



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA TURISMO

DISEÑO DE UN PRODUCTO DE GLAMPING COMO ALTERNATIVA DE ALOJAMIENTO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CHUICHUN, CANTÓN EL TAMBO, PROVINCIA DE CAÑAR

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ECOTURISMO

AUTORA: CINTHIA PAOLA HUILCAREMA VALDEZ

DIRECTOR: Ing. CARLOS RENATO CHÁVEZ VELÁSQUEZ

Riobamba – Ecuador

2022

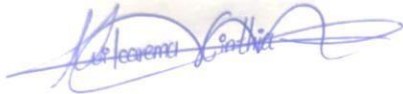
© 2022, Cinthia Paola Huilcarema Valdez

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

Yo, Cinthia Paola Huilcarema Valdez declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular. El patrimonio intelectual del Trabajo de Integración Curricular pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 07 de julio del 2022



Cinthia Paola Huilcarema Valdez
030260179-4

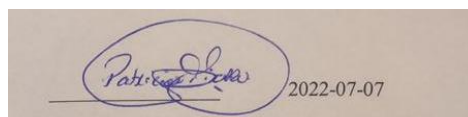
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo Proyecto Técnico , **DISEÑO DE UN PRODUCTO DE GLAMPING COMO ALTERNATIVA DE ALOJAMIENTO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD CHUICHUN, CANTÓN EL TAMBO, PROVINCIA DE CAÑAR** , realizado por la señorita: **CINTHIA PAOLA HUILCAREMA VALDEZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

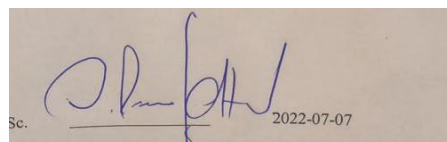
FIRMA

FECHA

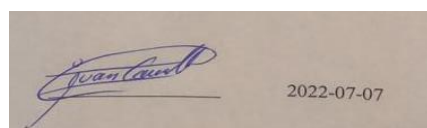
Ing. Nancy Patricia Tierra Tierra, MSc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Ing. Carlos Renato Chávez Velásquez, MSc
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández. Ph.D
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



DEDICATORIA

A mis padres Manuel y Carmen que con su amor, trabajo y sacrificio me han permitido llegar a cumplir una de mis metas y quienes han sido un apoyo incondicional para conseguir mi título universitario, de igual manera a mis hermanos y sobrinos que fueron mi soporte en los momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

Paola

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirme con la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, por ser la fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad. A los docentes de la carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por ser quienes impartieron sus conocimientos y experiencias durante toda mi formación académica. A la comunidad de Chuichun de manera especial a la directiva del sector Bola Loma quienes siempre estuvieron predispuestos para colaborar en las actividades necesarias para el desarrollo de mi trabajo de integración curricular. A mi familia que me han acompañado incondicionalmente en el transcurso de este camino, por apoyarme en todo, quienes me brindaron su hombro para salir adelante y así cumplir con una de mis metas, ser una buena profesional. A mis amigos y futuros colegas por brindarme su amistad en todo momento y compartir experiencias durante el transcurso de toda carrera

Paola

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	4
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. <i>Objetivo General.....</i>	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
CAPÍTULO II.....	7
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	7
2.1. Turismo de naturaleza.....	7
2.2. Turismo comunitario.....	7
2.2.1. <i>Modelo de gestión.....</i>	8
2.2.2. <i>Estrategia de desarrollo local.....</i>	8
2.3. Servicio turístico.....	9
2.4. Alojamiento.....	9
2.4.1. <i>Campamento turístico.....</i>	10
2.4.2. <i>Glamping.....</i>	11
2.4.2.1. <i>Estructuras de glamping.....</i>	12
2.5. Servicios complementarios.....	14
2.6. Diagnóstico situacional.....	14
2.6.1. <i>Diagnóstico cinco estrellas.....</i>	15
2.6.1.1. <i>Ámbito físico- espacial.....</i>	15
2.6.1.2. <i>Ámbito socio cultural.....</i>	15

