaria del Centro Turístico Comunitario se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 38. Modalidades que se complementan al turismo comunitario

Modalidades	Actividades
Turismo de Naturaleza	Observación de la flora y fauna silvestre. Caminatas por los senderos de la zona baja, media y alta del sector El Palacio Recreación por los espacios naturales. Apreciación de los paisajes amazónicos y del volcán Tungurahua.
Turismo Cultural	Compartir las costumbres y tradiciones de la comunidad. Convivencia con la comunidad en sus actividades diarias como la agricultura y ganadería. Apreciación de las artesanías a base de madera. Degustación de platos típicos con productos orgánicos.
Turismo Arqueológico	Recorrido por sitios arqueológicos como el Camino del Inca y cerro Añango mismos que son de gran interés e importancia en el medio nacional e internacional. Apreciación de piezas en cerámica, y piedra encontrados en los sitios arqueológicos.
Turismo de aventura	Desarrollo de canyoning en los cañones de la comunidad “El Palacio”, senderismo y excursión

	por los diferentes senderos para observar sus hermosas cascadas.
Turismo vinculado a proyectos	<p>Aprendizaje de la importancia de los recursos ambientales y culturales para la comunidad a través de actividades de conservación.</p> <p>Participación en la cosecha de productos agrícolas orgánicos.</p>

7. Empaquetamiento

Los paquetes se elaboraron acorde al potencial turístico identificado en las visitas de campo y en base al perfil de la demanda turística, los paquetes están diseñados para distintos rangos (2-5 pax, de 6-10 pax y de 11-15 pax), corresponden a un grado de dificultad moderado (caminatas, buen estado físico) y fácil, mismos que se detallan a continuación:

PAQUETE 1. “La magia del palacio”

Paquete No.01		
Denominación: “La magia del palacio”		Demanda: Nacional e Internacional
Código: PLC - 01	Carácter: Naturaleza y Cultura	Estilo: Trekking
Dificultad: Moderado	Idioma de Guianza: Español	Duración: 1 día
Recorrido: Baños - El Palacio - Baños		
Centro de operaciones: Comunidad El Palacio		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	07H00	Salida desde la ciudad de Baños
	08H00	Llegada a la entrada hacia la cascada Corazón (Box Lunch)

09H00	Caminata ecológica e interpretativa y toma de fotografías de la cascada
10H30	Salida hacia la comunidad
11H00	Bienvenida en la comunidad "El Palacio"
12H00	Agroturismo en la zona
12H30	Almuerzo en la comunidad
13H30	Salida hacia la cascada Huachi
14H00	Retorno
15H00	Continúa la caminata hacia el cañon del Palacio
15H30	Actividad ecológica
16H00	Práctica del canyoning (Opcional) - Toma de fotografías
17H00	Retorno a la comunidad y despedida
18H00	Retorno hacia la ciudad de Baños (Box Lunch)

Descripción del Paquete

Se recogerá a los turistas en la ciudad de Baños y se los llevará a la cascada Corazón donde recorrerá un sendero ecológico luego se subirá hasta la comunidad "El Palacio" para realizar agroturismo y luego se realizará una caminata hacia la cascada Huachi y al cañon del Palacio donde se practicará canyoning y en la tarde se retornara hacia el punto de partida.

Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos personales para el registro de clientes. - Protector solar, gafas, gorra, cámara fotográfica, ropa abrigada e impermeable, zapatos aptos para trekking. 		
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas alcohólicas. - Armas blancas y de fuego. 		
Normas de Comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> - No arrojar basura, ni destruir la infraestructura o materiales de la zona. - No recolectar especies vegetales o animales. 		
El Paquete Incluye	<ul style="list-style-type: none"> - Refrigerio (2) - Almuerzo (1) 	El Paquete No Incluye	<ul style="list-style-type: none"> - Comidas y bebidas extras. - Gastos personales - Propinas. - Lo no especificado en el programa.

Facilidades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> – El transporte será provisto de empresas afines. – El servicio de alimentación será proporcionado por la comunidad – Disponer un botiquín de primeros auxilios.
Observaciones	– Este paquete está diseñado para turistas que llegan a la ciudad de Baños, se recogerá muy temprano, por lo tanto es necesario contar con un guía para su traslado hasta el Centro de Información Turística de la comunidad "El Palacio".
Gasto estimado	<ul style="list-style-type: none"> – 2 - 3 pax: \$18,00 – 4 - 8 pax: \$14,00 – 9 - 15 pax: \$13,00

Cuadro 39. Costos generales del paquete PLC – 01

PAQUETE 2. LA MAGIA DEL PALACIO						
COSTOS GENERALES	CANTIDAD	PREC.UNIT	TOTAL	RANGOS DE PAX		
				5	10	15
Guianza	1	20		20,00	20,00	20,00
Artesanía	1	3		3,00	3,00	3,00
TOTAL COSTOS GENERALES				23,00	23,00	23,00
COSTOS INDIVIDUALES						
Alimentación	3	2		6,00	6,00	6,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES				6,00	6,00	6,00
COSTOS TOTALES POR PERSONA						
TOTAL COSTOS GENERALES				23,00	23,00	23,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES				6,00	6,00	6,00
TOTAL DE COSTOS				29,00	29,00	29,00
Gastos administrativos 10%				1,06	0,83	0,75
Gastos de depreciación 5%				0,53	0,42	0,38
Margen de rango (utilidad) 25%				0,75	0,75	0,75
PRECIO NETO				16,25	12,73	11,55
PRECIO GROSS (comisión) 10%				17,88	14,00	12,71
				USD	USD	USD

Opcional: Alquiler del equipo para la práctica de canyoning - \$20.00

PAQUETE 2. “Aventura en el palacio”

Paquete No.02		
Denominación: “Aventura en el palacio”		Demanda: Nacional e internacional
Código: PLC - 2	Carácter: Cultura y Naturaleza	Estilo: Trekking
Dificultad: Moderado	Idioma de Guianza: Español	Duración: 1 día
Recorrido: Baños - El Palacio - Baños		
Centro de operaciones: Comunidad El Palacio		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	06H00	Salida desde el terminal de la ciudad de Baños
	08H00	Box Lunch
	09H00	Trekking por el camino de herradura hasta la Cueva de la Doña
	12H00	Llegada a la comunidad y recepción para el hospedaje
	13H00	Almuerzo comunitario
	14H00	Visita a la cascada Huachi
	15H00	Actividades ecológicas
	16H00	Regreso a la comunidad
	17H00	Intercambio cultural
	18H00	Coctel de bienvenida
19H00	Cena y descanso	
2	06H00	Desayuno en la comunidad
	07H00	Salida hacia el mirador del cerro Añango
	09H30	Interpretación del atractivo y toma de fotografías (Box Lunch)

	11H30	Salida hacia la cueva de la doña	
	13H00	Llegada a la cueva y charla cultural	
	13H30	Salida hacia la comunidad	
	14H30	Almuerzo comunitario	
	15H30	Salida al cañon de el Palacio	
	16H00	Práctica de Canyoning (Opcional)	
	17H00	Retorno a la comunidad	
	17H30	Check out de la comunidad	
	16H00	Retorno hacia la ciudad de Baños	
Descripción del Paquete			
<p>En la mañana el guía les esperará a los turistas en el terminal de la ciudad de Baños y luego se les llevará hasta la comunidad "El Palacio" recorriendo el camino de herradura y en la tarde se visitará la cascada Huachi y se realizará intercambio cultural en la noche. Al segundo día se visitará el mirador del cerro Añango, la cueva de la doña y el cañon del Palacio donde puede practicar canyoning, luego se retornará en la tarde hacia Baños.</p>			
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> – Documentos personales para el registro de clientes. – Protector solar, gafas, gorra, cámara fotográfica, ropa abrigada e impermeable, botas de caucho o zapatos aptos para trekking. 		
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> – Bebidas alcohólicas. – Armas blancas y de fuego. 		
Normas de Comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> – No arrojar basura, ni destruir la infraestructura o materiales de la zona. – No recolectar especies vegetales o animales. 		
El Paquete Incluye	<ul style="list-style-type: none"> – Desayuno (1) – Refrigerio (1) – Almuerzo (2) – Cena (1) – Coctel (1) 	El Paquete No Incluye	<ul style="list-style-type: none"> – Comidas y bebidas extras. – Gastos personales – Propinas. – Lo no especificado en el programa.
Facilidades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> – Para el servicio de guianza podrá contratar un guía nativo o naturalista. – El hospedaje y alimentación será proporcionado por la comunidad. – Disponer un botiquín de primeros auxilios. 		
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> – Este paquete está diseñado para turistas que llegan a la ciudad de Baños, se recogerá muy temprano, por lo tanto es necesario contar con un guía para su traslado hasta el Centro Turístico Sostenible "El Palacio". 		

Gasto estimado	- 2 - 5 pax: \$57.00
	- 6 - 10 pax: \$50.00
	- 11 - 15 pax: \$47.00

Cuadro 40. Costos generales del paquete PLC - 2

PAQUETE 1. AVENTURA EN EL PALACIO						
COSTOS GENERALES	CANTIDAD	PREC.UNIT	TOTAL	RANGOS DE PAX		
				5	10	15
Guianza	2	20		40,00	40,00	40,00
Artesanía	1	3		3,00	3,00	3,00
TOTAL COSTOS GENERALES				43,00	43,00	43,00
COSTOS INDIVIDUALES						
Hospedaje	1	15		15,00	15,00	15,00
Alimentación	5	2		10,00	10,00	10,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES				25,00	25,00	25,00
COSTOS TOTALES POR PERSONA						
TOTAL COSTOS GENERALES				43,00	43,00	43,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES				25,00	25,00	25,00
TOTAL DE COSTOS				68,00	68,00	68,00
Gastos administrativos 10%				3,36	2,93	2,79
Gastos de depreciación 5%				1,68	1,47	1,39
Margen de rango (utilidad) 25%				0,75	0,75	0,75
PRECIO NETO				51,52	44,93	42,73
PRECIO GROSS (comisión) 10%				56,67	49,42	47,00
				USD	USD	USD

Opcional: Alquiler del equipo para la práctica de canyoning - 20.00 USD



Gráfico 16. Mapa turístico de la comunidad “El Palacio”

8. Diseños del sistema de facilidades turísticas (señalización informativa, orientativa e interpretativa; senderos)

Permitirá que la estancia del visitante sea más placentera y segura para que su recorrido resulte una experiencia significativa, ya que con el uso de sus estructuras, se facilita la transmisión de la información por medio de los diferentes materiales didácticos. El mobiliario básico se utilizara acorde al entorno, estética y comodidad del visitante como letreros y basureros. El material que se utilizara para la construcción de la señalética y facilidades turísticas será de madera de la zona y paja toquilla manteniendo de esta forma la armonía con el ambiente.

a. Panel informativo

1) Planificación

a) Propósito

Este panel es el principal y primordial para informarle al turista cual es el trayecto a seguir, los atractivos que conocerá, así como la normativa para la visita.

b) Ubicación

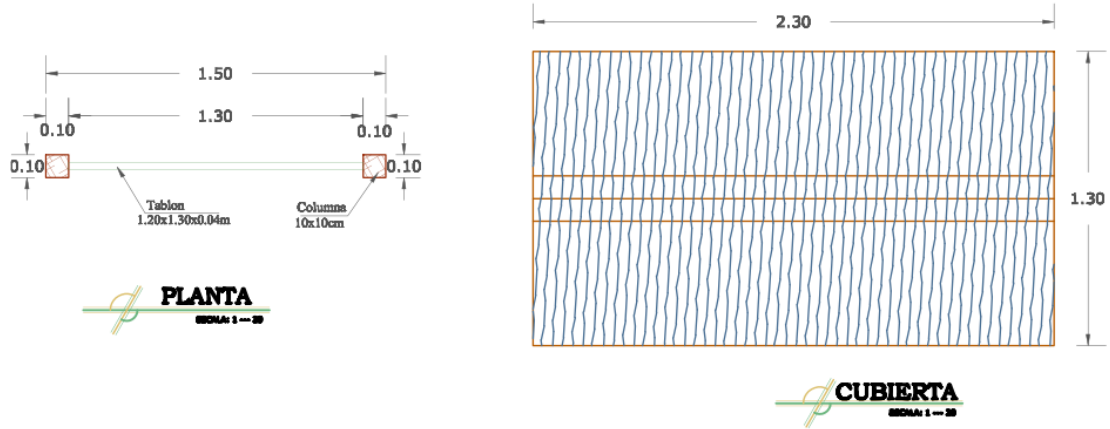
Los letreros estarán ubicados como se detalla a continuación:

- El primer panel se ubicará en la entrada al camino de herradura frente al Agoyan
- El segundo panel se ubicará a la entrada principal hacia la comunidad frente al puente del caserío Río Blanco.
- El tercero se ubicará en el ingreso a la comunidad.

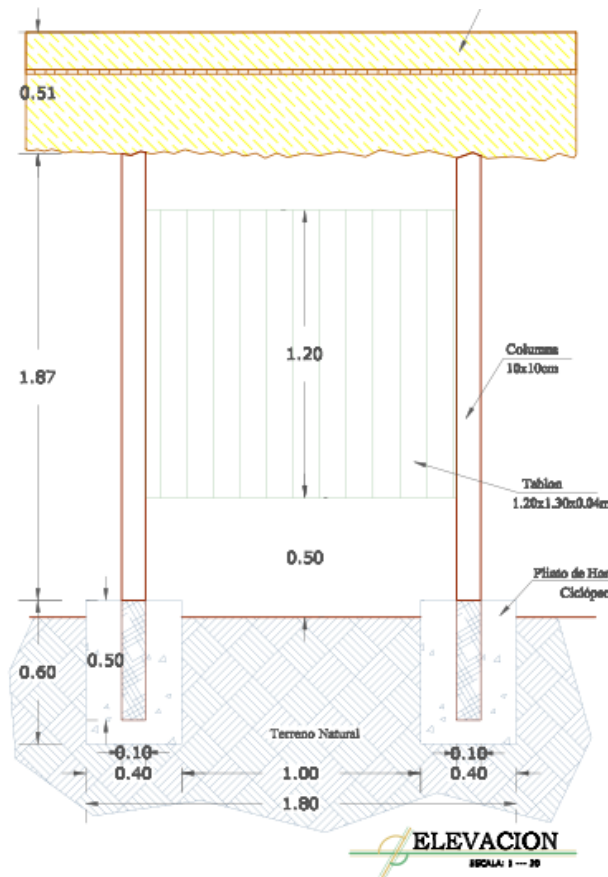
2) Diseño

a) Descripción Constructiva

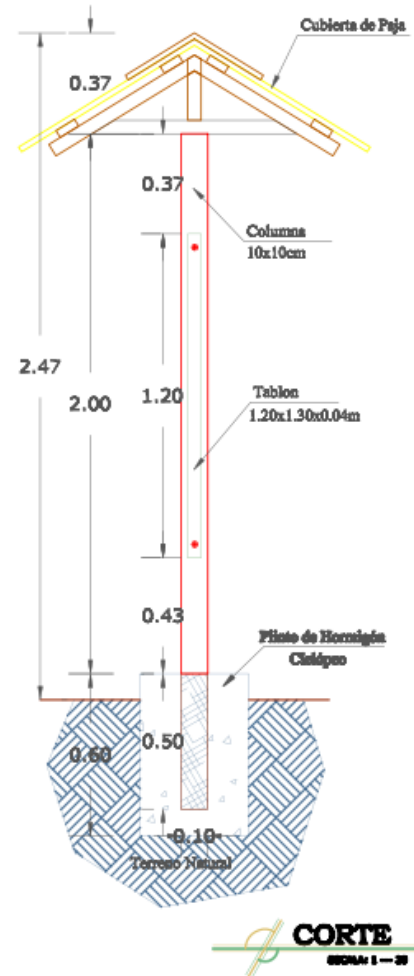
- Para la cimentación de los plintos se utilizará hormigón ciclópeo: HS 60% (180kg/cm²) y piedra 40%, siendo sus medidas 0.40 m de ancho, 0.40 m de largo y 0.60 m de profundidad.
- La madera a utilizar será previamente tratada con brea o aceite quemado.
- El color a usar de la madera será natural.
- La cubierta será de paja de dos aguas.
- Tipo de letra: Arial (Anexo)



VISTA FRONTAL



VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL

Gráfico 17. Plano del diseño del panel de bienvenida

b. Señalética interpretativa

1) Planificación

a) Propósito

Es fundamental para la entrega de información acerca de los atractivos en el trayecto que seguirá el turista en los senderos, ya que serán de gran utilidad para adquirir nueva información de estos mismos revelando su conservación.

b) Ubicación

Se ubicará en los cinco atractivos por donde pasan los senderos.

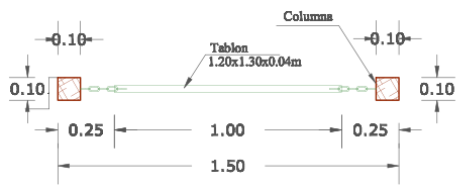
2) Diseño

a) Descripción constructiva

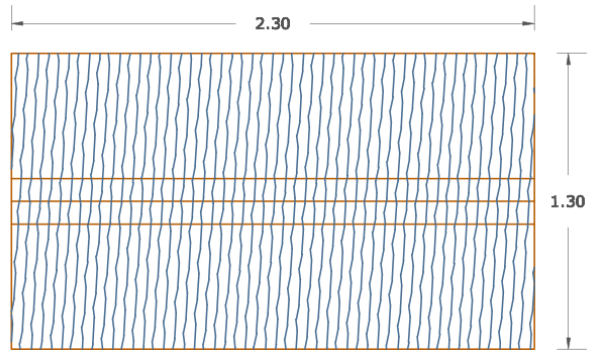
- Los letreros interpretativos se realizarán de forma llamativa e interesante, está conformado por tres paneles, que serán sujetados por argollas de acero.
- En el primer panel irá el nombre del atractivo, en el segundo las características del atractivo, y en el tercero una leyenda de concientización para la protección del atractivo.
- Para la cimentación de los plintos se utilizará hormigón ciclópeo: HS 60% (180kg/cm²) y piedra 40%, siendo sus medidas 0.40 m de ancho, 0.40 m de largo y 0.60 m de profundidad.
- La madera a utilizar será previamente tratada con brea o aceite quemado.
- El color a usar de la madera será natural.
- La cubierta será de paja de dos aguas.
- Tipo de letra: **Arial**

Cuadro 41. Diseño de letreros interpretativos

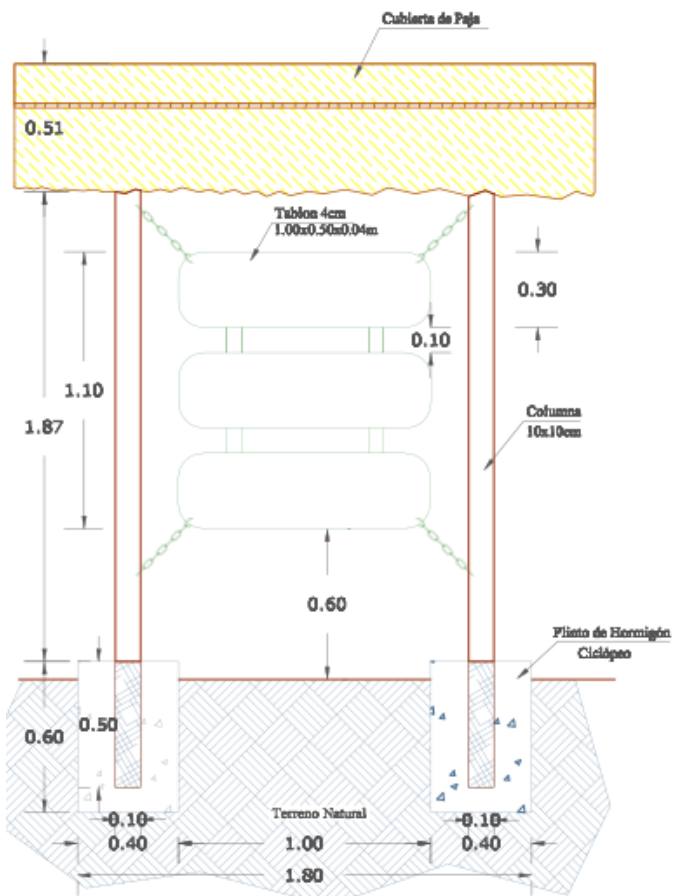
ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN	LEYENDA
Mirador Cerro Añango	Latitud: 1°23'16" S Longitud: 78°21'93" W Altitud: 2631 m.s.n.m	<i>“Produce una inmensa tristeza pensar que la naturaleza habla mientras el género humano no escucha”.</i>
Cueva de la Doña	Latitud: 1°23'59" S Longitud: 78°21'46" W Altitud: 2096 m.s.n.m	<i>"En la naturaleza la mejor política es ser lo más conservador posible"</i>
Cascada Corazón	Latitud: 1°22'81" S Longitud: 78°21'17" W Altitud: 1886 m.s.n.m	<i>“Una gota de agua es más valiosa para un hombre sediento que un saco de oro”</i>
Cascada Huachi	Latitud: 1°22'71" S Longitud: 78°21'52" W Altitud: 2143 m.s.n.m	<i>“Cuida el agua!! No pierdas la sangre del mundo”</i>
Cañon El Palacio	Latitud: 1°22'71" S Longitud: 78°21'52" W Altitud: 2143 m.s.n.m	<i>“La tierra no es el feudo de ninguna generación; es un arrendamiento a los hombres de por vida”</i>



PLANTA
ESCALA: 1 -- 20

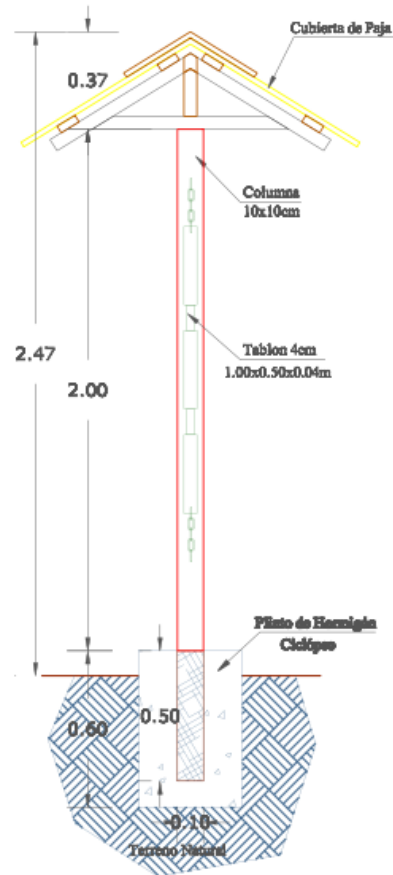


CUBIERTA
ESCALA: 1 -- 20



ELEVACION
ESCALA: 1 -- 20

VISTA FRONTAL



CORTE
ESCALA: 1 -- 20

VISTA LATERAL

Gráfico 18. Plano del diseño de la señalética interpretativa

c. Señalética informativa

1) Planificación

a) Propósito

La función de los letreros informativos es la de dar a conocer información en forma interesante y anímica de cada característica de los atractivos turísticos y de las paradas que poseen los senderos.

b) Ubicación

Se ubicará en el transcurso de los senderos.

2) Diseño

a) Descripción constructiva

- Para la cimentación de los plintos se utilizará hormigón ciclópeo: HS 60% (180kg/cm²) y piedra 60%, siendo sus medidas 0.40 m de ancho, 0.40 m de largo y 0.60 m de profundidad.
- La madera a utilizar será previamente tratada con brea o aceite quemado.
- El color a usar de la madera será natural.
- La cubierta será de paja de dos aguas.
- Tipo de letra: **Arial**

Cuadro 42. Diseño de letreros informativos

LETRERO	FRASE MOTIVADORA	LEYENDA
1	"Agua fuente de vida natural"	<i>¿Sabías que.... que el agua para consumo humano es del 0.01% a comparación del resto de toneladas de agua que alberga nuestro planeta?</i>
2	"Flora fragancia natural de la Amazonía"	<i>¿Sabías que.... en la Amazonia existen 4857 especies de plantas, entre ellas 2725 especies son orquídeas?</i>
3	"Fauna misteriosa y cautiva"	<i>¿Sabías que.... por cada ser humano hay 200 mil hormigas?</i>
4	"Aves guardianes de la Selva"	<i>¿Sabías que.... se calcula que el Ecuador habita más de la mitad de aves del continente y mas de sexta parte de todas las especies de aves en el planeta?</i>
5	"El hombre, es tierra que piensa."	<i>¿Sabías que.... Los bosques son los pulmones de nuestra tierra, purifican el aire y da fuerza a nuestro pueblo?</i>

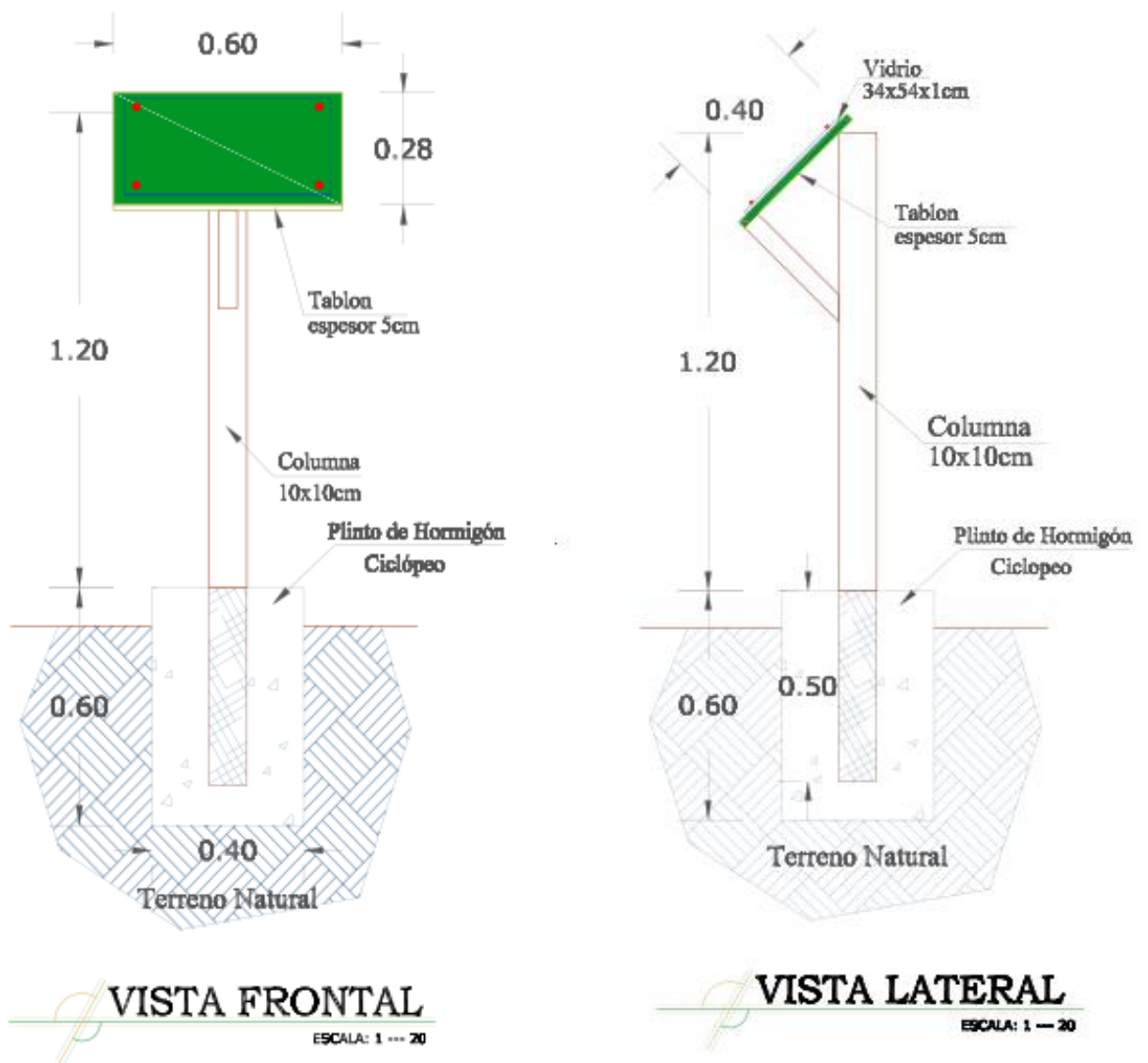


Gráfico 19. Plano del diseño de la señalética informativa

d. Señalética orientativa

1) Planificación

a) Propósito

Orientar y guiar a los usuarios, entregándoles la información necesaria para que puedan llegar a sus destinos de la forma más segura, simple y directa posible.

b) Ubicación

Se ubicara el letrero en el Agoyan, es decir aproximadamente a 150 metros antes del inicio del camino de herradura y los demás letreros orientativos estarán ubicados a 20 metros antes de llegar a cada atractivo relevante, también se mencionara la distancia de zona de restaurante, cabañas y refugio.

2) Diseño

a) Descripción constructiva

- Para la cimentación de los plintos se utilizará hormigón ciclópeo: HS 60% (180kg/cm²) y piedra 40%, siendo sus medidas 0.40 m de ancho, 0.40 m de largo y 0.60 m de profundidad.
- La madera a utilizar será previamente tratada con brea o aceite quemado.
- El color a usar de la madera será natural.
- La cubierta será de paja de dos aguas.
- Tipo de letra: Arial

Cuadro 43. Diseño de letreros informativos

LETRERO	UBICACIÓN	LEYENDA
1	Agoyán	<i>Centro Turístico Comunitario “El Palacio” 150 metros</i>
2	A 20 metros antes de llegar a la cueva de la Doña	<i>Cueva de la Doña 20 metros</i>
3	A 20 metros antes de llegar al mirador del cerro Añango	<i>Mirador Añango 20 metros</i>
4	A 20 metros antes de llegar a la comunidad “El Palacio”	<i>Centro Turístico Comunitario “El Palacio” 20 metros</i>
5	A 20 metros antes de llegar a la cascada Huachi	<i>Cascada Huachi 20 metros</i>
6	A 20 metros antes de llegar al cañon “El Palacio”	<i>Cañon El Palacio 20 metros</i>
7	A 20 metros antes de llegar a la cascada Corazón	<i>Cascada Corazón 20 metros</i>

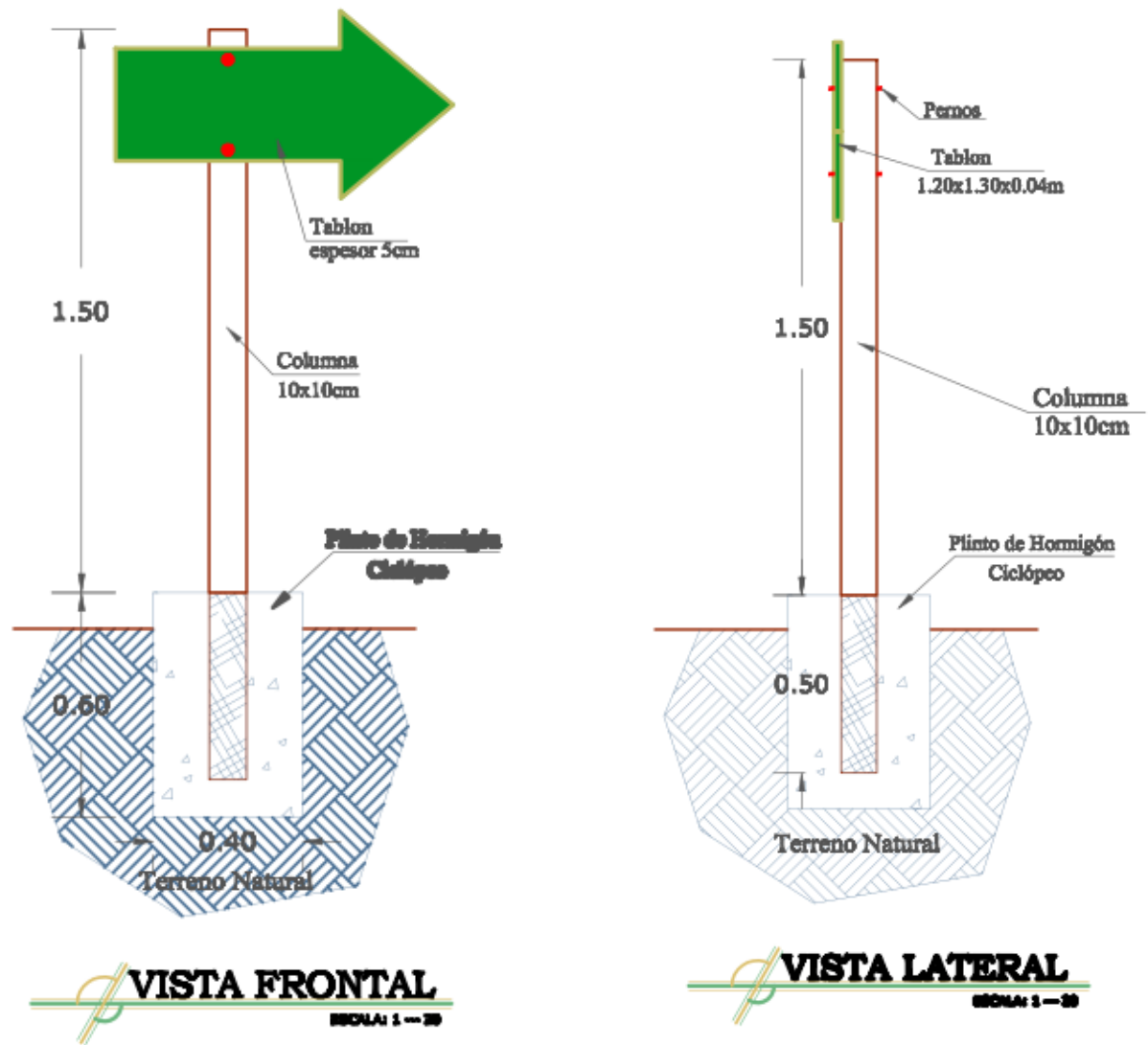


Gráfico 20. Plano del diseño de la señalética orientativa

e. Basureros**1) Planificación****a) Propósito**

Su objetivo es brindar comodidad y seguridad al turista además contribuir al mantenimiento de los senderos.

b) Ubicación

Cada basurero estará ubicado a una distancia prudente y objetiva dentro y fuera de los senderos.

2) Diseño**a) Descripción constructiva**

- Para la cimentación de los plintos se utilizará hormigón ciclópeo: HS 60% (180kg/cm²) y piedra 40%, siendo sus medidas 0.40 m de ancho, 0.40 m de largo y 0.60 m de profundidad.
- La madera a utilizar será previamente tratada con brea o aceite quemado.
- El color a usar de la madera será natural.
- La cubierta será de paja de dos aguas.

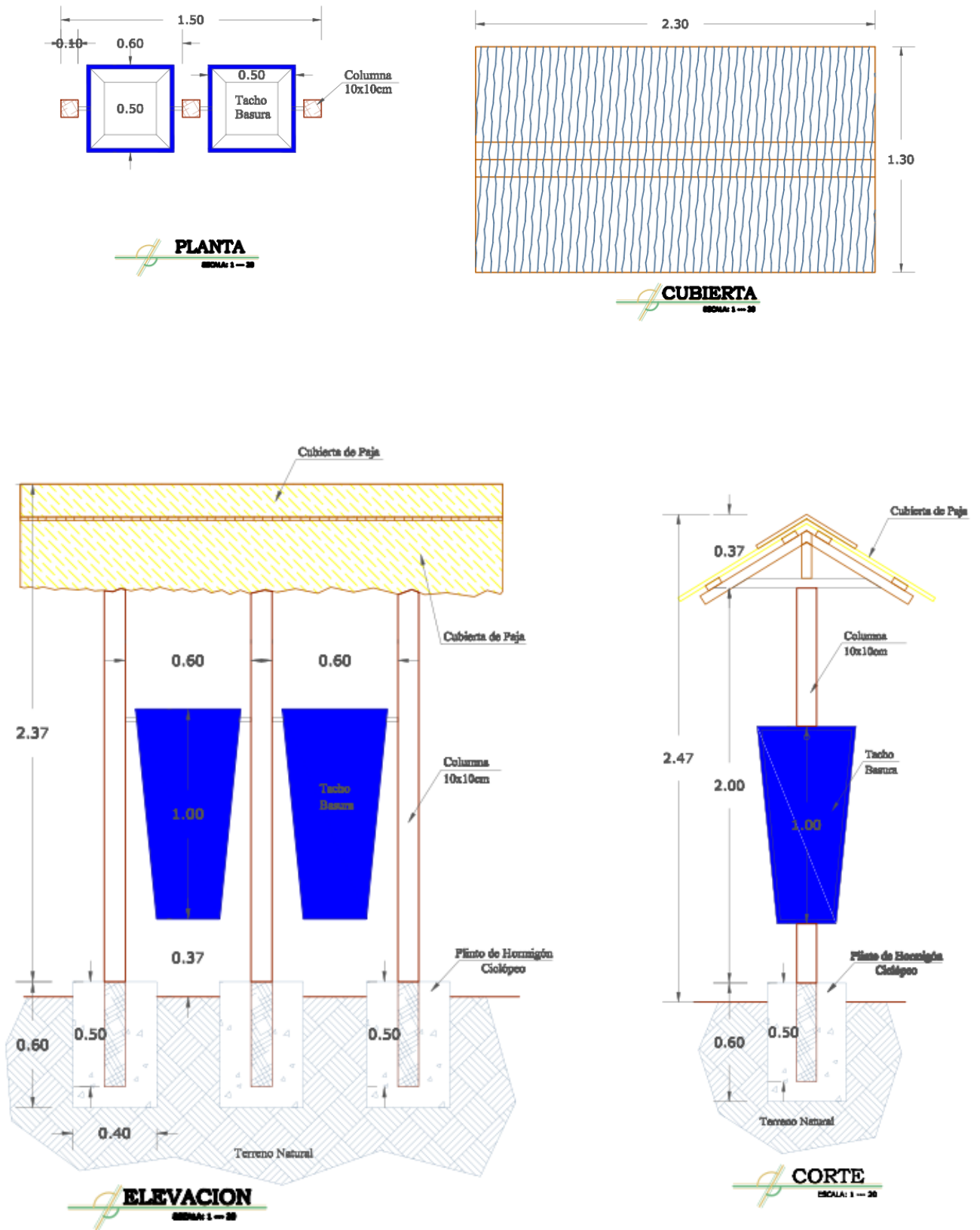


Gráfico 21. Plano del diseño de la señalética orientativa

a. Detalle de costos

1) Senderos

Cuadro 44. Presupuesto senderos

ITEM	DESCRIPCIÓN	U	CANTIDAD	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
001	Limpieza y desbroce del terreno	m ²	4850	0.26	1261,00 USD
002	Excavación a mano (cuneta)	m ³	208	5.02	1044,16 USD
003	Conformación de la rasante	m ³	2740	0.52	1424,80 USD
004	Colocación de canto rodado	m ³	406	6.17	2505,02 USD
005	Colocación de kilo	m ³	340	11.82	4018,80 USD
006	Tubería para alcantarilla	U	10	6.39	63,90 USD
TOTAL					10 317,68 USD

2) Señalética

a) Panel

Cuadro 45. Presupuesto paneles

ITEM	DESCRIPCIÓN	U	CANTIDAD	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
001	Excavación a mano	m ³	1.44	5.02	7,23 USD
002	Cimientos de hormigón Ciclópeo	m ³	1.58	54.36	85,88 USD
003	Panel interpretativo	u	2	235	470,00 USD
004	Cubierta	m ²	5.98	26.12	156,19 USD
TOTAL					719,30 USD

b) Letreros

Cuadro 46. Presupuesto letreros

ITEM	DESCRIPCIÓN	U	CANTIDAD	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
001	Excavación a mano	m ³	0.85	5.02	4,27 USD
002	Cimientos de hormigón Ciclópeo	m ³	0.85	54.36	46,21 USD
003	Letrero interpretativo	U	5	47.02	235,10 USD
004	Letrero informativo	U	5	38.41	192,05 USD
005	Letrero orientativo	U	7	40.82	285,74 USD
				TOTAL	763,37 USD

c) Basureros

Cuadro 47. Presupuesto basureros

ITEM	DESCRIPCIÓN	U	CANTIDAD	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
001	Excavación a mano	m ³	5.40	5.02	27,10 USD
002	Cimientos de hormigón Ciclópeo	m ³	5.94	54.36	60,30 USD
003	Cubierta	m ²	14.95	26.12	390,49 USD
004	Basureros	u	10	38.41	384,10 USD
				TOTAL	861,99 USD

Obra total infraestructura interpretativa: 12`662,34 USD

9. Definición de la marca turística

a. Imagen corporativa

La imagen corporativa fue diseñada y establecida por la directiva de la comunidad “El Palacio”; el principal elemento de la imagen corporativa está representado por



Gráfico 22. Logo del centro turístico comunitario “El Palacio”

1) Detalle de símbolos

Gallo de la peña (*Rupicola peruviana*).- La mitología de la comunidad está estrechamente vinculada a la naturaleza, por lo tanto el gallo de la peña es una especie en extinción y a la vez es un indicador del estado de conservación del bosque de la comunidad.

Listón.- Representa a las personas ya que nacen con colores diferentes y son muchas las tradiciones que influyen su vida, con colores y sombras variadas.

2) Colores que identifican la marca de la operación

Azul.- Representa al espacio cósmico, al infinito (araxa- pacha), es la expresión de los sistemas estelares del universo y los efectos naturales que se sienten sobre la tierra, es la astronomía y la física, la organización socio económico, político y cultural, es la ley de la gravedad, de las dimensiones y fenómenos naturales. (Katari, 2009).

Naranja.- Representa la sociedad y la cultura, es la expresión de la cultura, también expresa la preservación y procreación de la especie humana, considerada como la más preciada riqueza patrimonial de la nación, es la salud y la medicina, la formación y la educación, la práctica cultural de la juventud dinámica.

El Rojo.- Representa al planeta tierra, es la expresión del ser humano en el desarrollo intelectual.

El Verde.- Representa la economía y la producción, es el símbolo de las riquezas naturales, de la superficie y el subsuelo, representa, tierra y territorio, así mismo la producción agropecuaria, los yacimientos hidrológicos y mineralógicos.

El Negro.- Representa el poder, la elegancia, la formalidad, la muerte y el misterio.

El blanco.- Representa la luz, la bondad y la pureza que nos da la naturaleza. Se le considera el color de la perfección.

b. Identificación del producto (slogan)

El producto de turismo comunitario “El Palacio” se basa principalmente en los productos agrícolas obtenidos de los huertos orgánicos para el restaurante y las cabañas típicas de la zona para el hospedaje, el estilo de vida natural como parte de su cultura, por todos los usos y apreciaciones que se le ha dado al producto se le ha identificado con el siguiente slogan: *“Vida pura y natural”*, haciendo una relación con el nombre de la comunidad y con el producto de turismo comunitario.