2.6.1.3.	<i>Ámbito ecológico territorial</i>	16
2.6.1.4.	<i>Ámbito económico productivo</i>	16
2.6.1.5.	<i>Ámbito político administrativo</i>	16
2.7.	Estudio de mercado	16
2.7.1.	<i>Oferta turística</i>	17
2.7.1.1.	<i>Atracciones y actividades</i>	17
2.7.1.2.	<i>Infraestructura básica</i>	17
2.7.1.3.	<i>Planta turística</i>	17
2.7.1.4.	<i>Superestructura</i>	18
2.7.2.	<i>Demanda turística</i>	18
2.7.2.1.	<i>Demanda potencial</i>	18
2.7.2.2.	<i>Demanda insatisfecha</i>	19
2.7.2.3.	<i>Demanda objetivo</i>	19
2.7.3.	<i>Análisis de la competencia</i>	19
2.8.	Viabilidad	19
2.8.1.	<i>Viabilidad técnica</i>	20
2.8.2.	<i>Viabilidad ambiental</i>	20
2.8.3.	Viabilidad legal	20
2.8.4.	<i>Viabilidad administrativa</i>	20
2.9.	Rentabilidad económica financiera	20
2.9.1.	<i>Flujo de caja</i>	21
2.9.3.	<i>Tasa interna de retorno (TIR)</i>	21
2.9.4.	<i>Relación costo beneficio (RBC)</i>	22
2.9.5.	<i>Período de recuperación del capital (PRC)</i>	22
CAPÍTULO III		23
3.	MARCO METODOLÓGICO	23
CAPÍTULO IV		29
4.	RESULTADOS	29
4.1.	Diagnóstico situacional de la zona de estudio en relación al turismo	29
4.1.1.	<i>Ámbito físico espacial</i>	29
4.1.1.1.	<i>División política administrativa</i>	29
4.1.1.2.	<i>Limites</i>	29
4.1.1.3.	<i>Vías de acceso</i>	29
4.1.1.4.	<i>Geología</i>	30

4.1.2.	Ámbito socio cultural	30
4.1.2.1.	<i>Etnicidad</i>	30
4.1.2.2.	<i>Historia</i>	30
4.1.2.3.	<i>Población</i>	31
4.1.2.4.	<i>Migración</i>	31
4.1.2.5.	<i>Nivel de instrucción</i>	32
4.1.2.6.	<i>Servicios básicos disponibles</i>	32
4.1.2.7.	<i>Vivienda</i>	36
4.1.2.8.	<i>Salud</i>	37
4.1.2.9.	<i>Educación</i>	38
4.1.2.10.	<i>Medios de transporte</i>	38
4.1.3.	Ámbito Ecológico territorial	39
4.1.3.1.	<i>Clima</i>	39
4.1.3.2.	<i>Usos del suelo</i>	39
4.1.3.3.	<i>Flora</i>	39
4.1.3.4.	<i>Fauna</i>	40
4.1.3.5.	<i>Problemas ambientales</i>	41
4.1.4.	Ámbito económico productivo	41
4.1.4.1.	<i>Actividades económicas</i>	41
4.1.4.2.	<i>Desarrollo actual del turismo en la zona</i>	42
4.1.4.3.	<i>Participación o interés de la población en el desarrollo turístico</i>	42
4.1.5.	Ámbito Político administrativo	43
4.1.5.1.	<i>Administración interna</i>	43
4.1.5.2.	<i>Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico</i>	43
4.2.	Estudio de mercado	44
4.2.1.	Análisis de la oferta actual	44
4.2.1.1.	<i>Atractivos naturales y culturales</i>	44
4.2.1.2.	<i>Infraestructura básica</i>	47
4.2.1.3.	<i>Planta turística</i>	47
4.2.1.4.	<i>Superestructura</i>	47
4.2.1.5.	<i>Oferta complementaria</i>	47
4.2.2.	Análisis de la demanda	48
4.2.2.1.	<i>Análisis de las encuestas aplicadas</i>	48
4.2.2.2.	<i>Perfil del turista nacional</i>	55
4.2.3.	Análisis de la competencia	56
4.2.3.1.	<i>Establecimientos de alojamiento turístico</i>	56
4.2.3.2.	<i>Clientes anuales</i>	61