D. ESTUDIO MERCADOTÉCNICO

1. Canales de distribución

Los canales de distribución por los cuales se comercializara el Centro Turístico Comunitario “El Palacio” son directos y por medio de intermediarios, los cuales se detallan a continuación:

Cuadro 48. Análisis de los canales de Distribución

CANALES DE DISTRIBUCIÓN	TÁCTICA	OBJETIVO	POLITICA DE FUNCIONAMIENTO	PÚBLICO OBJEIVO
VENTA DIRECTA	Visita a Empresas Públicas y Privadas.	Dar a conocer los servicios y actividades turísticas que brinda el Centro Turístico Comunitario.	Contacto personal entre vendedor y comprador, facilitar los productos y servicios que se ofrece, capacidad de obtener información y concretar la venta del producto	Trabajadores de las empresas públicas y privadas, sobre todo en las principales ciudades y ciudades cercanas al Cantón Tungurahua
	Clubes Juveniles			Presidentes de los Clubes de las distintas provincias del País.
	Universidades			Grupos organizados de Estudiantes y Asociación de Docentes Universitarios.

INTERMEDIACIÓN	Operadoras de turismo	Vender el producto turístico	Presentar el producto turístico y elaborar un convenio de cooperación en la que se benefician ambas partes, entregar material promocional y/o negociar.	Turistas que viajan a través de paquetes turísticos.
-----------------------	-----------------------	------------------------------	---	--

2. Análisis de comunicación (estrategias de promoción y publicidad)

Para su análisis se basó en las encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros, determinándose que la mayoría se informa sobre nuevos sitios turísticos por medio de una Página web y Televisión, para ello se ha elaborado el siguiente cuadro:

Cuadro 49. Análisis de comunicación (Estrategias de promoción y publicidad)

TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	OBJETIVO	POLITICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
Internet	Página Web	Captar turistas nacionales y extranjeros que buscan destinos turísticos a través de la Web.	Creación de una Página Web donde se dará a conocer tanto sus características naturales, paisajísticas del CTC como los servicios y otras facilidades turísticas.	Turistas que buscan destinos turísticos a través de Internet.
Televisión	Anuncios	Posicionar el producto	Presencia televisiva en los principales	Población que

	Publicitarios	turístico en el Mercado.	canales del Ecuador.	busquen destinos turísticos diferenciados.
--	---------------	--------------------------	----------------------	--

a. Spots publicitarios

1) Spot de televisión

TOMA	VIDEO	EFEECTO ESPECIAL
1	Presentación de flora , fauna y paisajes del lugar	Audio: Sonidos de la Naturaleza Amazónica. Locutor: El Centro Turístico Comunitario “El Palacio”, invita a conocer un “Paraíso Amazónico lleno de magia y encanto natural”
2	Servicios que ofrece: Imágenes de las cabañas, área de camping, alimentación, guianza	Audio: Sonidos de la naturaleza Locutor: Confortables habitaciones, platos nacionales y típicos de la zona, área de camping, guías nativos de la zona.
3	Actividades turísticas Imágenes: naturales	Locutor: Excursión por el Edén de la Amazonía para observar aves, flora exótica y refrescarse en sus cristalinas aguas de sus cascadas y cañon donde puede practicar canyoning.
4	Actividades turísticas Imágenes: culturales	Locutor: Conozca sus prácticas agrícolas conviviendo con la población Localizado a 10 km desde la ciudad de Baños de Agua Santa tomando la vía Baños – Puyo. Parroquia Ulba, Comunidad El Palacio. Más Información: 0984158523

b. Página web

La página web diseñada incluye la información compilada en el presente documento, el modelo sugerido es el siguiente::



Gráfico 23. Diseño de la página web

2) Descripción del contenido

a) Turismo comunitario

El desarrollo sostenible del turismo comunitario con identidad con un rostro más humano, exhortó desde el inicio la participación directa de las familias de la comunidad en el desarrollo de oferta de servicios de alojamiento y alimentación para los turistas que visitan la zona, tratando de cumplir los ejes de esta modalidad de turismo:

- Fortalecimiento organizativo
- Revitalización cultural

- Gestión del territorio
- Economía solidaria.

b) Tradiciones

La comunidad quiere mostrar al viajero una forma de vida auténtica que se nutre de una visión del cosmos diferente a otras existentes. Este encuentro le permite al turista compartir la cultura, disfrutar de un nuevo entorno, experimentar una manera de vida diferente y deleitarse en la proximidad de la naturaleza y de una vida tradicional, todo en un marco de mutuo respeto.

c) Oferta Turística

En este link se describirá los paquetes diseñados en el presente estudio como son:

- Aventura en el Palacio
- La magia del Palacio

d) Tarifas

Para este link se detallaran los costos de acuerdo al número de pax de acuerdo a los paquetes. También se detallaran los costos para el servicio de hospedaje y la descripción del menú en cuanto a platos típicos de la región con sus respectivos costos.

e) Como llegar

Se adjuntará el mapa turístico de la comunidad “El Palacio” y se realizará una breve descripción de las vías de acceso a la zona desde la ciudad de Baños.

f) Imágenes

En esta sección se realizará una galería fotográfica de los atractivos, flora y fauna de la comunidad.

g) Contactos

Se anexará la siguiente información:

Para una mejor atención por favor comuníquese con JUAN FREIRE Presidente de la comunidad llamando a los teléfonos (593) 984158523 - 32741095 o ingrese los siguientes datos en el siguiente formulario:

*Nombres:

E-Mail:

Teléfono:

País:

*Asunto:

*Comentario:

* Obligatorio

3. Gastos del área comercial

Cuadro 50. Gastos del área comercial

RUBRO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad y promoción		
Página web	10,00	120,00 USD
Spots TV	83,40	1000,00 USD
Talento humano		
Ing. Marketing y publicidad	400,00	400,00 USD
TOTAL	720,00	1520,00 USD

E. ESTRUCTURA LEGAL Y ADMINISTRATIVA (GESTIÓN DE LA UNIDAD DEL EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO)

1. Estudio administrativo

a. Organigrama Estructural Orgánico del Centro Turístico Comunitario “El Palacio”

Se establecieron dos niveles que deberán coordinar entre sí las actividades para el desarrollo turístico en el Centro.

- Nivel Administrativo: integrado por el administrador y el contador.
- Nivel Operativo: integrado por el personal que labora en las áreas de alojamiento y alimentación.

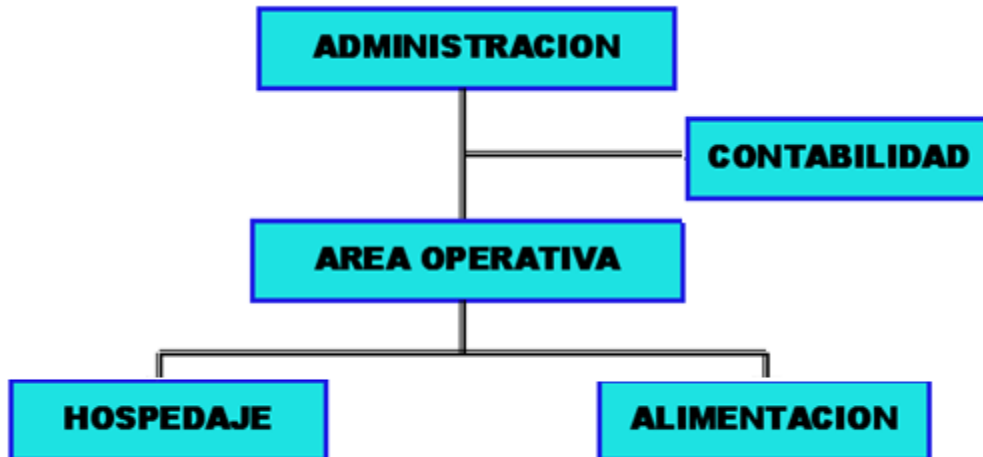


Gráfico 24. Organigrama estructural orgánico del centro turístico comunitario “El Palacio”

b. Organigrama Funcional Orgánico del Centro Turístico Comunitario “El Palacio”

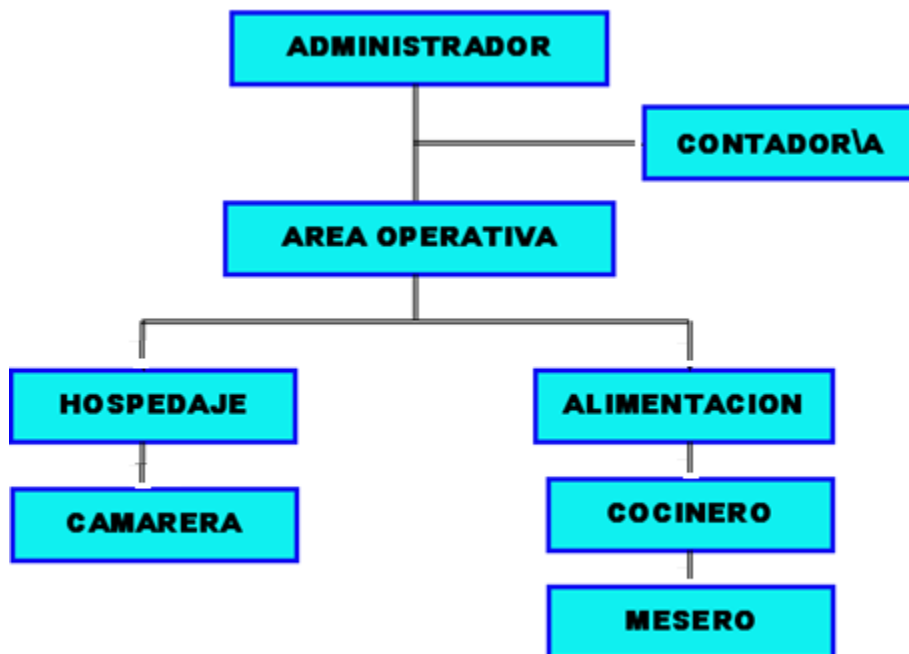


Gráfico 25. Organigrama funcional del Centro Turístico Comunitario “El Palacio”

c. Manuales de funciones y procedimientos de cada área

Para la elaboración del manual de funciones y procedimientos para la prestación de servicios turísticos se consideraron los criterios del Manual de Calidad para la oferta del producto turístico comunitario de la CORDTUCH. Asimismo se tomaron en cuenta a los factores que influyen en actividad turística que son tanto físicos, materiales y tangibles, como subjetivos, personales e intangibles, ya que se trata de una relación interpersonal.

1) Funciones de las áreas del Centro Turístico Comunitario “El Palacio”

Cuadro 51. Funciones de las áreas del Centro Turístico Comunitario “El Palacio”

FUNCIONES DE LAS ÁREAS	
ÁREA	FUNCIONES
ADMINISTRACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observar y acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos de la organización a la cual pertenece la OTC. ▪ Recibir y registrar llamadas del personal administrativo del CTC de los visitantes. ▪ Formular políticas de reservaciones y cancelaciones ▪ Realizar reservaciones. ▪ Coordinar la elaboración de tours. ▪ Elaborar cotizaciones de tours. ▪ Proporcionar información de los servicios que presta el CTC. ▪ Coordinar actividades con la comunidad. ▪ Atender las inquietudes del personal administrativo del CTC. ▪ Organizar y dirigir reuniones periódicas con el equipo de Gestión. ▪ Orientar el trabajo del personal. ▪ Comercializar el producto turístico. ▪ Recopilar material fotográfico, bibliográfico, para la elaboración y actualización de medios de difusión turística. ▪ Seleccionar y aplicar herramientas administrativas. ▪ Controlar y supervisar presupuestos de ventas. ▪ Recibir, registrar, emitir y archivar documentación del CTC. ▪ Formular políticas de promoción y ventas. ▪ Realiza lista de proveedores y controla la calidad de los productos entregados. ▪ Evaluar mensualmente los comentarios de los huéspedes y el desempeño del equipo de Gestión.

FUNCIONES DE LAS ÁREAS	
ÁREA	FUNCIONES
CONTABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observar y acatar lo dispuesto en los estatutos y reglamentos. ▪ Llevar un inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones del CTC. ▪ Lleva en forma ordenada recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago. ▪ Llevar el proceso contable del CTC. ▪ Presentar al administrador del CTC, informes mensuales sobre la actividad Financiera. ▪ Elaborar estados financieros mensuales. ▪ Responder por los fondos de la empresa con su firma en los cheques en coordinación con el coordinador administrativo del CTC. ▪ Revisar y analizar presupuestos de actividades. ▪ Es responsable de vigilar el pago de los sueldos de los integrantes del Equipo de Gestión. ▪ Revisar la contabilidad. ▪ Manejar transacciones de dinero en efectivo o cheques del CTC. ▪ Llenar formularios y declara el impuesto al SRI. ▪ Chequear roles de pago de servicios básicos. ▪ Custodiar dinero de la OTC. ▪ Realizar pagos de materia prima, personal, insumos y otras obligaciones. ▪ Emitir facturas de los gastos del cliente.
ALIMENTOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir y elaborar las recetas. ▪ Comprar los ingredientes necesarios para la comida. ▪ Elaborar jugos, cócteles, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y ensaladas en general. ▪ Conocer de la elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta especial. ▪ Elaborar los Box Lunch. ▪ Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas. ▪ Realizar inventarios de los materiales, equipo y utensilios de cocina. ▪ Conocer y aplicar procedimientos en caso de alguna emergencia de salud.
ALOJAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conducir a los visitantes y su equipaje a las hospedeías y vigilar que tengan lo necesario. ▪ Entregar las llaves de las habitaciones a los visitantes. ▪ Tomar recados para los visitantes. ▪ Se encarga de proveer de los suministros necesarios para los baños de las habitaciones como: papel, toallas, jabón, shampoo.

FUNCIONES DE LAS ÁREAS	
ÁREA	FUNCIONES
	Etc. ■ Proveer a las habitaciones de la lencería necesaria.

Fuente: Adaptación Manual de Calidad CORDTUCH (2009)

2) Procedimientos para la prestación de servicios turísticos

Cuadro 52. Procedimientos para la Prestación de Servicios Turísticos

PROCEDIMIENTOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	
PROCESO	PROCEDIMIENTO
Para realizar reservas	<ul style="list-style-type: none"> ■ Contestar el teléfono. ■ Identificarse y saludar ■ Escuchar atentamente y tomar nota de lo que le piden. ■ Dar información precisa sobre lo que pida el visitante, tour operador o personal administrativo del CTC. ■ Apuntar todos los datos para la reserva como días de llegada y salida, nombre y número de personas, adultos, niños; hora de llegada, tipo comidas y bebidas que prefieren, tipo de alojamiento que requieren (dirección y teléfono) ■ Apuntar la información en el calendario de reservaciones, de manera clara. ■ Confirmar los datos con el visitante para evitar malos entendidos. ■ Si la reserva se hace con suficiente antelación pedir se envíe anticipo. ■ Dar información al visitante y/o tour operador de cómo llegar al CTC. ■ Comprobar que se han hecho todas las anotaciones ■ Despedirse.
Para la entrada de visitantes	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bienvenida. Si es posible les recibirá el administrador del CTC, saludo, detalles de viaje. ■ Preguntar si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación ■ En caso de tener una reservación comprobar la reserva. ■ Llenar los documentos de recepción. ■ Mostrar brevemente las instalaciones de la OTC. ■ Explicar los horarios de comidas.

PROCEDIMIENTOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	
PROCESO	PROCEDIMIENTO
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entregar folletería con información turística de la zona y explicar sobre la posibilidad para realizar visitas, excursiones. ▪ Acompañar a la hospedería al/los visitante/es. ▪ Entrega de la/s llave/s de la/s habitación/es
Para limpieza de habitaciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprobar en el listado del coordinador de alojamiento si la habitación está libre u ocupada ▪ Identificar cuáles de las habitaciones están libres u ocupadas ▪ Preparación de productos y materiales de limpieza, fundas de basura, lencería de repuesto, suministros de baño, etc. ▪ Llamar antes de entrar a la habitación para comprobar si han salido de las habitaciones los visitantes. ▪ Entrar en la habitación ▪ Dejar la puerta de la habitación abierta para informar de su presencia. ▪ Apagar las luces, correr las cortinas y abrir todas las puertas y ventanas para una mejor ventilación de la habitación. ▪ Verificar que la habitación no tenga ningún daño (muebles quemados, cortinas rotas, vidrios rotos, etc.). ▪ Limpiar el armario y verificar el número de ganchos o armadores. ▪ Destender la cama, empezando por quitar las fundas de las almohadas. ▪ Destender las sábanas sobre la cama, para observar si hay algún objeto olvidado. ▪ Retirar toallas y sábanas sucias ▪ Tender la cama ▪ Vaciar la basura de la habitación, vaciar ceniceros y vaciar la basura del baño ▪ Barrer el piso de la habitación (bajo la cama) ▪ Limpiar los muebles, cuadros y lámparas de la habitación. ▪ Verificar el funcionamiento de focos. ▪ Colocar papelería faltante dentro de la habitación. ▪ Realizar la limpieza del baño. ▪ Verificar antes de salir, que las puertas y ventanas estén debidamente cerradas. ▪ Colocar en orden las cortinas. ▪ Comprobar que las luces no queden encendidas.
Para limpieza de cuartos de baño	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar el funcionamiento de focos ▪ Probar si funciona correctamente la ducha. ▪ Limpiar la cortina de baño si hubiera. ▪ Limpiar las ventanas del baño. ▪ Limpiar las paredes del baño. ▪ Limpiar espejos.

PROCEDIMIENTOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	
PROCESO	PROCEDIMIENTO
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpiar lavamanos (lavabo). ▪ Prueba de funcionamiento del inodoro y urinario. ▪ Limpiar el inodoro y urinario ▪ Colocar todos los suministros (papel higiénico, jabón, toallas, shampoo, etc.). ▪ Reposición de toallas cada vez que se produzca una salida de clientes. O reposición de las toallas que estén sucias cada dos días si el cliente permanece más tiempo. ▪ Limpiar y secar el piso del baño. ▪ Apagar las luces del baño.
Para el servicio de guianza	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los guías deberán estar en el CTC, para que puedan realizar su trabajo, al momento que ingresen los turistas. ▪ Cuando el visitante requiera de los servicios del guía, el coordinador administrativo del CTC., informara a los guías que estén disponibles para realizar el tour. ▪ El guía se presentará ante el visitante, socializara las normas de conducta para el turista además les dará una explicación sobre el recorrido que van a realizar. ▪ Al empezar el recorrido el guía les conducirá a los sitios que se establecieron en el paquete o itinerarios, el mismo que se cumplirá de acuerdo a lo establecido, brindando una información clara y precisa. ▪ El guía se despide del grupo ▪ En caso de que deba trabajar con el mismo grupo al día siguiente, el guía les informará sobre las nuevas actividades que vayan a desarrollar.

Fuente: Adaptación Manual de Calidad CORDTUCH (2009)

3) Proceso de producción

a) Flujograma del proceso productivo

Para la satisfacción de los clientes y orientación de los trabajadores se ha elaborado flujogramas para el servicio de hospedaje y alimentación.

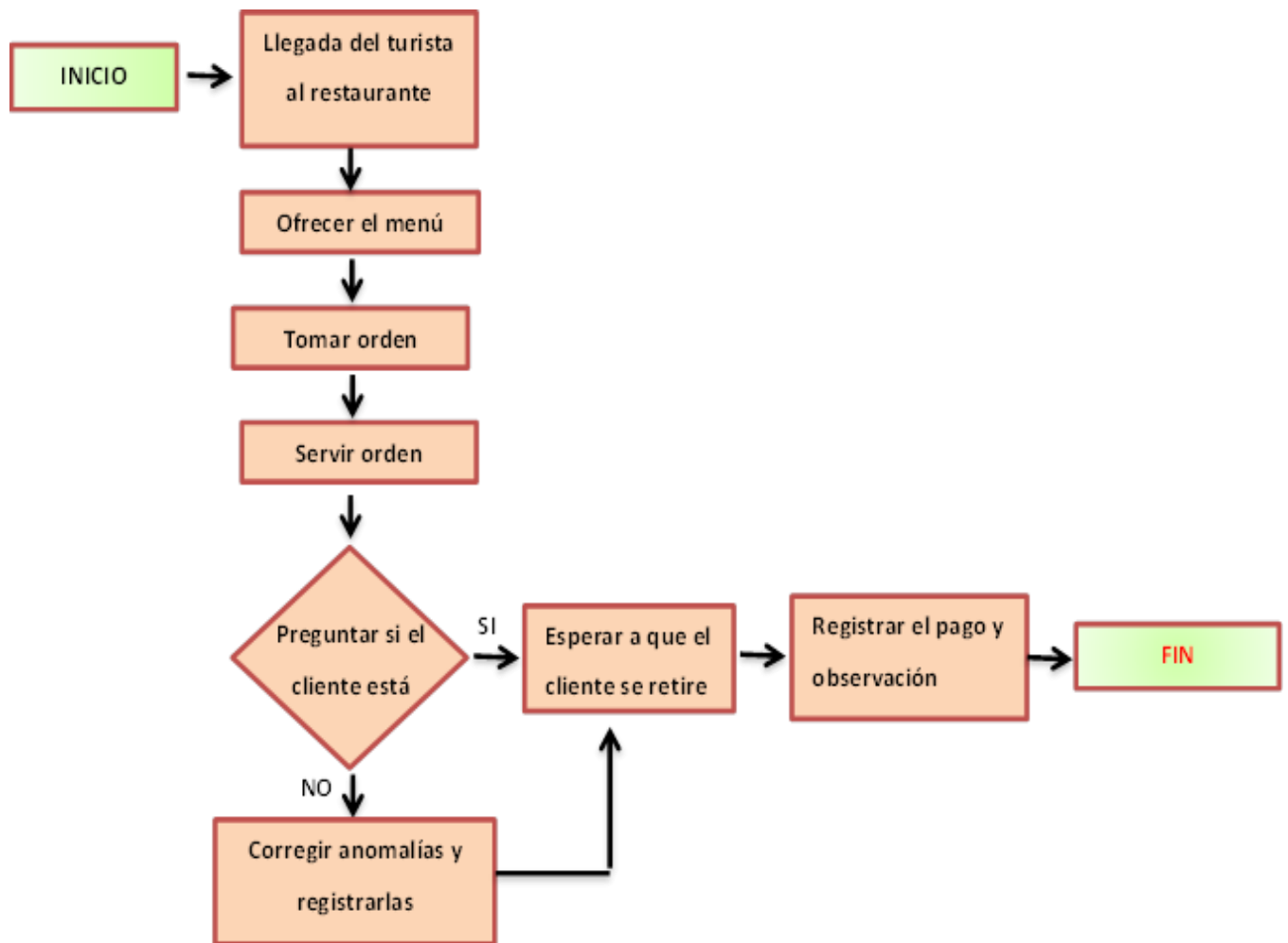


Gráfico 26. Proceso de producción para el servicio de alimentación

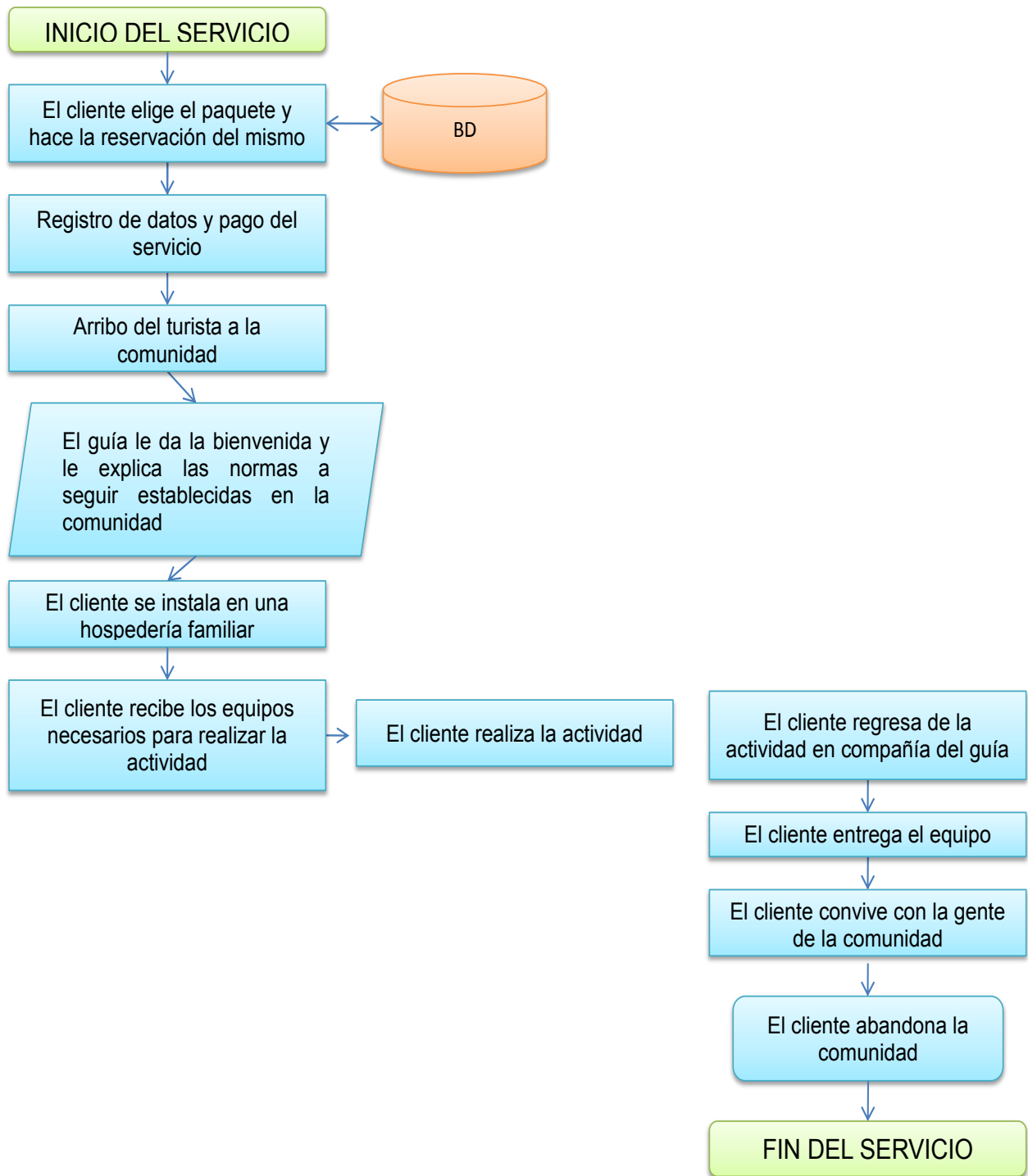


Gráfico 27. Proceso de producción para el servicio de hospedaje

b) Requerimiento de las instalaciones

Cuadro 53. Requerimientos de las instalaciones- hospedaje

Proceso productivo	Personal Requerido
Bienvenida y presentación	Administrador
Registro de datos del cliente	Administrador
Asignar habitación según preferencias y disponibilidad	Administrador
Acompañar al cliente a su habitación	Recepcionista
Entrega de información de las actividades a realizarse durante sus permanencia	Recepcionista

Cuadro 54. Requerimientos de las instalaciones- alimentación

Proceso productivo	Personal requerido
Ofrecer menú	Camarero
Tomar la orden	Camarero
Servir orden	Camarero
Registrar el pago y observaciones	Administrador

c) Requerimientos de mobiliario de hospedaje

Cuadro 55. Requerimientos de las instalaciones de hospedaje

	CANT	DETALLE	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
Literas	6	Unidad	90	540,00 USD
Cama de 2 plazas	2	Unidad	200	400,00 USD
Mesa y 4 sillas	6	Juego	60	360,00 USD
Velador	8	Unidad	40	320,00 USD
		TOTAL		1620,00 USD

d) Requerimientos de mobiliario de alimentación

Cuadro 56. Requerimientos de las instalaciones de alimentación

ITEM	CANT	DETALLE	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
Cocina industrial + tanque de gas	1	Unidad	150	150,00 USD
Refrigeradora	1	Unidad	700	700,00 USD
Licuada	1	Unidad	50	50,00 USD
Waflera	1	Unidad	40	40,00 USD
Plancha de Asar	1	Unidad	30	30,00 USD
Linternas	3	Unidad	5	15,00 USD
Extintor de incendios	1	Unidad	20	20,00 USD
Botiquin de primeros auxilios	Glb	Unidas	20	20,00 USD
Otros materiales	1	GLB	25	25,00 USD
			TOTAL	1050,00 USD

e) Requerimientos de mantenimiento de facilidades turísticas

Cuadro 57. Requerimientos de mantenimiento de facilidades turísticas

ITEM	CANT	COSTO UNIT	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sendero	2	20	40	480,00 USD
Letreros	14	8	112	1344,00 USD
Cabañas	10	16	160	1920,00 USD
Restaurante	1	10	10	120,00 USD
Sistema de agua potable	1	80	80	960,00 USD
			TOTAL	4824,00 USD

f) Requerimientos de útiles de aseo y materiales de limpieza

Cuadro 58. Requerimientos de de útiles de aseo y materiales de limpieza

ITEM	CANT	DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sendero	1	Global	50	600,00 USD
			TOTAL	600,00 USD

g) Requerimientos de insumos


Cuadro 59. Requerimientos de insumos

ITEM	CANT	DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Alimentos varios	1	Global	400	4800,00 USD
			TOTAL	4800,00 USD





d. Herramientas para la Operación Turística

Con el fin de monitorear la actividad turística y evaluar el desempeño y calidad en la prestación de los servicios turísticos se debe aplicar un sistema de registro de visitantes y otros sistemas que permitan medir el nivel de satisfacción. Siguiendo el formato de las fichas del Manual de Calidad de la CORDTUC, se emplearán las siguientes fichas:

Cuadro 60. Ficha de registro de visitantes

			
Nombre/Name/Nom:			
Nº. De Cedula o Pasaporte ID or Pasaport: <i>Número de Passeport :</i>			
País de residencia: Origen city: <i>Ville de Residence:</i>			
Estado Civil: Civil status: <i>Etat civil:</i>			
Sexo: Sex: <i>Sexe:</i>	Masculino Male Masculin		Femenino Female Meminin
Fecha de Nacimiento: Date of Birth: <i>Date de naissance:</i>	Edad: Años: Age: Ans: Years:		
Profesión u ocupación: Profession / Occupation: <i>Profession ou Occupation:</i>			
Duración de la estadía: Stay time (Day) <i>Dure'e du sejour (jues):</i>			
Modalidad de Viaje: Type of travel: <i>Modalité du voyage:</i>	Independiente: Alone: Independant:		Agencia de Viajes Agency of travel <i>Agence de voyage</i>
Fecha de ingreso: Check in date <i>Date d'arrivée ó Sisid Anejo</i>			
Fecha de Salida: Check out date: <i>Date de deport de Sisid Anejo</i>			
Responsable de la elaboración de la ficha: <i>Responsable de l'eleboration de la fiche:</i>		Cargo en el CTC Position in the CTC	
Fecha:			
Hora:			

Cuadro 61. Ficha de evaluación de satisfacción

Encuesta de satisfacción				
Nuestros Servicios				
A la llegada a la operación el personal le atendió? How are the people in the place? A son arrivee commentle personnel vous à recu?				
El servicio de alimentación que usted recibió en el CTC fue? How would you quality the food in this establishmente? Le service d'alimentation etait?				
El servicio de Guianza que usted recibió en el CTC fue? How would you quality the guide service in this establishmente? Le service de guide etait?				
La limpieza en el CTC le pareció ? How would you quality the cleanlines of this establishmente? Comment etait la propeté?				
Las actividades y la realización de estas en el CTC le pareció? The activities were? Comment etaient les activitiès?				
El servicio de alojamiento que usted recibió en el CTC fue? The accomodation were? Comment etaitle logement?				
Observaciones:				
Para uso del CTC Fecha: Hora: Grupo: Paquete:				

e. Normas de conducta y código de ética durante la operación turística

1) Normas de Conducta

El comportamiento tanto de los miembros de la comunidad como de los visitantes durante la operación de los servicios turísticos es necesario que este claramente especificado para que no se produzca molestias ni mal entendidos entre los mismos.

Cuadro 62. Normas de conducta durante la gestión de servicios turísticos

NORMAS DE CONDUCTA DURANTE LA GESTIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS	
AGENTES	NORMAS
Visitante	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los desechos plásticos, vidrios y otros que no sean de fácil reciclaje es preferible no dejarlos en la comunidad. ▪ Si quiere tomar fotografías a personas de la comunidad puede hacerlo con su debida autorización. ▪ Evite el contacto íntimo con el guía o miembros de la comunidad, pues afectaría la moral y tradiciones culturales comunitarias. ▪ Es prohibido prestar dinero a los guías, a los miembros de la comunidad, a los dirigentes y empleados. ▪ Es prohibido llevarse cualquier planta, semilla o animal. De igual manera es prohibido extraer o patentar los extractos de plantas o semillas que hayan sido producto de investigaciones realizadas en la comunidad. ▪ Recuerde que nosotros tenemos conceptos de tiempo, espacio y cultura diferentes. Por favor sea comprensible y respetuoso, asegurándole que las actividades comprometidas se cumplirán.
Entre Miembros del Equipo de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El personal de planta debe mantener un trato amable entre sí. ▪ Se debe mantener conductas decentes con sus compañeros y que no incomoden a los turistas. ▪ Se debe trabajar en equipo y de manera coordinada. ▪ No se debe ingerir bebidas alcohólicas ni drogas en su horario de trabajo ni horas libres en las que se encuentren dentro de las hospederías y/o tour. ▪ El personal de planta no debe fumar en las instalaciones o sitios que molesten a los visitantes. ▪ Deberán abstenerse de utilizar aquellas áreas destinadas a los visitantes, excepto cuando sea requerida su presencia. ▪ El personal de planta deberá ser separado de su trabajo en el caso de

NORMAS DE CONDUCTA DURANTE LA GESTIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS	
AGENTES	NORMAS
	que tenga comportamientos impropios o de acoso sexual hacia sus compañeros/as.
Miembros del Equipo de gestión con el Visitante	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El personal de planta deberá atender las necesidades del visitante con prontitud y amabilidad. ▪ El personal de planta deberá realizar las labores de limpieza y mantenimiento del establecimiento, sin molestar al visitante o importunarlo. ▪ El personal de planta debe abstenerse de ingerir bebidas alcohólicas u otras sustancias que le impidan su correcto desenvolvimiento. ▪ El comportamiento del personal de planta deberá ser respetuoso con el visitante. ▪ El personal de planta debe ser separado de su trabajo en el caso de que tenga comportamientos groseros, o de acoso sexual hacia los visitantes. ▪ El personal de planta deberá tener una limpieza personal permanente. ▪ El personal de planta debe tener presente ciertos patrones culturales de los visitantes y respetarlos. ▪ El personal de planta debe evitar gritos y comportamientos exagerados que puedan molestar al visitante.

Fuente: Adaptación Manual de Calidad CORDTUCH (2009)

2) Código de Ética para el Turismo Comunitario

Las actividades de turismo comunitario deben seguir un código de ética pensado y diseñado para el desarrollo del turismo responsable, encaminado a conciliar sosteniblemente la protección del medio ambiente, el desarrollo económico y la lucha contra la pobreza. Es así que los miembros de la comunidad “El Palacio” expresan lo siguiente:

- El turismo comunitario se desarrolla mediante los principios de participación comunitaria y del enriquecimiento y valoración del patrimonio natural y la población local.

- El turismo comunitario se organizará de modo que permita la supervivencia, la autofinanciación de la identidad, la revitalización cultural, la preservación y el manejo sostenible del medio ambiente.
- Los recursos turísticos que se encuentren en la comunidad deben ser respetados por los pobladores locales y por los visitantes durante el tiempo de permanencia.
- Las actividades turísticas deberán respetar a la comunidad local en su ideología, cosmovisión, prácticas ancestrales y la forma de vida de las familias.
- La comunidad receptora aprenderá a conocer y respetar a los turistas que los visitan, a informarse sobre su forma de vida, gustos y sus expectativas.
- Todos los miembros de la comunidad deben salvaguardar la cultura local y los recursos naturales, con perspectivas de un crecimiento económico capaz de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
- Los miembros de “El Palacio” deben admitir que se impongan limitaciones a sus actividades cuando estas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables.

f. Áreas de capacitación necesarias en el CTC El Palacio

El personal que formará parte del equipo de gestión y operación turística del CTC requiere de un plan de capacitación a desarrollarse en todas las áreas operativas, este plan permitirá fortalecer cada uno de los servicios, actividades turísticas y programas comunitarios, para que el talento humano que participa en cada área este preparado al momento de la prestación. A continuación se detallan los programas de capacitación necesarios en cada área:

1) Programas de capacitación para el Centro de Turismo Comunitario Sisid Anejo

a) Área de capacitación: Administración

Tema: Formación de empresarios turísticos comunitarios

Objetivo: Obtener un personal capacitado con actitud y aptitud en el Área de gestión empresarial comunitaria de la operación de turismo comunitario del CTC El Palacio.

Contenido de la capacitación

Cuadro 63. Capacitaciones para el área de administración

Modulo 1: TURISMO COMUNITARIO	
Temas a tratar	Turismo comunitario como alternativa económica, social y ambiental. Gestión del turismo comunitario en el Ecuador.
Metodología	Talleres, trabajos grupales, dinámicas, presentación y análisis de videos.
Modulo 2: PAQUETES TURÍSTICOS	
Temas a tratar	Determinación de recursos turísticos naturales y culturales comunitarios. Definición de rutas y circuitos turísticos. Elaboración de paquetes turísticos comunitarios. Análisis de costos para paquetes turísticos. Calidad del paquete turístico
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo.

Modulo 3: COMUNICACIÓN COMERCIAL	
Temas a tratar	<p>Conceptos básicos</p> <p>Marketing Mix (Producto, plaza, precio, promoción).</p> <p>Estrategias para la publicidad de imagen y de venta.</p> <p>Estrategias de comercialización.</p> <p>Estrategias para relaciones públicas.</p> <p>Estrategias para las promociones.</p> <p>Estrategias para el merchandising.</p>
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Modulo 4: ADMINISTRACIÓN	
Temas a tratar	<p>Contenido 1:</p> <p>Procesos de Administración.</p> <p>Planificación y dirección administrativa.</p> <p>Recursos humanos.</p> <p>Organización administrativa.</p> <p>Control, reportes y seguimiento.</p> <p>Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción del visitante.</p> <p>Contenido 2:</p> <p>Sistema de reservaciones.</p> <p>Sistema de registro de visitantes.</p> <p>Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción del visitante.</p> <p>Elaboración de contratos.</p> <p>Contenido 3:</p> <p>Solución de Problemas.</p> <p>Políticas y procedimientos generales.</p> <p>La Importancia de los Códigos de Conducta para</p>

	huéspedes, proveedores, empleados y comunidades.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria.
Modulo 5: MARCO LEGAL	
Temas a tratar	Actividades turísticas en el Ecuador. Requisitos para legalizar los centros de turismo comunitario.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria.
Número de horas	Total: 32

Fuente: Adaptación Manual de Calidad CORDTUCH (2009)

b) Área de capacitación: Operación – Guianza

Tema: Formación de guías nativos comunitarios.

Objetivo: Obtener guías nativos capacitados entorno a su medio natural, con conocimientos generales y específicos del CTC El Palacio.

Contenido de la capacitación

Cuadro 64. Capacitación para el área de operativa – Guianza

Modulo 1: ECOSISTEMA DE PÁRAMO Y CONSERVACIÓN	
Temas a tratar	Ecosistemas Ecosistemas de páramo Importancia ambiental y turística de los ecosistemas de páramo Impactos ambientales y sociales sobre el paramo asociados al turismo.

	<p>Manejo del paramo (políticas y mecanismos de conservación)</p> <p>La contaminación.</p> <p>La conservación, re-uso, reciclaje, Manejo de desechos</p> <p>Tratamiento de desechos orgánicos e inorgánicos</p>
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo.
Modulo 2: FLORA Y FAUNA	
Temas a tratar	<p>Flora representativa de la zona</p> <p>Importancia alimenticia, medicinal de la flora local</p> <p>Fauna representativa de la zona</p> <p>Medios y mecanismos para la identificación de la fauna local.</p> <p>Importancia turística de la fauna local.</p>
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo.
Modulo 3: GUIANZA	
Temas a tratar	<p>Perfil del guía de turismo comunitario</p> <p>Técnicas de guiar</p> <p>Atención a grupos</p> <p>Tipología de los grupos y clientes</p> <p>Rutas turísticas</p> <p>Guiones turísticos</p> <p>Preparación de tours</p> <p>Técnicas de comunicación y animación turística</p> <p>Geografía</p> <p>Cartografía</p>

	<p>Manejo de brújula y GPS</p> <p>Protocolo</p> <p>Relaciones públicas</p>
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo
Modulo 4: ARQUEOLOGÍA Y PATRIMONIO CULTURAL	
Temas a tratar	<p>Conceptos básicos</p> <p>Arqueología pre-Kañary-Inca</p> <p>Sitios arqueológicos en la provincia del Cañar</p> <p>Finalidad de los sitios arqueológicos para los pueblos andinos</p> <p>Los sitios arqueológicos y el turismo</p> <p>El patrimonio Cultural</p> <p>Elementos del patrimonio cultural</p> <p>El patrimonio cultural y el turismo</p> <p>La cosmovisión andina</p> <p>Fundamentos filosóficos andinos</p> <p>Ciclos naturales ancestrales del mundo andino</p> <p>Principios y valores del mundo runa</p> <p>Representación cosmos telúrica (signos y símbolos andinos)</p>
Modulo 5: INTERPRETACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL	
Temas a tratar	<p>La educación ambiental</p> <p>La interpretación ambiental</p> <p>Principios de la interpretación y educación ambiental</p> <p>Medios interpretativos</p>

	Técnicas de comunicación y expresión
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo
Modulo 6: PRIMEROS AUXILIOS Y EXCURSIONISMO	
Temas a tratar	Primeros auxilios Excursionismo Supervivencia
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo
Número de horas	Total 40

Fuente: Adaptación Manual de Calidad CORDTUCH (2009)

c) Área de Capacitación: Operativa – Actividades Turísticas

Tema: Manejo y gestión del centro artesanal y huerto orgánico para actividades turísticas.

Objetivo: Fortalecer las actividades artesanales y agrícolas asociadas a la actividad turística del CTC El Palacio.

Contenido de la capacitación

Cuadro 65. Capacitación para el área operativa – actividades turísticas

Modulo 1: CENTRO ARTESANAL Y TURISMO	
Temas a tratar	Valor cultural y económico de las artesanías e indumentaria local Las artesanías y el turismo. Estrategias de comunicación artesano-turista.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de insumos, materiales escritos y

	audiovisuales, práctica.
Modulo 2: DEFINICIÓN DE PRECIOS E INVENTARIOS	
Temas a tratar	Definición de precios de venta de las artesanías e indumentaria Elaboración de inventarios de materiales, equipo y herramientas que se utiliza en el Centro artesanal. Uso y mantenimiento de insumos, herramientas y equipos del centro artesanal.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Número de horas	Total: 32

Fuente: Información secundaria

Cuadro 66. Capacitación para el área operativa – actividades turísticas

Modulo 1: HUERTO ORGÁNICO Y TURISMO	
Temas a tratar	Valor cultural, económico, nutritivo y medicinal de los cultivos. La agricultura y el turismo. Distribución, asociación y rotación de cultivos andinos Técnicas en la preparación del terreno, siembra de productos, cuidado y cosecha de cultivos. Preparación y aplicación de abonos orgánicos líquido y solido. Uso de fertilizantes orgánicos contra plagas y enfermedades Estrategias de comunicación agricultor-turista.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de insumos, materiales escritos y audiovisuales, práctica.

Modulo 2: DEFINICIÓN DE PRECIOS E INVENTARIOS	
Temas a tratar	Definición de costos de producción de cultivos andinos y precios de venta. Elaboración de inventarios de materiales, equipo y herramientas que se utiliza en el huerto orgánico. Uso y mantenimiento de insumos, herramientas y equipos del huerto orgánico.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Número de horas	Total: 24

Fuente: Información secundaria

d) Área de Capacitación: Operativo – Alimentación

Tema: Formación de Chef comunitarios.

Objetivo: Obtener un personal capacitado en el área de alimentación con todos los conocimientos básicos y necesarios para el servicio de restaurante del CTC El Palacio.

Contenido de la capacitación

Cuadro 67. Capacitación para el área de operativa – restaurante

Modulo 1: PREPARACIÓN DE ALIMENTOS	
Temas a tratar	Valor nutricional de los productos locales y orgánicos Manejo de géneros Elaboración de recetas estándar y tradicionales de la zona Preparación de recetas estándar (Desayunos, Almuerzos,

	<p>cenas, box lunch)</p> <p>Elaboración de menús y cartas</p> <p>Elaboración de jugos, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y ensaladas en general.</p> <p>Elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta, son vegetarianos o tienen algún problema especial en alimentación.</p> <p>Elaboración de Box Lunch.</p>
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Modulo 2: DEFINICIÓN DE PRECIOS E INVENTARIOS	
Temas a tratar	<p>Definición de precios de venta de alimentos y bebidas</p> <p>Elaboración de Inventarios de materiales, equipo y utensilios que se utiliza en la cocina</p> <p>Procedimientos en caso de emergencias en la cocina</p>
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria.
Modulo 3: TECNOLOGÍA DE RESTAURANTE	
Temas a tratar	<p>Estilos de servicio</p> <p>Uso y mantenimiento de lencería y menaje para el servicio de alimentos y bebidas</p> <p>Montaje de mesas para desayuno, menú y carta</p> <p>Recepción y toma de comandas a clientes</p>
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Modulo 4: MANIPULACIÓN E HIGIENE DE ALIMENTOS	
Temas a tratar	<p>Nº 1 Salubridad de la comida</p> <p>Enfermedades Alimenticias.</p> <p>Tipos de Contaminación.</p>

	<p>Contaminación de los Alimentos.</p> <p>Nº 2 Higiene del Manipulador</p> <p>Normas de aseo personal del manipulador.</p> <p>Como lavarse las manos.</p> <p>Uso de guantes desechables.</p> <p>Nº 3 Limpiar y desinfectar</p> <p>Diferencia.</p> <p>Tipos de desinfección.</p> <p>Desinfección con cloro.</p> <p>Desinfección de utensilios y espacio físico.</p> <p>Desinfección de alimentos.</p> <p>Almacenamiento de productos de limpieza.</p>
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Número de horas	Total 64

Fuente: Adaptación Manual de Calidad CORDTUCH (2009)

e) Área de Capacitación: Operativa – Hospedaje

Tema: Formación de personal con conocimientos en la recepción de clientes y cuidado de habitaciones.

Objetivo: Disponer de un personal con aptitudes básicas relacionadas al área de hospedaje para la operación del CTC El Palacio.

Contenido de la capacitación

Cuadro 68. Capacitación para el área de operativa – recepción y manejo de habitaciones

Modulo 1: HOTELERÍA Y TURISMO	
Temas a tratar	Conceptos básicos Reservaciones Recepción de huésped Dotación de habitaciones Políticas de permanencia del visitante en las habitaciones Manejo de objetos de valor del turista.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Modulo 2: MANEJO Y CUIDADO DE HABITACIONES	
Temas a tratar	Suministro de lencería, utensilios de limpieza y bebidas Ambientación de habitaciones Manejo de cuadros casilleros Inventario de mueblería, lencería, bebidas, elementos decorativos, etc. de las habitaciones posterior uso.
Número de horas	Total: 24

Fuente: Adaptación Manual de Calidad CORDTUCH (2009)

f) Área de Capacitación: Operativa – Contabilidad

Tema: Formación de personal con conocimientos en Contabilidad.

Objetivo: Disponer de un personal con aptitudes básicas relacionadas al área contable para la operación del CTC El Palacio.

Contenido de la capacitación

Cuadro 69. Capacitación para el área de operativa – contabilidad

Modulo 1: CONTABILIDAD BÁSICA APLICADA AL TURISMO	
Temas a tratar	<p>Conceptos Básicos</p> <p>Elaboración de inventarios</p> <p>Emisión, y manejo de recibos, facturas, notas de venta.</p> <p>Elaboración de proceso contable(Plan de cuentas, estado de situación inicial, diario general, mayorización, balance de comprobación, estados financieros, análisis financiero, libro de caja, libro bancos, conciliaciones bancarias.</p> <p>Elaboración de estados financieros</p> <p>Llenado de formularios y forma de declaración de impuestos</p> <p>Elaboración de roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros etc.</p>
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Número de horas	Total: 32

Fuente: Adaptación Manual de Calidad CORDTUCH (2009)

2) Área de Capacitación: Organizativa - Comunal

Tema: Fortalecimiento organizativo e identidad cultural.

Objetivo: fortalecer la organización comunitaria y valorizar todos los elementos de la cultura indígena para que los pobladores de la comunidad fortalezca su identidad organizativa y cultural.

Contenido de la capacitación

Cuadro 70. Capacitación para el área organizativa –comunal

Modulo 1: CULTURA E IDENTIDAD	
Temas a tratar	Conceptualización Características y transmisión de la Cultura El Ecuador: País Pluricultural, Pluriétnico y Multibilingüe. Patrimonio cultural comunitario (tangibile e intangible)
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Modulo 2: ETNOGRAFIA	
Temas a tratar	Espacialidad Temporalidad Funcionalidad
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Modulo 3: Planificación estratégica comunitaria para el turismo	
Temas a tratar	Diagnostico comunitario Misión y visión comunitaria Actores del desarrollo comunal – turismo Análisis interno y externo comunal Acciones y proyectos comunales para el turismo
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y

	audiovisuales, práctica.
Número de horas	Total: 32

Fuente: Adaptación Manual de Calidad CORDTUCH (2009)

a. Desarrollo del programa de capacitación

Cuadro 71. Programas de capacitación

Nº	Área de Capacitación	Temas de Capacitación	Horas de Duración	Tiempo de Ejecución
1	Administrativa	Empresas Turísticas comunitarias	32	2 fines de semana: sábado y domingo.
2	Operativo Guianza	Formación de guías nativos	40	3 fines de semana: 3 sábados y 2 domingos.
3	Operativo – Actividades Turísticas y programas comunitarios	Gestión de centros artesanales	32	2 fines de semana: sábado y domingo.
4	Operativo – Actividades Turísticas y programas comunitarios	Gestión y manejo de huertos orgánicos	32	2 fines de semana: sábado y domingo.
5	Operativo – Alimentación	Formación de Chef comunitarios	64	4 fines de semana: sábado y domingo
6	Operativo- hospedaje	Formación de personal con conocimientos en recepción y manejo de habitaciones.	24	2 fines de semana 2 sábados y 1 domingo.
5	Operativo – Contabilidad	Formación de personal con conocimientos en Contabilidad.	32	2 fines de semana: sábado y domingo.
6	Organizativo – Comunal	Fortalecimiento administrativo y cultural comunitario.	32	2 fines de semana: sábado y domingo.
Total			288	14 fines de semana

Fuente: Información secundaria

3) Presupuesto para las áreas de capacitación identificadas

Cuadro 72. Presupuesto para las áreas de capacitación

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Instructores	Hora	288	10.60	3050,00 USD
Coordinador de logística para el curso	Curso	1	400.00	400,00 USD
Certificados	Persona	50	5.00	250,00 USD
Alimentación participantes	Persona	50	3.00	150,00 USD
Materiales de trabajo	Persona	50	3.00	150,00 USD
TOTAL				4000,00 USD

4) Requisitos para la participación en las diferentes áreas de capacitación

- Los participantes deberán ser socios activos dentro de la comunidad.
- Portar el AVAL de la comunidad a la que representa.

g) Horarios de capacitación

Debido a las actividades diarias que realizan la población comunitaria y por los temas y tiempos requeridos para las capacitaciones estas deben dictarse los días sábados y domingos durante 4 meses y medio y tendrán un horario de 8h a.m. hasta las 16h p.m.

g. Activos Fijos y Gastos del Área Administrativa

1) Activos fijos

Cuadro 73. Equipos del área administrativa

ITEM	CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNIT	COSTO TOT
Computadora HP	1	Unidad	700.00	700,00 USD
Impresora HP	1	Unidad	100.00	100,00 USD
TOTAL				800,00 USD

2) Gastos para el área administrativa**a) Talento humano****Cuadro 74. Sueldos y salarios -talento humano**

CARGO	SUELDO
Administrador	400,00 USD
Contador	350,00 USD
Camarrera	318,00 USD
Cocinera	318,00 USD
Mesero	318,00 USD

2. Estudio legal

Debido a la zona dónde se desarrollará el proyecto y a las condiciones del mismo, se deberá acoger al reglamento de las instancias respectivas a nivel nacional, como son: Constitución 2008, Ministerio de Turismo y de instancias de apoyo a nivel cantonal como lo es el Municipio de Baños de Agua Santa.

a. Constitución Política del Ecuador 2008

Como lo expresa y considerando la constitución aprobada el 28 de Septiembre del 2008, en la sección séptima, capítulo cuarto, de los Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 56.- Se reconoce y garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

- Mantener, desarrollar, y fortalecer libremente su identidad, sentido o pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
- Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales, renovables que se hallen en sus tierras.
- Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural.
- El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.
- Construir y mantener organizaciones que los representen, en marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa. El Estado reconocerá y promoverá todas las formas de expresión y organización.

Promoviendo el cuidado y protección de la naturaleza la Constitución 2008 en el capítulo

Séptimo de los Derechos de la Naturaleza dice:

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

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a autoridades públicas el cumplimiento de los derechos de la naturaleza.

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

Al ver imprescindible el hecho de que las comunidades tengan derecho a organizarse y ser reconocidas como tales el Capítulo sexto del trabajo y la producción en su sección primera de las formas de organización de la producción y su gestión señala:

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

El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

b. Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento

En base a lo citado anteriormente la condición que la comunidad debe adoptar es la empresa de economía social y solidaria como **Centro Turístico Comunitario** para lo cual debe reunir los siguientes requisitos:

1) Servicios de rentas internas

Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

2) Ministerio de turismo

El registro de turismo se lo deberá hacer en el Ministerio de Turismo por una sola vez en la oficina regional correspondiente o en su oficina nacional. Los requisitos para el registro son:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionario.
- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de sus integrantes presentes.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
- Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, de la personería jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.

- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil.
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (Firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).

3) Municipio de Baños de Agua Santa

La Licencia Única Anual de Funcionamiento deberá obtenerse en el Municipio de la jurisdicción correspondiente tales son:

- Memoria descriptiva (Formato de Ministerio de Turismo) de sus características, capacidad de plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios, régimen de funcionamiento y listas de precios.
- Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia del RUC.
- Patente Municipal.
- Inspección general de las instalaciones, una vez realizado se otorgara la licencia anual de funcionamiento correspondiente.

4) Gastos para patentes y permisos municipales

Cuadro 75. Gastos para patentes y permisos municipales

PROCEDIMIENTOS	COSTO
SRI: Obtención del RUC	2,00 USD
MINTUR: Registro	5,00 USD
Municipio de Baños: LUAF	250,00 USD
TOTAL	257.00 USD

F. ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES

Para el estudio ambiental referente a la implementación y desarrollo del producto turístico comunitario, se aplicó la matriz propuesta por Lázaro Lagos, con la cual se pudo analizar las actividades que causarían impactos a los componentes agua, aire, suelo, flora – fauna, paisaje y socio-económico.

1. Descripción de las actividades que causarán impactos

Las actividades consideradas dentro de la matriz son las siguientes:

a. Construcción de infraestructura

Para la creación y desarrollo del producto turístico una de las herramientas necesarias es la implementación de cabañas, pues ésta permite que los visitantes puedan contar con el servicio de restauración y hospedaje.

b. Implementación de señalética

Esta actividad contempla la implementación de facilidades turísticas como: señalización informativa, orientativa e interpretativa y senderos, pues éstas permiten que los visitantes puedan contar con una visión general de la propuesta educativa que pretende el producto y al mismo tiempo proporciona información importante que el visitante puede utilizar de acuerdo con sus intereses y necesidades.

c. Caminatas y excursiones

El desarrollo de estas actividades tienen algunos impactos principales con el tránsito seguido de las personas por el mismo lugar provocará que el suelo con el tiempo se vaya erosionando debido a la cantidad de pisadas por parte de los visitantes. Además existe la posibilidad de contaminación del entorno por desechos orgánicos e inorgánicos al momento de recorrer por los senderos.

d. Alojamiento

Esta actividad los impactos frecuentes serán la gran cantidad de desechos sólidos, el elevado consumo de agua y de energía mientras que en el aspecto positivo se generará empleo para los pobladores locales y se educara al visitante con buenas prácticas ambientales para reducir los impactos anteriormente mencionados.

e. Alimentación

El desarrollo del producto implica el servicio de restauración, el cual incluirá preparar alguno de los alimentos recogidos del huerto orgánico y permitirá concientizar a los visitantes en la clasificación adecuada de los desechos para darles un tratamiento adecuado dependiendo del tipo de desecho.

f. Guianza

Esta actividad conlleva impactos positivos pues es mediante su aplicación que se pretende sensibilizar a los visitantes en el cuidado del entorno y los recursos aquí existentes. Aunque un impacto indirecto sería la generación de ruido al momento de interactuar con los visitantes.

g. Interacción con la comunidad

El visitante obtendrá un aprendizaje intercultural a través del intercambio con la gente de la comunidad, siendo una forma de mover física, mental y emocionalmente hacia una concientización mas profunda de la visión, relaciones, comportamientos y normas de su cultura.

h. Agroturismo

Dentro de esta actividad se contempla implementar un huerto orgánico comunitario donde se puede ofrecer al turista la oportunidad de disfrutar una cultura de cultivo sano y como consecuencia su sanidad vegetal, aprovechando el agua de la piscina de oxidación y ayudando a la reducción del consumo de agua.

i. Educación Ambiental

Se contempla educar a la comunidad y turistas generación de una conciencia ambiental para la protección de la biodiversidad y sus componentes contribuyendo al desarrollo sustentable de la zona.

j. Tránsito de vehículos

La operación turística implica el transporte para el desarrollo de todas las actividades y servicios que forman parte del producto, por lo que generará ciertos impactos como la emisión de partículas de polvo como resultado del traslado de los visitantes desde la ciudad de Baños hasta la comunidad, compactación del suelo debido al recorrido continuo de los vehículos por la carretera que conduce al sector. Al mismo tiempo traerá impactos positivos puesto que el producto incluiría la llegada a la zona por parte de los visitantes, al llegar los visitantes al sector conocen el lugar y pueden hacer uso de ciertos servicios aquí existentes.

k. Registro fotográfico

En cuanto al registro fotográfico se contempla que ocurrirá durante la operación del producto y se refiere al desplazamiento de los visitantes dentro de la zona específicamente para obtener fotografías del sitio.

l. Formación microempresarial

Se contempla la implementación de:

- Centro de interpretación ambiental y cultural
- Centro de expendio de artesanías y productos agropecuarios

m. Manejo de desechos sólidos orgánicos

En esta etapa se llevará a cabo el proceso de compostaje con desechos orgánicos de cocina para convertirlos en abono orgánico para el huerto comunitario.

n. Manejo de desechos sólidos inorgánicos

Para un manejo adecuado de los residuos inorgánicos se realizará un acopio de desechos como: papel, vidrio, plástico, pilas, entre otros. Estos materiales serán almacenados de

acuerdo al tipo y serán reusados o vendidos a centros de acopio cercanos para su respectivo tratamiento final.

o. Tratamiento de aguas grises

El impacto principal sería una contaminación mínima del agua ya que se construirá un sistema de oxigenación para aguas grises generadas en las cabañas.

p. Mantenimiento de la infraestructura

El mantenimiento será preventivo y correctivo de las instalaciones diariamente para optimizar la vida útil de las mismas.

q. Abandono

Se ha contemplado esta actividad como cierre de la fase constructiva del proyecto, ya que en caso extremo las instalaciones deberían tener un manejo adecuado de escombros.

2. Descripción de los impactos a los componentes ambientales de cada actividad

A continuación se describen los posibles impactos que generarían la implementación de actividades a los 5 componentes ambientales considerados en la matriz propuesta por Lázaro Lagos.

a. Construcción de infraestructura

Aire: Partículas de polvo y gases en suspensión

Suelo: Compactación y asentamiento e incremento de desechos sólidos

Flora y fauna: Perturbación del hábitat de fauna, modificación de hábitos de la fauna y deterioro de la cobertura vegetal

Paisaje: Generación de ruido y vibraciones; alteración y degradación del paisaje

Socio – económico: Generación de empleo

b. Implementación de señalética

Aire: Partículas de polvo y gases en suspensión

Suelo: Incremento de desechos sólidos

Flora y fauna: Perturbación del hábitat de fauna, modificación de hábitos de la fauna, deterioro de la cobertura vegetal y valoración de la importancia de flora y fauna

Paisaje: Ruido y vibraciones; alteración y degradación del paisaje

Socio – económico: Generación de empleo y conciencia ambiental

c. Caminatas y excursiones

Suelo: Compactación y asentamiento e incremento de desechos sólidos

Flora y fauna: Perturbación del hábitat de fauna, deterioro de la cobertura vegetal y valoración de la importancia de flora y fauna

Paisaje: Ruido y vibraciones

Socio – económico: Intercambio cultural y conciencia ambiental

d. Alojamiento

Suelo: Compactación y asentamiento e incremento de desechos sólidos

Agua: Aumento en el consumo de agua

Flora y fauna: Deterioro de la cobertura vegetal

Paisaje: Ruido y vibraciones; alteración y degradación del paisaje

Socio – económico: Generación de empleo e ingresos económicos

e. Alimentación

Suelo: Incremento de desechos sólidos

Agua: Aumento en el consumo de agua

Flora y fauna: Modificación de hábitos de la fauna

Paisaje: Ruido y vibraciones

Socio – económico: Intercambio cultural, generación de empleo, conciencia ambiental e ingresos económicos

f. Guianza

Suelo: Incremento de desechos sólidos

Flora y fauna: Valoración de la importancia de flora y fauna

Paisaje: Ruido y vibraciones

Socio – económico: Intercambio cultural, generación de empleo, conciencia ambiental e ingresos económicos

g. Interacción con la comunidad

Flora y fauna: Valoración de la importancia de flora y fauna

Socio – económico: Intercambio cultural y conciencia ambiental

h. Agroturismo

Suelo: Enriquecimiento natural, compactación y asentamiento, incremento de desechos sólidos y disminución de la erosión

Flora y fauna: Deterioro de la cobertura vegetal

Paisaje: Restauración del medio

Socio – económico: Generación de empleo e ingresos económicos

i. Educación Ambiental

Suelo: Disminución de la erosión

Agua: Reducción del consumo de agua

Flora y fauna: Valoración de la importancia de flora y fauna

Paisaje: Restauración del medio y acopio de desechos sólidos inorgánicos

Socio – económico: Conciencia ambiental

j. Tránsito de vehículos

Aire: Partículas de polvo y gases en suspensión

Suelo: Compactación y asentamiento e incremento de desechos sólidos

Flora y fauna: Perturbación del hábitat de fauna y deterioro de la cobertura vegetal

Paisaje: Ruido y vibraciones

Socio – económico: Generación de empleo e ingresos económicos

k. Registro fotográfico

Flora y fauna: Perturbación del hábitat de fauna

Paisaje: Ruido y vibraciones

Socio – económico: Intercambio cultural y conciencia ambiental

l. Formación microempresarial

Suelo: Enriquecimiento natural e incremento de desechos sólidos

Paisaje: Acopio de desechos sólidos inorgánicos

Socio – económico: Generación de empleo e ingresos económicos

m. Manejo de desechos sólidos orgánicos

Suelo: Enriquecimiento natural

Paisaje: Restauración del medio

n. Manejo de desechos sólidos inorgánicos

Paisaje: Acopio de desechos sólidos inorgánicos

Socio – económico: Generación de empleo e ingresos económicos

o. Tratamiento de aguas grises

Agua: Reducción del consumo de agua

p. Mantenimiento de la infraestructura

Paisaje: Ruido y vibraciones

Socio – económico: Generación de empleo

q. Abandono

Socio – económico: Generación de empleo

3. Evaluación de los impactos ambientales producidos por la implementación del producto turístico de educación ambiental

Cuadro 76. Matriz de evaluación de impactos ambientales que serán generados por el desarrollo de alternativas turísticas en la comunidad “El Palacio”

COMPONENTES AMBIENTALES	Actividades																	IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	Construcción de infraestructura	Implementación de señalética	Caminatas y excursiones	Alojamiento	Alimentación	Guianza	Interacción con la comunidad	Agroturismo	Educación Ambiental	Tránsito de vehículos	Registro fotográfico	Formación microempresarial	Manejo de desechos sólidos orgánicos	Manejo de desechos sólidos inorgánicos	Tratamiento de aguas grises	Mantenimiento de la infraestructura	Abandono		Naturaleza	Magnitud	Importancia	Certeza	Tipo	Reversibilidad	Duración	Tiempo en aparecer	Considerado en el proyecto	Ponderación
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A. Aire	X	X							X									Partículas de polvo y gases en suspensión	-	1	1	D	Sc	1	1	C	N	3
B. Suelo							X				X	X						Enriquecimiento natural	+	1	3	C	Pr	1	3	L	S	7
	X		X	X					X									Compactación y asentamiento	-	1	2	D	Pr	1	1	C	N	4
	X	X	X	X	X	X			X		X							Incremento de desechos sólidos	-	1	2	D	Sc	1	2	C	N	5
								X	X									Disminución de la erosión	+	1	3	D	Pr	1	3	M	S	7
C. Agua								X						X			Reducción del consumo de agua	+	1	3	C	Pr	1	3	C	S	7	
				X	X			X									Aumento en el consumo de agua	-	1	2	D	Sc	1	2	C	N	5	
D. Flora y fauna	X	x	X						x	x							Perturbación del hábitat de fauna	-	1	2	D	Sc	1	2	C	N	5	
	X	X		X													Modificación de hábitos de la fauna	-	1	2	D	Sc	1	2	M	N	5	
	X	X	X	X				X	X								Deterioro de la cobertura vegetal	-	1	1	D	Sc	1	1	C	N	3	
		X	X		X	X		X	X	X						X	Valoración de la importancia de flora y fauna	+	1	3	C	Pr	1	3	L	S	7	
E. Paisaje	X	X	X	X	X	X			X	X					X		Ruido y vibraciones	-	1	2	D	Sc	2	1	C	N	5	
	X	X		X													Ateración y degradación del paisaje	-	1	2	D	Sc	1	2	C	S	5	
								X	X			X					Restauración del medio	+	1	3	D	Sc	1	2	L	S	6	
									X		X		X				Acopio de desechos sólidos inorgánicos	+	1	3	C	Pr	2	3	C	S	8	
F. Socio-económico			X	X	X	X			X								Intercambio cultural	+	1	3	C	Pr	2	3	C	S	8	
	X	X		X	X	X		X	X		X		X		X	X	Generación de empleo	+	1	3	C	Pr	2	3	C	S	8	
		X	X		X	X		X	X	X							Conciencia ambiental	+	1	3	D	Pr	2	3	C	S	8	
			X	X	X			X	X	X		X		X			Ingresos económicos	+	1	3	D	Pr	2	3	M	S	8	

Cuadro 77. Matriz de cuantificación de impactos ambientales que serán generados por el desarrollo de alternativas turísticas sostenibles de la comunidad “El Palacio”

Componentes ambientales	Actividades																	TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	Construcción de infraestructura	Implementación de señalética	Caminatas y excursiones	Alojamiento	Alimentación	Guianza	Interacción con la comunidad	Agroturismo	Educación Ambiental	Tránsito de vehículos	Registro fotográfico	Formación microempresarial	Manejo de desechos sólidos orgánicos	Manejo de desechos sólidos inorgánicos	Tratamiento de aguas grises	Mantenimiento de la infraestructura	Abandono			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17			
A. Aire	-3	-3								-3								0	-9	-9
B. Suelo	-4-5	-5	-4-5	-4-5	-5	-5		+7+7	7	-4-5		+7-5	7					30	-51	-21
C. Agua				-5	-5			-5	7						7			14	-15	-1
D. Flora y fauna	-5-5-3	-5-5-3+7	-5-3+7	-3	-5	7	7	-3	7	-5-3	-5+7							23	-39	-16
E. Paisaje	-5-5	-5-5	-5	-5-5	-5	-5		6	+6+8	-5	-5	8	6	8		-5		42	-60	-18
F. Socio-económico	+8	+8+8	+8+8	+8+8	+8+8+8	+8+8+8	+8+8	+8+8	+8	+8+8	+8+8	+8+8		+8+8		8	8	224	0	224
TOTAL(+)	8	16	16	16	24	31	23	36	43	16	18	26	13	24	7	8	8	333		
TOTAL (-)	-35	-24	-15	-27	-20	-10		-8		-25	-5	0	0	0	0	-5	0		-174	
TOTAL	-27	-8	1	-11	4	21	23	28	43	-9	13	26	13	24	7	3	8			159

4. Interpretación de los resultados de la evaluación ambiental.

La implementación del producto turístico producirá mayor cantidad de impactos positivos (333) que impactos negativos (174); lo que garantiza que el producto no causará afectaciones graves en la parte ambiental, y por otro lado generará oportunidades en el aspecto socio-económico que contribuirá en generar mayores ingresos económicos para los pobladores locales.

5. Plan de manejo ambiental

Cuadro 78. Plan de manejo ambiental

COMPONENTE	TIPO DE MEDIDA	OBJETIVO	ACCIONES	LUGAR	MOMENTO	ENCARGADOS	COSTO
AIRE	Control y mitigación	Minimizar el incremento de partículas de polvo y gases en suspensión	<ul style="list-style-type: none"> • Para el transporte de materiales se deberán cubrir los camiones con lonas. • Para mitigar el efecto producido por las emisiones de polvo y partículas debido al tránsito de vehículos y maquinarias por los accesos desprovistos de capa de rodadura se recomienda en épocas secas el humedecimiento periódico con agua de dichas vías. 	Comunidad El Palacio	Durante la fase de construcción de las cabañas y la implementación de senderos	Directiva de la comunidad	-
SUELO	Prevención y mitigación	Construir un sistema de compostificación donde se obtendrá abono para el enriquecimiento natural	Se instruirá a los encargados del área de cocina sobre el tratamiento adecuado de los desechos, clasificando los residuos para su tratamiento adecuado.	A una distancia alejada de la comunidad El Palacio	Después de la construcción de las cabañas	Directiva de la comunidad	200,00 USD
		Evitar la destrucción del suelo	<ul style="list-style-type: none"> • Limitar las áreas de intervención a lo estrictamente necesario, dentro del derecho de vía, y en áreas utilitarias para hospedaje y restauración. • Realizar la oxigenación de los suelos al finalizar las actividades de construcción como la siembra de especies de flora. 	Comunidad El Palacio	Durante la operación del producto	Directiva de la comunidad	-

AGUA	Prevención, control y mitigación	Implementar una piscina de oxidación	Se construirá un sistema de oxigenación con 3 tanques: 1 que conste de piedra gruesa y granillo, 2 en la parte inferior debe contener arena y el 3 que consta de una parte de tierra y plantas de totora.	A una distancia alejada de la comunidad El Palacio aproximada al huerto	Después de la construcción de las cabañas	Directiva de la comunidad	840,00 USD
		Evitar la contaminación del agua	<ul style="list-style-type: none"> • Se prohíbe el vertido en los ríos, de hormigón residual producto de la construcción de la obra y de drenaje. • Las aguas grises de las cabañas deben ser tratadas con carácter previo a su descarga. • Revegetación con especies adecuadas al clima y terreno. 	Comunidad El Palacio	Durante la construcción de las cabañas	Directiva de la comunidad	-
FLORA Y FAUNA	Prevención, control y mitigación	Evitar la tala ilegal y tráfico de especies de flora y fauna	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar la intrusión en áreas con valor ecológico mayor. • Restringir el acceso a personas ajenas a las actividades que se están desarrollando. • Limitar la apertura de accesos y desvíos a través de zonas boscosas. • Capacitación ambiental 	Comunidad El Palacio	Antes, durante y después de la implementación del proyecto	Directiva de la comunidad	-

<p>PAISAJE</p>	<p>Prevención y control</p>	<p>Minimizar la destrucción de la cobertura vegetal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reutilización de los desechos sólidos orgánicos e inorgánicos para posteriores actividades. • Realizar un programa de rescate de flora, previo al desmonte, especialmente la que sea de utilidad en la región o especies propias del lugar y no así especies foráneas. 	<p>Comunidad El Palacio</p>	<p>Antes, durante y después de la implementación del proyecto</p>	<p>Directiva de la comunidad</p>	<p>-</p>
<p>TOTAL</p>						<p>1040,00 USD</p>	

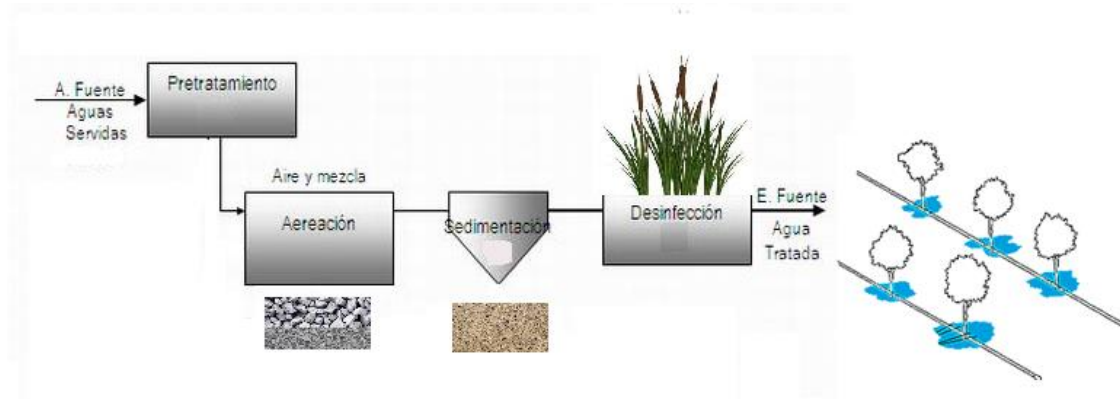


Gráfico 28. Diseño de la piscina de oxidación

COMPOSTAJE



PROPORCION

Precaucion

Los elementos prohibidos para el compostaje son alimentos como carne pescado y pan, ya que atraen roedores; mientras las toallas, pañales hacen que no se realice bien el desarrollo de este, por otro lado el exceso de agua daña el compost.

Los elementos prohibidos para el compostaje son alimentos como carne pescado y pan, ya que atraen roedores; mientras las toallas, pañales hacen que no se realice bien el desarrollo de este, por otro lado el exceso de agua daña el compost.

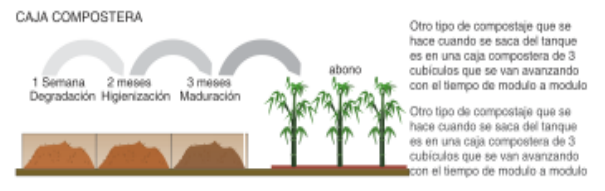
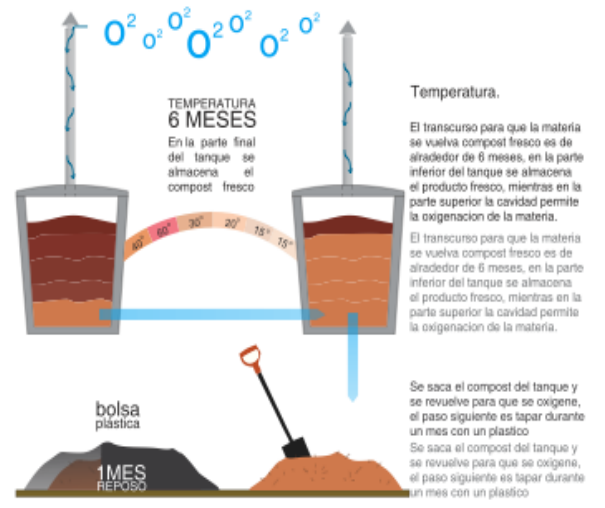
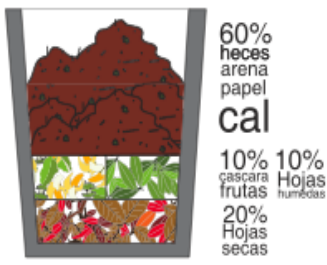


Gráfico 29. Compostaje para abono orgánico

G. EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA

Para la evaluación económica y financiera se utilizò la matriz propuesta por el Ing. Rodrigo Moreno (2011) para determinar la conveniencia o no de implementar el producto, la proyección de datos para el presente estudio ha sido calculada para 10 años.

1. Estudio financiero

Se determinó las inversiones y gastos del área financiera, se analizaron los requerimientos para desarrollar, vender y promocionar el producto turístico. Los precios ubicados en las siguientes tablas fueron consultados en el mercado local y en mercado libre de Internet.

a. Gastos e inversiones

Cuadro 79. Financiamiento de inversiones

FINANCIAMIENTO DE INVERSION		
FUENTE	VALOR USD	%
CAPITAL PROPIO	87.285	100%
CREDITO		
TOTAL	87.285	100%

Cuadro 80. Inversiones

INVERSIONES	
RUBRO	VALOR USD.
TERRENO	12.605,00
OBRAS CIVILES	62.461,54
EQUIPOS	2.829,00
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	80,00
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	1.620,00
MITIGACION DE IMPACTOS AMBIENTALES	1.040,00
CAPITAL DE TRABAJO	3.992,35
INVERSION PUBLICITARIA	1.520,00
GASTOS DE CONSTITUCION	257,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	880,00
INTERESES DURANE LA CONSTRUCCION	
TOTAL	87.285

Cuadro 81. Gastos generales anuales

GASTOS GENERALES ANUALES	
RUBRO	VALOR USD
MANTENIMIENTO	4.824
SERVICIOS BASICOS	1.800
CAPACITACION	4.000
MATERIALES DE LIMPIEZA	600
TOTAL	11.224

Cuadro 82. Gastos generales anuales

NOMINA DEL PERSONAL (US\$)											
CARGO	SUELDO	COMPONENTE	BASICO	DECIMO	DECIMO	SUBSIDIO	APORTE	COST. TOTAL	RATIO	CANTIDAD	TOTAL
	NOMINAL	SALARIAL	ANUAL	TERCERO	CUARTO	TRANSP.	IESS	ANUAL		N° PERSONAS	
ADMINISTRADOR	400	8	4.896	400	122		520,80	5.939	1,24	1	5.939
CONTADOR	350	8	4.296	350	122		455,70	5.224	1,24	1	5.224
CAMARERA	318	8	3.912	318	122		414,04	4.766	1,25	1	4.766
COCINERO	318	8	3.912	318	122		414,04	4.766	1,25	1	4.766
MESERO	318	8	3.912	318	122		414,04	4.766	1,25	1	4.766
TOTAL										5	25.460

ANÁLISIS:

La empresa turística, va a funcionar en su parte operativa y administrativa con 5 personas entre Administrador, Contador, Camarera, Cocinero y Mesero, de los cuales deberán cumplir con los requisitos mínimos exigibles, como son título, y experiencia dentro de la rama de turismo comunitario.

El monto total que asciende esta nomina es de 25.460 USD, lo que implica una erogación significativa y de los mismos retornara este gasto a través de las ventas de producto que se va a poner en consideración de los habitantes de las ciudades en estudio.

a. Proyección de ventas

Para la proyección de ventas se analizaron los datos del estudio de mercado de acuerdo al tiempo de estadia de los turistas y se realizó una suma de acuerdo a la preferencia y se determino el porcentaje total:

Porcentaje total: 200

Menos de un día y 1 día: $45+43+40+15= 143$

2 días, 3 días y más de 3 días: $15+21+19+2= 57$

Después se realizó una regla de tres para determinar el porcentaje de preferencia correspondiente a cada paquete descrito a continuación:

1 día – 71%

2 días – 29%

Cuadro 83. Proyección de ventas año 1

PAQUETES	PRECIO	% VOLUMEN DE VENTAS	UNIDAD DE VENTAS	INGRESO ANUAL
PAQUETE 1	18	71	873	15719
PAQUETE 2	57	29	357	20332
TOTAL	75	100	1230	92250

Cuadro 84. Proyección de ventas año 2

PAQUETES	PRECIO	% VOLUMEN DE VENTAS	UNIDAD DE VENTAS	INGRESO ANUAL
PAQUETE 1	18	71	987	17764
PAQUETE 2	57	29	403	22977
TOTAL	75	100	1390	104250

Cuadro 85. Proyección de ventas año 3

PAQUETES	PRECIO	% VOLUMEN DE VENTAS	UNIDAD DE VENTAS	INGRESO ANUAL
PAQUETE 1	18	71	1116	20090
PAQUETE 2	57	29	456	25985
TOTAL	75	100	1572	117900

Cuadro 86. Proyección de ventas año 4

PAQUETES	PRECIO	% VOLUMEN DE VENTAS	UNIDAD DE VENTAS	INGRESO ANUAL
PAQUETE 1	18	71	1261	22697
PAQUETE 2	57	29	515	29357
TOTAL	75	100	1776	133200

Cuadro 87. Proyección de ventas año 5

PAQUETES	PRECIO	% VOLUMEN DE VENTAS	UNIDAD DE VENTAS	INGRESO ANUAL
PAQUETE 1	18	71	1426	25662
PAQUETE 2	57	29	582	33192
TOTAL	75	100	2008	150600

Cuadro 88. Proyección de ventas año 6

PAQUETES	PRECIO	% VOLUMEN DE VENTAS	UNIDAD DE VENTAS	INGRESO ANUAL
PAQUETE 1	18	71	1611	28998
PAQUETE 2	57	29	658	37507
TOTAL	75	100	2269	170175

Cuadro 89. Proyección de ventas año 7

PAQUETES	PRECIO	% VOLUMEN DE VENTAS	UNIDAD DE VENTAS	INGRESO ANUAL
PAQUETE 1	18	71	1820	32755
PAQUETE 2	57	29	743	42366
TOTAL	75	100	2563	192225

Cuadro 90. Proyección de ventas año 8

PAQUETES	PRECIO	% VOLUMEN DE VENTAS	UNIDAD DE VENTAS	INGRESO ANUAL
PAQUETE 1	18	71	2058	37036
PAQUETE 2	57	29	840	47904
TOTAL	75	100	2898	217350

Cuadro 91. Proyección de ventas año 9

PAQUETES	PRECIO	% VOLUMEN DE VENTAS	UNIDAD DE VENTAS	INGRESO ANUAL
PAQUETE 1	18	71	2325	41855
PAQUETE 2	57	29	950	54136
TOTAL	75	100	3275	245625

Cuadro 92. Proyección de ventas año 10

PAQUETES	PRECIO	% VOLUMEN DE VENTAS	UNIDAD DE VENTAS	INGRESO ANUAL
PAQUETE 1	18	71	2628	47299
PAQUETE 2	57	29	1073	61178
TOTAL	75	100	3701	277575

Cuadro 93. Proyección de ventas incluido el impuesto al valor agregado (12%) general

PROYECCION DE VENTAS				
AÑO	PAQUETE 1		PAQUETE 2	
	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
0				
1	873	20,16	357	63,84
2	987	20,16	403	63,84
3	1.116	20,16	456	63,84
4	1.261	20,16	515	63,84
5	1.426	20,16	582	63,84
6	1.611	20,16	658	63,84
7	1.820	20,16	743	63,84
8	2.058	20,16	840	63,84
9	2.325	20,16	950	63,84
10	2.628	20,16	1.073	63,84

ANÁLISIS:

Determinado los costos totales que generan la producción, administración y operación del CTC El Palacio, se ha llegado a definir el precio con un margen de beneficio moderado, y la demanda insatisfecha se incrementa cada año según el porcentaje de incremento del turismo a nivel nacional.

Con estos datos se obtiene los ingresos durante los 10 años de vigencia que tiene como vida útil de la empresa turística, la cual se demuestra en el cuadro número 100.