4.2.4.	Confrontación de la oferta- demanda	61
4.2.4.1.	<i>Proyección de la oferta</i>	61
4.2.4.2.	<i>Proyección de la demanda</i>	61
4.3.	Viabilidad técnica, ambiental y legal administrativa del producto	63
4.3.1.	Viabilidad técnica	63
4.3.1.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	63
4.3.1.2.	<i>Localización del proyecto</i>	64
4.3.1.3.	<i>Tipología de construcción</i>	66
4.3.1.4.	<i>Diseño técnico</i>	66
4.3.1.5.	<i>Determinación del proceso productivo</i>	80
4.3.1.6.	<i>Estudio de mercadotecnia</i>	89
4.3.2.	Viabilidad ambiental	99
4.3.2.1.	<i>Componentes ambientales susceptibles a impactos</i>	99
4.3.2.2.	<i>Actividades que pueden causar impacto</i>	100
4.3.2.3.	<i>Matriz Lázaro Lagos</i>	102
4.3.2.4.	<i>Análisis de la matriz Lázaro Lagos</i>	105
4.3.2.5.	<i>Plan de prevención de impactos</i>	106
4.3.3.	Viabilidad legal administrativa	108
4.3.3.1.	<i>Estudio legal</i>	108
4.3.3.2.	<i>Estudio administrativo</i>	114
4.4.	Evaluación económica financiera	124
4.4.1.	Análisis económico	124
4.4.1.1.	<i>Inversiones del proyecto</i>	124
4.4.1.2.	<i>Usos y fuentes del proyecto</i>	124
4.4.1.3.	<i>Cálculo del pago de la deuda</i>	125
4.4.1.4.	<i>Depreciación de activos fijos</i>	126
4.4.1.5.	<i>Amortización de activos diferidos</i>	126
4.4.1.6.	<i>Estructura de costos y gastos</i>	127
4.4.1.7.	<i>Costos fijos y costos variables</i>	128
4.4.1.8.	<i>Estructura de ingresos</i>	129
4.4.1.9.	<i>Punto de equilibrio</i>	129
4.4.1.10.	<i>Balance general</i>	130
4.4.1.11.	<i>Flujo de caja</i>	131
4.4.2.	Análisis financiero	132
4.4.2.1.	<i>Valor actual neto</i>	132
4.4.2.2.	<i>Tasa interna de retorno</i>	132
4.4.2.3.	<i>Relación costo beneficio</i>	132