Cuadro 94. Balance del año 0

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	3.992	PORCION CTE.L.PLAZO	-
INVENTARIOS			
CUENTAS POR COBRAR		D. C. PLAZO	-
TOTAL CIRCULANTE	3.992	PASIVO CORRIENTE	-
FIJO			
TERRENO	12.605		
OBRAS CIVILES	62.462		
EQUIPOS	2.829		
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	80		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	1620		
MITIGACION DE IMPACTOS AMBIENTALES	1040		
EQUIPOS DE COMPUTACION	880		
		TOTAL PASIVO L.PLAZO	-
TOTAL ACTIVO FIJO	81.516	DEUDA L. PLAZO	-
DEPRECIACION ACUMULADA			
ACTIVO FIJO NETO	81.516	PATRIMONIO	
OTROS ACTIVOS		CAPITAL	87.285
INVERSION PUBLICITARIA	1520		
GASTOS DE CONSTITUCION	257		
INTERESES DURANE LA CONSTRUCCION	-	UTIL. DEL EJERCICIO	-
AMORTIZACION ACUMULADA	-		
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.777		

		TOTAL PATRIMONIO	87.285
TOTAL ACTIVOS	87.285	TOTAL PAS. CAP.	87.285

Cuadro 95. Balance del año 1

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	8.608	PORCION CTE.L.PLAZO	-
INVENTARIOS	-	D. C. PLAZO	-
CUENTAS POR COBRAR	-	IVA RETENIDO	404
TOTAL CIRCULANTE	8.608	PASIVO CORRIENTE	404
FIJO			
TERRENO	12.605		
OBRAS CIVILES	62.462		
EQUIPOS	2.829		
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	80		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	1.620		
MITIGACION DE IMPACTOS AMBIENTALES	1.040		
EQUIPOS DE COMPUTACION	880	TOTAL PASIVO L.PLAZO	-
		DEUDA L. PLAZO	-
TOTAL ACTIVO FIJO	81.516	TOTAL PASIVO	404
DEPRECIACION ACUMULADA	(3.856)	PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO NETO	77.659	CAPITAL	87.285
OTROS ACTIVOS		AUMENTOS DE CAPITAL	5.013
INVERSION PUBLICITARIA	1.520		
GASTOS DE CONSTITUCION	257	UTIL. DEL EJERCICIO	(5.013)
INTERESES DURANE LA CONSTRUCCION	-		
AMORTIZACION ACUMULADA	(355)		
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.422	TOTAL PATRIMONIO	87.285

TOTAL ACTIVOS	87.689	TOTAL PAS. CAP.	87.689

Cuadro 96. Balance del año 2

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	12.872	PORCION CTE.L.PLAZO	-
INVENTARIOS	-	D. C. PLAZO	-
CUENTAS POR COBRAR	-	IVA RETENIDO Y NO PAGADO	456
TOTAL CIRCULANTE	12.872	PASIVO CORRIENTE	456
FIJO			
TERRENO	12.605		
OBRAS CIVILES	62.462		
EQUIPOS	2.829		
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	80		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	1.620		
MITIGACION DE IMPACTOS AMBIENTALES	1.040		
EQUIPOS DE COMPUTACION	880	TOTAL PASIVO L.PLAZO	-
		DEUDA L. PLAZO	-
TOTAL ACTIVO FIJO	81.516	TOTAL PASIVO	456
DEPRECIACION ACUMULADA	(7.713)	PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO NETO	73.803	CAPITAL	92.298
OTROS ACTIVOS		AUMENTO DE CAPITAL	363
INVERSION PUBLICITARIA	1.520		
GASTOS DE CONSTITUCION	257	UTIL/ PERD. ACUMULADAS	(5.013)
INTERESES DURANE LA CONSTRUCCION	-		
Amortización acumulada	(711)	UTIL. DEL EJERCICIO	(363)
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.066	TOTAL PATRIMONIO	87.285
TOTAL ACTIVOS	87.741	TOTAL PAS. CAP.	87.741

Cuadro 97. Balance del año 3

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	20.302	PORCION CTE.L.PL.	-
INVENTARIOS	-	D. C. PLAZO	-
CUENTAS POR COBRAR	-	IVA RETENIDO Y NO PAGADO	516
TOTAL CIRCULANTE	20.302	PASIVO CORRIENTE	516
FIJO			
TERRENO	12.605		
OBRAS CIVILES	62.462		
EQUIPOS	2.829		
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	80		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	1.620		
MITIGACION DE IMPACTOS AMBIENTALES	1.040		
EQUIPOS DE COMPUTACION	880	TOTAL PASIVO L.PL	-
-	-	DEUDA L. PLAZO	-
TOTAL ACTIVO FIJO	81.516	TOTAL PASIVO	516
DEPRECIACION ACUMULADA	(11.569)	PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO NETO	69.946	CAPITAL	92.661
OTROS ACTIVOS		AUMENTO DE CAPITAL	-
INVERSION PUBLICITARIA	1.520		
GASTOS DE CONSTITUCION	257	UTIL/ PERD. ACUMULADAS	(5.376)
INTERESES DURANE LA CONSTRUCCION	-		
Amortización acumulada	(1.066)	UTIL. DEL EJERCICIO	3.158
TOTAL OTROS ACTIVOS	711	TOTAL PATRIMONIO	90.443
TOTAL ACTIVOS	90.959	TOTAL PAS. CAP.	90.959

Cuadro 98. Balance del año 4

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	31.527	PORCION CTE.L.PL.	-

INVENTARIOS	-	D. C. PLAZO	-
CUENTAS POR COBRAR	-	IVA RETENIDO Y NO PAGADO	583
TOTAL CIRCULANTE	31.527	PASIVO CORRIENTE	583
FIJO			
TERRENO	12.605		
OBRAS CIVILES	62.462		
EQUIPOS	2.829		
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	80		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	1.620		
MITIGACION DE IMPACTOS AMBIENTALES	1.040		
EQUIPOS DE COMPUTACION	880	TOTAL PASIVO L.PL	-
-	-	DEUDA L. PLAZO	-
TOTAL ACTIVO FIJO	81.516	TOTAL PASIVO	583
DEPRECIACION ACUMULADA	(15.426)	PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO NETO	66.090	CAPITAL	92.661
OTROS ACTIVOS		AUMENTO DE CAPITAL	-
INVERSION PUBLICITARIA	1.520		
GASTOS DE CONSTITUCION	257	UTIL/ PERD. ACUMULADAS	(2.218)
INTERESES DURANE LA CONSTRUCCION	-		
Amortización acumulada	(1.422)	UTIL. DEL EJERCICIO	6.947
TOTAL OTROS ACTIVOS	355	TOTAL PATRIMONIO	97.389
TOTAL ACTIVOS	97.972	TOTAL PAS. CAP.	97.972

Cuadro 99. Balance del año 5

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	47.068	PORCION CTE.L.PL.	-
INVENTARIOS	-	D. C. PLAZO	-

CUENTAS POR COBRAR	-	IVA RETENIDO Y NO PAGADO	659
TOTAL CIRCULANTE	47.068	PASIVO CORRIENTE	659
FIJO			
TERRENO	12.605		
OBRAS CIVILES	62.462		
EQUIPOS	2.829		
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	80		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	1.620		
MITIGACION DE IMPACTOS AMBIENTALES	1.040		
EQUIPOS DE COMPUTACION	880	TOTAL PASIVO L.PL	-
-	-	DEUDA L. PLAZO	-
TOTAL ACTIVO FIJO	81.516	TOTAL PASIVO	659
DEPRECIACION ACUMULADA	(19.282)	PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO NETO	62.233	CAPITAL	92.661
OTROS ACTIVOS		AUMENTO DE CAPITAL	-
INVERSION PUBLICITARIA	1.520		
GASTOS DE CONSTITUCION	257	UTIL/ PERD. ACUMULADAS	4.728
INTERESES DURANE LA CONSTRUCCION	-		
Amortización acumulada	(1.777)	UTIL. DEL EJERCICIO	11.253
TOTAL OTROS ACTIVOS	-	TOTAL PATRIMONIO	108.642
TOTAL ACTIVOS	109.301	TOTAL PAS. CAP.	109.301

2. Evaluación económica

Luego de determinar la inversión necesaria para la implementación del producto, es necesario analizar las siguientes variables para conocer si la inversión es factible o no.

b. Flujo de caja

Para que un proyecto se mantenga el flujo de caja debe ser siempre positivo, lo que significa que los ingresos totales son mayores a los egresos totales.

PAGO PPAL CREDITO CORTO PLAZO											
PAGO INTERESES CR. CORTO PLAZO											
SERVICIO DEUDA PAGO AL PRINCIPAL											
SERVICIO DEUDA PAGO INTERESES											
CUENTAS POR COBRAR											
GASTOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS											
IMPREVISTOS	-	180	204	230	260	294	333	376	425	480	542
PAGO IVA RETENIDO		-	404	456	516	583	659	745	841	951	1.075
TOTAL USOS	83.293	36.865	37.292	37.371	37.461	37.561	37.676	37.805	37.950	38.115	38.302
SALDO FUENTES - USOS	3.992	8.608	12.872	22.098	35.477	53.467	76.641	105.498	141.027	184.052	258.718
SALDO ANTERIOR		3.992	8.608	12.872	20.302	31.527	47.068	67.350	93.102	125.092	164.122
SERVICIO DEUDA L.P. AL PRINCIPAL		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SERVICIO DEUDA C.P. PRINCIPAL		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación Activos Fijos		3.856	3.856	3.856	3.856	3.856	3.856	3.856	3.856	3.856	3.856
Amortizaciones		355	355	355	355	355					
UTILIDAD	-	(5.013)	(363)	4.954	10.897	17.652	25.631	34.195	43.959	54.979	67.382
Participación Trabajador (15%)		-	-	743	1.634	2.648	3.845	5.129	6.594	8.247	10.107
UTLIDAD DESPUES DE PART	-	(5.013)	(363)	4.210	9.262	15.004	21.786	29.066	37.365	46.732	57.275

Impuesto a la Renta (12%)		-	-	1.053	2.316	3.751	5.447	7.266	9.341	11.683	14.319
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	-	(5.013)	(363)	3.158	6.947	11.253	16.340	21.799	28.024	35.049	42.956
SALDO DE CAJA	3.992	8.608	12.872	20.302	31.527	47.068	67.350	93.102	125.092	164.122	234.292
Inversion Inicial	87.285										
Flujo de efectivo	(87.285)	(5.815)	3.486	7.370	11.158	15.465	20.196	25.656	31.880	38.906	70.030
TASA INTERNA DE RETORNO	12,45%										

Cuadro 101. Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
AÑO	INVERSION	COSTOS OPERATIVOS	PART. TRABAJADORES	IMPUESTO RENTA	INGRESOS	FLUJO
0	87.285					(87.285)
1	5.013	36.865	-	-	36.063	(5.815)
2	363	36.888	-	-	40.737	3.486
3		36.915	743	1.053	46.080	7.370
4		36.944	1.634	2.316	52.053	11.158
5		36.978	2.648	3.751	58.842	15.465
6		37.017	3.845	5.447	66.504	

						20.196
7		37.060	5.129	7.266	75.111	25.656
8		37.109	6.594	9.341	84.924	31.880
9		37.164	8.247	11.683	96.000	38.906
10		37.227	10.107	14.319	131.683	70.030
TIR ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES E IMPUESTOS						18,02%
TIR DESPUES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS						12,45%
VALOR ACTUAL NETO AL 10,00%						16.008
RELACION BENEFICIO COSTO ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES E IMPUESTOS						1,47

ANÁLISIS:

El cuadro numero 101 establece que:

- La TIR para el producto es del 18%, demostrando que la inversión es factible considerando que la tasa pasiva que los bancos pagan oscila entre el 4 y 5 por ciento de interés anual.
- El VAN asciende a un monto de 16008,00 USD los que nos demuestra que una vez que se haya cumplido con todas las obligaciones se obtiene un excedente representativo al cabo del décimo año que tiene de vida útil la CTC El Palacio, para lo cual este excedente serán los socios quienes decidan que realizar, si ampliar la planta industrial o si repartir, esa decisión lo realizaran mediante asamblea de socios.

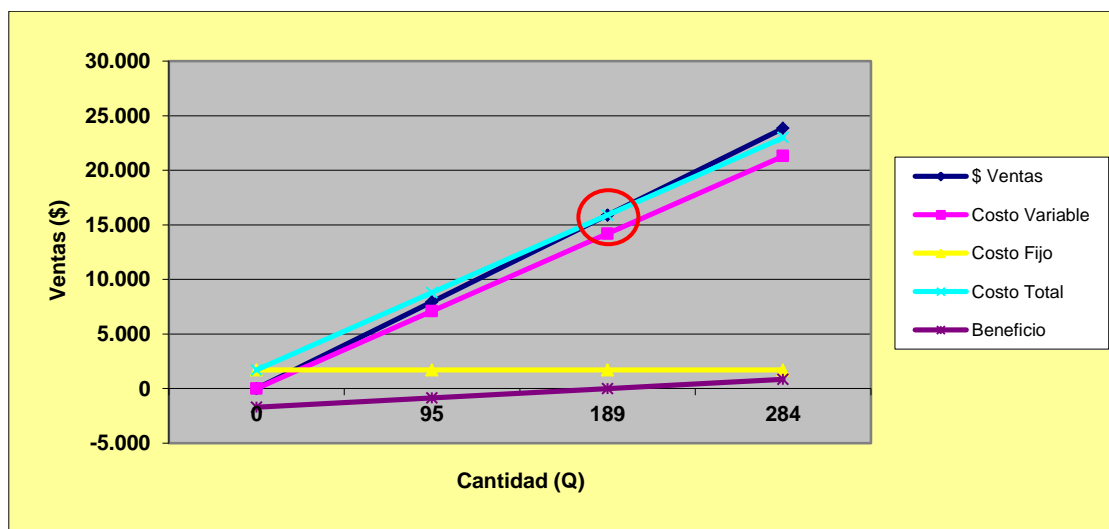
- En lo referente al beneficio que tienen los socios del CTC se obtiene un valor de 1,47; lo que demuestra que por cada dólar invertido se tiene 0,47 ctvs de beneficio, lo cual está enmarcado dentro de los parámetros establecidos por los mercados financiero.

c. Punto de equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio permite conocer el nivel de ventas que debe alcanzar un proyecto para cubrir costos de producción y gastos de operación.

Datos iniciales

Precio Venta	84	
Coste Unitario	75	
Gastos Fijos Mes	1.704	
Pto. Equilibrio	189	Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	15.904	\$ de Equilibrio



Análisis:

El producto alcanzará su punto de equilibrio con la venta de 189 paquetes al mes.

VI. CONCLUSIONES

1. La comunidad El Palacio por encontrarse en la zona de influencia del Parque Nacional Llanganates posee una alta biodiversidad de flora y fauna a lo cual se suma la existencia de atractivos naturales y culturales de jerarquía II cumpliendo con condiciones particulares para ofrecer actividades de ecoturismo, turismo cultural y de aventura.
2. La alta cantidad de demanda insatisfecha y el alto porcentaje de aceptación sobre el producto (91%) muestra la existencia de un mercado amplio para la oferta de turismo comunitario en la zona, condición que ha sido considerada en la planificación técnica del producto para establecer su capacidad de acogida y las formas de comunicación más idóneas.
3. Para la operación del producto la comunidad debe legalizarse como Empresa de Economía Solidaria y registrarse como Centro de Turismo Comunitario, pues su modelo de administración, comercialización y operación procura una redistribución equitativa de los beneficios producto de la actividad turística.
4. Ambientalmente el producto turístico es viable ya que los impactos negativos son menores a los beneficios que proporcionaría la implementación del producto, incluso se detallan medidas de prevención, control y mitigación para los mismos contrarrestar los posibles efectos negativos que se suscitaren a consecuencia de la operación.
5. En el aspecto económico y financiero la implementación del producto es viable por cuanto el capital de retorno es del 18%, demostrando que la inversión es factible considerando que la tasa pasiva bancaria oscila entre el 4% y 5% ciento de interés anual.

VII. RECOMENDACIONES

- Es importante realizar estudios ambientales y ecológicos en la zona baja que no pertenece al Parque Nacional Llanganates, lo cual sería de gran ayuda para establecer programas de manejo ambiental encaminados a su conservación y declaratoria de bosque protector.
- Para la implementación del Centro de Turismo Comunitario se gestione la dotación de los servicios básicos necesarios ante las autoridades competentes de tal forma que no solo se beneficie a la actividad turística sino también a la comunidad.
- En la fase de ejecución del proyecto es recomendable tomar en cuenta aquellos factores sugeridos para la construcción de la infraestructura de tal forma que se guarde armonía con el paisaje y se reduzca al máximo el nivel de desechos y afectaciones al ambiente.
- Ejecutar el programa de capacitación en el área administrativa y operativa para el manejo empresarial del producto actualizando permanentemente los conocimientos del personal que laborará en el Centro de Turismo Comunitario.
- Es importante ejecutar las acciones de mitigación de impactos ambientales planteadas en el estudio con el fin de evitar la pérdida de la biodiversidad de la zona.
- Se recomienda hacer uso del financiamiento proveniente del Banco Nacional del Fomento para acceder al crédito para la implementación de planta turística.
- Tomar en cuenta los resultados de la evaluación financiera y actualizar los costos anualmente para medir el rendimiento económico del producto y sus impactos en el desarrollo económico local.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: Diseñar un producto turístico para la comunidad El Palacio, parroquia Ulba, cantón Baños, provincia de Tungurahua; se emplearon técnicas de investigación bibliográfica y de campo que permitieron generar una oferta de paquetes turísticos que incluyen actividades de naturaleza y cultura, vinculados con el turismo comunitario, agroturismo y ecoturismo. Este producto presenta un porcentaje de aceptación en el mercado del 91%, además se propone, el estudio técnico para la prestación de servicios de alimentación, hospedaje y guianza con una capacidad de acogida de 23 pax semanales, el diseño de la planta turística sugiere el uso de materiales amigables con el ambiente, e incluso se detallan medidas de prevención, control y mitigación de posibles impactos ambientales que podrían generarse por la implementación de la obra. Administrativamente para la operación del producto la comunidad debe legalizarse como Empresa de Economía Solidaria y registrarse como Centro de Turismo Comunitario (CTC), pues su modelo de administración, comercialización y operación procura una redistribución equitativa de los beneficios producto de la actividad turística. En el aspecto económico y financiero la implementación del producto es viable por cuanto la tasa interna de retorno es del 18%, esperándose una recuperación del capital en cinco años. Para el buen funcionamiento del CTC se recomienda gestionar la dotación de servicios básicos ante las autoridades competentes, así como acceder a diversas fuentes de financiamiento para la inversión es esta nueva estrategia de desarrollo.



IX. ABSTRACT

The current research work proposes: To design a tourist product for El Palacio community, at Ulba parish, Baños city, Tungurahua province; some bibliographic and field research techniques were applied which allowed generating an offer of tourist packages based on natural and cultural activities entailed to community tourism, agricultural tourism and ecotourism. This product shows 91% market acceptance, it also proposes the technical study for catering, lodging and guidance services with an acceptance capacity of 23 pax per week, the desing of the tourist plant suggest the use of environmentally friendly materials and there are also details of policies for prevention, control and mitigation of possible environmental impacts that could appear from the implementation of the project. In administrative terms, the community must legalize the product as a Solidary Economy Company and register it as Community Tourist Center (CTC), due to its administration, commercialization and operating model aims a fair redistribution of the revenues from the tourist activity. On economic and financial terms, the implementation of the product is viable since the internal rate of return is 18%, so, the recovery of the investment is expected to be recovered in a five – year period. In order to get an adequate performance of the CTC, it is recommended to demand the implementation of basic services to the current authoritie, as well as accesing to several investment sources to finance this new delevopment strategy.



X. BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, A. 2011. Introducción a la investigación de mercados (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.slideshare.net/Zith/investigacion-de-mercados-presentation
- AGUIRRE, MA 2000. ¿Qué es el Marketing? (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.ciberconta.unizar.es/LECCION/marketing/100.HTM
- ARANDA, H. 2011. Proyecto minero Conga (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.monografias.com/trabajos93/proyecto-minero-conga/proyecto-minero-conga.shtml
- ASEC, 1991. Políticas y estrategias para la participación comunitaria en el ecoturismo. Crearimagen ediciones.
- BRAVO, J. 2011. Marketing de servicios (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.monografias.com/trabajos6/masex/masex2.shtml
- COLINA, J. 2011. Marketing turístico (en línea). Consultado el 04 de diciembre del 2011. Disponible en: www.monografias.com/trabajos16/marketing-turistico/marketing-turistico.shtml
- CORNEJO, G. 2010. Estructura legal y administrativa (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.repositorio.utm.edu.ec/bitstream/123456789/121/1/Proyecto%20Completo.pdf
- DELGADO, A. 2011. Evaluación de proyectos (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.emprendeunefa.wordpress.com/category/etapas-de-un-proyecto-de-inversion/
- DUQUE, J. 2011. Definición Marketing Mix (en línea). Consultado el 04 de diciembre del 2011. Disponible en: www.buenastareas.com/ensayos/Definicion-Marketing-Mix/4337934.html
- ESTRELLA, B. 2011. “Organización y gestión de empresas turísticas” (en línea).

Consultado el 04 de diciembre del 2011. Disponible en:
www.unl.edu.ec/juridica/wp-content/uploads/2010/03/M%C3%B3dulo-8-Organizaci%C3%B3n-y-Gesti%C3%B3n-de-Empresas-Tur%C3%ADsticas1.pdf

- GLAGOVSKY, H. 2008. ¡Esto es FODA! (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml
- KOCH, J 2006. Manual del Empresario Exitoso Edición electrónica (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.eumed.net/libros/2006c/210/
- KOTLER, P y ARMSTRONG, G 2003. Fundamentos de marketing. Editorial Pearson sexta edición Mexico.
- MALHOTRA K. 1997. Investigación de mercados un enfoque práctico. 90 – 92 pp.
- MENDRADA, D. 2003. Estudios de impacto ambiental (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/4848/tzgu.pdf?sequence=1
- MINISTERIO DE TURISMO. Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos, Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, 2004.
- MORLA, J. 2011. Sistema turístico (en línea). Consultado el 04 de diciembre del 2011. Disponible en: www.monografias.com/trabajos82/sistema-turistico/sistema-turistico2.shtml
- PÈREZ, D. 2011. Procedimiento para la Gestión de Seguridad y Salud (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.monografias.com/trabajos28/gsst-glucosa/gsst-glucosa.shtml
- ROMERO, M. 1994. Evaluación del impacto ambiental (en línea). Consultado el 18 de Diciembre del 2011. Disponible en: www.bvsde.paho.org/bvsair/e/repindex/rep51/inpri51r.html
- SHIROYAMA, K. 2011. Inventario De Recursos Turisticos (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.buenastareas.com/ensayos/Inventario-De-Recursos-Turisticos/6590002.html

- SIERRA, R. 1999. Clasificación ecológica del Ecuador. 89 -92 pp.
- THOMPSON, I. 2005. Concepto de precio (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html
- THOMPSON, I. 2005. Definición de producto (en línea). Consultado el 04 de diciembre del 2011. Disponible en: www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html
- TIERRA, P. 2009. Texto básico de paquetes turísticos. Ecuador. 03 – 50pp.
- ZIMMER y GRASSMANN. 1996. Guía- Evaluar el potencial turístico de un territorio. 04 – 05 pp.
- ZUÑIGA H y GARDINI Y. 2011. Mercado meta (en línea). Consultado el 18 de diciembre del 2011. Disponible en: www.monografias.com/trabajos87/mercado-meta/mercado-meta2.shtml%20s

XI. ANEXOS

ANEXO 1. Modelo de encuesta aplicada a los turistas



Esta encuesta nos permitirá conocer información necesaria para el diseño del producto turístico de la comunidad "El Palacio". Gracias por su tiempo y sinceridad.

1. Edad:

15-27 28-40 41-53 54-66 67-80

2. Género: M F

3. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Provincia: _____ Ciudad ó cantón: _____

4. Nivel de Educación:

Primaria Secundaria Universitaria Posgrado/Especialización

5. ¿Cuál es su situación laboral actual?

Trabaja Estudia Jubilado

6. ¿Cuál es su principal motivo de viaje?

Vacaciones
 Compras
 Visita a familiares o amigos
 Por motivos laborales
 Otros/ ¿especifique? _____

7. ¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas?

Una vez por semana
 Cada 15 días
 Una vez por mes
 Una vez por año
 Otros/ ¿especifique? _____

8. ¿En compañía de quien realiza turismo?

Solo En pareja En familia Con amigos

9. ¿Por qué medios de comunicación recibe información acerca de actividades turísticas?

Televisión. Prensa Local Revistas Libros guías
 Afiches / Trípticos Página web Otros, ¿Cuáles? _____

10. ¿Conoce usted la comunidad "El Palacio", de la parroquia de Uiba del cantón Baños?

SI NO

11. ¿Si usted está dispuesto a realizar actividades turísticas en esta zona lo haría?

En forma independiente

En viaje organizado (paquete turístico)



12. Le gustaría que la comunidad ofertara:

- | | | | | |
|---------------|--------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Alojamiento: | Cabañas | <input type="checkbox"/> | Viviendas de familias | <input type="checkbox"/> |
| Alimentación: | Comida tradicional | <input type="checkbox"/> | Comida Vegetariana | <input type="checkbox"/> |
| Gulanza: | Con guías | <input type="checkbox"/> | Sin guías | <input type="checkbox"/> |

Otros servicios (especifique) _____

13. ¿Indique que atractivo desearía conocer?

- Cerro Añango
- La cueva de la doña
- Cascada Corazón
- Cascada Huachi
- Cañones El Palacio

14. Indique el tipo de actividades que estaría dispuesto realizar en la comunidad:

- | | | | | | | | |
|---|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------|--------------------------|------------|--------------------------|
| Participar de conocimientos ancestrales | <input type="checkbox"/> | Elaboración de artesanías | <input type="checkbox"/> | Caminatas | <input type="checkbox"/> | Cabalgatas | <input type="checkbox"/> |
| Actividades de conservación | <input type="checkbox"/> | Convivencia con la población | <input type="checkbox"/> | Camping | <input type="checkbox"/> | Ciclismo | <input type="checkbox"/> |
| Senderismo | <input type="checkbox"/> | Otras actividades, especifique: _____ | | | | | |

15. ¿De cuánto tiempo dispondría usted para permanecer en la comunidad?

- Menos de un día Un día Dos días Tres días Más de 3 días

16. De acuerdo al sitio turístico seleccionado, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en una visita que incluya, recreación, alimentación y gulanza?

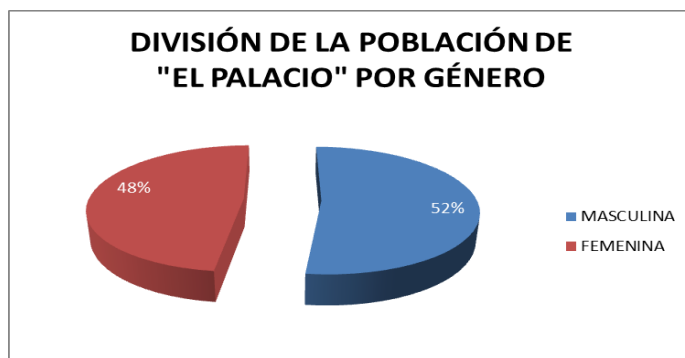
- Menor a \$15 Entre \$16 y \$26 \$27 y \$37 Más de \$37

17. ¿Qué medio de transporte utilizaría para llegar?

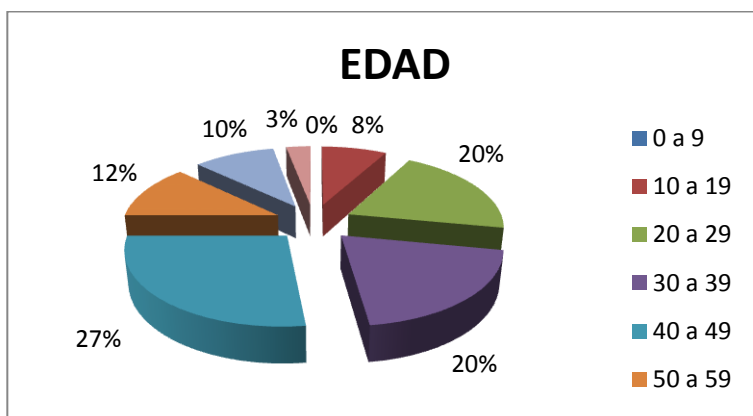
- Carro propio Bus Transporte organizado Otro ¿Cuáles? _____

Gracias por su colaboración... :)

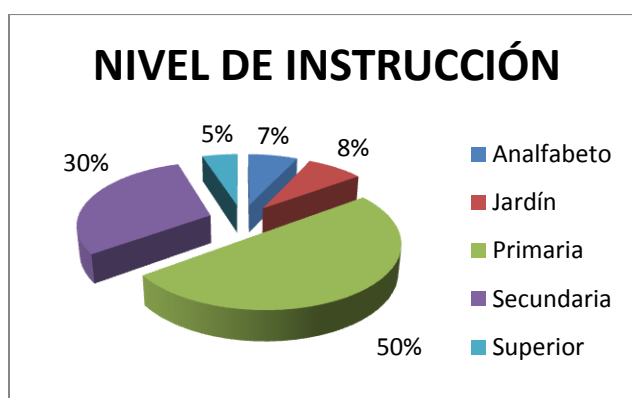
ANEXO 2. Gráficos del ámbito socio - cultural



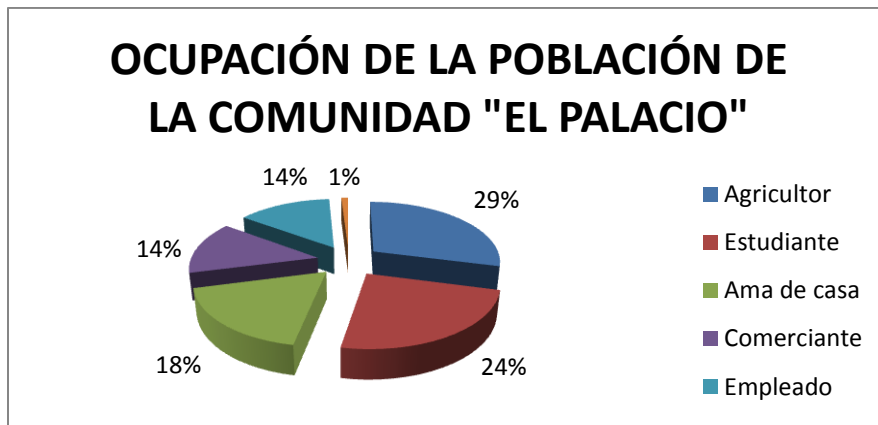
Fuente: Cuadro 2



Fuente: Cuadro 3



Fuente: Cuadro 4



Fuente: Cuadro 5

ANEXO 3. Lista de aves de la IBA Llanganates del cantón Baños de Agua Santa

AVES DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA								
No.	Orden	Familia	Nombre Común	Nombre en Inglés	Nombre Científico	Abundancia	Residencia	Estado de conservación
1	PELICANIFORMES	Phalacrocoracidae	Cormorán Neotropical	Neotropical Cormoran	<i>Phalacrocorax brasilianus</i>			
2	ANSERIFORMES	Anatidae	Pato Torrentero	Torrente Duck	<i>Merganetta armata</i>	U		
3	CICONIIFORMES	Cathartidae	Gallinazo Cabecirrojo	Turkey Vulture	<i>Cathartes aura</i>	U	mb r	
4			Gallinazo Negro	Black Vulture	<i>Coragyps atratus</i>	U		
5	FALCONIFORMES	Accipitridae	Gavilán Campestre	Roadside Hawk	<i>Buteo magnirostris</i>	U		
6			Gavilán Aludo	Broad-winged Hawk	<i>Buteo platypterus</i>	U	mb	
7			Gavilán de Swainson	Swainson's Hawk	<i>Buteo swainsoni</i>	R	mb	
8			Aguila Andina	Black-and-chestnut Eagle	<i>Ortaetus isidori</i>	R		VU
9			Aguila Pechinegra	Black-chested Buzzard-Eagle	<i>Geranoaetus melanoleucus</i>			
10		Falconidae	Halcón Aplomado	Aplomado Falcon	<i>Falco femoralis</i>	R		
11	GALLIFORMES	Cracidae	Chachalaca Jaspeada	Speckled Chachalaca	<i>Ortalis guttata</i>			
12			Pava Carunculada	Wattled Guan	<i>Aburria aburri</i>	R		VU
13			Pava Andina	Andean Guan	<i>Penelope montagnii</i>			
14			Pava Ala de Hoz	Sickle-winged Guan	<i>Chamaepetes goudotii</i>	U		
15	COLUMBIFORMES	Columbidae	Paloma Collareja	Band-tailed Pigeon	<i>Columba fasciata</i>	U		
16			Paloma Rojiza	Ruddy Pigeon	<i>Columba subvinacea</i>	U		
17			Paloma-Perdiz Goliblanca	White-throated Quail-Dove	<i>Geotrygon frenata</i>	U		
18	CHARADRIIFORMES	Scolopacidae	Playero Coleador	Spotted Sandpiper	<i>Actitis macularia</i>	U	mb r	
19	PSITTACIFORMES	Psittacidae	Loro Cabeciazul	Blue-headed Parrot	<i>Pionus mentruus</i>			
20			Perico Colimarrón	Maroon-tailed Parakeet	<i>Pyrrhura melanura</i>	sU		
21			Amazona Nuquiescamosa	Scaly-naped Amazon	<i>Amazona mercenaria</i>	U		
22	CUCULIFORMES	Cuculidae	Cuco Ardilla	Squirrel Cuckoo	<i>Piaya cayana</i>	U		
23	CAPRIMULGIFORMES	Caprimulgidae	Band-winged Nightjar	Chotacabras Alifajeado	<i>Caprimulgus longirostris</i>	U		

AVES DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA										
No.	Orden	Familia	Nombre Común	Nombre en Inglés	Nombre Científico	Abundancia	Residencia	Estado de		
24			Chotacabras Negruzco	Blackish Nightjar	<i>Caprimulgus nigriscens</i>					
25	CAPRIMULGIFORMES	Nyctibiidae	Nictibio Común	Common Potoo	<i>Nyctibius griseus</i>					
26			Nictibio Andino	Andean Potoo	<i>Nyctibius maculosus</i>	R				
27	STRIGIFORMES	Strigidae	Autillo Goliblanco	White-throated Screech-Owl	<i>Otus albagularis</i>	R				
28			Autillo Rojizo	Rufescent Screech-Owl	<i>Otus ingens</i>					
29		Titonidae	Lechuza Campanaria	Barn Owl	<i>Tyto alba</i>	U				
30	APODIFORMES	Apodidae	Chotacabras Alifajeado	Band-winged Nightjar	<i>Caprimulgus longirostris</i>	U				
31			Vencejo Cuellicastaño	Chestnut-collared Swift	<i>Cypseloides rutilus</i>	R				
32		Trochilidae	Orejivioleta Ventriazul	Sparkling Violetear	<i>Colibri coruscans</i>	R				
33			Colibrí Jaspeado	Speckled Hummingbird	<i>Adelomyia melanogenys</i>					
34			Estrellita Ventriblanca	White-bellied Woodstar	<i>Chaetocercus mulsant</i>					
35			Ermitaño Ventrileonado	Tawny-bellied Hermit	<i>Phaethornis syrmatophorus</i>	U				
36			Picolanza Frentiverde	Green-fronted Lancebill	<i>Doryfera ludovicae</i>					
37			Estrella Andina	Andean Hillstar	<i>Oreotrochilus estella</i>					
38			Colicercda Crestuda	Wire-crested Thorntail	<i>Popelairia popelairii</i>	U				
39			Orejivioleta Verde	Green Violetear	<i>Colibri thalassinus</i>	U				
40			Inca Bronceado	Bronzy Inca	<i>Coeligena coeligena</i>	U				
41			Inca Collarejo	Collared Inca	<i>Coeligena torquata</i>					
42			Zamarito Pechiblanco	Emerald-bellied Puffleg	<i>Eriocnemis alinae</i>	R		DD		
43			Colacintillo Colinegro	Black-tailed Trainbearer	<i>Lesbia victoriae</i>					
44			Silfo Colilargo	Long-tailed Sylph	<i>Agelaiocercus kingi</i>	U				
45			Solángel Turmalina	Tourmaline Sunangel	<i>Heliangelus exortis</i>	nU				
46			Metalura Tiria	Tyrian Metaltail	<i>Metallura tyrianthina</i>	C				
47			Colaespátula Zamarrito	Booted Racket-tail	<i>Ocreatus underwoodii</i>	R				
48			TROGONIFORMES	Trogonidae	Trogón Enmascarado	Masked Trogon	<i>Trogon personatus</i>	U		
49					Quetzal Cabecidorado	Golden-headed Quetzal	<i>Pharomachrus auriceps</i>	U		

AVES DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA									
No.	Orden	Familia	Nombre Común	Nombre en Inglés	Nombre Científico	Abundancia	Residencia	Estado de	
50	CORACIIFORMES	Momotidae	Momoto montañero	Highland Motmot	<i>Momotus aequatorialis</i>	U			
51		Ramhastidae	Tucán Andino Piquinegro	Black-billed Mountain-Toucan	<i>Andigena nigrirostris</i>	R		NT	
52			Tucanete Esmeralda	Emerald Toucanet	<i>Aulacorhynchus prasinus</i>	U			
53			Tucán Andino Pechigrís	Gray-breasted Mountain-Toucan	<i>Andigena hypoglauca</i>	U		NT	
54		Galbulidae	Jacamar Pechicobrizo	Coppery-chested Jacamar	<i>Galbula pastazae</i>				
55	PICIFORMES	Capitonidae	Barbudo Cabecirrojo	Red-headed Barbet	<i>Eubucca bourcierii</i>	U			
56		Picidae	Picolete de Lasfresnaye	Lafresnaya's Piculet	<i>Picumnus lafresnayi</i>				
57			Carpintero Poderoso	Powerful Woodpecker	<i>Campephilus pollens</i>	U			
58			Carpintero Dorsicarmesí	Crimson-mantled Woodpecker	<i>Piculus rivolii</i>	U			
59			Carpintero Ventriamarillo	Yellow-vented Woodpecker	<i>Veniliornis dignus</i>	U			
60		Dendrocolaptidae	Trepatroncos Piquifuerte	Strong-billed Woodcreeper	<i>Xiphocolaptes promeropirhynchus</i>				
61			Trepatroncos Dorsioliváceo	Olive-backed Woodcreeper	<i>Xiphorhynchus triangularis</i>	R			
62			Trepatroncos Colilargo	Long-tailed Woodcreeper	<i>Deconychura longicauda</i>				
63			Trepatroncos Ventribandeado	Black-banded Woodcreeper	<i>Dendrocolaptes picumnus</i>				
64			Picoguadaña Piquipardo	Brown-billed Scythebill	<i>Campylorhamphus pusillus</i>				
65		PASSERIFORMES	Furnariidae	Colaespina Pechioscura	Dark-breasted Spinetail	<i>Synallaxis albigularis</i>	U		
66				Limpiafronda Lineada	Lineated Foliage-gleaner	<i>Syndactyla subalaris</i>	R		
67				Trepamusgos Flamulado	Flammulated Treehunter	<i>Thripadectes flammulatus</i>			
68				Colaespina de Azara	Azara's Spinetail	<i>Synallaxis azarae</i>	C		
69				Subepalo Perlado	Pearled Treerunner	<i>Margarornis squamiger</i>	U		
70				Subepalo Moteado	Spotted Barbtail	<i>Premnoplex brunnescens</i>	U		
71				Trepamusgos Gorrirrayado	Streak-capped Treehunter	<i>Thripadectes virgaticeps</i>			
72				Xenops Rayado	Streaked Xenops	<i>Xenops rutilans</i>			
73		Formicariidae	Gralarita Ocrácea	Ochre-breasted Antpitta	<i>Grallaricula flavirostris</i>	R			
74			Gralaria Coronicastaña	Chestnut-crowned Antpitta	<i>Grallaria ruficapilla</i>	U			

AVES DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA								
No.	Orden	Familia	Nombre Común	Nombre en Inglés	Nombre Científico	Abundancia	Residencia	Estado de
75			Gralaria Rufa	Rufous Antpitta	<i>Grallaria rufula</i>	U		
76		Rhinocryptidae	Tapaculo de Spillmann	Spillmann's Tapaculo	<i>Scytalopus spillmanni</i>	R		
77			Tapaculo Negruzco		<i>Scytalopus latrans</i>	R		
78		Thamnophilidae	Batará Listado	Lined Antshrike	<i>Thamnophilus tenuipunctatus</i>			
79			Batará Hombriblanco	White-Shouldered Antshrike	<i>Thamnophilus aethiops</i>			
80		Tyrannidae	Tirano Tropical	Tropical Kingbird	<i>Tyrannus melancholicus</i>	U	r ma	
81			Mosquerito Social	Social Flycatcher	<i>Myiagetetes similis</i>			
82			Febe Guardarríos	Black Phoebe	<i>Sayornis nigricans</i>			
83			Tiranolete Guardarríos	Torrent Tyrannulet	<i>Serpophaga cinerea</i>	U		
84			Mosquerito Cuellilistado	Streak-necked Flycatcher	<i>Mionectes striaticollis</i>	U		
85			Mosquerito Adornado	Ornate Flycatcher	<i>Myiaticcus ornatus</i>			
86			Mosquerito Crestinaranja	Orange-crested Flycatcher	<i>Myiophobus phoenicomitra</i>	R		
87			Myiophobus pulcher	Fulvous-breasted Flatbill	<i>Rhynchocyclus fulvipectus</i>	R		
88			Picoplano Pechifulvo	Fulvous-breasted Flatbill	<i>Myiarchus tuberculifer</i>	R		
89			Alinaranja Ahumada	Smoky Bush-Tyrant	<i>Myiatheretes fumigatus</i>	U		
90			Pitajo Dorsipizarro	Slaty-backed Chat-Tyrant	<i>Ochthoeca cinnamomeiventris</i>	U		
91			Pibí Ahumado	Smoke-colored Pewee	<i>Contopus fumigatus</i>	U		
92			Mosquerito Olivirrayado	Olive-striped Flycatcher	<i>Mionectes olivaceus</i>			
93			Elenia Crestiblanca	White-crested Elaenia	<i>Elaenia albiceps</i>			
94			Espatulilla Común	Common Tody-Flycatcher	<i>Todirostrum cinereum</i>			
95			Tiranolete Cabecicinéreo	Ashy-headed Tyrannulet	<i>Phyllosmyias cinereiceps</i>			
96			Mosquerito Canelo	Cinnamon Flycatcher	<i>Pyrrhomyias cinnamomea</i>	U		
97			Elenia Serrana	Sierran Elaenia	<i>Elaenia pallatangae</i>			
98			Tirano Enano Colicorto	Short-tailed Pygmy-Tyrant	<i>Myiornis ecaudatus</i>			
99			Tiranolete Caridorado	Golden Faced Tyrannulet	<i>Zimmerius chrysops</i>			
100		Picoplano Pechifulvo	Fulvous-breasted Flatbill	<i>Rhynchocyclus fulvipectus</i>	R			

AVES DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA								
No.	Orden	Familia	Nombre Común	Nombre en Inglés	Nombre Científico	Abundancia	Residencia	Estado de
101			Mosquero Pirata	Piratic Flycatcher	<i>Legatus leucophaeus</i>			
102		Cotingidae	Gallo de la Peña Andino	Andean Cock of the Rock	<i>Rupicola peruviana</i>			
103			Frutero Verdinegro	Green-and- black Fruiteater	<i>Pipreola riefferii</i>			
104			Piha Oscura	Dusky Piha	<i>Lipaugus fuscocinereus</i>	U		
105			Frutero Enmascarado	Scaled Fruiteater	<i>Ampelioides tschudii</i>			
106		Corvidae	Urraca Inca	Inca Jay	<i>Cyanocorax yncas</i>	C		
107		Pipridae	Saltarín Alidorado	Golden-winged Manakin	<i>Masius chrysapterus</i>	U		
108			Saltarín Azabache	Jet Manakin	<i>Chloropipo unicolor</i>	U		
109			Chifornis Pardo	Thrush-like Schiffornis	<i>Schiffornis turdinus</i>	U		
110		Hirundinidae	Golondrina Azuliblanca	Blue and White Swallow	<i>Notiochelidon Cyanoleuca</i>	C	r ma	
111			Golondrina Alirrasposa Sureña	Southern Rough-winged Swallow	<i>Stelgidopteryx ruficollis</i>			
112		Troglodytidae	Soterrey Montés Pechigrís	Gray-breasted Wood-wren	<i>Henicorhina leucophrys</i>	C		
113			Soterrey Caferrojizo	Sepia-brown Wren	<i>Cinnycerthia olivascences</i>	U		
114			Soterrey Montañés	Mountain Wren	<i>Troglodytes solstitialis</i>	U		
115			Soterrey Pechicastaño	Chestnut-breasted Wren	<i>Cyphorhinus thoracicus</i>	R		
116			Sotarrey Mirlo	Campylorhynchus turdinus	<i>Campylorhynchus turdinus</i>			
117			Sotarrey Criollo	House Wren	<i>Troglodytes aedon</i>			
118		Cinclidae	Cinco Gorripardo	White-capped Dipper	<i>Cinclus leucocephalus</i>			
119		Turdidae	Mirlo Grande	Great Thrush	<i>Turdus fuscater</i>	U		
120			Mirlo Piquinegro	Black-billed Thrush	<i>Turdus ignobilis</i>	C		
121			Solitario Andino	Andean Solitaire	<i>Myadestes ralloides</i>	C		
122			Zorzal Carigrís	Gray-Cheeked Thrush	<i>Catharus minimus</i>	R	mb	
123			Zorzal de Swainson	Swainson´s Thrush	<i>Catharus ustulatus</i>	R	mb	
124			Mirlo Ventricastaño	Chestnut-bellied Thrush	<i>Turdus fulviventris</i>	U		
125			Mirlo Cuelliblanco	White-necked Thrush	<i>Turdus albicollis</i>	U		
126		Parulidae	Candelita Goliplomiza	Slate. Throated Whitestart	<i>Myioborus miniatus</i>	U		

AVES DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA								
No.	Orden	Familia	Nombre Común	Nombre en Inglés	Nombre Científico	Abundancia	Residencia	Estado de
127			Reinita Cabecilistada	Three-striped Warbler	<i>Basileuterus tristriatus</i>	U		
128			Candelita de anteojos	Spectacled Whitestart	<i>Myioborus melanocephalus</i>	C		
129			Reinita Coronirrojiza	Russet-crowned Warbler	<i>Basileuterus coronatus</i>	U		
130			Reinita Pechinaranja	Blackburnian Warbler	<i>Dendroica fusca</i>	U		
131			Reinita Collareja	Canada Warbler	<i>Wilsonia canadensis</i>	C		
132			Reinita Crestinegra	Black-crested Warbler	<i>Basileuterus nigrocristatus</i>	C		
133			Reinita Citrina	Citrine Warbler	<i>Basileuterus luteoviridis</i>	R		
134			Parula Tropical	Tropical Parula	<i>Parula pitiayumi</i>	C		
135			Picocono Cinéreo	Cinereous Conebill	<i>Conirostrum cinereum</i>			
136			Pinchaflores Enmascarado	Masked Flowerpiercer	<i>Diglossopsis cyanea</i>	U		
137			Tangara Azuleja	Blue-gray Tanager	<i>Thraupis episcopus</i>			
138			Tangara Capuchiazul	Blue-necked Tanager	<i>Tangara cyanicollis</i>	U		
139			Tangara Azulinegra	Blue-and-black Tanager	<i>Tangara vassorii</i>	U		
140			Tangara Dorada	Golden Tanager	<i>Tangara arthus</i>	C		
141			Tangara Coroniazafrán	Saffron-crowned Tanager	<i>Tangara xanthocephala</i>	U		
142			Tangara Concha de vino	Silver-beaked Tanager	<i>Ramphocelus carbo</i>			
143			Clorospingo Goliamarillo	Yellow throated Bush Tanager	<i>Chlorospingus flavigularis</i>	C		
144			Tangara Urraca	Magpie Tanager	<i>Cissopis leveriana</i>	U		
145			Pinchaflores Ojidorado	Golden-eyed Flowerpiercer	<i>Diglossopsis glauca</i>			
146			Tangara Feliblanca	White-lined Tanager	<i>Tachyphonus rufus</i>	R		
147			Tangara Orejinaranja	Orange-eared Tanager	<i>Chlorochrysa calliparatea</i>	C		
148			Tangara Orejidorada	Golden-eared Tanager	<i>Tangara chrysotis</i>	U		
149			Tangara Paraíso	Paradise Tanager	<i>Tangara chilensis</i>	U		
150			Eufonia Ventrinaranja	Orange-bellied Euphonia	<i>Euphonia xanthogaster</i>	C		
151			Tangara Lentejuelada	Beryl-spangled Tanager	<i>Tangara nigroviridis</i>	C		
152			Mielero Flavo	Bananaquit	<i>Coereba flaveola</i>	R		

AVES DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA								
No.	Orden	Familia	Nombre Común	Nombre en Inglés	Nombre Científico	Abundancia	Residencia	Estado de
153			Tangara Punteada	Spotted Tanager	<i>Tangara punctata</i>	C		
154			Tangara Cabecibaya	Bay and gold Tanager	<i>Tangara gyrola</i>	U		
155			Pinchaflor Flanquiblanco	White-sided Flowerpiercer	<i>Diglossa albilatera</i>	C		
156			Mielero Collarejo	Golden-collared Honeycreeper	<i>Iridophanes pulcherrima</i>			
157			Tangara Montana Aliazul Norteña	Northern Blue-winged Mountain Tanager	<i>Anisognathus samptuosus</i>	C		
158			Tangara-Montana Lagrimosa	Lacrimose Mountain-Tanager	<i>Anisognathus lacrymosus</i>	C		
159			Clorospingo Bigotudo	Yellow-whiskered Bush-Tanager	<i>Chlorospingus parvirostris</i>	U		
160			Clorospingo Golicenizo	Ashy-throated Bush-Tanager	<i>Chlorospingus canigularis</i>	U		
161			Pinchaflor Pechicanelo	Rusty Flowerpiercer	<i>Diglossa sittoides</i>			
162			Eufonia Piquigruesa	Thick-billed Euphonia	<i>Euphonia lanirostris</i>			
163			Eufonia Verdibronceada	Bronze-green Euphonia	<i>Euphonia mesochrysa</i>	U		
164			Tangara Cariflama	Flame-faced Tanager	<i>Tangara parzudakii</i>	U		
165			Tangara Gorrinegra	Black-capped Tanager	<i>Tangara heinei</i>	nU		
166			Tangara Montana Encapuchada	Hooded Mountain-Tanager	<i>Buthraupis montana</i>			
167			Piranga Roja	Summer Tanager	<i>Piranga rubra</i>	U	mb	
168			Tangara Palmera	Palm Tanager	<i>Thraupis palmarum</i>			
169		Fringillidae	Jilguero Encapuchado	Hooded Siskin	<i>Carduelis magellanica</i>			
170			Jilguero Oliváceo	Olivaceous Siskin	<i>Carduelis olivacea</i>			
171		Emberizidae	Chingolo	Rufus-collared Sparrow	<i>Zonotrichia capensis</i>			
172			Sabanero Cejiamarillo	Yellow brown Sparrow	<i>Ammodramus aurifrons</i>			
173			Espiguero Negriblanco	Black-and white Seedeater	<i>Sporophila luctuosa</i>	U		
174			Espiguero Ventricastaño	Chestnut-bellied Seedeater	<i>Sporophila castaneiventris</i>			
175			Picogrueso Dorsinegro	Black-backed Grosbeak	<i>Pheucticus aureoventris</i>	U		
176			Matorralero Gorricastano	Chestnut-crowned Brush-Finch	<i>Buarremon brunneinuchus</i>			
177			Jilguero Encapuchado	Hooded Siskin	<i>Carduelis magellanica</i>			

AVES DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA								
No.	Orden	Familia	Nombre Común	Nombre en Inglés	Nombre Científico	Abundancia	Residencia	Estado de
178			Semillero Menor	Lesser Seed-Finch	<i>Dryzoborus angolensis</i>			
179		Icteridae	Dropéndula Dorsirrojoza	Russet backed Dropendula	<i>Psarocolius angustifrons</i>			
180	Cacique Subtropical		Subtropical Cacique	<i>Cacicus uropygialis</i>	U			
181	Cacique Piquiamarillo		Yellow-billed Cacique	<i>Amblycercus holosericeus</i>	U			
Total								
OBSERVACIONES:		Abundancia: Poco Común (U), Común (C), Rara (R), Muy rara (R), Poco común en el norte (nU)		Residencia: r ma Migratoria austral residente (r ma), Migratoria boreal (mb), r Migratoria boreal residente (mb).		Estado de conservación: Casi amenazada (NT), Datos insuficientes (DD), Vulnerable (VU)		

Fuente: Ecociencia - Aves y Conservación - Fundación Ecominga, 2006 – 2011.

ANEXO 4. Lista de mamíferos de la IBA Llanganates del cantón Baños de Agua Santa

MAMÍFEROS REGISTRADOS EN LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA								
No.	Orden	Familia	N. Común	N. Científico	Lugar de registro	Estrato	Amenaza	
1		Didelphidae	Raposa de orejas blancas	<i>Didelphis albiventris</i>	Bm			
			Raposa chica	<i>Marmosa murina</i>				
2	DIDELPHIMORPHIA		Comadreja	<i>Marmosa sp.</i>	Bm	T		
3	PAUCITUBERCULATA	Caenolestidae	Ratón marsupial	<i>Caenolestes fuliginosus</i>	Bm, Rb	T		
4	ARTYODACTYLA	Cervidae	Cervicabra	<i>Mazama Rufina</i>	Pa, Bm	T		
5			Venado	<i>Odocoileus peruvianus</i>	Pa, Bm			
6		Canidae	Puma	<i>Puma concolor</i>				
7			Lobo de páramo	<i>Lycalopex culpaeus</i>	Pa		VU	
8			Felidae	León, puma	<i>Puma concolor</i>	Bm	T	VU
9		Mustelidae	Chucuri	<i>Mustela frenata</i>			LC	
10			Cabeza de mate	<i>Eira barbara</i>	Bn			
11			Nutria de río	<i>Lontra longicaudis</i>			VU	
12			Zorro	<i>Conepatus semistriatus</i>	Bm-Zi	T		
13			Procyonidae	Cuchucho andino	<i>Nasuella olivacea</i>	BSV		VU
14				Tejón	<i>Nasua nasua</i>	Bm	T	LC
15		CARNIVORA	Ursidae	Oso de anteojos	<i>Tremarctos ornatus</i>			EN
16		LAGOMORPHA	Leporidae	Conejos de monte	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Pa, Rb	T	LC
17		PERISSODACTYLA	Tapiridae	tapir de altura	<i>Tapirus pinchaque</i>			CR
18		CHIROPTERA	Phyllostomidae	Murciélago longirostro con cola	<i>Anoura caudifer</i>	Bm-Bs	A	LC
19	Murciélago longirostro negruzco			<i>Anoura cultrata</i>			NT	
20	murciélago			<i>Anoura geoffroyi</i>	Bm-Bs	A	LC	
21	Murciélago frutero común			<i>Artibeus glaucus</i>	Bm			
22	Murciélago frutero negruzco			<i>Artibeus obscurus</i>	Bm			

MAMÍFEROS REGISTRADOS EN LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA									
No.	Orden	Familia	N. Común	N. Científico	Lugar de registro	Estrato	Amenaza		
23			Murciélago frutero chico	<i>Artibeus phaeotis</i>	Bm				
24			Murciélago sedoso de cola corta	<i>Carollia brevicauda</i>	Bm, Bs	A	LC		
25			Murciélago vampiro común	<i>Desmodus rotundus</i>	Bm - Bs		LC		
26			Murciélago crema	<i>Mesophylla macconnelli</i>	Bm - Bs		LC		
27			Murciélago orejudo común	<i>Micronycteris megalotis</i>	Bm-Bs	A			
28			Murciélago	<i>Mimon crenulatum</i>	Bm, Bs	A			
29			Murciélago frutero andino	<i>Sturnira bidens</i>	Bm-Bs	A	LC		
30			Murciélago frutero oscuro	<i>Sturnira erythromas</i>	BN		LC		
31			Murciélago	<i>Sturnira bogotensis</i>	Bm-Bs	A	LC		
32			Murciélago	<i>Sturnira erythromas</i>	Bm-Bs	A	LC		
33			Murciélago	<i>Sturnira lilium</i>	Bm-Bs	A	LC		
34			Murciélago frutero de occidente	<i>Sturnira ludovici</i>	Bm		LC		
35			Murciélago	<i>Sturnira oporaphilum</i>	Bm-Bs	A	LC		
36			Murciélago	<i>Vampyressa pusilla</i>	Bm, Bs	A			
37					Murciélago	<i>Histiotus montanus</i>	Bm-Bs	A	
38				Vespertilionidae	Murciélago	<i>Myotis keaysi</i>	Bm-Bs	A	
39			EDENTATA	DASYPODIDAE	Armadillo de nueve bandas	<i>Dasypus novemcinctus</i>	BSV		
40			PRIMATES	Cebidae	Mono aullador	<i>Alouatta seniculus</i>	Bm		
41	Manchín	<i>Cebus albifrons</i>			Bs				
42	Mono nocturno	<i>Aotus lemurinus</i>			Bm, Bs	S, D			
43	LAGOMORPHA	LEPORIDAE	Conejo sudamericano	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Bs		LC		
44	PERISODACTYLA	TAPIRIDAE	Danta, Tapir andino	<i>Tapirus pinchaque</i>	Bs				
45	RODENTIA	Agutidae	Sacha cuy	<i>Agouti taczanowskii</i>	Bm-Bs	T			
46		CUNICULIDAE	Guanta	<i>Agouti paca</i>	Bs				

MAMÍFEROS REGISTRADOS EN LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA							
No.	Orden	Familia	N. Común	N. Científico	Lugar de registro	Estrato	Amenaza
47			Sacha cuy	<i>Agouti taczanowskii</i>	PH		
48		DASYPROCTIDAE	Guatusa	<i>Dayprocta fuliginosa</i>			
49		ERETHIZONTIDAE	Puercoespín	<i>Coendou melanurus</i>			
50			Ratón	<i>Akodon mollis</i>	Bm-Bs	T	
51			Ratón	<i>Dryomys auriventer</i>	Bm-Bs	T	
52			Ratón	<i>Thomasomys sp.3</i>	Bm-Bs	T	
53			Ratón	<i>Thomasomys sp. 4</i>	Bm-Bs	T	
54		Muridae	Ratón	<i>Thomasomys erro</i>	Bm-Bs	T	
55		Sciuridae	Ardilla enana amazónica	<i>Microsciurus flaviventer</i>			
56			Ardilla rojiza	<i>Sciurus granatensis</i>	Bm, Bs	T, S, D	
Observación:		<p>Lugar de registro: bosque maduro (Bm), bosque secundario (Bs), zona inundada (Zi), Páramo (Pa), Estrato: terrestre (T), Abundancia: común (C), abundante (A), frecuente (F), raro (R); indeterminado (I).</p> <p>Estado de conservación: En peligro crítico (CR), En peligro (EN), Casi amenazada (NT), Datos insuficientes (DD), Vulnerable (VU) y Preocupación menor (LC).</p>					

Fuente: Ecociencia - Aves y Conservación - Fundación Ecominga, 2006 – 2011.

ANEXO 5. Lista de anfibios y reptiles de la IBA Llanganates del cantón Baños de Agua Santa

CLASE ANFIBIA DE LA IBA LLANGANTES DEL CANTÓN BAÑOS						
No.	ORDEN	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat	
1	ANURA	Amphignathodontidae	Sapo marsupial	<i>Gastrotheca riobambae</i>	Pa	
2		Bufonidae		<i>Rhinella (Rhinophryne) festae</i>		
3				<i>Atelopus palmatus</i>		
4				<i>Osomophryne guacamayo</i>		
5		Centrolenidae		<i>Centrolene marielene</i>		
6				<i>Cochranella flavopunctata</i>		
7		Hylidae		<i>Dendropsophus paniceps</i>		
8				<i>Hylascirtus torrenticola</i>		
9				<i>Hypsiboas calacarata</i>		
10				<i>Osteocephalus verruciger</i>		
11		Leptodactylidae			<i>Eleutherodactylus quaquaversus</i>	Bm, Bs
12					<i>Eleutherodactylus galdi</i>	Bm
13					<i>Eleutherodactylus ganonotus</i>	Bm, Bs
14					<i>Eleutherodactylus incomptus</i>	Bm
15					<i>Eleutherodactylus nigrogriseus</i>	Bm, Bs
16					<i>Eleutherodactylus</i> sp. 2	Bm
17					<i>Eleutherodactylus</i> sp. 3	Bm
18					<i>Eleutherodactylus</i> sp. 4	Bs
19					<i>Eleutherodactylus</i> sp. 5	Bs
20					<i>Eleutherodactylus</i> sp. 6	Bs
21				rana	<i>Eleutherodactylus</i> sp. nov. 1	Bs, Se, Qu
22				rana	<i>Eleutherodactylus</i> sp. nov. 2	Bm, Bs, Se, Qu
23				rana	<i>Eleutherodactylus</i> sp. 1	Bs, Se, Qu
24			Strobomantidae			<i>Isodactylus cf. Elaodiscus</i>
25					<i>Isodactylus</i> sp.1	
26					<i>Pristimantis acuminatus</i>	
27					<i>Pristimantis altomagpnicus</i>	
28					<i>Pristimantis altamis</i>	
29					<i>Pristimantis eriphus</i>	
30					<i>Pristimantis galdi</i>	
31					<i>Pristimantis incoptus</i>	
32					<i>Pristimantis loujosti</i> sp. Nov.	
33					<i>Pristimantis peruvianus</i>	
34					<i>Pristimantis quaquaversus</i>	
35					<i>Pristimantis rubicundus</i>	
36					<i>Pristimantis aff cremnobates</i>	
37					<i>Pristimantis tungurahua</i>	
38				<i>Pristimantis</i> sp 1 (sp nov grupo		

CLASE ANFIBIA DE LA IBA LLANGANTES DEL CANTÓN BAÑOS					
No.	ORDEN	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat
				<i>galdi</i>	
39				<i>Pristimantis sp 2 (aff eriphus a)</i>	
40				<i>Pristimantis sp 3 (cf ganonotus)</i>	
41				<i>Pristimantis sp 4 (grupo myersi)</i>	
42				<i>Pristimantis sp 10 (ingles rojas)</i>	
43				<i>Pristimantis 11 (cf. Ventrimarmoratus)</i>	
44				<i>Pristimantis sp 12</i>	
45				<i>Pristimantis sp 13</i>	
46				<i>Pristimantis sp 14</i>	
47	CAUDATA	Plethodontidae		<i>Bolitogloss cf palmata</i>	
48	GYMNOPHIONA	Caecilidae		<i>Caecilia cf abitahuae</i>	
CLASE REPTILIA					
No.	ORDEN	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat
1	SQUAMATA-OFIDIA	Colubridae		<i>Diosas latifrontalis</i>	
2	SQUAMATA-SAURIA	Gymnophthalmidae		<i>Alopoglossus buckleyi</i>	
3				<i>Potamites sp 1</i>	
4		Polychrotidae		<i>Dactyloa sp. 1</i>	Bs
5				<i>Anolis fitchi</i>	
Observaciones		Lugar de registro: bosque maduro (Bm), bosque secundario (Bs), sendero (Se), quebrada. (Qu) y páramo (Pa).			

Fuente: Ecociencia - Aves y Conservación - Fundación Ecominga, 2006 – 2011.

ANEXO 6. Lista de flora silvestre de la IBA Llanganates del cantón Baños de Agua Santa

FLORA SILVESTRE DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA						
No.	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat	Forma de vida	
1	Acanthaceae		<i>Aphelandra gunnari</i>	Bs	A	
2			<i>Ruellia dielsii</i>	Bs	H	
3			<i>Stenostephanus laxus</i>			
4	Actinidaceae	huevo frito	<i>Saurauia aequatoriensis</i>	Bm		
5		Moco	<i>Saurauia prainiana</i>	Bm	A	
6	Amaryllidaceae		<i>Phaedranassa tunguraguae</i>	Pa	H	
7	Annonaceae	Chirimoya	<i>Annona cherimola</i>			
8		Annona	<i>Rollinia dolichopetala</i>	Bm	A	
9	Apiaceae	achogchilla	<i>Arracacia mostacha</i>	Pa	H	
10			<i>Hydrocotyle hitchcockii</i>			
11	Apocynaceae	Chicle	<i>Lacmellea lactescens</i>	Bm	A	
12	Araceae		<i>Anthurium canaliculatum</i>	Bs	H	
13			<i>Anthurium rhodorrhizum</i>	Bs	H	
14			<i>Anthurium sagittellum</i>	Bs	H	
15			<i>Anthurium tonianum</i>	Bs	H	
16			<i>Anthurium microspadix</i>			
17			<i>Anthurium penningtonii</i>			
18	Arecaceae		<i>Chamaedorea linearis</i>	Bm		
19			<i>Geonoma weberbaueri</i>			
20			<i>Geonoma longepedunculata</i>	Bm		
21	Araliaceae	malva	<i>Dendropanax macrophyllum</i>	Bm	A	
22		Malva	<i>Dendropanax caucanus</i>	Bm		
23		Pumamaqui	<i>Dreopanax mucronulatus</i>	Bm	A	
24		pumamaqui	<i>Schefflera multiflora</i>	Bm	A	
25	Asclepiadaceae		<i>Mateleia porphyrocephala</i>	Bs	B	
26			<i>Mateleia sprucei</i>	Bs	B	
27	Asteraceae		<i>Ageratina sp</i>			
28			<i>Aetheolaena mochensis</i>	Bs	B	
29		espino santo	<i>Barnadesia parviflora</i>	Bm	A	
30			<i>Diplostephium ericoides</i>	Pa	B	
31			<i>Gynoxys fuliginosa</i>			
32			<i>Hypochaeris sonchoides</i>	Pa	H	
33			<i>Dritrophium peruvianum</i>	Pa	H	
34			<i>Dritrophium llanganatense</i>	Pa	H	
35			pigue, palo fierro	<i>Pollasteta discolor</i>	Bs	
36				<i>Stevia tunguraguensis</i>	Bs	H

FLORA SILVESTRE DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA					
No.	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat	Forma de vida
37			<i>Werneria pygmaea</i>	Pa	H
38			<i>Werneria nubigea</i>	Pa	H
39	Begoniaceae		<i>Begonia gabra</i>	Bm	
40			<i>Begonia hitchcockii</i>	Bm	H
41			<i>Begonia longirostris</i>	Bm	
42			<i>Begonia parviflora</i>	Bs	
43		beso de la virgen	<i>Begonia sadoroi</i>	Bm	T
44	Betulaceae		<i>Alnus acuminata</i>		
45	Bromeliaceae		<i>Aechmea geminiflora</i>	Bm	H
46			<i>Greigia mulfordii</i>	Pa	H
47			<i>Guzmania carlostachya</i>	Bm	
48			<i>Guzmania dalstroemii</i>		
49			<i>Tillandsia babeyana</i>	Bm	E
50			<i>Guzmania coriostachya</i>	Bm	E
51	Brunelliaceae		<i>Brunellia comocladiflora</i>	Bm	A
52	Buddlejaceae		<i>Buddleja multiceps</i>		
53			<i>Buddleja incana</i>		
54	Campanulaceae		<i>Burmeistera crispiloba</i>	Bm	B
55			<i>Centropogon llanganatensis</i>	Bm	B
56			<i>Centropogon alsophilus</i>	Bm	B
57			<i>Centropogon capitatus</i>	Bm	
58			<i>Centropogon densiflorus</i>	Bm	T
59			<i>Centropogon trachyanthus</i>	Bm	T
60			<i>Siphocampylus giganteus</i>		
61	Celastranulaceae		<i>Maytenus ebenifolia</i>	Bm	A
62	Cecropiaceae		<i>Cecropia hachensis</i>		
63			<i>Cecropia andina</i>		
64		quarumo	<i>Cecropia engleriana</i>	Bs	A
65		quarumo	<i>Cecropia marginalis</i>	Bs	A
66	Chloranthaceae	Granizo	<i>Hedyosmum cuatrecazanum</i>	Bm	A
67			<i>Hedyosmum luteynii</i>		
68		Granizo	<i>Hedyosmum racemosum</i>	Bm	A
69	Clethraceae	Manzano	<i>Clethra obovata</i>	Bm	A
70	Clusiaceae		<i>Clusia lineata</i>	Bm	A
71		Caucho	<i>Clusia multiflora</i>	Bm	A
72		Caucho	<i>Clusia loranthacea</i>	Bm	A
73		romerillo	<i>Hypericum laricifolium</i>	Pa	H
74	Commelinaceae		<i>Tradescantia zanonía</i>	Bm	H
75	Cunoniaceae	encino, huilmo	<i>Weinmannia balbisiana</i>	Bm	A

FLORA SILVESTRE DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA					
No.	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat	Forma de vida
76		Huilmo	<i>Weinmannia sorbifolia</i>	Bm	
77			<i>Weinmannia pinnata</i>	Bm	
78	Cyperaceae		<i>Carex tessellata</i>	Bm	H
79			<i>Dennstaedtia kalbreyeri</i>		
80	Dennstaedtiaceae		<i>Dennstaedtia paucirrhiza</i>		
81			<i>Dennstaedtia producta</i>		
82	Ericaceae		<i>Ceratostema alatum</i>		
83			<i>Pernettya prostrata</i>	Pa	B
84	Elaeocarpaceae		<i>Vallea stipularis</i>		
85	Elaphoglossaceae		<i>Elaphoglossum viscidulum</i>	Bm	H
86		Negrillo	<i>Acalypha diversifolia</i>	Bm	A
87			<i>Acalypha macrostachya</i>	Bm	A
88			<i>Croton sp.</i>		
89	Euphorbiaceae	sangre de drago	<i>Croton lechleri</i>	Bm	A
90			<i>Hyeronima macrocarpa</i>	Bm	
91		motilón	<i>Hyeronima duquei</i>	Bm	A
92		Lechero	<i>Sapium stylare</i>	Bm	A
93			<i>Tetrorchidium andinum</i>	Bm	A
94		amor seco	<i>Desmodium uninatum</i>	Bs	H
95		porotón	<i>Erythrina edulis</i>	Bm	A
96	Fabaceae		<i>Phaseolus harmsianus</i>	Bm	B
97		Mantecus	<i>Senna ruiziana</i>	Bs	B
98		Barbasquillo	<i>Zapoteca aculeata</i>	Bm	A
99			<i>Banara guianensis</i>	Bm	A
100	Flacourtiaceae		<i>Casearia mariquitensis</i>	Bm	A
101			<i>Tetrathylacium macrophyllum</i>	Bm	A
102			<i>Gentiana sedifolia</i>	Pa	H
103	Gentianaceae	cacho de venado	<i>Halenia weddelliana</i>	Pa	H
104		Tabaquillo	<i>Macrocarpaea sodiroana</i>	Bm	A
105			<i>Columnea albiflora</i>	Bm	B
106			<i>Columnea strigosa</i>	Bm	A
107	Gesneriaceae		<i>Columnea ericae</i>	Bm	T
108			<i>Drymonia turrialvae</i>	Bm	B
109			<i>Pearcea sprucei</i>	Bm	H
110	Grammitidaceae		<i>Melpomene Melpomene</i>	Bm	H
111	Gunneraceae		<i>Gunnera brephogea</i>	Bm	
112	Icacinaceae		<i>Calatola costaricensis</i>		
113	Juglandaceae		<i>Juglans neotropica</i>		
114	Lauraceae	Zinte	<i>Aniba muca</i>	Bm	A
115			<i>Beilschmiedia alloiophylla</i>	Bm	A

FLORA SILVESTRE DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA					
No.	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat	Forma de vida
116		canelo aguacate	<i>Dcotea floccifera</i>	Bm	A
117		canelo negro	<i>Dcotea floribunda</i>	Bm	
118		canelo anís	<i>Dcotea oblonga</i>	Bm	A
119		aguacate	<i>Persea americana</i>	Bm	A
120	Lycopodiaceae		<i>Huperzia hypogea</i>		
121			<i>Huperzia llanganatensis</i>		
122			<i>Lycopodium spp</i>		
123	Lythraceae		<i>Cuphea bombonasa</i>	Bm	
124	Lejeuneaceae		<i>Myriocolea irrorata</i>		
125	Melastomataceae	Colca	<i>Conostegia superba</i>	Bm	A
126		Colca	<i>Meriania drakei</i>	Bm	A
127			<i>Miconia affinis</i>	Bm	A
128			<i>Miconia asplundii</i>	Bm	A
129		Colca	<i>Miconia calvescens</i>	Bm	A
130			<i>Miconia napoana</i>	Bm	A
131			<i>Topobea multiflora</i>	Bm	A
132	Meliaceae	Cedro	<i>Cedrela montana</i>	Bm	A
133	Monimiaceae		<i>Mollinedia krokavii</i>	Bm	A
134		café silvestre	<i>Mollinedia ovata</i>	Bm	A
135		Ardillón	<i>Siparuna aspera</i>	Bm	A
136	Moraceae	Higuerón, breva	<i>Ficus cuatrecasana</i>	Bm	A
137		Matapalo	<i>Ficus citrifolia</i>	Bm	A
138		Higo	<i>Ficus máxima</i>	Bm	A
139		Zantines	<i>Ficus subandina</i>	Bm	A
140	Myrsinaceae	roble colorado	<i>Geissanthus ecuadorensis</i>	Bm	A
141	Musaceae	Platanillo	<i>Heliconia burleana</i>	Bm	B
142	Onagraceae	Arete	<i>Fuchsia orientalis</i>	Bm	B
143			<i>Fuchsia scabriuscula</i>	Bs	H
144	Orchidaceae		<i>Brachionidium zunagensis</i>		
145			<i>Brachycladium (Andinia)</i>	Bm	
146			<i>Calceolaria orthoclinium</i>	Bm	
147			<i>Campylocentrum jostii</i>	Bm	
148			<i>Crossoglossa topoensis</i>	Bm	
149			<i>Chondrorhyncha merana</i>	Bm	
150			<i>Dracula fulgifer</i>	Bm	
151			<i>Dracula cf exasperata</i>	Bm	
152			<i>Eloyella thienii</i>	Bm	
153			<i>Epidendrum sp nov Machay</i>	Bm	
154			<i>Epistephium lobulosum</i>	Bm	
155			<i>Epidendrum ariasii</i>	Bm	

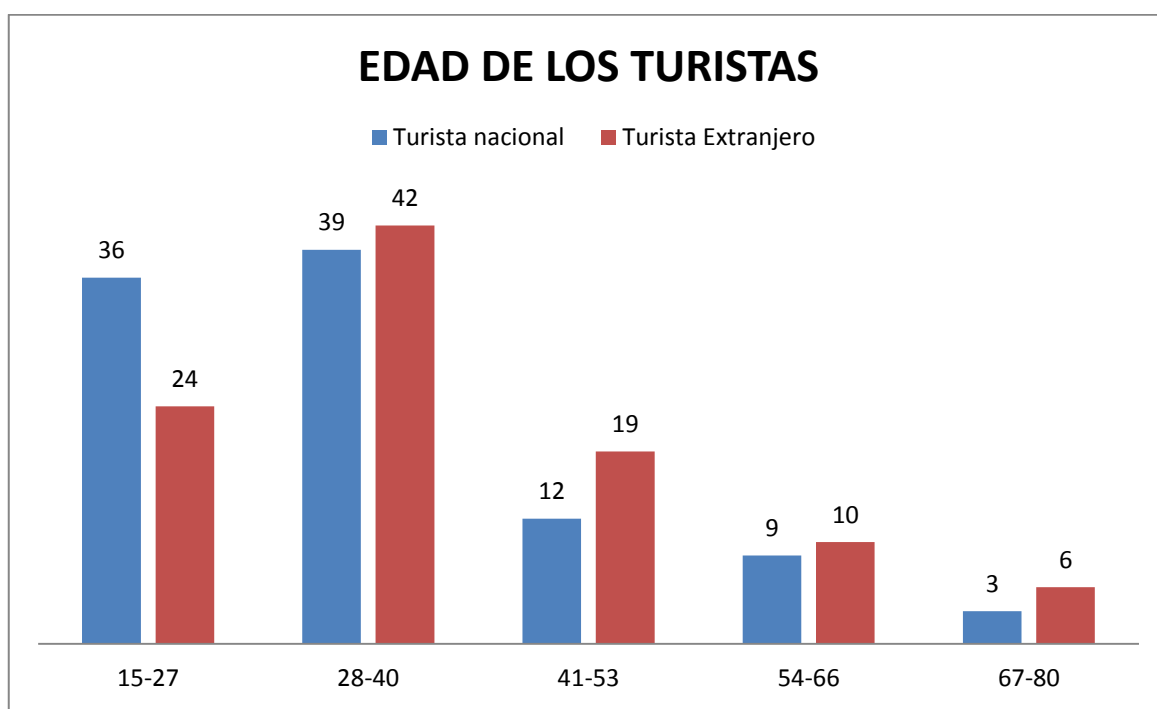
FLORA SILVESTRE DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA					
No.	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat	Forma de vida
156			<i>Epidendrum lawessonii</i>	Bm	
157			<i>Epidendrum tunguraguae</i>	Bm	
158			<i>Erythrodes llanganetensis</i>	Bm	
159			<i>Lepanthes abitaguae</i>	Bm	
160			<i>Lepanthes absens</i>	Bm	
161			<i>Lepanthes aprina</i>	Bm	
162			<i>Lepanthes ariasiana</i>	Bm	
163			<i>Lepanthes barbiger</i>	Bm	
164			<i>Lepanthes camptica</i>	Bm	
165			<i>Lepanthes elytrifera</i>	Bm	
166			<i>Lepanthes flaccida</i>	Bm	
167			<i>Lepanthes hydrae</i>	Bm	
168			<i>Lepanthes llanganatensis</i>	Bm	
169			<i>Lepanthes marshana</i>	Bm	
170			<i>Lepanthes mayordomensis</i>		
171			<i>Lepanthes mooreana</i>	Bm	
172			<i>Lepanthes pseudomucronata</i>	Bm	
173			<i>Lepanthes ruthiana</i>	Bm	
174			<i>Lepanthes viebrockiana</i>	Bm	
175			<i>Lepanthes spruceana</i>		
176			<i>Lepanthes sp nov LJ 2485c</i>		
177			<i>Lepanthes sp nov LJ 2492b</i>		
178			<i>Lepanthes sp nov LJ 2951</i>		
179			<i>Lepanthes sp nov LJ 3408</i>		
180			<i>Lepanthes sp nov LJ 3742</i>		
181			<i>Lepanthes staatsiana</i>	Bm	
182			<i>Lepanthes tungurahuae</i>	Bm	
183			<i>Lepanthes zunagensis</i>	Bm	
184			<i>Masdevallia sp nov LJ 2960</i>		
185			<i>Maxillaria merana</i>		
186			<i>Maxillaria meridensis</i>	Bm	H
187			<i>Myoxanthus ephelis</i>		
188			<i>Pleurothallis acromia</i>		
189			<i>Pleurothallis sp.</i>		
190			<i>Pleuthalis bucculenta</i>		
191			<i>Pleurothallis heteropetala</i>	Bm	
192			<i>Pleurothallis sp nov LJ 2964</i>	Bm	
193			<i>Pleurothallis</i> (<i>Stelis/Crocodelanthe</i>)	Bm	
194			<i>Ponthieva tunguraguae</i>	Bm	

FLORA SILVESTRE DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA					
No.	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat	Forma de vida
195			<i>Ponthieva sp nov LJ 3312</i>	Bm	
196			<i>Ponthieva tunguraguae</i>	Bm	
197			<i>Porroglossum condylosepalum</i>	Bm	
198			<i>Scaphosepalum jostii</i>		
199			<i>Scaphosepalum medinae</i>		
200			<i>Scelochilus topoanus</i>		
201			<i>Sievekingia hirtzii</i>		
202			<i>Stenia stenioides</i>		
203			<i>Sobralia rosea</i>	Bm	H
204			<i>Sobralia rosea</i>		
205			<i>Stelis preclara</i>	Bm	
206			<i>Teagueia alyssana</i>		
207			<i>Teagueia barbeliana</i>		
208			<i>Teagueia cymbisepala</i>		
209			<i>Teagueia jostii</i>		
210			<i>Teagueia puroana</i>		
211			<i>Teagueia sancheziae</i>		
212			<i>Teagueia Zeus</i>		
213			<i>Telipogon vulcanicum</i>		
214	Papaveraceae		<i>Bocconia integrifolia</i>		
215	Passifloraceae	Taxo de monte	<i>Passiflora cumbalensis</i>	Bm	T
216			<i>Peperomia angularis</i>	Bm	H
217			<i>Peperomia lehmannii</i>	Bm	A
218			<i>Piper crassinervium</i>	Bm	B
219	Piperaceae		<i>Piper candollei</i>		
220			<i>Piper coeloneurum</i>		A
221			<i>Piper macrocotrichum</i>	Bm	B
222			<i>Peperomia paradoxa</i>		H
223		Paja	<i>Calamagrostis macrophylla</i>	Pa	H
224			<i>Calamagrostis effusa</i>	Pa	
225	Poaceae		<i>Agrostis breviculmis</i>	Pa	
226			<i>Chusquea lehmannii</i>	Pa	H
227			<i>Festuca subulifolia</i>		
228			<i>Neurolepis aristata</i>	Pa	H
229			<i>Antrophyum lineatum</i>	Bm	E
230			<i>Blechnum divergens</i>	Bm	H
231	Pteridophyta		<i>Blechnum lehmannii</i>		E
232			<i>Blechnum occidentale</i>	Bm	A
233			<i>Cyathea caracasana</i>	Bm	A
234			<i>Diplazium venulosum</i>	Bm	H

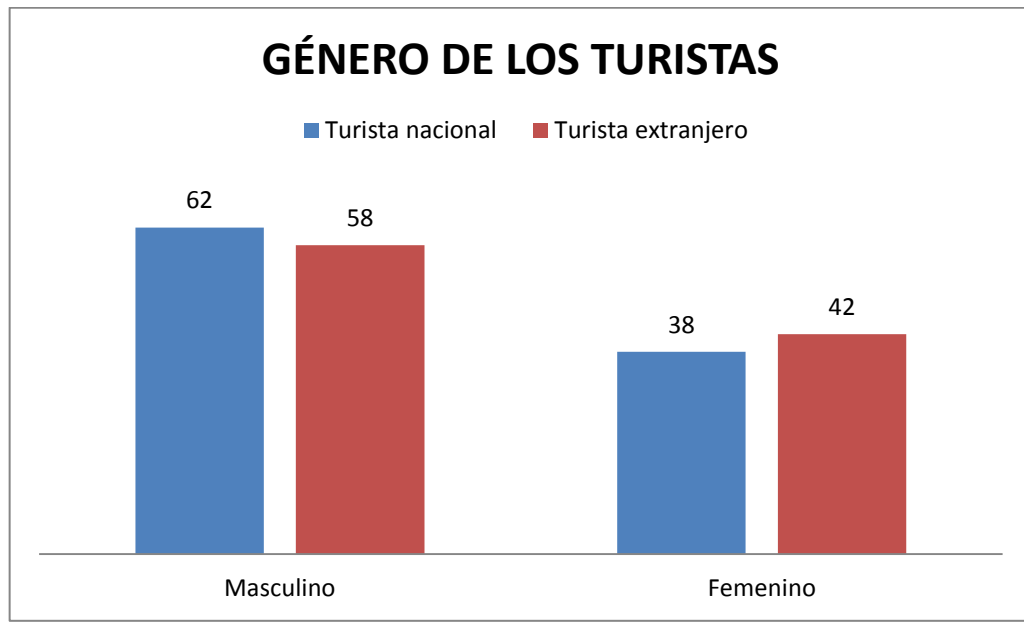
FLORA SILVESTRE DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA					
No.	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat	Forma de vida
235			<i>Nephrolepis pendula</i>	Bm	E
236			<i>Niphidium crassifolium</i>	Bm	E
237			<i>Polypodium dasypleuron</i>	Bs	E
238			<i>Pteris muricatopedata</i>	Bm	H
239			<i>Sphaeropteris quindiuensis</i>	Bs	A
240			<i>Jamesonia goudotii</i>	Pa	H
241			<i>Terpsichore heteromorpha</i>	Pa	H
242			<i>Trichomanes radicans</i>	Bm	E
243			<i>Thelypteris caucaensis</i>	Pa	H
244	Rosaceae		<i>Lachemilla llanganatensis</i>	Pa	H
245		Dondel	<i>Prunus debilis</i>	Bm	A
246	Rubiaceae		<i>Condaminea corymbosa</i>	Bm	B
247		Avio	<i>Faramea miconioides</i>	Bm	A
248			<i>Gonzalagunia mollis</i>	Bm	A
249		Ponce	<i>Guettarda crispiflora</i>	Bm	A
250			<i>Hoffmannia latifolia</i>	Bm	B
251			<i>Hoffmannia modesta</i>	Bm	H
252		atun cholo	<i>Macrocnemum roseum</i>	Bm	A
253			<i>Manettia stenocalyx</i>	Bm	A
254			<i>Palicourea amethystina</i>	Bm	B
255			<i>Palicourea obovata</i>	Bm	B
256			<i>Palicourea subalata</i>	Bm	A
257		<i>Psychotria ferreyrae</i>	Bm	B	
258	Sapindaceae		<i>Allophylus stenodictylus</i>	Bm	A
259	Sapotaceae		<i>Chrysophyllum venezuelanense</i>	Bm	A
260	Scrophulariaceae		<i>Calceolaria martinezii</i>	Bm	A
261			<i>Calceolaria tripartita</i>	Bs	H
262	Simaroubaceae	ovitos de monte	<i>Picramnia sellowii</i>	Bm	B
263	Solanaceae	naranjilla de monte	<i>Solanum aturense</i>	Bm	B
264			<i>Solanum burtonii</i>	Bm	B
265			<i>Solanum chrysasteroides</i>	Bm	
266			<i>Solanum nudum</i>	Bm	B
267	Staphyleaceae		<i>Turpinia occidentalis</i>	Bm	A
268	Tiliaceae	Balsa	<i>Helicarpus americanus</i>	Bs	A
269	Thelypteridaceae		<i>Thelypteris bonapartii</i>	Bm	E
270	Ulmaceae	Sapán	<i>Trema micrantha</i>	Bs	H
271	Urticaceae	Hortiguilla	<i>Boehmeria caudata</i>	Bm	A
272			<i>Pilea fallax</i>	Bm	E
273			<i>Pilea topensis</i>	Bm	H
274			<i>Pilea tungurahuae</i>	Bm	H

FLORA SILVESTRE DE LA IBA LLANGANATES DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA					
No.	Familia	N. Común	N. Científico	Hábitat	Forma de vida
275		Hortiga	<i>Urera baccifera</i>	Bm	B
276	Verbenaceae	Malva	<i>Citharexylum montanum</i>	Bm	A
277	Violaceae		<i>Viola stipularis</i>	Bm	H
278	Zingiberaceae		<i>Costus asplundii</i>	Bm	H
<p>OBSERVACIONES: Hábitat: remanente boscoso (Rb), pajonal (Pa), laguna (la), bosque maduro (Bm), bosque secundario (Bs), zona intervenida (Zi) y río (Ri).</p> <p>Forma de Vida: árbol (A); arbusto (B), trepadora (T), hierba (H), epífita (E).</p>					

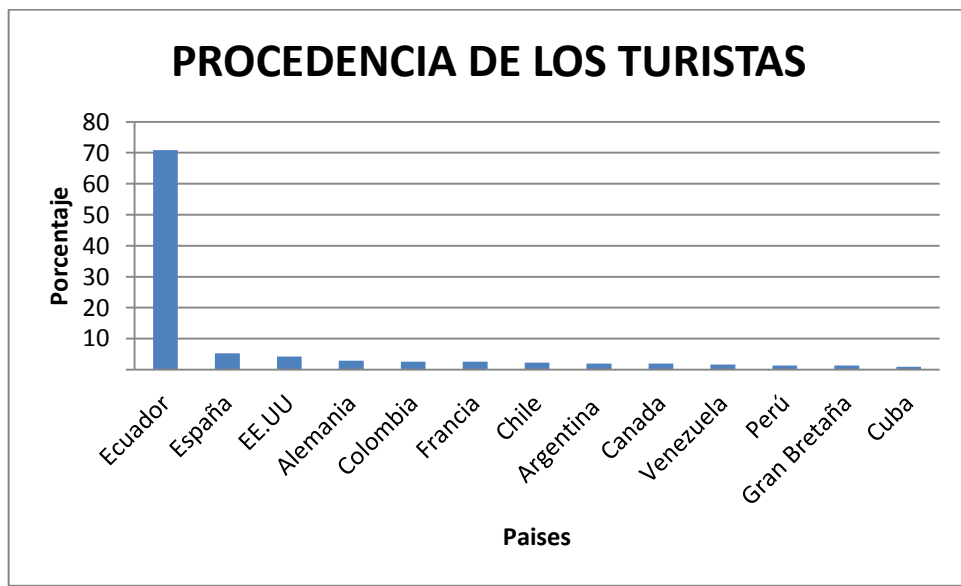
Fuente: Ecociencia - Aves y Conservación - Fundación Ecominga, 2006 – 2011.