4.4.2.4.	<i>Periodo de recuperación del capital</i>	132
CONCLUSIONES		133
RECOMENDACIONES		134
BIBLIOGRAFIA		135
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico.	10
Tabla 2-4:	Juntas de agua para el consumo humano.....	33
Tabla 3-4:	Instituciones de educación básica.....	38
Tabla 4-4:	Inventario de flora	39
Tabla 5-4:	Inventario de animales domésticos.....	40
Tabla 6-4:	Inventario de animales silvestres.....	41
Tabla 7-4:	Matriz resumen del inventario de atractivos naturales y culturales.....	44
Tabla 8-4:	Género de los turistas nacionales.....	48
Tabla 9-4:	Edad de los turistas nacionales	48
Tabla 10-4:	Edad promedio de los turistas nacionales.....	49
Tabla 11-4:	Procedencia de los turistas nacionales.....	49
Tabla 12-4:	Nivel de instrucción de los turistas.....	50
Tabla 13-4:	Ingresos mensual promedio de los turistas nacionales.....	50
Tabla 14-4:	Principal motivo de viaje.....	51
Tabla 15-4:	Acompañamiento de viaje.....	51
Tabla 16-4:	Interés por visitar los atractivos próximos a la comunidad.....	52
Tabla 17-4:	Preferencia de actividades a realizarse durante la visita.....	52
Tabla 18-4:	Experiencia de camping.....	52
Tabla 19-4:	Incomodidad al momento de acampar.....	53
Tabla 20-4:	Aceptación del producto de glamping por los turistas nacionales.....	53
Tabla 21-4:	Tiempo estimado de estadía.....	53
Tabla 22-4:	Disponibilidad de tiempo en la semana.....	53
Tabla 23-4:	Servicios turísticos que debería tener el producto	54
Tabla 24-4:	Facilidades que les gustaría encontrar en el producto.....	54
Tabla 25-4:	Gasto promedio del turista nacional por noche y por persona.....	54
Tabla 26-4:	Medios de información que prefiere el turista para informarse sobre algún destino.	55
Tabla 27-4:	Información del hotel “El Tambo”	56
Tabla 28-4:	Información del hostel “Chasky Wasi”	57
Tabla 29-4:	Información del hostel “Sunshine”	58
Tabla 30-4:	Información del hostel “Espinoza”	58
Tabla 31-4:	Información de la hostería “La Condesa”	59
Tabla 32-4:	Información de la hostería “Cuna del Sol”	60
Tabla 33-4:	Distribución de número de clientes anuales de la competencia	61

Tabla 34-4:	Proyección de la oferta durante los próximos 5 años	61
Tabla 35-4:	Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.....	62
Tabla 36-4:	Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.	62
Tabla 37-4:	Proyección de la demanda objetiva para los próximos 5 años.	62
Tabla 38-4:	Número de clientes proyectados, mensualmente, semanalmente y diariamente .	63
Tabla 39-4:	Áreas del proyecto	66
Tabla 40-4:	Tipos de habitaciones.	77
Tabla 41-4:	Presupuesto para la construcción del producto de glamping.....	79
Tabla 42-4:	Activos fijos para el área productiva.	85
Tabla 43-4:	Inversiones diferidas para el área productiva.	87
Tabla 44-4:	Costos para el área productiva.....	87
Tabla 45-4:	Materia prima para el servicio de alimentación.....	88
Tabla 46-4:	Mano de obra directa del área productiva.	88
Tabla 47-4:	Mano de obra indirecta del área productiva.	89
Tabla 48-4:	Gama cromática.....	91
Tabla 49-4:	Precios de la competencia.	92
Tabla 50-4:	Canales de distribución.....	93
Tabla 51-4:	Activos fijos para el área comercial.	97
Tabla 52-4:	Inversiones diferidas para el área comercial.....	97
Tabla 53-4:	Insumos y materiales para el área comercial.	98
Tabla 54-4:	Gastos en promoción y publicidad.	98
Tabla 55-4:	Talento humano para el área comercial.....	98
Tabla 56-4:	Matriz Lázaro Lagos.....	102
Tabla 57-4:	Cuantificación de la matriz Lázaro Lagos.	104
Tabla 58-4:	Plan de prevención de impactos ambientales.	106
Tabla 59-4:	Manual de funciones asamblea general.....	116
Tabla 60-4:	Manual de funciones gerente general.	117
Tabla 61-4:	Manual de funciones recepcionista.....	117
Tabla 62-4:	Manual de funciones ama de llaves.....	118
Tabla 63-4:	Manual de funciones cocinero.....	119
Tabla 64-4:	Manual de funciones mesero.	119
Tabla 65-4:	Manual de funciones guía local.	120
Tabla 66-4:	Manual de funciones masajista.....	121
Tabla 67-4:	Manual de funciones guardia.....	121
Tabla 68-4:	Activos fijos para el área administrativa.	122
Tabla 69-4:	Inversiones diferidas para el área administrativa.....	122
Tabla 70-4:	Insumos y materiales para el área administrativa.	123

Tabla 71-4:	Talento humano para el área administrativa.....	123
Tabla 72-4:	Inversiones del proyecto.....	124
Tabla 73-4:	Usos y fuentes del proyecto.....	124
Tabla 74-4:	Cálculo del pago de la deuda.....	125
Tabla 75-4:	Depreciación de activos fijos.....	126
Tabla 76-4:	Amortización de activos diferidos.....	126
Tabla 77-4:	Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.....	127
Tabla 78-4:	Costos fijos y costos variables.....	128
Tabla 79-4:	Estructura de ingresos.....	129
Tabla 80-4:	Punto de equilibrio	129
Tabla 81-4:	Balance de pérdidas y ganancias.....	130
Tabla 82-4:	Flujo de caja.....	131
Tabla 83-4:	Periodo de recuperación del capital invertido en el proyecto.....	132

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2:	Glamping tipo yurta	12
Figura 2-2:	Glamping tipo tienda safari.....	13
Figura 3-2:	Glamping tipo domo	13
Figura 4-2:	Glamping tipo pod ecológico.....	14
Figura 5-4:	Mapa de ubicación del cantón El Tambo.....	64
Figura 6-4:	Mapa de ubicación de la comunidad Chuichun	65
Figura 7-4:	Planimetría del área de construcción	67
Figura 8-4:	Plano 3D	68
Figura 9-4:	Perspectiva restaurante.....	68
Figura 10-4:	Plano 3D pod matrimonial.....	69
Figura 11-4:	Perspectiva pod matrimonial 1.....	69
Figura 12-4:	Plano 3D pod matrimonial 2.....	70
Figura 13-4:	Perspectiva pod matrimonial 2.....	70
Figura 14-4:	Plano 3D pod triple.....	71
Figura 15-4:	Perspectiva pod triple 1.....	71
Figura 16-4:	Plano 3D pod triple 2.....	72
Figura 17-4:	Perspectiva pod triple 2.....	72
Figura 18-4:	Plano 3D spa.	73
Figura 19-4:	Perspectiva del spa.....	73
Figura 20-4:	Perspectiva sala de espera spa.....	74
Figura 21-4:	Perspectiva área de masajes	74
Figura 22-4:	Plano 3D parque infantil	75
Figura 23-4:	Perspectiva parque infantil.....	75
Figura 24-4:	Flujograma del servicio de hospedaje	81
Figura 25-4:	Flujograma del servicio de alimentación	82
Figura 26-4:	Flujograma del servicio de guianza interpretativa	83
Figura 27-4:	Flujograma del servicio de spa.....	84
Figura 28-4:	Logotipo del establecimiento.....	90
Figura 29-4:	Tarjeta de presentación.	91
Figura 30-4:	Hoja membretada.....	91
Figura 31-4:	Carpeta	92
Figura 32-4:	Página web del producto.....	95
Figura 33-4:	Página de facebook para el establecimiento Inti Samarina Glamping.	95
Figura 34-4:	Diseño de camiseta para el establecimiento Inti Samarina Glamping.	96

Figura 35-4:	Diseño de bolsa ecológica para el establecimiento Inti Samarina Glamping. ..	96
Figura 36-4:	Diseño de libreta para el establecimiento Inti Samarina Glamping.	96
Figura 37-4:	Organigrama estructural.....	115
Figura 38-4:	Organigrama funcional.	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1-4:	Grupos étnicos.....	30
Gráfica 2-4:	Pirámide poblacional.....	31
Gráfica 3-4:	Movimientos migratorios.....	32
Gráfica 4-4:	Población analfabeta y alfabetada.....	32
Gráfica 5-4:	Abastecimiento de agua.....	34
Gráfica 6-4:	Población con acceso a energía eléctrica.....	34
Gráfica 7-4:	Tratamiento de aguas residuales.....	35
Gráfica 8-4:	Eliminación de desechos.....	35
Gráfica 9-4:	Telefonía fija.....	36
Gráfica 10-4:	Telefonía móvil.....	36
Gráfica 11-4:	Servicio de internet.....	36
Gráfica 12-4:	Tipo de vivienda.....	37
Gráfica 13-4:	Condición de propiedad de la vivienda.....	37
Gráfica 14-4:	Atención médica.....	37
Gráfica 15-4:	Ocupación.....	42
Gráfica 16-4:	Principal ocupación.....	42