ANEXO 7. Gráficos del análisis de la demanda

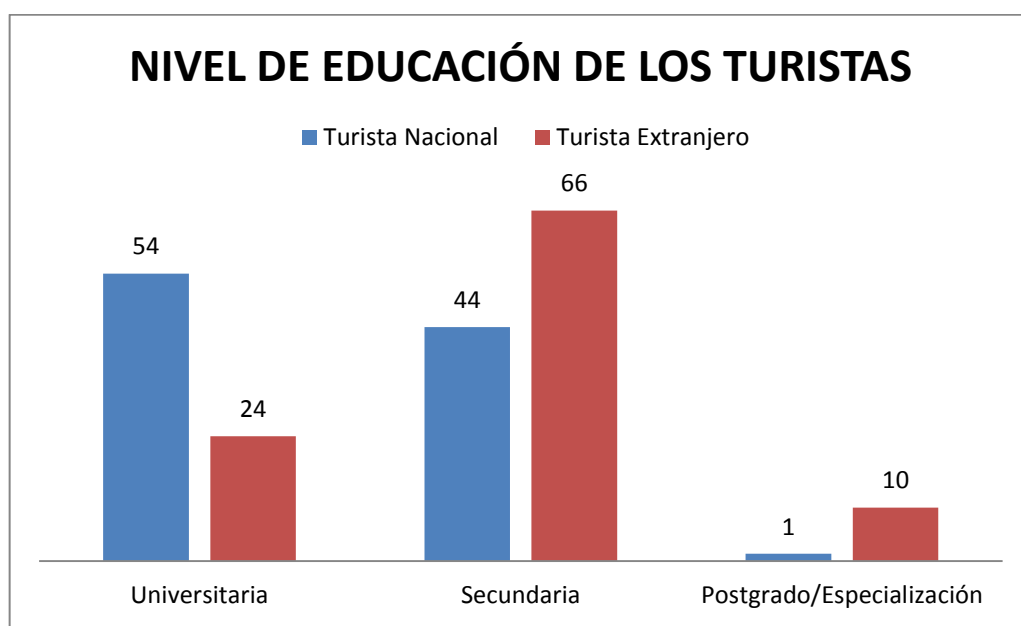
Fuente: Cuadro 10



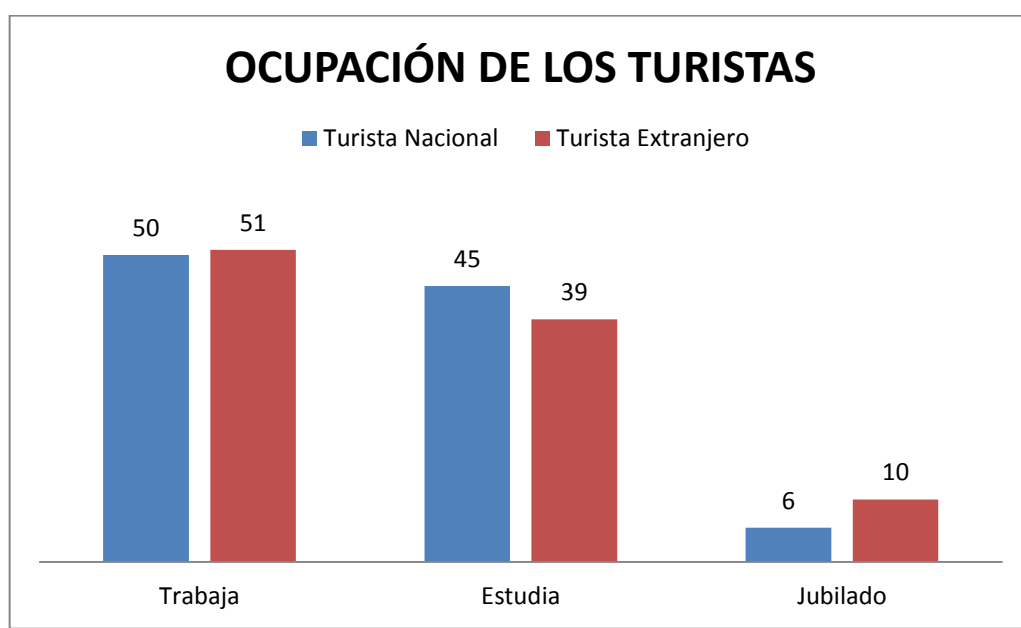
Fuente: Cuadro 11



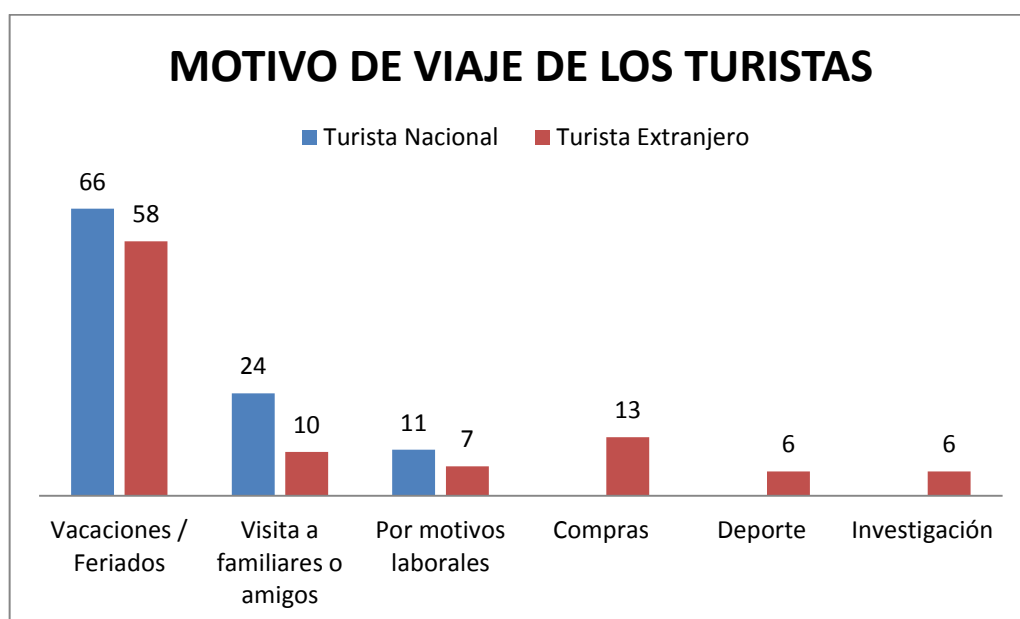
Fuente: Cuadro 12



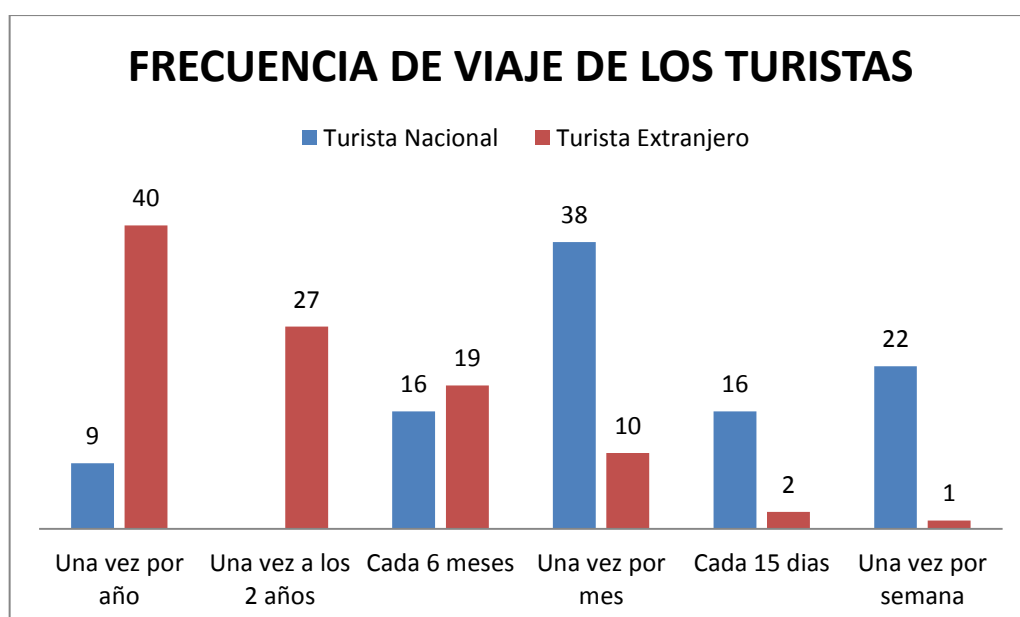
Fuente: Cuadro 13



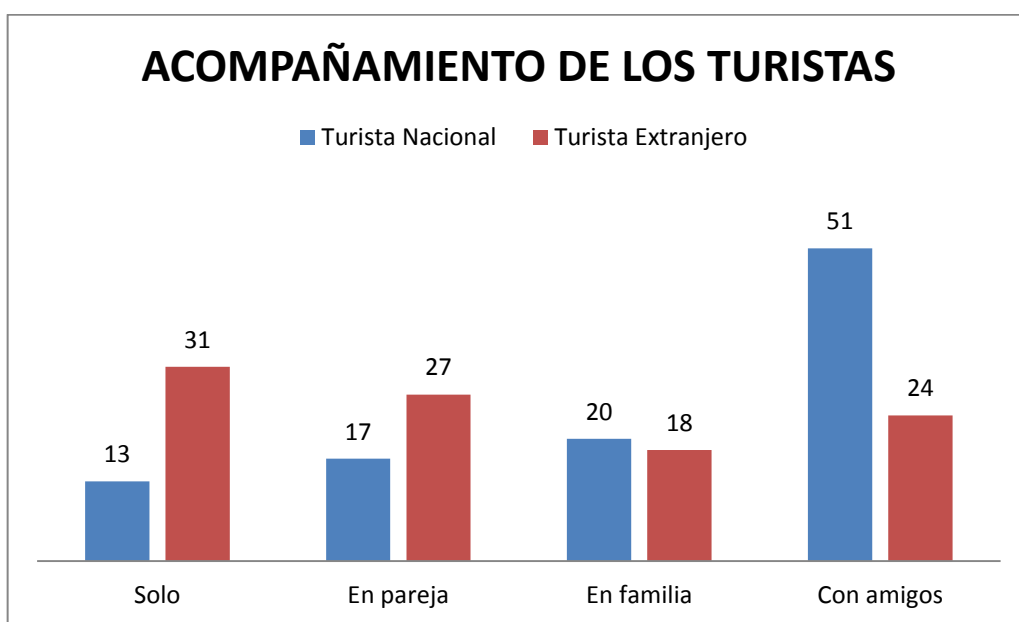
Fuente: Cuadro 14



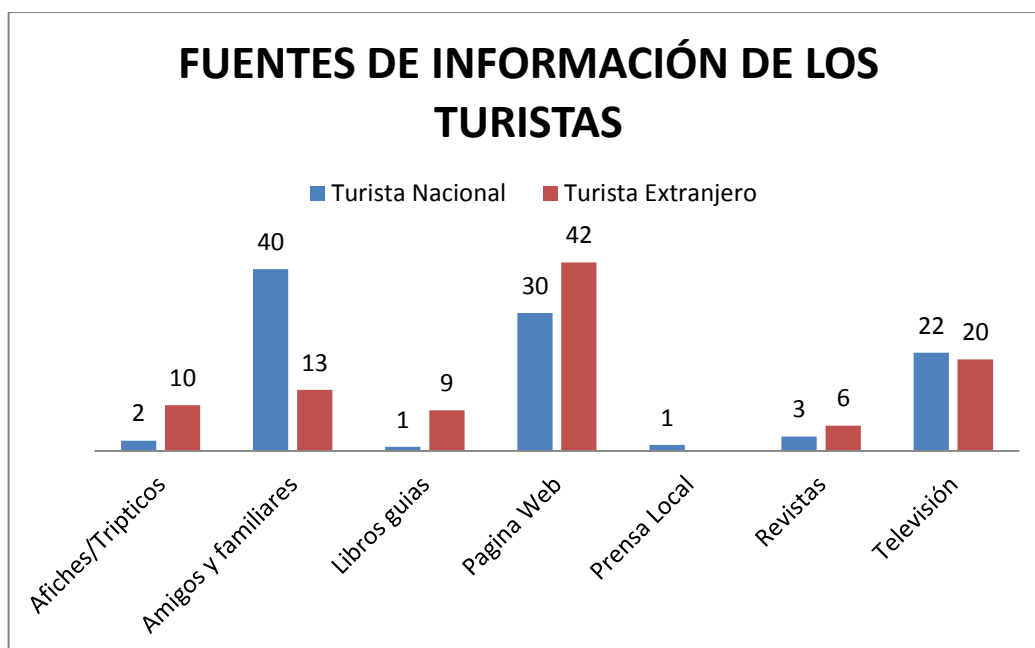
Fuente: Cuadro 15



Fuente: Cuadro 16



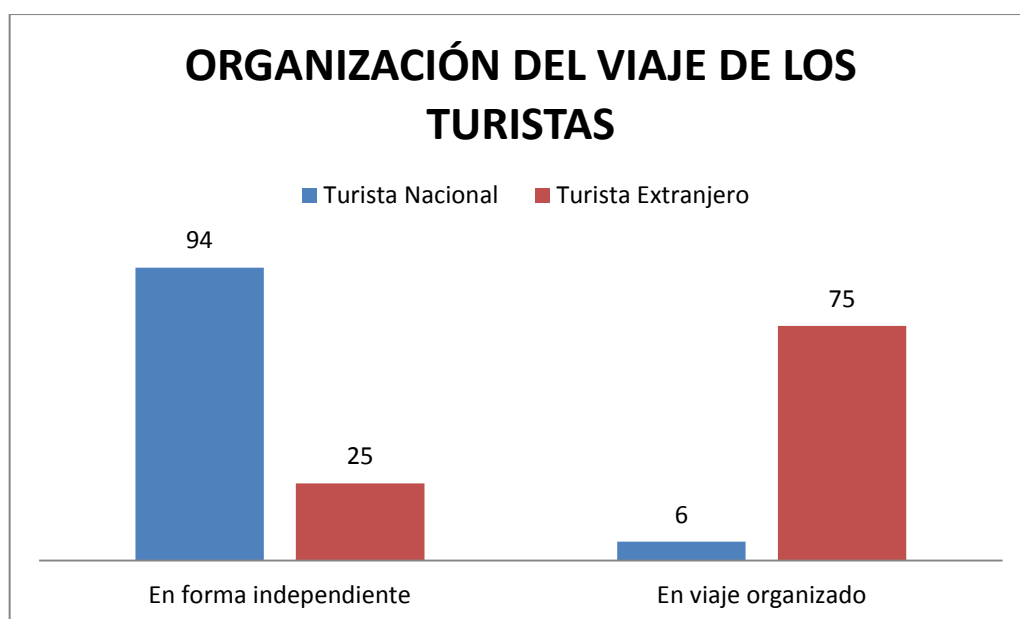
Fuente: Cuadro 17



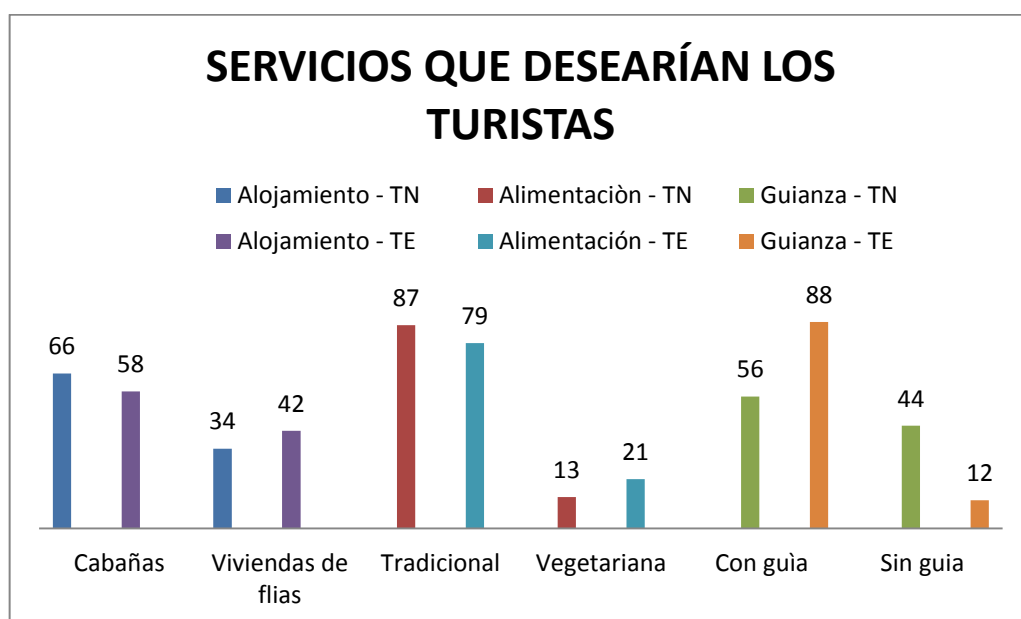
Fuente: Cuadro 18



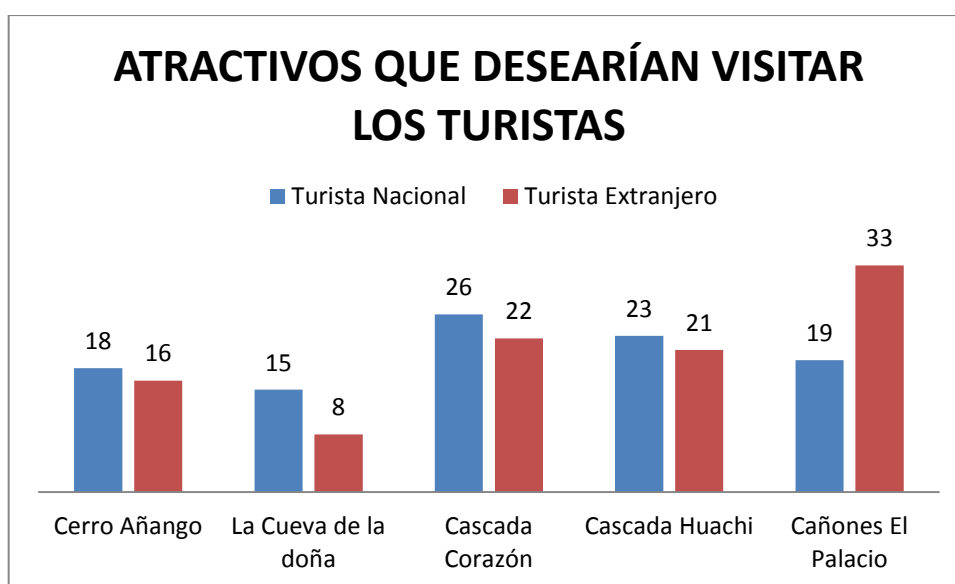
Fuente: Cuadro 19



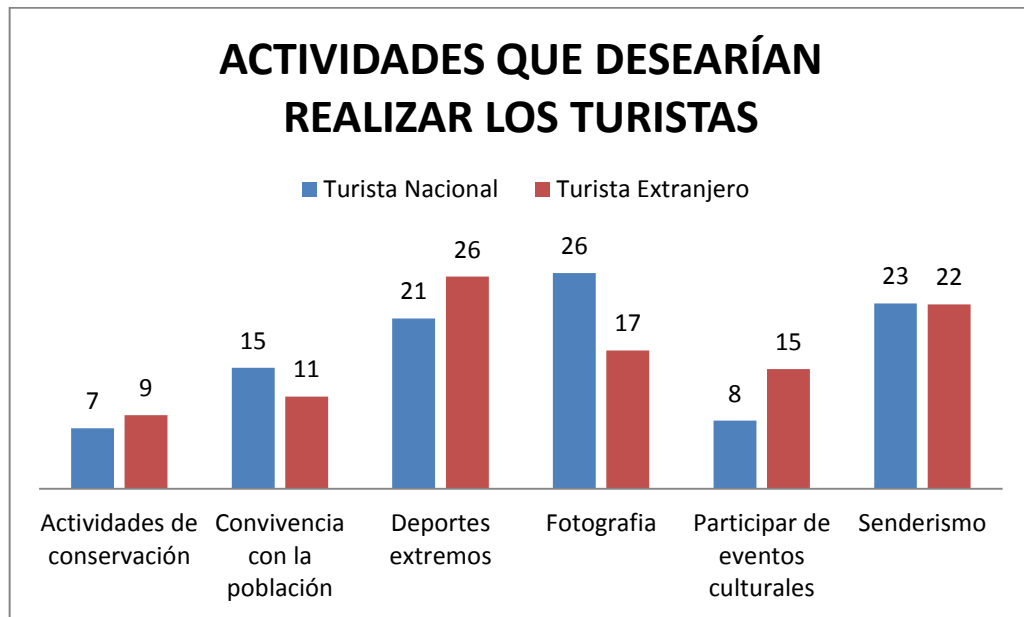
Fuente: Cuadro 20



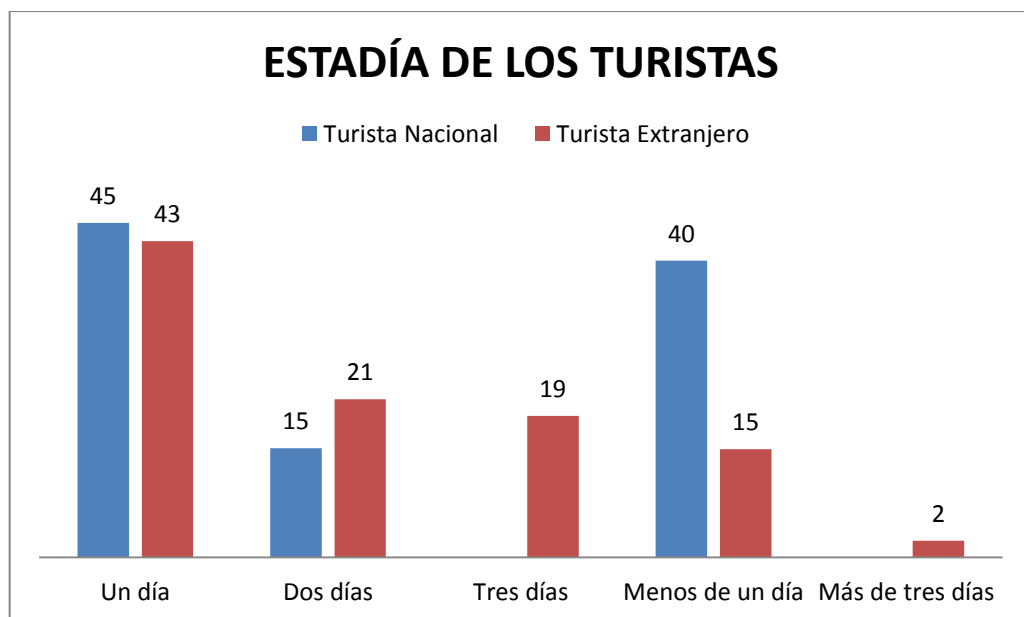
Fuente: Cuadro 21



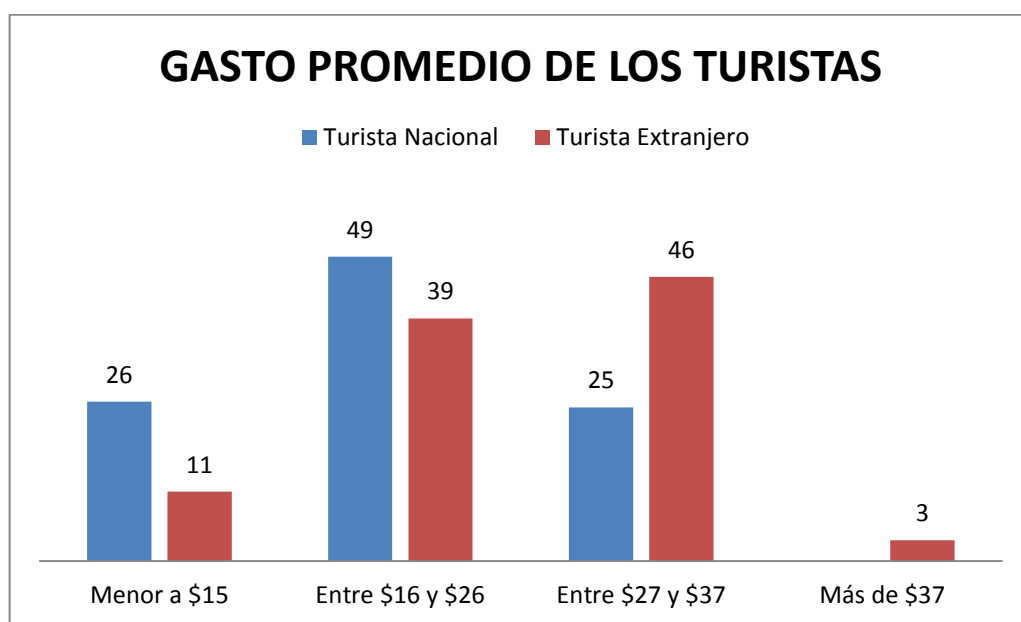
Fuente: Cuadro 22



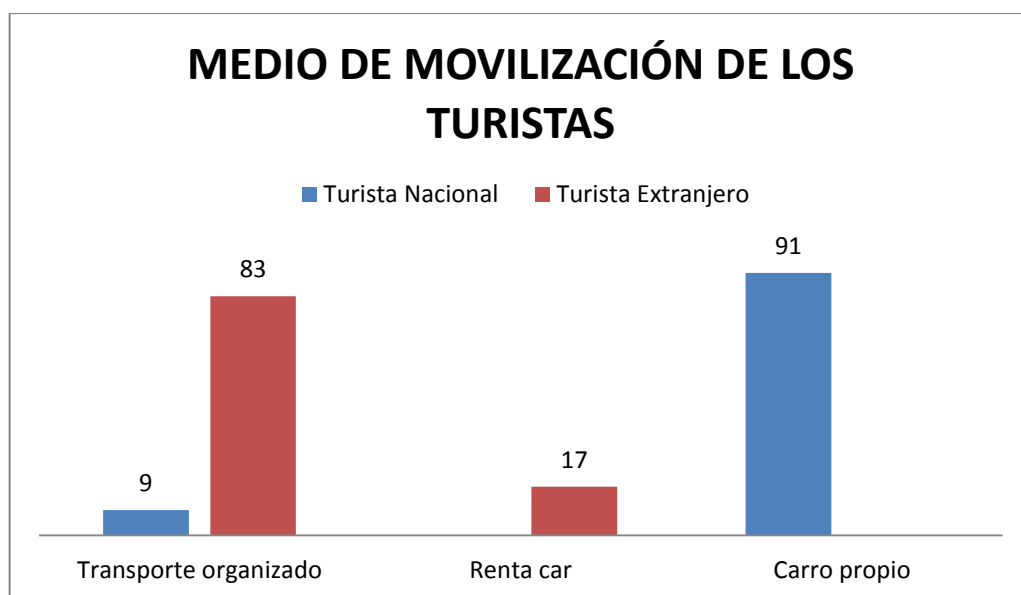
Fuente: Cuadro 23



Fuente: Cuadro 24



Fuente: Cuadro 25



Fuente: Cuadro 26

ANEXO 8. Catastro turístico del cantón Baños de Agua Santa

AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORAS DE TURISMO							
Nº	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	Personal	Teléfono
1	Sender Tour Cia. Ltda.	Alexandra Sánchez Huilca	La Matriz	16 De Diciembre y Oriente	Dual	3	91334334
2	Adrenalina Expediciones Cia Ltda.	Tatiana Carolina Lopez Guevara	La Matriz	Luis A. Martínez y Maldonado	Operadora	2	2741565
3	Adventure Equatorland Cia Ltda	Luis Alberto Iza Minagua	La Matriz	12 De Noviembre y Rocafuerte	Operadora	2	2740347
4	Adventure Equatorland Cia Ltda	Luis Alberto Iza Minagua	La Matriz	Luis A. Martínez y Eloy Alfaro	Operadora	2	2740347
5	Alexandertours S.A.	Fausto Guido Ubillus Borja	La Matriz	Oriente y Eloy Alfaro	Operadora	2	2741155
6	Alexandertours S.A.	Fausto Guido Ubillus Borja	La Matriz	Luis A. Martínez y 16 De Diciembre	Operadora	2	2741151
7	Aven Extrema. Marcelos	Eduardo Marcelo Estrella Díaz	La Matriz	12 De Noviembre y Montalvo	Operadora	2	2740355
8	Aventura Travel Her Antoni Cia Ltda	Juan Antonio Cuello Coca	La Matriz	Montalvo y Thomas Halfants	Operadora	3	2741618
9	Aventurades Expediciones Cia Ltda	Francisco Jaitia	La Matriz	Eloy Alfaro y Oriente	Operadora	3	2740629
10	Baños Xtreme Sports Cia Ltda.	Sanders Patricio Varela	La Matriz	Maldonado y Eugenio Espejo	Operadora	3	2740786
11	Carolines Tour Cia Ltda.	Nancy Marina Navas Salan	La Matriz	Luis A. Martínez y 12 De Noviembre	Operadora	2	2741510
12	Casahurco Travel Cia. Ltda.	Karla Elizabeth Barrionuevo Bermeo	La Matriz	Luis A. Martínez 001 y 12 De Noviembre	Operadora	2	2742707
13	Chebas Tour Cia Ltda.	Rafael Sebastián Vega Zúñiga	La Matriz	Luis A. Martínez y Thomas Halfants	Operadora	2	87546270
14	Aov Compañía Turística Nuñez Cia Ltda.	Carlos Fausto Nuñez Arias	La Matriz	Eugenio Espejo y Pastaza	Operadora	3	2743154
15	Compañía Turística Nuñez Cia Ltda.	Carlos Fausto Nuñez Arias	La Matriz	Eugenio Espejo y Pastaza	Operadora	3	2743154
16	Cordovaturis Cia Ltda	Luis Córdova Santamaría	La Matriz	Maldonado y Espejo	Operadora	3	2740923
17	Deep forest Aventura Cia Ltda	Eloy Ernesto Torres Vega	La Matriz	Rocafuerte y Thomas Halfants	Operadora	3	2741815
18	Dorado Aventuras Y Expediciones Cia Lta.	Marcos Alfredo Aviles Suarez	La Matriz	12 De Noviembre y Montalvo	Operadora	2	2740949
19	Doguitours Cia Ltda	Rosa Magdalena Borja Bermeo	La Matriz	Luis A. Martínez y 12 De Noviembre	Operadora	2	2740747
20	Deporturs Cia Ltda	Washington Díaz García	La Matriz	Maldonado 521 y Rocafuerte	Operadora	2	2740539
21	Distractours Cia Ltda	Javier Calva Gómez	La Matriz	Ambato y Tomas Halfants	Operadora	3	2741273
22	Horacio Stalin Espin Gonzalez	Horacio Estalin Espín Moreno	La Matriz	Ambato y Thomas Halfants	Operadora	3	2742530
23	Horacio Stalin Espin Gonzalez	Horacio Estalin Espín Moreno	La Matriz	Rocafuerte y 16 De Diciembre	Operadora	3	2742530

AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORAS DE TURISMO							
Nº	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	Personal	Teléfono
24	Aov estancias Tours Sucursal #1	Horacio Salin Espín González	La Matriz	Ambato y Thomas Halfants	Operadora	3	2743008
25	Exodo Almendaris Cia Ltda	Manuel Almendariz García	La Matriz	Ambato y P. Vicente Maldonado	Operadora	3	2740978
26	Exodo Almendaris Cia Ltda	Manuel Ventura Almendariz García	La Matriz	Espejo y Maldonado	Operadora	2	2740978
27	Expediciones Amazonicas Cia Ltda	Jorge Dostoyeski Varela Alarcón	La Matriz	Oriente y Thomas Halfants	Operadora	3	2740506
28	Expediciones Amazonicas Cia Ltda	Jorge Dostoyeski Varela Alarcón	La Matriz	P. V. Maldonado y Rocafuerte	Operadora	3	2741001
29	Expediciones Amazonicas Cia Ltda	Jorge Dostoyeski Varela Alarcón	La Matriz	Ambato Yy Eloy Alfaro	Operadora	3	2741627
30	Expediciones Jarrin Cia Ltda	Julio Jarrin Nube	La Matriz	Pedro Vicente Maldonado y Oriente	Operadora	2	2740867
31	Explorersacha Cia Ltda	Washington Alfredo Andrade Arteaga	La Matriz	Eloy Alfaro y Ambato	Operadora	3	2740937
32	Exporjungle S.A.	Julio Cesar Carrera Chávez	La Matriz	16 De Diciembre y Montalvo	Operadora	2	2740016
33	Exporjungle S.A.	Cesar Polo Carrera Ruiz	La Matriz	12 De Noviembre Y Luis A. Martínez	Operadora	2	2740605
34	Explorsirrea Expediciones Cia Ltda	Guido Fabián Sánchez Caicedo	La Matriz	Oriente 1171 y Thomas Halfants	Operadora	3	2740202
35	Explorsirrea Expediciones Cia Ltda	Guido Fabián Sánchez Caicedo	La Matriz	Luis A. Martínez y 16 De Diciembre	Operadora	2	098736095
36	Geo Tours	Byron Geovanny Romo Sánchez	La Matriz	Ambato y Thomas Halfants	Operadora	3	2741344
37	Ivगतours	Mario Adolfo Sánchez Bravo	La Matriz	16 De Diciembre y Eloy Alfaro	Operadora	3	2741086
38	Ivगतours Sucursal Nº 1	Mario Adolfo Sánchez Bravo	La Matriz	16 De Diciembre y Luis A. Martínez	Operadora	2	89001163
39	Jose & Dos Perros	Roberto Isac Ortiz Jara	La Matriz	V. Maldonado y Luis A. Martínez.	Operadora	3	2740746
40	Kanu Travel	Patricio Eduardo Paredes Reyes	La Matriz	Luis A. Martínez y Thomas Halfants	Operadora	2	2742355
41	Llanganates Expediciones	Older Homero Sánchez Brabo	La Matriz	Rocafuerte y 16 De Diciembre	Operadora	3	2741076
42	Llanganates Expediciones Sucursal 1	Older Homero Sánchez Brabo	La Matriz	Rocafuerte y 16 De Diciembre	Operadora	2	2740731
43	Marberk Tour	José Rivera López	La Matriz	Ambato y 16 De Diciembre	Operadora	2	2741695
44	Mayo Travel	Fausto Mayorga Morales	La Matriz	Pedro Vicente Maldonado y Oriente	Operadora	2	2740803
45	Motosport Adventure	María Rene Barrionuevo Acosta	La Matriz	16 De Diciembre y Luis A. Martínez	Operadora	0	2742059
46	Mundo Nativo	Javier Farez Baldeon	La Matriz	Pedro Vicente Maldonado y Espejo	Operadora	2	2741078
47	Mega Expeditions& Volcano Adventures	Victor Hugo Cortez Razo	La Matriz	16 De Diciembre y Luis A. Martínez	Operadora	2	84595005

AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORAS DE TURISMO							
Nº	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	Personal	Teléfono
48	Megaventuras Tour Operadora	Marco Augusto Villafuerte Bonilla	La Matriz	Luis A. Martínez y 16 De Diciembre	Operadora	4	2742285
49	Nacosintour	Ramiro Ricardo Núñez Montalvo	La Matriz	12 De Noviembre y Luis A. Martínez	Operadora	2	93006055
50	Pailon Travel	Edgar Guillermo Sánchez Bravo	La Matriz	12 De Noviembre y Montalvo	Operadora		2740949
51	Pailon Travel Sucursal 2	Edgar Guillermo Sánchez Bravo	La Matriz	16 De Diciembre y Luis A. Martínez	Operadora	2	2451428
52	Perez Tour Expeditions Tour	Luis Carlos Pérez Pérez	La Matriz	Montalvo 2546 y 12 De Noviembre	Operadora	3	2740355
53	Puertas Del Cielo Travel Extrema Aventura	Jeaneth Piñuela Tapia	Ulba	Rio Blanco	Operadora	3	
54	Rehoboot Expediciones Travel Agency	Fausto Eduardo Menta Flores	La Matriz	16 De Diciembre y Rocafuerte	Operadora	2	2742540
55	Rain Forestur	Santiago Herrera Montufar	La Matriz	Ambato Y Maldonado	Operadora	3	2740743
56	Rain Forestur Surc.1	Santiago Herrera Montufar	La Matriz	Pedro V. Maldonado y Ambato	Operadora	1	2740959
57	Rainbow Expeditions	German Juanga Shacay	La Matriz	Eloy Alfaro y 16 De Diciembre	Operadora	3	98457786
58	Rio Loco Fun Action	Esther Romo Sánchez	La Matriz	Maldonado y Luis A. Martínez	Operadora	3	2740929
59	Roca Misteriosa	Gonzalo Fabián Arias López	La Matriz	Luis A. Martínez y Eloy Alfaro	Operadora	4	
60	Rutas Doradas Expediciones	Luis Alberto Chávez Vega	La Matriz	Rocafuerte y 16 De Diciembre	Operadora	2	2742531
61	Sachayacu Explorer Sucursal 1	Ángel Antonio Amores Ruiz	La Matriz	Eloy Alfaro y Luis A. Martínez	Operadora	2	95982871
62	Sebastian Moya Expediciones Cia. Ltda.	Sebastián Moya Calle	La Matriz	Luis A. Martínez y E. Alfaro	Operadora	3	
63	Selva Y Hoteles Juri Juri	Leonardo Cisneros Gualinga	La Matriz	Luis A. Martínez 728 y Maldonado	Operadora	2	97346487
64	Selvanieve Expediciones	Fabián Pineda Gallo	La Matriz	12 De Noviembre y Montalvo	Operadora	3	2740335
65	Serv.Turis Carrillo Hermanos	Miguel Vicente Carrillo	La Matriz	16 De Diciembre y Luis A. Martínez	Operadora	2	2827014
66	Serv.Turis Comerc.Industrial	Héctor Paul Acurio Soria	La Matriz	Luis A. Martínez 2003	Operadora	3	2740061
67	Sierra Selva Aventura	Jorge Washington Luna Izurieta	La Matriz	Ambato y 16 De Diciembre	Operadora	3	2742841
68	Teanadventures	Chistia Percy Varela Alarcón	La Matriz	Oriente y Thomas Halfants	Operadora	3	2742195
69	Teanadventures Sucursal Nº 1	Chistia Percy Varela Alarcon	La Matriz	Espejo y Maldonado	Operadora	2	9891178
70	Torres Silva	Iván Andrés Torres Silva	La Matriz	Oscar Efrén Reyes y Eugenio Espejo	Operadora	2	2741068
71	Tungurahua Explorer	Rosa Maria Silva Luna	La Matriz	Oscar Efrén Reyes y Ambato	Operadora	2	2741024
72	Turisamazonas	Raúl Lluglla Vargas	La Matriz	Oriente y Maldonado	Operadora	3	2740491
73	Topsport Adventure	Luis Moises Cárdenas	La Matriz	Rocafuerte y 16 De Diciembre	Operadora	2	2741001

AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORAS DE TURISMO							
Nº	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	Personal	Teléfono
74	Ultramotos Expeditions Travel Agency	Ana Jaqueline Álvarez Guevara	La Matriz	16 De Diciembre y Luis A. Martínez	Operadora	2	2742995
75	Vasco Tours	Flor De María Vasco Contreras	La Matriz	Eloy Alfaro y Martínez	Operadora	3	2741017
76	Vida Natural Expediciones	Martha E. Sánchez Hidalgo	La Matriz	Oriente 11-71 y Tomas Halflants	Operadora	2	2740247
77	White River Explorer	Arcecio Joselito Argotti Fiallos	La Matriz	Calle Principal De Juive	Operadora	3	2741248
78	Wonderfull Ecuador	Ángel Merino Granizo	La Matriz	Oriente y Pedro V. Maldonado	Operadora	3	2740637
79	Wonderfull Ecuador Sucursal 1	Ángel Merino Granizo	La Matriz	16 De Diciembre y Luis A. Martínez	Operadora	3	2740637
80	Extreme Experience Expeditions	Marco Vinicio Toapanta Bonilla	Río Verde	Vía al Puyo Sector Cadenillas	Operadora	2	85993465
	TOTAL					196	