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: BOLETA CENSAL

ANEXO B: ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES

ANEXO C: FICHAS DE ATRACTIVOS NATURALES

RESUMEN

El presente proyecto técnico tuvo como objetivo el diseño de un producto de glamping como alternativa de alojamiento comunitario en la comunidad Chuichun, cantón El Tambo, provincia de Cañar. Se realizó un diagnóstico situacional basándose en la metodología 5 estrellas propuesta por Tierra (2012), en donde se evaluaron 5 ámbitos: físico-espacial, socio-cultural, ecológico-territorial, económico-productivo y político-administrativo tomando como fuente de información primaria los resultados obtenidos de las boletas censales, aplicadas a los jefes de familia de la comunidad. El estudio de mercado evidenció la oferta turística existente, por ello se elaboró un inventario de atractivos turístico empleando como referencia la Guía Metodología para la Jerarquización de atractivos turísticos propuesto por MINTUR (2018), en cuanto al análisis de la demanda se aplicó encuestas a los turistas nacionales que visitaron el Complejo Arqueológico Ingapirca para la obtención del perfil de la demanda potencial. Se propuso el tamaño, localización y diseño de la estructura del proyecto en base a la información obtenida sobre las necesidades y requerimientos de la demanda, se evaluaron los impactos positivos y negativos que podría provocar la implementación del producto a través de la matriz Lázaro-Lagos analizando variables como: agua, suelo, aire, paisaje, socioeconómico, flora y fauna. Para la constitución y funcionamiento del establecimiento se revisó la legislatura vigente en el país en cuanto al desarrollo de la actividad turística. Se calculó los gastos que se generarán en la implementación del proyecto en función de ello se evaluó la rentabilidad del mismo. Se concluyó que se puede implementar en la comunidad de Chuichun un producto de glamping que oferte servicio de alojamiento, alimentación, spa y guianza interpretativa, bajo un reconocimiento de Centro de Turismo Comunitario que será económicamente rentable promoviendo el desarrollo de la comunidad. Se recomienda la participación activa de todos los involucrados para ejercer la actividad turística.

Palabras clave: <GLAMPING>, <ALOJAMIENTO>, < COMUNITARIO>, <OFERTA>, <DEMANDA>, <VIABILIDAD>, <RENTABILIDAD>.

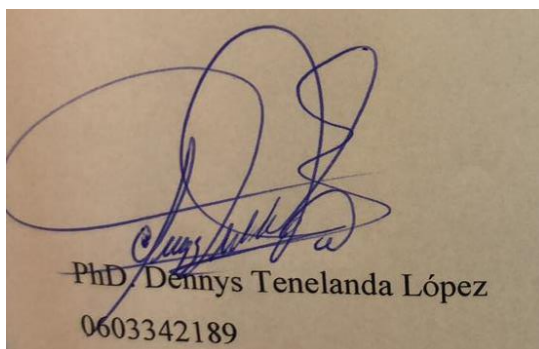


1738-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

This research aimed to carry out the design of a glamping product as an alternative for community accommodation in the Chuichun town, El Tambo city, Cañar province. A situational diagnosis was made based on the 5-star methodology proposed by Tierra (2012), where 5 areas were evaluated: physical-spatial, socio-cultural, ecological-territorial, economic-productive, and political-administrative, taking as a source of information primary the results obtained from the census ballots, applied to the heads of families of the community. The market study evidenced the existing tourist offer. For this reason, an inventory of tourist attractions was prepared using as a reference the Methodology Guide for the Hierarchy of Tourist Attractions proposed by MINTUR (2018), regarding the analysis of the demand. Surveys were applied to national tourists who visited the Ingapirca Archaeological Resort to obtain the profile of potential demand. The size, location and design of the project structure were proposed based on the information obtained on the needs and requirements of the demand, the positive and negative impacts that the implementation of the product could cause through the Lázaro-Lagos matrix were evaluated by the means of analyzing variables such as: water, soil, air, landscape, socioeconomic, flora and fauna. The legislation in force in the country was reviewed for the constitution and operation of the establishment in terms of the development of tourist activity. The expenses that will be generated in the implementation of the project were calculated; the profitability of the project was evaluated based on this. It was concluded that a glamping product that offers lodging, food, spa and interpretive guidance services can be implemented in the Chuichun town, under a Community Tourism Center recognition that will be economically profitable promoting the development of the community. It was recommended the active participation of all those ones involved in the tourist activity.

Keywords: <GLAMPING>, <ACCOMMODATION>, <COMMUNITY>, <OFFER>, <DEMAND>, <VIABILITY>, <PROFITABILITY>.



PhD. Dennys Tenelanda López
0603342189

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es uno de los países que posee una gran biodiversidad natural y cultural distribuido en sus cuatro regiones; Costa, Sierra, Amazonia y Región Insular. De los cuales se puede generar un aprovechamiento de los recursos para el desarrollo de actividades productivas, como el turismo que es una actividad productiva que promueve el desarrollo no solo económico, sino también social, ambiental y cultural de un territorio.

El turismo rural y de naturaleza ha tomado fuerza en las últimas décadas, ya que el turista busca espacios abiertos donde se pueda disfrutar del contacto con la naturaleza, pero sobre todo en los dos últimos años debido a la emergencia sanitaria mundial, el visitante deja de un lado el turismo de masas y opta por lugares con abundantes espacios verdes y paisajes impresionantes.

El camping es una de las alternativas que el turista ha tomado en cuenta para mantener contacto con la naturaleza mientras disfruta de su tiempo libre, pero para un porcentaje de la población que realiza esta actividad, representa molestias al momento ya sea de armar la carpa o incomodidades al descansar en un ambiente natural sin ninguna facilidad. De ahí surge la idea de “glamping” que proviene de la unión dos palabras inglesas “camping” y “glamour” que significa acampar con glamour, que se deshace de los aspectos negativos que representa acampar sustituyéndolo por las comodidades que se facilita en una habitación de un hotel de lujo.

Actualmente el turista apuesta por vivir experiencias en un ambiente natural sin perder la comodidad, el “glamping” existe en otros muchos países desde hace varios años sin embargo a tomado fuerza en la región Andina del país debido a sus paisajes impresionantes y profusa naturaleza.

En el Ecuador existen alrededor de 24 establecimientos que prestan servicio de alojamiento bajo la modalidad de glamping con instalaciones en zonas costeras, andinas y amazónicas de acuerdo con los sitios de GlampingHub y Booking.com que maneja un sistema de reservas para establecimientos de alojamiento (Pérez, 2020).

Las estructuras empleadas para este tipo de alojamiento pueden variar, dependiendo de la ubicación geográfica, climática, cultural e incluso de la idea de negocio que se tenga como; casa del árbol, cuevas, tienda safari, domo, cabaña tipi, yurta, pod, caravanas, graneros, entre otros (Arenado, 2020: p,87). Lo que se busca que es que no se genere un mayor impacto al ambiente.

La provincia de Cañar es una zona privilegiada por sus grandes hallazgos arqueológicos con una gran importancia escénica cultural y natural,

El cantón El Tambo es uno de los cantones más pequeños, se encuentra ubicado al este de la provincia de Cañar, es considerado un lugar de paso para la visita al Complejo Arqueológico Ingapirca, el cantón está conformado por varias comunidades, una de ellas es la comunidad Chuichun que posee una variedad de atractivos naturales y culturales que pueden ser aprovechados para el desarrollo de la actividad turística en beneficio de la población local, bajo un modelo de gestión de turismo comunitario.