ALOJAMIENTO										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	HB	PL	PE	Teléfono	Categoría
1	Volcano	Hernán Gonzalo Sánchez Valdiviezo	La Matriz	R. Vieira y Juan Montalvo	Hostal	14	28	4	2742140	Primera
2	Alisamay Inn	Lupe Virginia Freire Escobar	La Matriz	16 De Diciembre y Julio Cañar	Hostal	25	50	6	2741141	Segunda
3	Casa Real	Guillermo Montenegro	La Matriz	Montalvo y Santa Clara	Hostal	13	34	4	2740215	Segunda
4	Charvic	Miguel Vicente Carrillo Narváez	La Matriz	Oriente y Maldonado	Hostal	23	55	3	2740298	Segunda
5	Donde Marcelo Me Too	Néstor Marcelo Córdova Santamaría	La Matriz	Ambato Pasaje Napoleón Herrera	Hostal	22	46	4	242846	Segunda
6	Dinastia	Irma Yolanda Lara Valle	La Matriz	Oriente 11-49 y Eloy Alfaro	Hostal	15	37	3	2740933	Segunda
7	Isla De Baños	Christian Alberts Heidrich	La Matriz	Thomas Alflants y Montalvo	Hostal	18	36	3	2740609	Segunda
8	Le Petit Auberge	Victor Alberto Ortiz Saieg	La Matriz	16 De Diciembre y Montalvo	Hostal	16	32	3	2740936	Segunda
9	Los Nevados	Fausto Hernán Sánchez Bastidas	La Matriz	Ambato y 12 De Noviembre	Hostal	18	44	3	2740673	Segunda
10	Rocas Las	María Elena Silva Caicedo	La Matriz	D. Efrén Reyes y E. Espejo	Hostal	15	28	3	2740486	Segunda
11	Los Alpes	Zoila Noemí Sánchez Becerra	La Matriz	Ambato 541 y 16 De Diciembre	Hostal	15	27	3	2740906	Tercera
12	Anais	Ana Judith Silva Caicedo	La Matriz	D. Reyes y E. Espejo	Hostal	11	22	2	2740149	Tercera
13	Los Andes	Andrea Cristina Rodríguez Balseca	La Matriz	Oriente y Eloy Alfaro	Hostal	17	34	3	2740838	Tercera
14	Bajo El Volcán	Carmen Fernanda Robayo Verdesoto	La Matriz	Eloy Alfaro y Montalvo	Hostal	13	26	2	2740380	Tercera
15	Balcón Del Tungurahua	Carla Janara Silva Mayorga	La Matriz	Av. Amazonas y Pedro Vargas	Hostal	22	46	4	242843	Tercera

ALOJAMIENTO										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	HB	PL	PE	Teléfono	Categoría
16	Casa Vieja De Deeseldont	Wylly José Finke Castro	La Matriz	Ambato y Thomas Halflants	Hostal	13	44	6	2740430	Tercera
17	Castillo	Olga Sánchez Merino	La Matriz	Martínez 255	Hostal	16	34	3	2740285	Tercera
18	Cordillera De Los Andes	Manuel Yáñez Magarisca	La Matriz	Martínez y 16 De Diciembre	Hostal	12	25	2	2740477	Tercera
19	Don Diego	Ángel Antonio Salazar Brito	La Matriz	Av. Amazonas y Thomas Alflants	Hostal	13	26	2	2740558	Tercera
20	Elvita	Norma Marlene Mena Guevara	La Matriz	D. Efrén Reyes y Eugenio Espejo	Hostal	15	30	2	2741089	Tercera
21	Erupcion	Gloria Emperatriz Rojas Casco	La Matriz	Ambato y Thomas Halflants	Hostal	13	26	3	2741194	Tercera
22	Heidi	Juan Carlos Fiallos Gamboa	La Matriz	Hermano Enrique Midedros	Hostal	13	26	3	2742078	Tercera
23	Jardin Del Sol	Juan Francisco Ríos Salazar	La Matriz	Oriente y Eloy Alfaro	Hostal	13	26	3	2743013	Tercera
24	Juliands	Diego Vicente Soria Rodriguez	La Matriz	Ambato y Hermano Enrique Mideros	Hostal	12	25	2	2741652	Tercera
25	Lucy	María Eudocia Yépez Albán	La Matriz	Rocafuerte 240 y 16 De Diciembre	Hostal	25	55	2	2740466	Tercera
26	Maria José	Luis Antonio Freire Manzano	La Matriz	Maldonado y Oriente	Hostal	13	26	2	2743050	Tercera
27	Moni	Jeaneth Del Rosario Calderón Bonilla	La Matriz	16 De Diciembre y Montalvo	Hostal	13	26	3	2741559	Tercera
28	Nuevo Baños	Alexandra Irene Cantuña Cepeda	La Matriz	Calles De La Escuela De Policía y Amazonas	Hostal	13	30	2	86179021	Tercera
29	El Oro	María Magdalena Mendoza Govea	La Matriz	Ambato y J.L. Mera	Hostal	12	35	2	2740736	Tercera
30	Puertas del Sol	Leticia Amparito Velasco Bastidas	La Matriz	Ambato y Los Arrayanes	Hostal	13	26	4	2742265	Tercera
31	Plantas y Blanco	Roberto Alexander Perez Claudio	La Matriz	Martínez y 12 De Noviembre	Hostal	25	59	2	2740011	Tercera
32	Real #1	Fanny Jeaneth Mejía Reinoso	La Matriz	12 De Noviembre y Oriente	Hostal	13	26	3	2743097	Tercera
33	Rincón Alemán	Lilia Marlene Silva Pozo	La Matriz	Los Motilones y Achupallas	Hostal	16	32	2	2743193	Tercera
34	Rosy	Rosa Cecilia Guerrero Piñuela	La Matriz	Juan L. Mera y Juan Montalvo	Hostal	13	26	2	2740713	Tercera
35	San Martin	Nely Lastenia Reyes Domínguez	La Matriz	San Martin Vía A Lligua	Hostal	12	42	2	94258972	Tercera
36	Soleil	Maria Yolanda Izurieta Villavicencio	La Matriz	Oscar Efrén Reyes y Eugenio Espejo	Hostal	15	30	2	2740588	Tercera
37	Santa Fe	Julio Ernesto Jácome	La Matriz	Ambato 572	Hostal	16	19	2	2740208	Tercera
38	Villa Gertrudis	Marcia Susana Bermeo Velastegui	La Matriz	Montalvo 2075 y Eloy Alfaro	Hostal	18	39	2	2740441	Tercera
39	Alborada	Sixto Guevara Villalba	La Matriz	16 De Diciembre y Ambato	Hosta Residencia	25	44	3	2740614	Segunda
40	Santa Cruz	Marcos Udgardo Sánchez Núñez	La Matriz	16 De Diciembre y Montalvo	Hosta Residencia	16	32	3	2740648	Segunda
41	Abalorio	Lilia Marlene Silva Pozo	La Matriz	Los Motilones (Los Pinos)	Hosta Residencia	15	30	3	99454667	Tercera
42	Acapulco	Paul Stanley Villalva Naranjo	La Matriz	Rocafuerte y 16 De Diciembre	Hosta Residencia	13	26	2	2741637	Tercera

ALOJAMIENTO										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	HB	PL	PE	Teléfono	Categoría
43	Alcazar	Alberto Sarabia Cepeda	La Matriz	Oscar Efrén Reyes 563 y Oriente	Hosta Residencia	13	26	2	2741066	Tercera
44	Alexandra	María Guevara Vargas	La Matriz	12 De Noviembre Entre Oriente Y Ambato	Hosta Residencia	15	31	3	2740824	Tercera
45	Altare Los	Pablo Fabricio Guevara Balseca	La Matriz	Ambato 6-28 Y Tomas Alfants	Hosta Residencia	13	26	2	2740501	Tercera
46	Ambateñito	Washington Marino Mendoza Venegas	La Matriz	Ambato y Los Pinos	Hosta Residencia	13	26	1	2741692	Tercera
47	Los Andes	Silvia Lucia Balseca Velastegui	La Matriz	Oriente y Eloy Alfaro	Hosta Residencia	18	36	2	2740110	Tercera
48	Angely	Olga Enriqueta Sánchez Jara	La Matriz	Eloy Alfaro 553 y Oriente	Hosta Residencia	28	52	3	2740484	Tercera
49	Amazonia Y Sol	Carlos Alberto Espinoza Luna	La Matriz	12 De Noviembre y Oriente	Hosta Residencia	13	26	3	2740538	Tercera
50	Anita	Hernán Primitivo Delgado Delgado	La Matriz	Rocafuerte 2507 y 16 De Diciembre	Hosta Residencia	30	58	3	2740319	Tercera
51	Baños	Arcesio Danilo Delgado Delgado	La Matriz	Ambato 586 y Eloy Alfaro	Hosta Residencia	28	56	2	2740284	Tercera
52	Backpacker`S Los Pinos	Freidin Hector Romo Sanchez	La Matriz	Ricardo Zurita (Los Pinos)	Hosta Residencia	12	36	2	2741825	Tercera
53	Buena Vista	Paul Luis Viera Armendariz	La Matriz	Luis A. Martínez y Pastaza	Hosta Residencia	13	26	2	2740263	Tercera
54	Carruaje Blanco	Juan Carlos Castro Echeverría	La Matriz	Luis A. Martínez y 16 De Diciembre	Hosta Residencia	8	18	2	2740915	Tercera
55	Carruaje Blanco Nº1	Juan Carlos Castro Echeverría	La Matriz	Thomas Alfianst y Rocafuerte	Hosta Residencia	12	27	2	2740911	Tercera
56	La Casa De Adaluz	Silvia Margarita Vásconez Rodríguez	La Matriz	Luis A. Martínez "Tanques De Agua"	Hosta Residencia	13	26	2	2740047	Tercera
57	La Casa Del Abuelo	Juan Fernando Darquea Barona	La Matriz	Av Montalvo y Rafael Vieira	Hosta Residencia	13	26	3	2742999	Tercera
58	La Casa Verde Eco Hostel	Estall Rebecca Jane	Ulba	Camino Real (Santa Ana)	Hosta Residencia	13	26	2	86594189	Tercera
59	Casa Matilde	Rosa Matilde Colina Delgado	La Matriz	Eloy Alfaro 424 y Ambato	Hosta Residencia	17	26	3	2740495	Tercera
60	Casa Vieja De Dusseldon	Willy José Finke Castro	La Matriz	Ambato y Thomas Alfants	Hosta Residencia	13	26	3	2740558	Tercera
61	El Colibrí	Martha Luzmila Guevara Recalde	La Matriz	Thomas Alfants y Luis A. Martinez	Hosta Residencia	13	26	2	2742043	Tercera
62	Cordillera	José Garcés Torres	La Matriz	Ambato 559 y Eloy Alfaro	Hosta Residencia	13	26	3	2740536	Tercera
63	La Chiminea	Carlos Mesías Palate Sánchez	La Matriz	Luis A. Martínez y Rafael Vieira	Hosta Residencia	13	26	3	2742725	Tercera
64	Casa Vieja De Dusseldont	Willy José Finke Castro	La Matriz	Ambato y Tomas Alfants	Hosta Residencia	0	0	3	2740430	Tercera
65	D'anthony	Edith Teresa Caicedo Cisneros	La Matriz	Oriente 1154 Y Eloy Alfaro	Hosta Residencia	13	26	2	2741155	Tercera
66	Delicia 1	Carlos Gonzalo Soria Núñez	La Matriz	Ambato 726	Hosta Residencia	14	28	2		Tercera
67	Delicia 2	Carlos Gonzalo Soria Núñez	La Matriz	Maldonado Y Rocafuerte	Hosta Residencia	16	32	2		Tercera
68	El Edén	Elva Francisca Santamaría Vaca	La Matriz	12 De Noviembre Y Montalvo	Hosta Residencia	16	35	2	2740616	Tercera
69	Flora Y Fauna	Joana Edith Jarrin Nuñez	La Matriz	Las Acacisa Y Las Orquideas	Hosta Residencia	13	26	2	2740040	Tercera

ALOJAMIENTO										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	HB	PL	PE	Teléfono	Categoría
70	La Floresta	María Del Carmen Freire Yépez	La Matriz	Montalvo Y Thomas Alfllants	Hosta Residencia	12	35	2	2740457	Tercera
71	Gala Inn	Carlos Humberto Galarza Infante	La Matriz	16 De Diciembre Y Juan Montalvo	Hosta Residencia	13	26	2	2742870	Tercera
72	Grace	Julio Jaime Ayala Aro	La Matriz	Vicente Rocafuerte Y Maldonado	Hosta Residencia	16	32	2	2742516	Tercera
73	Gran Napoleón	Gloria Inés Herrera Proaño	La Matriz	Ambato 556 Y Eloy Alfaro	Hosta Residencia	13	26	3	2740373	Tercera
74	Grand Rio	Victor Manuel Osejo Vallejo	La Matriz	Thomas Alfllants Y Rocafuerte	Hosta Residencia	13	26	2	2740596	Tercera
75	Guadalupe	Manuel Mesías Díaz Acosta	La Matriz	Ambato 522 Y 16 De Diciembre	Hosta Residencia	24	51	3	2740422	Tercera
76	Las Granadillas	Alfonso Eliecer Morales	La Matriz	Comunidad Illuchi (Junto A La Casa Parroquial)	Hosta Residencia	13	26	2		Tercera
77	La Herradura	Fausto Leonardo Jijón Vaquero	La Matriz	16 De Diciembre y L.A. Martínez	Hosta Residencia	13	26	3	2740913	Tercera
78	Host.Res. Santa María	Jeaneth Del Rosario Calderón Bonilla	La Matriz	Thomas Alfllants 424 y Rocafuerte	Hosta Residencia	13	26	2	2740911	Tercera
79	Huila Cuna Casa De Arte	Luis Gonzalo Guevara Alvarado	La Matriz	12 Noviembre y Juan Montalvo	Hosta Residencia	15	45	2	2740909	Tercera
80	Humbolth	Hernán Willian´ S Núñez Reyes	La Matriz	Ambato y Thomas Alfllants	Hosta Residencia	15	30	2		Tercera
81	Israel	Jorge Olivo Guano Djeda	La Matriz	Av. Amazonas y Pastaza	Hosta Residencia	13	25	2	2742287	Tercera
82	Jireh	Greis Bellanila Naranjo Durán	La Matriz	Ambato y Juan León Mera	Hosta Residencia	12	24	2	2740321	Tercera
83	Jardin De Mariane	Julio Javier Ríos Bajaña	La Matriz	Montalvo y Thomas Alfllants	Hosta Residencia	18	36	2	2741947	Tercera
84	Kamelot	Ximena Del Carmen Silva Caicedo	La Matriz	Oscar Efrén Reyes y Oriente	Hosta Residencia	13	26	3	2740149	Tercera
85	Katherine	Luis Fabián Huancha Ibarra	La Matriz	Vicente Rocafuerte y Maldonado	Hosta Residencia	0	0	3	097991996	Tercera
86	Leon	Lucia Emperatriz Borja Romero	La Matriz	Thomas Alfllants y Luis. Martínez	Hosta Residencia	13	26	3	2741031	Tercera
87	La Liria	Fanny Mercedes Aillón Mecías	La Matriz	O. Efrén Reyes y Luis A. Martínez	Hosta Residencia	13	23	2	2742867	Tercera
88	Llano Vientos	León Vieira Villafuerte	La Matriz	Luis A. Martínez 11-612 y Sebastián Acosta	Hosta Residencia	13	26	3	2740682	Tercera
89	Magdalena	Miguel Ángel Pérez Portero	La Matriz	Oriente 1047 y Eloy Alfaro	Hosta Residencia	22	46	4	2740364	Tercera
90	María Isabel	Ramiro Edmigio Acosta Santamaría	La Matriz	12 De Noviembre y A. Oriente	Hosta Residencia	16	32	3	2740165	Tercera
91	Monick's	María Febronia Herrera	La Matriz	Ambato y Pastaza (Esq)	Hosta Residencia	31	81	3	2740428	Tercera
92	Montoya	Mariana Lastenia Viteri Luna	La Matriz	Oriente Y Maldonado	Hosta Residencia	18	26	5	2740640	Tercera
93	Nevados Los	Laura Elizabeth Rivera Romero	La Matriz	Tomas Alfllants y Luis A. Martinez	Hosta Residencia	13	26	3	2741031	Tercera
94	Olguita	Mentor Hugo Barrera Urquizo	La Matriz	Rocafuerte y Maldonado	Hosta Residencia	18	35	3	2741050	Tercera
95	Paraiso De Mi Familia	Lourdes Juvelina Tite Guanaluisa	La Matriz	Pastaza y Amazonas	Hosta Residencia	30	80	2	2742804	Tercera
96	El Paraiso	Mariana Del Jesús Villegas Flores	La Matriz	Ambato S/N y Thomas Alfllants	Hosta Residencia	13	26	5	2743129	Tercera

ALOJAMIENTO										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	HB	PL	PE	Teléfono	Categoría
97	Patty	Carlos Enrique Álvarez Carrillo	La Matriz	Eloy Alfaro 556	Hosta Residencia	20	50	4	2740202	Tercera
98	La Posada	Carlos Alberto Paredes	La Matriz	12 De Noviembre y Ambato	Hosta Residencia	11	22	3		Tercera
99	El Peregrino	Martha Cecilia Reyes Silva	La Matriz	12 De Noviembre y Ambato	Hosta Residencia	13	26	2	2743141	Tercera
100	Ralpin	Regulo Amado Ocaña Gavilanes	La Matriz	Carretera A Mabto Km 3	Hosta Residencia	13	25	4	2740394	Tercera
101	Princesa María	Yolanda Viteri Montoya	La Matriz	Rocafuerte y Mera	Hosta Residencia	17	25	2	2741035	Tercera
102	El Quinde	María Natalia Flores Jaya	La Matriz	Eloy Alfaro y Av. Amazonas	Hosta Residencia	13	26	2	2740541	Tercera
103	Rain Forest	Rain Forest Cia Ltda.	La Matriz	Ambato 800 y Pedro Vicente Maldonado	Hosta Residencia	0	0	3	2740746	Tercera
104	Regina	Gloria Lidia Mera Lopez	La Matriz	Rocafuerte y Eloy Alfaro	Hosta Residencia	12	26	3	2742175	Tercera
105	Real	Fanny Janeth Mejía Reinoso	La Matriz	Rocafuerte y 16 De Diciembre	Hosta Residencia	17	34	3	2743097	Tercera
106	Ricky's	Rosa Celina Luna Martínez	La Matriz	Eugenio Espejo y O. Efrén Reyes	Hosta Residencia	16	40	3	2740202	Tercera
107	Rincon Baneño	Dolores Gonzalina Silva Caicedo	La Matriz	Thomas Alfants 626 Y Oriente	Hosta Residencia	18	35	3	2740316	Tercera
108	San Sebastian	Narcisca Del Rocío Romero García	La Matriz	16 De Diciembre y Ambato	Hosta Residencia	12	24	2	2741532	Tercera
109	Savoy	Ángel Humberto Cisneros Jara	La Matriz	Luis A. Martínez 207	Hosta Residencia	15	37	2	2740370	Tercera
110	Santiago	Washington Marín De La Cruz	La Matriz	16 De Diciembre y Espejo	Hosta Residencia	17	34	3		Tercera
111	La Siesta	Luis Oswaldo Silva Caicedo	La Matriz	Espejo y Oscar Efrén Reyes	Hosta Residencia	13	26	2	2740195	Tercera
112	Teresita	Luis Alfonso Qjeda Arroba	La Matriz	12 De Noviembre 312 y Rocafuerte	Hosta Residencia	16	32	3	2740050	Tercera
113	Transilvania	Adrián Jorga	La Matriz	16 De Diciembre y Oriente	Hosta Residencia	16	32	3	2741690	Tercera
114	Valverde `S	Juan José Valverde Guevara	La Matriz	Espejo y Juan León Mera	Hosta Residencia	17	44	2	2742993	Tercera
115	Las Vegas	Aída Isabel Álvarez	La Matriz	Rocafuerte y Eloy Alfaro	Hosta Residencia	15	20	3	2740426	Tercera
116	Verde Vida	Ipatia Ximena Hinojosa Reinoso	La Matriz	Maldonado y Oriente	Hosta Residencia	13	23	2	2742947	Tercera
117	Villa Santa Clara	Rita Cecilia Salazar Andrade	La Matriz	12 De Noviembre y Velasco Ibarra	Hosta Residencia	20	45	4	2740349	Tercera
118	Samari Spa Resort	José Patricio Gallegos Lora	La Matriz	Av. Amazonas (Santa Ana)	Hostería	36	79	34	2741855	Lujo
119	Agua Santa Lums	Luis Ulpiano Morales Solís	La Matriz	Vía Al Salado	Hostería	10	40	4	2740940	Primera
120	Bascun	Rosa Teresa Cepeda Gazitua	La Matriz	Vía A El Salado	Hostería	42	139	5	2740334	Primera
121	Finca Chamanapamba	Heinke Hoffman Dietrich	Ulba	Caserío Chamano (Via) Ulba	Hostería	7	20	6	2740541	Primera
122	Luna Run - Tun	Carmen Fabiola Luna Fiallos	La Matriz	Cacerio Runtun	Hostería	33	68	10	2740882	Primera
123	Monte Selva	Rosita Del Pilar Medina Ocaña	La Matriz	Thomas Halfants Y Montalvo	Hostería	34	87	10	2740566	Primera

ALOJAMIENTO										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	HB	PL	PE	Teléfono	Categoría
124	El Trapiche	Martín Dilon Fierro	La Matriz	Vía A Baños Puyo Km. 1	Hostería	15	50	8	2740836	Primera
125	Agoyán	Concepción De Lourdes López López	Ulba	Agoyán	Hostería	22	70	4	2741381	Primera
126	Mitik Paraíso Natural	Luis Alberto Nieto Aguilar	Río Negro	Las Estancias	Hostería	7	28	3	98575492	Tercera
127	Vrindavan Jardín Ecológico	Marco Vinicio Zaldumbide Vallejo	Río Negro	Las Estancias	Hostería	6	15	3	2496267	Tercera
128	Miramelindo	Manuel Ángel Chouvin Carvajal	Río Verde	Río Verde	Hostería	7	24	6	2884193	Primera
129	Río Verde	Sergio Joel Abdón Paredes Lezano	Río Verde	Río Verde	Hostería	5	48	6	2845977	Tercera
130	Pequeño Paraíso	Richard Taylor	Río Verde	Río Verde (Cadenillas)	Hostería	5	10	2	2884285	Tercera
131	Palace	Roberto Mastalier	La Matriz	Montalvo 20-03	Hotel	30	77	6	2740470	Primera
132	Sangay	Martha Albán De Warnington	La Matriz	Plaza Isidro Ayora	Hotel	69	138	20	2740490	Primera
133	Flor De Oriente	Carmen Graciela Yépez Albán	La Matriz	Ambato y Maldonado	Hotel	40	108	14	2740418	Segunda
134	Casa Blanca	Gladys Yolanda Guevara Luna	La Matriz	Oriente y Maldonado	Hotel	30	60	8	2740092	Tercera
135	Mirador De San Francisco	Gley Betty Erazo Samaniego	La Matriz	Ave. Amazonas y Oscar Efrén Reyes	Hotel	30	60	5	2740888	Tercera
136	Puerta De Alcalá	Lidia Dolores Narváez Páez	La Matriz	Av. Amazonas y Thomas Halflants	Hotel	30	60			Tercera
137	Encuentros	Alexandra Elizabeth Calle Calle	Ulba	Caserío Juive Grande	Motel	6	12	3	098741751	Segunda
138	Tekendama	Ángel Segundo Malusin Tite	Ulba	Ulba Vía a Runtun (Puntzan)	Motel	10	20	2	2442499	Segunda
139	El Belén	Rosa María Silva Luna	La Matriz	Oscar Efrén Reyes Y Ambato	Pensión	8	18	3	2741024	Segunda
140	Cultura	Ugalde Laslao Karolys	La Matriz	Juan Montalvo y Santa Clara	Pensión	6	10	2	2740419	Segunda
141	Abarsil	Elva Patricia Silva Caicedo	La Matriz	Av. Amazonas y Juan León Mera	Pensión	6	12	2	2791447	Tercera
142	Americano	Rosa Inés López	La Matriz	12 De Noviembre y Martínez	Pensión	10	20	3	2740352	Tercera
143	Baños	Carlos Arcesio Bermeo Zurita	La Matriz	Maldonado y Martínez	Pensión	7	17	2	2740599	Tercera
144	Blanca Flor	Darwin Patricio Naranjo Silva	La Matriz	6 De Diciembre y Luis A. Martínez	Pensión	4	8	3	2741334	Tercera
145	Caña Limeña	Segundo Francisco Fiallos Cáceres	La Matriz	Espejo y 16 De Diciembre	Pensión	8	16	2	2741066	Tercera
146	Carolina	Jaime Eduardo Pulgar Castillo	La Matriz	16 De Diciembre y Luis A. Martínez	Pensión	6	12	3	2740592	Tercera
147	Casa Nahuazo	Bahr Anikao Gatig	La Matriz	Vía Al Salado	Pensión	6	13	3	2740315	Tercera
148	La Cascada	Henry David Zurita Montero	La Matriz	Oscar Efrén Reyes y Espejo	Pensión	7	14	4	2740386	Tercera
149	Central	Juan De Dios Alban Astudillo	La Matriz	Vicente Maldonado y Ambato	Pensión	9	18	2	2743177	Tercera
150	Colonial	Jaime Patricio Ruiz Jara	La Matriz	Ambato 531 y 16 De Diciembre	Pensión	6	13	2	2740433	Tercera

ALOJAMIENTO										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	HB	PL	PE	Teléfono	Categoría
151	Dayana	Justo Kleber Agudo	La Matriz	Luis A. Martínez y Thomas Halflands	Pensión	6	24	2	2740154	Tercera
152	Dumari	María Graciela Villacres Navarrete	La Matriz	Thomas Halflands 654 y Ambato	Pensión	9	14	2	2740314	Tercera
153	Ecuador	Delia Fanny Sánchez Aldás	La Matriz	Ambato 551	Pensión	7	7	3	2740374	Tercera
154	Encanto Natural	Rosa Esthela Silva Caicedo	La Matriz	Oscar Efrén Reyes y Av. De Las Amazonas	Pensión	7	18	2	2740956	Tercera
155	Esteras Las	Nelly Cecilia Yáñez Aponte	La Matriz	Montalvo 2030 y 12 De Noviembre	Pensión	8	16	2	2740955	Tercera
156	Girasol	Francisco José Paredes Andrade	La Matriz	Eloy Alfaro y Luis A. Martínez	Pensión	7	14	2	2741081	Tercera
157	Huéspedes	Vilma Elena Soria Ubillus	La Matriz	Rocafuerte y Eloy Alfaro	Pensión	5	10	2	2740900	Tercera
158	Inti Raymi	Manuel Eduardo Guevara Alvarado	La Matriz	Vicente Maldonado y Oriente	Pensión	6	11	2	2740332	Tercera
159	El Jardín De Baños	Luis Alfredo Flores Baldeón	La Matriz	16 De Diciembre	Pensión	13	26	3		Tercera
160	Jota	Eloina Cleotilde Balseca Paredes	La Matriz	Thomas Halflands 626 y Ambato	Pensión	6	12	4	2740218	Tercera
161	Julia	Julia Esther Rodríguez Arce	La Matriz	Espejo y Oscar Efrén Reyes	Pensión	10	20	3	2741003	Tercera
162	Kattyfer	Segundo Alberto Carrera Chávez	La Matriz	16 De Diciembre y Juan Montalvo	Pensión	7	14	3	2740853	Tercera
163	Lorena	Fabiola Guadalupe Rugel Bunshe	La Matriz	Ambato y 12 De Noviembre	Pensión	9	16	2		Tercera
164	Milenium	Rosa Estela Silva Caicedo	La Matriz	Av. Amazonas y O. Efrén Reyes	Pensión	6	24	2	2740956	Tercera
165	Monte Real	Jaime Bermeo Villavicencio	La Matriz	Ave. Montalvo y Oscar Efrén Reyes	Pensión	6	21	3	2740603	Tercera
166	El Padrón	Marcela Barragán Velasco	La Matriz	Eloy Alfaro 0242 y Martínez	Pensión	9	18	3	2740701	Tercera
167	Los Pinos	Aída María Ubillus	La Matriz	Rocafuerte y Maldonado	Pensión	10	20	3	2740252	Tercera
168	Posada Del Arte	James Glenn Redd Hicks	La Matriz	Psj. Velasco Ibarra Juan Montalvo	Pensión	11	22	9	2740083	Tercera
169	Puerta Del Dorado	Ángel Delio Pozo Martínez	La Matriz	Ambato 586 y Eloy Alfaro	Pensión	11	22	3	2740475	Tercera
170	Pedacito De Cielo	Juan Manuel Cuchiparte Guamangate	La Matriz	Oscar Efrén Reyes y Montalvo	Pensión	7	16	2	94797832	Tercera
171	Quito	Elvira De Lourdes Carrillo Romero	La Matriz	Ambato 526 y 16 De Diciembre	Pensión	10	10	3		Tercera
172	El Rey	Julio Bolívar Acosta	La Matriz	Oscar Efrén Reyes 932 y Oriente	Pensión	6	17	2	2740322	Tercera
173	Rosita	Rosa Celinda Villacres Tapia	La Matriz	16 De Diciembre y Montalvo	Pensión	12	25	2	2740396	Tercera
174	San Cristóbal	Jeninson Cristóbal Rodríguez	La Matriz	16 De Diciembre y Luis A. Martínez	Pensión	6	14	2	2741042	Tercera
175	Torres	Dora Aurora Torres Castro	La Matriz	Ambato Barrio Los Pinos	Pensión	7	17	2	2740403	Tercera
176	Puerta Del Dorado	Julia Elena Rivera Torres	La Matriz	Ambato y Eloy Alfaro	Residencial	8	24	1		Tercera
	TOTAL						5558	572		

COMIDAS Y BEBIDAS										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	ME	PL	PE	Teléfono	Categoría
1	Ananitay	Fausto Marcelo Salazar Luna	La Matriz	16 De Diciembre y Eugenio Espejo	Bar	10	40	4	2740713	Tercera
2	Bar Bas	Ligia María Manzano Núñez	La Matriz	Eloy Alfaro y Ambato	Bar	4	16	2	2742470	Tercera
3	La Barca	Lenin Fabián Villacís Gallo	La Matriz	Eloy Alfaro y Oriente	Bar	10	40	2	098307676	Tercera
4	Beer Chop	Carlos Patricio Vaca Valle	La Matriz	Ambato y Tomas Alflants (Esq.)	Bar	15	60	3	2740065	Tercera
5	Blue Sky	Marco Vinicio Oñate Montoya	La Matriz	Av. Eloy Alfaro y Eugenio Espejo	Bar	6	24	2	2740497	Tercera
6	La Cascada Cerveceria	Reddi Hicks James Glenn	La Matriz	Maldonado y Vicente Rocafuerte	Bar	6	24	2	2740083	Tercera
7	Ciber Music	Miguel Antonio Ortega Arcos	La Matriz	Rocafuerte y 16 De Diciembre	Bar	9	36	2	2742788	Tercera
8	De Bore´S Bar	María Matilde Guevara Barriga	La Matriz	Eloy Alfaro y Eugenio Espejo	Bar	5	20	2	2741571	Tercera
9	Good Lounge Bar	Marco Vinicio Chavez Quishpe	La Matriz	Eloy Alfaro y Oriente	Bar	5	20	1	84790938	Tercera
10	Expreso De Media Noche	Silvia Alejandra Cordonez Ibarra	La Matriz	Eugenio Espejo y Eloy Alfaro	Bar	8	32	3	82870675	Tercera
11	Fun	Ernesto Antonio Carrasco Navas	La Matriz	Eloy Alfaro y Luis A. Martínez	Bar	5	20	2	2741996	Tercera
12	Fun Karaoke	Maclovia Josefina Hidalgo Silva	La Matriz	Eloy Alfaro y Luis A. Martínez	Bar	6	24	2	093839384	Tercera
13	Frogs	Darío Fernando Salazar Guevara	La Matriz	Eloy Alfaro Y Espejo	Bar	6	24	3	083080235	Tercera
14	Galactic	Robinson Neptalí Muñoz Pérez	La Matriz	Q. Efrén Reyes Y Amazonas	Bar	10	40	4		Tercera
15	Jack Rock	Guedi Washington Ortiz Jara	La Matriz	Eloy Alfaro 05-41 Y Ambato	Bar	8	32	3		Tercera
16	Luna Azul	Ana Cecilia Luna Albán	La Matriz	Eloy Alfaro 5-20y Oriente	Bar	8	32	3	097369076	Tercera
17	Mocambo	Luis Ernesto Córdova Santamaría	La Matriz	Eloy Alfaro Y Ambato	Bar	6	24	4	2742733	Tercera
18	Peña	Daniel Villacreses Carrera	La Matriz	Eloy Alfaro Y Oriente	Bar	8	32	3	2742379	Tercera
19	Pipas	Héctor Raúl Sánchez Luna	La Matriz	16 De Diciembre Y Ambato	Bar	5	20	2		Tercera
20	Quilla	Héctor Fabián Guevara Sánchez	La Matriz	Eloy Alfaro Y Oriente	Bar	6	24	2	2741530	Tercera
21	Santo Pecado	Darío Fernando Fierro Jácome	La Matriz	Eloy Alfaro	Bar	6	24	2		Tercera
22	Tuparina	Edison Oswaldo Espín Haro	La Matriz	Eloy Alfaro Y Oriente	Bar	5	20	3	2741376	Tercera
23	312	Luis Mauricio Gamboa Silva	La Matriz	Eloy Alfaro 0620 Y Oriente	Bar	6	24	2	980140657	Tercera
24	Xtreme Inn	Beatriz Molina Velasteguí	La Matriz	Eloy Alfaro Y Espejo	Bar	7	28	2	097284901	Tercera

COMIDAS Y BEBIDAS										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	ME	PL	PE	Teléfono	Categoría
25	Tarina Cuy	Francisco Xavier Jaramillo Yáñez	La Matriz	Ambato 841 y Maldonado	Peña	6	24	2	98484532	Tercera
26	La Abuela	Luis Ernesto Córdova Santamaría	La Matriz	Ambato y Eloy Alfaro	Cafetería	8	32	2	2740923	Segunda
27	Aroma Café	María Del Carmen Luna Vargas	La Matriz	Rocafuerte 534 y Maldonado	Cafetería	4	16	3	2740581	Segunda
28	Hood	Karina Amparo Sánchez Sánchez	La Matriz	Maldonado y Rocafuerte	Cafetería	12	48	4	2740537	Segunda
29	Ayahuaska	Freddy Mauricio Jarrin Guevara	La Matriz	Oriente y Eloy Alfaro	Cafetería	6	24	2	.098006564	Tercera
30	La Abuela #2	Luis Ernesto Córdova Santamaría	La Matriz	Eloy Alfaro y Ambato	Cafetería	6	24	3		Tercera
31	Alfapaso	Fabián Heriberto Jácome López	La Matriz	Eloy Alfaro y V. Rocafuerte	Cafetería	4	16	3	2740369	Tercera
32	Ali Cumba	Luis Alberto Sánchez Fernández	La Matriz	Thomas Alfants y Luis A. Martinez	Cafetería	4	16	2	2742107	Tercera
33	Blah Blah	Ximena Del R. Delgado Valdiviezo	La Matriz	Ambato y Thomas Alfants	Cafetería	4	16	2	2740263	Tercera
34	Cafeteria Café De Montaña	Jorge Enrique Muñoz Hidalgo	La Matriz	Eloy Alfaro y Oriente	Cafetería	6	24	2	2740628	Tercera
35	Cafeteria Y Algo Mas	Mayra Gisela Mera Ubillus	La Matriz	Eloy Alfaro y Espejo	Cafetería	5	20	2	2742186	Tercera
36	Chushi	Fredin Héctor Romo Sánchez	La Matriz	Maldonado S/N	Cafetería	5	20	3		Tercera
37	Evita Café	Luis Ernesto Cordova Santamaría	La Matriz	Calle C Y Margaritas	Cafetería	6	24	3	2742733	Tercera
38	Fenix Oasis	Blanca Azucena Vásquez Vásquez	La Matriz	16 De Diciembre y Ambato	Cafetería	5	20	1	2741052	Tercera
39	Ferchos	Roberto Javier Rivera Solís	La Matriz	Eugenio Espejo y Eloy Alfaro	Cafetería	5	20	2	93794417	Tercera
40	Historias y Leyendas	Cinthia Katalina Medranda Paredes	La Matriz	16 De Diciembre 2-70 y Luis A. Martinez	Cafetería	4	16	2	2741449	Tercera
41	Kato	Adalinda Guevara Ayala	La Matriz	Rocafuerte y Eloy Lfaro	Cafetería	6	24	3	2741335	Tercera
42	Pancho's	Iván Freire Yépez	La Matriz	Ambato y Pasaje Del Mercado	Cafetería	8	32	2	2740418	Tercera
43	Patagonia	Mauricio Javier Rosas	La Matriz	Ambato y Eloy Alfaro	Cafetería	7	28	3	2740795	Tercera
44	Punto De Encuentro	María Fernanda Chauca Manobanda	La Matriz	Ambato y Thomas Alfants	Cafetería	6	24	2	87297300	Tercera
45	Rico Pan	Manuel Eduardo Guevara Alvarado	La Matriz	Ambato y Maldonado	Cafetería	11	44	4	2740387	Tercera
46	Rincon De Suiza	Juanito Martin Paredes López	La Matriz	Luis A Martinez y Thomas Alfants	Cafetería	6	30	2	2742807	Tercera
47	Taisha	Ruth Elizabeth Tapia Urquiza	La Matriz	Rocafuerte y Maldonado	Cafetería	5	20	2	2741281	Tercera
48	The Coffe Lounge	Carlota Maribel Razo Velastegui	La Matriz	Thomas Alfants y Ambato	Cafetería	5	20	1	2743114	Tercera
49	Verde Limon Ligth	Marilyn Yessenia Costales Coka	La Matriz	Ambato y Maldonado	Cafetería	7	28	2	83308570	Tercera
50	Vaquitas	Rosa Mariana López Llerena	La Matriz	Montalvo y Santa Clara	Cafetería	8	32	2	098000711	Tercera

COMIDAS Y BEBIDAS										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	ME	PL	PE	Teléfono	Categoría
51	Nice Cream	Diego Fernando Bermúdez Zúñiga	La Matriz	Ambato y Thomas Halfants	Fuente de soda	4	12	2	98563929	Segunda
52	Dulcelina	Fabián Andrés Silva Flores	La Matriz	Ambato y Eloy Alfaro	Fuente de soda	3	12	2	2740417	Tercera
53	Grutah	María De Lourdes Gavilanes Vega	La Matriz	Eugenio Espejo y Maldonado	Fuente de soda	4	16	1	97104844	Tercera
54	Happy Burguer	María Verónica Vascones Soria	La Matriz	Ambato y Eloy Alfaro	Fuente de soda	6	24	2	2740073	Tercera
55	Iglu	Cecilia Orellana Constante	La Matriz	Ambato 586 y Eloy Alfaro	Fuente de soda	2	8	2		Tercera
56	Oasis	Lenin Arturo Altuna Vásquez	La Matriz	16 De Diciembre y Ambato	Fuente de soda	4	16	3	2741052	Tercera
57	Ponche Suizo	Julieta Corina Mayorga Rodríguez	La Matriz	Eloy Alfaro 424 y Ambato	Fuente de soda	4	16	2	94494550	Tercera
58	Sweep Kiss	Gladys Mercedes Nieto Vinuesa	La Matriz	Ambato y Eloy Alfaro	Fuente de soda	5	20	3		Tercera
59	Pingüino	Alejandro Antonio Silva Flores	La Matriz	Oriente y Thomas Halfants	Fuente de soda	4	16	3	99839867	Tercera
60	Caña Mandur	Carla Sofia Vega Zúñiga	La Matriz	Ambato 654 y Thomas Alfants	Restaurante	12	48	5	2740596	Segunda
61	La Casona De Los Reyes Donde Ivan	Vicente Ivan Vargas Barras	La Matriz	12 De Noviembre Y Velasco Ibarra	Restaurante	9	36	3	2740349	Segunda
62	Dulcelina	Rosa Alicia Miranda Barrionuevo	La Matriz	Ambato y Tomas Alfants	Restaurante	7	28	2	2741230	Segunda
63	Pappardelle	Segundo Wilfrido Guevara Granja	La Matriz	Rocafuerte Y 16 De Diciembre	Restaurante	8	32	2	2741724	Segunda
64	Pappardelle (Sucursal)	Segundo Wilfrido Guevara Granja	La Matriz	Ambato Y Pasaje Artesanal	Restaurante	8	32	2	2740243	Segunda
65	Lucerna Clasic	Mariela Soraya Delgado Valdiviezo	La Matriz	Tomas Alfants Y Ambato	Restaurante	10	40	6	2740842	Segunda
66	Napolitano	Humberto Iván Reppeto Terán	La Matriz	12 De Noviembre Y Luis A.Martinez	Restaurante	9	36	4	2740262	Segunda
67	Swiss Bistro	Patrick Christian Oswald	La Matriz	Luis A. Martínez Y Eloy Alfaro	Restaurante	6	24	4	2742266	Segunda
68	Adrianita	Aida Catalina Guerra Montaguano	La Matriz	Vicente Maldonado 644 Y Ambato	Restaurante	6	24	2	85184842	Tercera
69	El Altar	Rosa Cecilia Gomez Bustamante	La Matriz	Eloy Alfaro Y Eugenio Espejo	Restaurante	5	20	1	2742040	Tercera
70	El Arbolito	Luis Adan Chimbo Pino	La Matriz	Pedro Vicente Maldonado Y Espejo	Restaurante	9	36	2	2741830	Tercera
71	Arosa	Juan Joaquin Lanchimba Umaquina	La Matriz	Eloy Alfaro Y Oriente	Restaurante	7	28	3	2743179	Tercera
72	La Abuela	Dustin Agustin Sanchez Fiallos	La Matriz	Ambato Y 16 De Diciembre	Restaurante	11	44	4	2740006	Tercera
73	Achupallas	Raúl Fabián Marín Sánchez	La Matriz	16 De Diciembre Y Ambato	Restaurante	8	32	2	2740276	Tercera
74	Agua Santa	Rosa Canchingnia	La Matriz	Ambato 550 Y Eloy Alfaro	Restaurante	9	36	2		Tercera
75	Ambateño #1	Jorge Luis Mendoza Barrionuevo	La Matriz	Ambato Y 16 De Diciembre	Restaurante	8	32	4	2741692	Tercera

COMIDAS Y BEBIDAS										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	ME	PL	PE	Teléfono	Categoría
76	El Americano	Edmundo Salomon Granizo Pilco	La Matriz	Maldonado Y Espejo	Restaurante	9	36	2		Tercera
77	Los Ángeles	Darwin Efrain Flores Mariño	La Matriz	Amazonas Y Maldonado	Restaurante	6	24	3	2741305	Tercera
78	El Arrayan	Carmen Narcisca Paredes	La Matriz	Montalvo. Arbol De Montalvo	Restaurante	10	40			Tercera
79	Asadero Ambateñita	Luis Ernesto Bejarano Ulloa	Ulba	Via Al Puyo (Ulba)	Restaurante	6	24	3	093185395	Tercera
80	Asadero Dulce Carbón	Monica Elizabeth Fiallos Mariño	La Matriz	12 De Noviembre 5-58 Y Oriente	Restaurante	5	20	2	2740353	Tercera
81	Asadero San Martin	Luis Alberto Paredes Villalba	La Matriz	Oriente Y Oscar Efrén Reyes	Restaurante	9	36	2	2740516	Tercera
82	Bachita	Mayra Beatriz Llerena Ayala	La Matriz	Vicente Maldonado Y Av. Amazonas	Restaurante	7	28	3	2741886	Tercera
83	El Baneñito	Edgar Ariosto Barros Guevara	La Matriz	Ambato Y 16 De Diciembre	Restaurante	10	40	2	2740512	Tercera
84	Baños	Mariana De Jesús Vargas Fiallos	La Matriz	Ambato Y Eloy Alfaro 572	Restaurante	7	28	3	2740208	Tercera
85	Buon Giorno	Segundo Wilfrido Guevara Granja	La Matriz	Rocafuerte Y 16 De Diciembre	Restaurante	10	40	2		Tercera
86	Boun Giorno No. 2	Segundo Wilfrido Guevara Granja	La Matriz	Ambato Y Tomas Alfllants	Restaurante	8	32	3		Tercera
87	Buona Pizza	Carlos Marcelo Castro Carrasco	La Matriz	Ambato Y Tomas Alfllants	Restaurante	6	24	2		Tercera
88	La Bella Italia	Taylor Johnston Romnie Macek	La Matriz	Rocafuerte Y Eloy Alfaro	Restaurante	9	36	3		Tercera
89	La Brasa	Enma Marina Silva Luna	La Matriz	Ambato Y Eloy Alfaro	Restaurante	6	24	3	2740819	Tercera
90	C.J. Patio De Comidas	Miguel Angel Cando Mancheno	La Matriz	Thomas Alfllants Y Rocafuerte	Restaurante	15	60	3	95042115	Tercera
91	La Caldera	Lorena Del Rocio Velastegui Andrade	La Matriz	Ambato Y Thomas Alfllants	Restaurante	11	44	5	2741055	Tercera
92	Caracol	Mariana Natalia Flores Jaya	La Matriz	Ambato 605 Y Eloy Alfaro	Restaurante	7	28	3	2740541	Tercera
93	Casa De La Colina	Miguel Eduardo Guevara Luna	La Matriz	Via A El Salado	Restaurante	5	20	5		Tercera
94	Casa De Juanito	Yenny Maritza Leones Marquinez	La Matriz	Oriente 1143 Y Eloy Alfaro	Restaurante	5	20	2	85004717	Tercera
95	Casa Gabry	Ana Victoria Rodriguez Martinez	La Matriz	Vicente Rocafuerte Y Eloy Alfaro	Restaurante	10	40	3	2740964	Tercera
96	La Castellana	Maria Elena Guevara Valdiviezo	La Matriz	Luis A. Martinez Y Eloy Alfaro	Restaurante	8	32	3	2741450	Tercera
97	La Copadia	David Fernando Garcia Ortiz	La Matriz	12 De Noviembre 500 Y Oriente	Restaurante	8	32	2	2742507	Tercera
98	La Closerie Des Lilas	Jaime Guillermo Moran Zambrano	La Matriz	Eloy Alfaro 620 Y Oriente	Restaurante	8	32	3		Tercera
99	La Cevicheria Del Tio	David Patricio Sanchez Leon	La Matriz	Vicente Maldonado Y Ambato	Restaurante	8	32	2	90476094	Tercera
100	Los Charanes	Santos Eleovina Flores Guerrero	La Matriz	Ambato Y Napoleon Herrera	Restaurante	5	20	2	95984632	Tercera

COMIDAS Y BEBIDAS										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	ME	PL	PE	Teléfono	Categoría
101	El Chalet	María De Lourdes Barrionuevo	La Matriz	Eloy Alfaro Y Ambato S/N	Restaurante	6	24	3	2741050	Tercera
102	El Chagrita	Luis Gerardo Pineda Escobar	La Matriz	Ambato Y Eloy Alfaro	Restaurante	4	16	3	2742510	Tercera
103	Chamaquito Asadero	Eduardo Fabian Lara Carrillo	La Matriz	Eloy Alfaro Y Oriente	Restaurante	6	24	3	2741611	Tercera
104	Chamaquito No. 1	María Elena Franco Aguas	La Matriz	Av. Amazonas Y Tomás Alfllants	Restaurante	5	20	3	099119519	Tercera
105	Chez Roberto Grill	Guedi Washinton Ortiz Jara	La Matriz	Velasco Ibarra Y Montalvo	Restaurante	6	24	2	92635412	Tercera
106	Chozon De La Molienda	Sasha Nicole Warnintong Alban	La Matriz	Montalvo Y Velasco Ibarra	Restaurante	12	48	3	2741515	Tercera
107	Gardes	Gardenia Estefania Llerena	La Matriz	Pedro V. Maldonado Y Luis A. Martinez	Restaurante	7	28	2	2742095	Tercera
108	Il Pomodoro	Eulalia Maritza Toala Gualinga	La Matriz	Rocafuerte Y Maldonado	Restaurante	8	332	3		Tercera
109	Chifa China	Zhang Fu Gan	La Matriz	Oriente Y Thomas Alfllants	Restaurante	4	20	2	09554325	Tercera
110	Chifa Ngan Fung	Guo Xing Lin	La Matriz	Ambato Y O. Efren Reyes	Restaurante	10	40	4	2740767	Tercera
111	Chifa Shan He	Ke Zhao	La Matriz	Oriente III Y Eloy Alfaro	Restaurante	5	20	2	2742596	Tercera
112	Chifa W	Luis Wuil Dobonilla	La Matriz	Amazonas Y Pastaza	Restaurante	4	16	2	2746020	Tercera
113	La Chimenea	María Avelina Santamaria Villacis	La Matriz	Oriente Y 12 De Noviembre	Restaurante	8	32	1	2740819	Tercera
114	Chugchucaras La Fogata	Fausto Neptali Torres Sanchez	La Matriz	Maldonado Y Oriente	Restaurante	5	20	2	2740192	Tercera
115	Daniela	Yenny Maritza Leones Marquinez	La Matriz	Oriente II-43 Y Eloy Lfro	Restaurante	5	20	2	085004717	Tercera
116	Delicias Tia Tere	Rosa Teresa Bravo Quingla	La Matriz	Ambato Y Eloy Alfaro	Restaurante	10	50	6	2742092	Tercera
117	El Dorado	Gloria Teresa Mena Sanchez	La Matriz	Ambato 591 Y Eloy Alfaro	Restaurante	7	28	2	2741553	Tercera
118	Donde Carmita Comida D Casa	María Del Carmen Amán	La Matriz	Maldonado Y Ambato	Restaurante	6	24	3	2740221	Tercera
119	Doner Kebast Fast Food	Adriana Carina Campana Montoya	Ulba	Via Runtun	Restaurante	6	24	3	2741229	Tercera
120	El Dorado	Karla Del Rocio Leon Mena	La Matriz	Thomas Alfllats Y Espejo	Restaurante	7	28	2	2741431	Tercera
121	Dustin	Dustin Agustin Sanchez Fiallos	La Matriz	Ambato 441 Y 16 De Diciembre	Restaurante	7	28	3	2740906	Tercera
122	D`Pivas	Delia Paulina Vega Lara	La Matriz	Oriente Y Maldonado	Restaurante	5	20	2	2742538	Tercera
123	El Edén	Marlene Ines Romo Medina	La Matriz	12 De Noviembre Y Luis A. Martinez	Restaurante	9	36	2	92895455	Tercera
124	Eduardo `S	Luis Eduardo Barrionuevo Carrillo	La Matriz	12 De Noviembre Y Velasco Ibarra	Restaurante	12	48	3	2740914	Tercera
125	Eduardo's	Luis Eduardo Barrionuevo Carrillo	La Matriz	12 De Noviembre Y Velasco Ibarra	Restaurante	8	32	3	2740914	Tercera
126	Escaligeri	Diego Vinco Consent	La Matriz	Eloy Alfaro Y Ambato	Restaurante	8	32	3		Tercera

COMIDAS Y BEBIDAS										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	ME	PL	PE	Teléfono	Categoría
127	Fabis	Viviana Guadalupe Silva Núñez	La Matriz	Av. Amazonas Ulba	Restaurante	7	28	3	2740678	Tercera
128	Familiar	Dora Maria Alvarez Fran Co	La Matriz	Av. Amazonas Y Oscar Efren Reyes	Restaurante	8	32	2	2740073	Tercera
129	El Farolito	Carlos Luis Ortega Sánchez	La Matriz	Av. Amazonas Y Maldonado	Restaurante	5	20	3		Tercera
130	El Guayabal	Cesar Geovanny Pineda Luna	La Matriz	Av. Amazonas (Gasolinera Del Sindicato)	Restaurante	12	48	4	2742557	Tercera
131	Helen's Asadero	Rosa Elena Ponluisa	La Matriz	Oriente Y 13 De Abril	Restaurante	6	24	2	2741160	Tercera
132	Integración Andina	Rogelio Ushca Duchi	La Matriz	Oriente Y Pastaza	Restaurante	4	16	2	92741398	Tercera
133	Jardín El	Sofia Enriqueta Silva Valverde	La Matriz	16 De Diciembre Y Rocafuerte	Restaurante	12	48	3	2740875	Tercera
134	El Leñador Baneño	Zoila Matilde Manzano Moreno	La Matriz	Ambato Y Pasaje Napoleon Herrera	Restaurante	5	20	2	84515808	Tercera
135	Liz Burguer	Gladys Carmen Atiaja Guevara	La Matriz	Ambato Y Juan Leon Mera	Restaurante	6	24	1	2742563	Tercera
136	Lolo's	Andrea Elizabeth Cairós Merino	La Matriz	Ambato 726 Y Thomas Alfants	Restaurante	8	32	3		Tercera
137	Mama Inés	Carmen Inés Cisneros Miranda	La Matriz	Ambato Y Thomas Alfants	Restaurante	11	44	4	2740538	Tercera
138	La Mocawa	Enma Piedad Jarrin Almeida	La Matriz	Av. Amazonas (Pititig)	Restaurante	5	20	2	2740679	Tercera
139	El Manantial Pizzeria	Inés Isabel Losa Mera	La Matriz	Ambato Y Hermano Enrique Mideras	Restaurante	6	24	2		Tercera
140	Mary Y Eduard	Eduardo Miguel Naranjo Villota	La Matriz	Eloy Alfaro 548 Y Oriente	Restaurante	8	32	2	91089607	Tercera
141	El Mediterráneo	Rosa Carmita Moran Zambrano	La Matriz	Oriente Y Eloy Alfaro	Restaurante	8	16	2	2741984	Tercera
142	Mercedes	Marcela Verenice Perez Urquiza	La Matriz	Luis A. Martinez Y Sebastian Baño	Restaurante	4	16	2	2741745	Tercera
143	Moni	María Teresa Cayago Quimbiurco	La Matriz	V. Rocafuerte Y Eloy Alfaro	Restaurante	6	24	1	2740856	Tercera
144	Monica	María Velasco Toapanta	La Matriz	Eloy Alfaro 650 Y Espejo	Restaurante	6	24	3	2740002	Tercera
145	La Morena	Elsa Mercedes Zambrano Aveiga	La Matriz	16 De Diciembre Y Ambato	Restaurante	7	28	2	2741598	Tercera
146	Mama Elvia	Nely Rita Barrionuevo Carrillo	La Matriz	Ambato Y Eloy Alfaro	Restaurante	8	32	3		Tercera
147	Las Orquídeas	Rebeca Alegria Rojas Casco	Ulba	Vial Al Puyo (Ulba)	Restaurante	10	40	2	81562585	Tercera
148	La Olla De Baños	Marco Vinicio Bravo Quingla	La Matriz	Pedro V. Maldonado Y Ambato	Restaurante	7	28	2	2742647	Tercera
149	Paisano El	Luz Patricia Constante Lascano	La Matriz	Rafel Vieira 288 Y Luis A. Martinez	Restaurante	5	25	2	92610037	Tercera
150	Pancho Villa	Abelino Saúl Cruz Viteri	La Matriz	16 De Diciembre Y Luis A. Martinez	Restaurante	7	28	2		Tercera
151	Papagayo	German Patricio Villalva	La Matriz	Luis A. Martinez Y Eloy Alfaro	Restaurante	5	20	1		Tercera
152	Paradero Amazonas	Franklin Xavier Guevara Salan	La Matriz	Av. Amazonas y Las Colinas	Restaurante	5	20	1	2741900	Tercera

COMIDAS Y BEBIDAS										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	ME	PL	PE	Teléfono	Categoría
153	Paradero Sin Rival	Francisco Gerardo Ramos Casco	La Matriz	Av. De Las Amazonas	Restaurante	9	36	3		Tercera
154	El Parrillero	Mery Susana Ruiz Bonilla	La Matriz	Argentina 02-20 Y Chile	Restaurante	5	20	2	2522033	Tercera
155	Pizzeria Garfiel	Melida Cecilia Gamboa Valdivieso	La Matriz	Eloy Alfaro Y Oriente	Restaurante	6	24	2	2741592	Tercera
156	El Pimenton	Carlos Marcelo Castro Carrasco	La Matriz	Eloy Alfaro Y Rocafuerte	Restaurante	6	24	2		Tercera
157	Pin Pollo	Santiago Pascual Uvillus Padilla	La Matriz	Ambato Y Thomas Alfants	Restaurante	8	32	5	2740114	Tercera
158	Pizzeria De Mateo	Daisy Elizabeth Paredes Gamboa	La Matriz	16 De Diciembre Y Ambato	Restaurante	6	24	3	2741684	Tercera
159	Pizzeria De Paolos	Pablo Ernesto Torres	La Matriz	16 De Diciembre Y Martinez	Restaurante	11	44	4	2740944	Tercera
160	Pizzeria Piccola Italia	Martha Lorena Aponte Valencia	La Matriz	Thomas Halfants Y Oriente	Restaurante	5	20	2	2743029	Tercera
161	Pizzeria Mama Fanny	Victo Hugo Lopez Barros	La Matriz	Luis A. Martinez Y 16 De Diicembre	Restaurante	6	24	2	93212011	Tercera
162	Pollos A La Brasa	Eduardo Vinicio Pineda Luna	La Matriz	Ambato Y 16 De Diciembre	Restaurante	13	52	4		Tercera
163	Pollos A La Brasa Ximenita	Rosa Sofia Hidalgo	La Matriz	Ambato Y Eloy Alfaro	Restaurante	8	32	1		Tercera
164	Paraiso Turistico	Carmita Yolanda Rivera Chonata	La Matriz	Ambato 559 Y Eloy Alfaro	Restaurante	12	48	2	95541321	Tercera
165	Peperoni S Snack Burguer	Mario Ernesto Palacios Suarez	La Matriz	Eloy Alfaro Y Oriente	Restaurante	10	40	3	2743240	Tercera
166	El Primo	Lilia Teresa Pamiño Abril	La Matriz	P.V.Maldonado Y Oriente	Restaurante	9	36	5	2740079	Tercera
167	La Puerta De Alcalá	Lidia Lola Narvaez Pérez	La Matriz	Av. De Las Amazonas Y Maldonado	Restaurante	10	40	4		Tercera
168	Qchuchaki	Walberto Enrique Pachar Gonzales	La Matriz	Av Amaonas (Gasolinera)	Restaurante	6	24	2	89140310	Tercera
169	Rocas En Pipas	Christian Manuel Herrera Ruiz	La Matriz	Eloy Alfaro Y Ambato	Restaurante	5	20	2	924531269	Tercera
170	Ross Fast Food I	Edgar Francisco Chávez Zúñiga	La Matriz	Pedro Vicente Maldonado	Restaurante	20	80	7	2742889	Tercera
171	Suizo	Trauffer Thomas	La Matriz	Luis A. Martinez Y Eloy Alfaro	Restaurante	10	40	6	2742262	Tercera
172	Sucua	Telmo Neptali Gómez Córdova	La Matriz	Av. Amazonas	Restaurante	5	20	3		Tercera
173	Sazon De Sam	Ariosto Christian Alvarez Armijos	La Matriz	16 De Diciembre Y Luis A. Martinez	Restaurante	4	16	2	95848142	Tercera
174	Taj Mahal	Inés Isabel Losa Mera	La Matriz	Eloy Alfaro Y Oriente	Restaurante	6	24	2	2742905	Tercera
175	Tico Rico N ° 1	Maria Beatriz Bastidas Ortiz	La Matriz	Oscar Efren Reyes Y Oriente	Restaurante	7	28	2	2740144	Tercera
176	Tj	Laura Maria Cortez Flores	La Matriz	16 De Diciembre Y Luis A. Martinez	Restaurante	5	20	3	2740396	Tercera
177	Tradi Baños	Gonzalo Isaías Silva Silva	La Matriz	Ave. Amazonas Y Juan Leon Mera	Restaurante	9	36	2	2740196	Tercera
178	Veritos	Bélgica Romelia Oñate Guevara	La Matriz	Vicente Maldonado Y Rocafuerte	Restaurante	6	24	3		Tercera


COMIDAS Y BEBIDAS										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	ME	PL	PE	Teléfono	Categoría
179	El Viajero	Laura Esther Cazco Gavidia	La Matriz	Av.De Las Amazonas Y Maldonado	Restaurante	6	24	3		Tercera
180	Vista Al Tungurahua	Rebeca Fidelia Aguirre Casco	Ulba	Parroquia Ulba	Restaurante	10	40	4	2740677	Tercera
181	Wei Wei	Jiawet Ms	La Matriz	Oscar Efren Reyes Y Ambato	Restaurante	8	32	2	2740792	Tercera
182	Kokopelli Tatio	Carlos Augusto Chavez Aldaz	La Matriz	Eloy Alfaro Y Oriente	Restaurante	6	24	2	2741303	Tercera
183	La Brasa	Enma Mariana Silva	La Matriz	Ambato 631	Restaurante	6	24	3	2740819	Cuarta
184	Cristal	Mariana Hilda Jiménez	La Matriz	Av. El Salado	Restaurante	10	40	2	2741500	Cuarta
185	La Fuente	Carlos Alberto Ponluisa	La Matriz	Carretera Nacional Y Maldonado	Restaurante	8	32	3	2740966	Cuarta
186	J J	Luz Maria Barreno Hernandez	La Matriz	Q. Efren Reyes Y Oriente	Restaurante	6	24	3	2740791	Cuarta
187	El Latino	Fanny Ramon Valarezo	La Matriz	Ambato S/N	Restaurante	6	24	2		Cuarta
188	Los Abuelos	Enma Rosa Espín Gonzales	Río Negro	Calle Principal	Restaurante	5	20	3	2451087	Tercera
189	Don Diego	Darwin Shofre Martinez Izurieta	Río Negro	Río Negro (Las Estancias)	Restaurante	8	32	2	94703409	Tercera
190	Paradero Sandrita	Sandra Tarlonia Calderón Flores	Río Negro	Calle Principal (Río Negro)	Restaurante	5	20	2		Tercera
191	Pesca Deportiva Genicita	Arnaldo Wilson Altamirano Gavidia	Río Negro	Río Negro (Las Estancias)	Restaurante	8	32	2	9351477	Tercera
192	Piscícola Galarza Hermanos	Bolívar Adolfo Galarza Ordóñez	Río Negro	Km 5 Carretera Palora	Restaurante	6	24	3	2727315	Tercera
193	Pizzería Italia	Benedetto Ferrara	Río Negro	Calle La Tola Y 3 Carabelas	Restaurante	7	28	2	2414488	Tercera
194	Asadero Las Cascadas	María Del Carmen Guevara Guevara	Río Verde	Río Verde (Frente A La Iglesia)	Restaurante	7	28	2	87125133	Tercera
195	Casa Vieja	Cristóbal Edwin Parra Carrillo	Río Verde	Río Verde	Restaurante	8	32	2		Tercera
196	Casa Y Campo Asadero	Ángel Alfredo Armijos Molina	Río Verde	Calle Nacional (Frente Al Estadio)	Restaurante	10	40	3	2741489	Tercera
197	Del Río	Olga Marina Sánchez Bravo	Río Verde	Calle Principal	Restaurante	7	28	2	2884203	Tercera
198	Las Hortensias	Segunda Lucinda Naranjo Torres	Río Verde	Río Verde	Restaurante	6	24	2	0970873001	Tercera
199	Manto De La Novia	Jorge Marcelo Benítez Torres	Río Verde	Río Verde	Restaurante	5	20	3		Tercera
200	María Belén	María Nieves Sánchez Becerra	Río Verde	Río Verde Sector Machay	Restaurante	4	16	2	99699992	Tercera
201	Pesca Deportiva Las Orquídeas	Jordan Floresmilo Pérez Iturralde	Río Verde	Río Verde	Restaurante	6	24	2	95754885	Tercera
	TOTAL						5989	516		

RECREACIÓN, DIVERSIÓN, ESPARCIMIENTO										
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	ME	PL	PE	Teléfono	Categoría
1	Adrenalina	Jaime Guillermo Morán Zambrano	La Matriz	Eloy Alfaro y Oriente	Discoteca	10	40	2	2741430	Segunda
2	Bamboos	Patricio Vaca	La Matriz	Eloy Alfaro y Espejo	Discoteca	40	160	3	2741050	Segunda
3	La Burbuja Clasic	Guido Eduardo Zurita Duche	La Matriz	Espejo y 16 De Diciembre	Discoteca	16	84	5	94521265	Segunda
4	Buena Vista	Silvia Elena Jara Iglesias	La Matriz	Eloy Alfaro "Barrio La Palma"	Discoteca	20	80	3	2741096	Segunda
5	La Cabaña	Jorge Ramiro Morales Villamarin	Ulba	Ulba Vía Al Puyo	Discoteca	24	96	2	2740184	Segunda
6	Clasic Disco Bar	Claudio José Tacuri	La Matriz	Los Sauces	Discoteca	20	80	3	2740045	Segunda
7	Kashe Kashe	Marco Daniel Lopez Lopez	La Matriz	Eloy Alfaro y Eugenio Espejo	Discoteca	14	100	8	2742330	Segunda
8	Mirage	Marco Vinicio López Guevara	La Matriz	Ambato y O. Efrén Reyes	Discoteca	25	100	6	2740381	Segunda
9	Nautik Pool	Christian Rolando Granja Chiriboga	La Matriz	Luis A. Martínez y 16 De Diciembre	Discoteca	7	35	2	82582163	Segunda
10	Nuevo Baños	Alexandra Irene Cantuña Cepeda	La Matriz	Av. Amazonas Diagonal A La Escuela De Policia	Discoteca	8	24	1	86179021	Segunda
11	Oxigen	Josefina Cumanda Olivos Castro	La Matriz	Luis A Martínez y 16 De Diciembre	Discoteca	8	32	4	2849560	Segunda
12	El Reventador	Carlos Aswaldo Vega Aldas	La Matriz	Luis A. Martínez (Plazoleta I. Ayora)	Discoteca	14	60	3	2743010	Segunda
13	El Trebol	Ivonne Medina Herrera	La Matriz	Montalvo y 16 De Diciembre	Discoteca	10	40	7	2741501	Segunda
14	The Rock Club	Carlos Aurelio Villaciz Lozada	La Matriz	Vía Lligua (Eco Zoológico)	Discoteca	12	48	3	2741040	Segunda
15	Privilege	Fausto Patricio Mayorga Cobo	La Matriz	Luis A. Martínez y 16 De Diciembre	Discoteca	8	50	4	2740416	Segunda
16	Why Not	Miguel Antonio Ortega Ramos	La Matriz	Eloy Alfaro y Eugenio Espejo	Discoteca	4	16	6	98340257	Segunda
	TOTAL						1045	62		

TRANSPORTE TERRESTRE Y TURISTICO DE BAÑOS DE AGUA SANTA									
No	Nombre	Propietario	Parroquia	Dirección	Actividad	Unidades	PE	Teléfono	Categoría
1	Larrea Autos Nº 1	Larrea Autos Cia. Ltda.	La Matriz	Luis A. Martínez y Thomas Halfants	Transporte turístico		2	2741836	Renta Car
2	Caña Mandur Viajes y Servicios	Caña Mandur Viajes Y Servicios	La Matriz	Ambato 654 y Thomas Halfants	Transporte turístico	2	1	2740596	Ser.Trans.Ter.Tur
	Total						3		

Fuente: Dirección de Turismo de Tungurahua – MINTUR, 2011

ANEXO 9. Fichas del inventario de atractivos naturales

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Mayra Armas	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	1.4 Fecha: 02/09/2012
1.5 Nombre del Atractivo: Mirador Cerro Añango	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Mirador	
<p>Foto N.- 1 Mirador Cerro Añango</p>  <p>Por: Departamento de Turismo de Baños</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Tungurahua	2.2 Ciudad y/o Cantón: Baños de Agua Santa
2.3 Parroquia: Ulba	2.4 Comunidad: El Palacio
2.5 Latitud: 1°23'16" S	2.5 Longitud: 78°21'93" W
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad "El Palacio"	3.2 Distancia: 3 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2631 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	10° - 16°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1500-4000 mm
4.4 Ubicación del Atractivo	El cerro Añango se encuentra ubicado en la vía Ulba – Río Blanco, a 10km de la Ciudad de Baños hasta la comunidad “El Palacio”, de ahí con dos horas y media de caminata aproximadamente se llegará hasta la cima del cerro.
4.5 Descripción del atractivo	<p>El Cerro Añango posee una altitud de 2631 msnm, desde este se tiene una buena vista de la ciudad de Baños de Agua Santa, también se puede observar claramente al volcán Tungurahua en plena actividad, pudiendo ver fumarolas en forma de hongos en el día y fuego en la noche si se tiene un buen clima, a la vez se puede mirar todos los caserios que están cerca del recorrido del río Pastaza, y al otro lado se obtiene la vista de la cordillera de los Llangantes.</p> <p>Este sitio es ideal para descansar mientras observamos la diversidad del ecosistema y contemplamos la entrada a la Puerta del Oriente.</p>
4.6 Atractivos individuales que lo conforman	Su gran biodiversidad tanto flora como fauna.
4.7 Permisos y Restricciones	No existe prohibición para ascender a este cerro, pero siempre es recomendable pedir permiso a la comunidad. Además no se permite arrojar basura durante el recorrido, ni dañar la vegetación.
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	En la actualidad el cerro es utilizado como mirador. Y aún conserva la vegetación nativa y exótica del lugar.
4.8.2 Usos Potenciales	Este lugar podría ser utilizado efectivamente para realizar trekking, para observación de flora y fauna, como un mirador al volcán y el paisaje amazónico y para toma de

fotografías.
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Sería recomendable implementar una cabaña para el descanso después del ascenso y construcción de un sendero con señalética interpretativa adecuada, construidos con materiales de la zona con el fin de facilitar la accesibilidad y descanso para los turistas.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Satisfacción personal del turista. - Ingresos económicos adicionales para la construcción de infraestructura turística. - Interacción con el medio ambiente.
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sobreexplotación del recurso - Contaminación Ambiental - Pérdida de especies

<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: No alterado</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>Por su difícil acceso y altura, es un lugar que no es aprovechado turísticamente ni ha sido intervenido por el hombre y por tanto no experimenta ningún daño.</p>

<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: Conservado</p>
<p>6.2 Causas:</p> <p>El sitio está protegido debido a que todavía no hay una actividad turística activa.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>

7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero/chaquiñan
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: se puede llegar en un vehículo hasta la comunidad y para llegar al lugar se empieza el sendero de allí se puede caminar por 2 horas hasta llegar al cerro.
7.5 Frecuencias: Hay cooperativas de camionetas durante todo el día en la ciudad de Baños.	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones:	
Se recomienda usar gorra y bloqueador solar, vestir ropa cómoda pero también llevar cámara fotográfica, chompa impermeable porque el clima es cambiante además de usar un calzado adecuado para Trekking.	
El cerro es un sitio al que se puede acceder en la mañana y tarde hasta las 18h00 ya que no es recomendable la noche por su difícil acceso y pueden surgir emergencias ya que el clima y terreno es inestable cuando llueve y procure subir con un miembro de la comunidad.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Inexistente

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No existe

9.2 Energía Eléctrica: No existe

9.3 Alcantarillado:No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

10.1 Nombre del atractivo:


- Comunidad El Palacio
- La Cueva de la Doña

10.2 Distancia:

- 3 km
- 2 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	9
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		41

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Mayra Armas	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	1.4 Fecha: 02/09/2012
1.5 Nombre del Atractivo: LA CUEVA DE LA DOÑA	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Fenómenos Espeleológicos	
1.8 Subtipo: Cueva	
<p>Foto N.- 2. La cueva de la Doña</p>  <p>Por: Mayra Armas</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Tungurahua	2.2 Ciudad y/o Cantón: Baños de Agua Santa
2.3 Parroquia: Ulba	2.4 Comunidad: El Palacio
2.5 Latitud: 1°23'59" S	2.5 Longitud: 78°21'46"
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad "El Palacio"	3.2 Distancia: 2 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 2096 m.s.n.m.	

<p>4.2 Temperatura: 10° - 16°C</p>
<p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 1500-4000 mm</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>El atractivo se encuentra ubicado a 10km desde Baños de Agua Santa tomando la vía Baños – Puyo hasta llegar al caserío Río Blanco y tomar el camino al lado izquierdo hasta llegar a la comunidad “El Palacio” y desde ahí se realiza una caminata de 1 hora aproximadamente.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo.</p> <p>Se dice que en esta cueva en la noche se veía a una doña (índigena) que se sentaba y se empezaba a peinar su cabello largo con un peine de oro, por eso sus habitantes la llamaron así.</p> <p>Es una pequeña cueva formada por rocas de gran tamaño donde se pueden observar la flora y fauna típica de la zona y considerarla como un lugar para descanso e interpretación cultural ya que al regresar hacia la comunidad por el camino de herradura se puede observar pequeños trozos de vasijas de barro.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman</p> <p>La historia sobre el nombre y su biodiversidad.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>No existe prohibición para llegar hasta esta zona, pero siempre es recomendable pedir permiso a la comunidad. Además no se permite arrojar basura durante el recorrido, ni dañar la vegetación.</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>En la actualidad la cueva es utilizada como lugar mítico de la comunidad. Y aún conserva su ecosistema natural.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Este lugar podría ser utilizado evidentemente para turismo comunitario ya que se conserva su mito de aparición, para observación de flora y fauna y la toma de fotografía.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p>

Sería recomendable implementar señalética interpretativa adecuada, construida con materiales de la zona con el fin de facilitar información y la accesibilidad para los turistas.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos
- Satisfacción personal del turista.
- Ingresos económicos adicionales para la construcción de infraestructura turística.
- Intercambio cultural
- Interacción con la naturaleza
4.9.2 Impactos negativos
- Sobreexplotación del recurso
- Pérdida de especies
-Contaminación ambiental

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No alterado
5.2 Causas:
Es un lugar que no es aprovechado turísticamente y por tanto no experimenta ningún daño.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas:
El sitio está protegido debido a que todavía no hay una actividad turística activa.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero/chaquiñan
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: se puede llegar en un

vehículo hasta la comunidad y para llegar al lugar se empieza toma el camino de herradura el sendero de allí se puede caminar por una 1 hora hasta llegar al cueva.

7.5 Frecuencias: Hay cooperativas de camionetas durante todo el día en la ciudad de Baños.

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones:

Se recomienda usar gorra y bloqueador solar, vestir ropa cómoda pero también llevar cámara fotográfica, chompa impermeable porque el clima es cambiante además de usar un calzado adecuado para Trekking.

La cueva es un lugar donde se puede acceder en el día y tarde ya que por variaciones climáticas que se dan en la zona es poco peligroso aún si desconoce el lugar, importante salir con una persona de la comunidad.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Inexistente

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No existe

9.2 Energía Eléctrica: No existe

9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Cerro Añango
- Comunidad "El Palacio"

10.2 Distancia:


- 2 km
- 2 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		39

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Mayra Armas	1.2 Ficha N°03
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	1.4 Fecha: 02/09/2012
1.5 Nombre del Atractivo: CASCADA CORAZÓN	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rios	
1.8 Subtipo: Cascada	
<p>Foto N.- 1 Cascada Corazón</p>  <p>Por: Mayra Armas</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Tungurahua	2.2 Ciudad y/o Cantón: Baños de Agua Santa
2.3 Parroquia: Ulba	2.4 Comunidad: El Palacio
2.5 Latitud: 1°22'81" S	2.5 Longitud: 78°21'17" W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad “El Palacio”	3.2 Distancia: 3 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 1886 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 10° - 16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1500-4000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Partiendo desde la ciudad de Baños recorrer tomando la vía Baños – Puyo hasta llegar al puente del Río Blanco y tomar la vía del lado izquierdo recorriendo en vehículo 6 km hasta llegar a la entrada para la cascada.	
4.5 Descripción del atractivo.	
Es un lugar estratégico para observar el paisaje amazónico que muestra el área, permite visualizar la cascada y su afluente, la cual hace que este rodeada de vegetación que alberga flora y fauna propia del lugar.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman	
Se encuentra rodeado de un bosque amazónico que encierra misterio y aventura, lo cual facilita el observar aves muy vistosas como el Gallo de la Peña (<i>Rupicola peruviana</i>).	
4.7 Permisos y Restricciones	
No existe prohibición para ascender a este cerro, pero siempre es recomendable pedir permiso a la comunidad. Además no se permite arrojar basura durante el recorrido, ni dañar la vegetación.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
En la actualidad es un medio que se conecta con el río Blanco.	
4.8.2 Usos Potenciales	
Este lugar podría ser utilizado efectivamente para realizar trekking, para observación de flora, fauna y el paisaje amazónico con guías nativos, podría ser un lugar de esparcimiento y campamento.	

4.8.3 Necesidades turísticas
Implementación de puentes, letreros interpretativos e informativos y senderos.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos
- Inteacción y conciencia ambiental
- Ingresos económicos adicionales para la construcción de infraestructura turística.
4.9.2 Impactos negativos
- Explotación de madera
- Desgaste del suelo
- Migración de especies
- Contaminación ambiental

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No alterado
5.2 Causas:
Es un lugar que no es aprovechado turísticamente y por tanto no experimenta ningún daño.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas:
El sitio está protegido debido a que todavía no hay una actividad turística activa.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: se puede llegar en un vehículo hasta la entrada a la cascada y

desde ahí realizar una caminata de 45 minutos aproximadamente.

7.5 Frecuencias: Hay cooperativas de camionetas durante todo el día en la ciudad de Baños.

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones:

Se recomienda usar botas de caucho, gorra y bloqueador solar, vestir ropa cómoda pero también llevar cámara fotográfica, chompa impermeable porque el clima es cambiante. Es importante ir acompañado de un guía debido a que la vegetación es espesa y no existen senderos.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Inexistente

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No existe

9.2 Energía Eléctrica: No existe

9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Cserio Rio Blanco
- Comunidad El Palacio

10.2 Distancia:


- 3 km
- 4 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	0
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		42

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Mayra Armas	1.2 Ficha N° 04
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	1.4 Fecha: 02/09/2012
1.5 Nombre del Atractivo: CASCADA HUACHI	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rio	
1.8 Subtipo: Cascada	
<p>Foto N.- 1 Cascada Huachi</p>  <p>Por: Mayra Armas</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Tungurahua	2.2 Ciudad y/o Cantón: Baños de Agua Santa
2.3 Parroquia: Ulba	2.4 Comunidad: El Palacio
2.5 Latitud: 1°22'71" S	2.5 Longitud: 78°21'52" W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad “El Palacio”	3.2 Distancia: 2 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
4.1 Altitud: 2143 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 10° - 16°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1500-4000 mm
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Tomando como referencia la vía Baños – Puyo llegar hasta el puente del Río Blanco y subir por la vía del lado izquierdo hasta llegar a la comunidad “El Palacio” y desde ahí recorrer 1 hora aproximadamente hasta llegar a la cascada.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo.</p> <p>La cascada es una hermosa caída de agua y se caracteriza por albergar especies de anfibios y una flora típica de un lugar húmedo como algas.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman</p> <p>Al recorrer su sendero se puede observar un bosque amazónico conservado con especies de insectos, anfibios y avifauna propia del lugar.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>No existe prohibición para ascender a este cerro, pero siempre es recomendable pedir permiso a la comunidad. Además no se permite arrojar basura durante el recorrido, ni dañar la vegetación.</p>

4.8 Usos
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>No es utilizada para ninguna actividad.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Es un lugar propicio para realizar excursionismo, observación de flora y fauna, toma de</p>

fotografías.
4.8.3 Necesidades turísticas Construcción del sendero y señalización interpretativa.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos - Satisfacción personal del turista. - Ingresos económicos adicionales para la construcción de infraestructura turística. - Interacción con el medio ambiente.
4.9.2 Impactos negativos - Contaminación ambiental -Disminución o migración de especies - Alteración del atractivo

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No alterado
5.2 Causas: Es un lugar que no es aprovechado turísticamente y por tanto no experimenta ningún daño.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: El sitio está protegido debido a que todavía no hay una actividad turística activa.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO
7.1 Tipo: Terrestre 7.2 Subtipo: Sendero

<p>7.3 Estado de Vías: Regular</p> <p>7.5 Frecuencias: Hay cooperativas de camionetas durante todo el día en la ciudad de Baños.</p>	<p>7.4 Transporte: se puede llegar en un vehículo hasta la comunidad y para llegar al lugar se empieza una caminata de 45 minutos aproximadamente hasta llegar al lugar.</p> <p>7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año</p>
<p>7.7 Observaciones:</p> <p>Se recomienda usar botas de caucho, gorra y bloqueador solar, vestir ropa cómoda pero también llevar cámara fotográfica, chompa impermeable porque es una zona húmeda y por variaciones climáticas.</p>	


<p>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</p>
<p>Inexistente</p>

<p>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p>
<p>9.1 Agua: No existe</p> <p>9.2 Energía Eléctrica: No existe</p> <p>9.3 Alcantarillado: No existe</p>

<p>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</p>	
<p>10.1 Nombre del atractivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunidad El Palacio - Cañones del Palacio 	<p>10.2 Distancia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 km - ½ km

<p>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>11.1 Difusión: Local</p>

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	9
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		44
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Mayra Armas	1.2 Ficha N° 05
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	1.4 Fecha: 02/09/2012
1.5 Nombre del Atractivo: CAÑON "EL PALACIO"	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Fenómenos geológicos	
1.8 Subtipo: Cañon	
<p>Foto N.- 1 Cañon "El Palacio"</p>  <p>Por: Mayra Armas</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Tungurahua	2.2 Ciudad y/o Cantón: Baños de Agua Santa
2.3 Parroquia: Ulba	2.4 Comunidad: El Palacio
2.5 Latitud: 1°22'71" S	2.5 Longitud: 78°21'52" W
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad "El Palacio"	3.2 Distancia: 2 ½ km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
<p>4.1 Altitud: 2143 m.s.n.m.</p>
<p>4.2 Temperatura: 10° - 16°C</p>
<p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 1500-4000 mm</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo: Tomando como referencia la vía Baños – Puyo llegar hasta el puente del Río Blanco y subir por la vía del lado izquierdo hasta llegar a la comunidad “El Palacio” y realizar una caminata recorriendo 25 minutos aproximadamente hasta llegar al cañon.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>El cañon es un lugar ideal para la práctica del canyoning, ya que se puede descender y pasar por la caída de agua y por las rocas que lo conforman. Tambien se lo puede considerar como un mirador del paisaje único de la amazonía además de su flora y fauna que lo conforman.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman</p> <p>El cañon posee una caída de agua perfecta para la práctica de canyoning y disfrutar del paisaje amazónico asi también como también su fauna.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>Para ingresar se debe pedir autorización a la comunidad y solicitar de un guía de la misma.</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>En la actualidad el cañon es utilizado para la práctica de canyoning.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Este lugar podría ser utilizado efectivamente para realizar canyoning, trekking, para observación de flora y fauna, como un mirador del paisaje amazónico.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Se debería construir un sendero y señalización interpretativa para llegar al lugar. Guía especializado y equipos para la práctica de canyoning.</p>

4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos -Espacio de recreación y esparcimiento para los visitantes -Satisfacción personal del turista. - Ingresos económicos para la comunidad. - Interacción con el medio ambiente.
4.9.2 Impactos negativos - Contaminación ambiental - Alteración del atractivo

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No alterado
5.2 Causas: Es un lugar que no es aprovechado turísticamente y por tanto no experimenta ningún daño.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: El sitio está protegido debido a que todavía no hay una actividad turística activa.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: se puede llegar en un vehículo hasta la comunidad y para llegar al lugar se empieza una caminata de 25 minutos aproximadamente hasta llegar al lugar.

7.5 Frecuencias: Hay cooperativas de camionetas durante todo el día en la ciudad de Baños.	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones:	
Se recomienda usar zapatos para trekking, gorra y bloqueador solar, vestir ropa cómoda pero también llevar cámara fotográfica, chompa impermeable por variaciones climáticas.	
Es importante que salga con un guía especializado para la práctica del canyoning y con una persona del lugar para que lo guíe hasta el cañón.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Inexistente
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No existe
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:
<ul style="list-style-type: none"> - Comunidad El Palacio - Cascada Huachi 	<ul style="list-style-type: none"> - 2 ½ km - ½ km
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:	
11.1 Difusión: Local	

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	9

	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		45

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

ANEXO 10. Gráficos de facilidades turísticas

PANELES



LETRERO INTERPRETATIVO



LETRERO INFORMATIVO

“Aves guardianes de la Selva”

¿Sabías que.... se calcula que el Ecuador habita más de la mitad de aves del continente y mas de sexta parte de todas las especies de aves en el planeta?

SEÑALÉTICA ORIENTATIVA