El turismo comunitario es una opción viable para transformar la situación socioeconómica de una comunidad a través de un adecuado manejo de los recursos naturales y culturales, generando fuentes de empleo para la población local, reforzando la identidad colectiva y el sentido de pertenencia de las manifestaciones y representaciones existentes en un territorio. Fomentando de manera directa el Buen Vivir de las comunidades creando un ambiente igual, equitativo y justo (Loor, et.al , 2021)

En este contexto, para que un proyecto turístico comunitario pueda llegar a tener éxito en su operación es imprescindible que en la etapa de su diseño se tome en consideración un diagnóstico situacional de la zona de estudio en relación al turismo, un estudio de mercado que identifique los requerimientos y necesidades que tiene los turistas y no han sido cubiertas por el mercado, determinar el diseño arquitectónico de la infraestructura a emplear en el proyecto, además de considerar los impactos ambientales que podría llegar a causar, la estructura organizativa del proyecto y la rentabilidad económica financiera que podría llegar a tener el mismo.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

La Organización Mundial de Turismo (OMT) no ha establecido una definición concreta sobre el glamping sin embargo, algunos autores concuerdan que es un tipo de alojamiento en armonía con la naturaleza, que posee una estructura única y diferente que representa las comodidades de un hotel 5 estrellas (Robinson, et al., 2012:p.116).

Según Sciosia (2015) existen algunos indicios que manifiestan su origen:

Remontándose en primera instancia al siglo XII, época de la Edad Media donde se describían aquellos campamentos móviles de la nobleza, mismos que servían de refugio en sus viajes adoptando el nombre de “Imperial Camps”. El término fue acuñado en África a finales del siglo XIX por los exploradores británicos Gordon Laing, Verney Cameron y David Livingstone, aunque los orígenes del glamping se remontan a reyes y reinos de siglos atrás, que es cuando surgió la necesidad de viajar, a causa de visitar las regiones bajo su dominio, conquistar terrenos nuevos o liderar a sus ejércitos de guerra. La tienda del rey, transportable en su totalidad a la espalda de animales de carga, contaba con todas las comodidades y atractivos del palacio.

En la actualidad estos campamentos han sido adecuados para la prestación de servicios de alojamiento turístico, cubriendo de manera parcial los requerimientos y necesidades de las personas al momento de acampar y a la vez, posicionándose como una nueva tendencia que oferta aventura, confort y lujo.

De acuerdo con un estudio realizado por el Jesolo Internacional Club Camping:

El glamping logra la combinación armónica perfecta entre las instalaciones y los servicios de lujo con la oferta de camping, permitiendo disfrutar y experimentar de la naturaleza, pero sobre todo mantener las comodidades de un viaje premium además de conectarse con la cultura local de cada destino (Solis. C, 2015).

Las estructuras empleadas para dicho alojamiento varían dependiendo de las condiciones del lugar, entre ellas podemos encontrar diferentes tipos de glamping como; casa del árbol, cabaña de lona, tienda safari, tipi, yurta, domos, iglús entre otros (Muñoz y Duitama, 2019:p.36). Su principal

característica además de proporcionar lujo y el confort en un medio natural, es generar el menor impacto posible en el ambiente.

El Ecuador existen varios emprendimientos de glamping a nivel nacional, en la región Insular podemos encontrar Galápagos Safari Camp que cuenta con nueve tiendas de campaña al estilo africano, salón para eventos sociales, bar, restaurante y piscinas en clavadas en medio de un bosque. En la costa ecuatoriana se ubica Nativa Whale Domes situado cerca de la playa de Puerto López, provincia de Manabí donde disponen de habitaciones individuales y familiares, que como su nombre lo indica su estructura es similar a un domo. En la sierra podemos encontrar Hawkay Glamping junto a la laguna de Yambo en la provincia de Cotopaxi, la capacidad máxima es de 2 a 4 personas por cabaña además de ofertar actividades como cine al aire libre y desayuno en el muelle de la laguna, en cuanto a la región amazónica se destaca Macas Glamping su estructura es completamente de cristal lo que permite tener una vista directa al jardín (Glamping Hub, 2017).

El glamping se está convirtiendo en una tendencia de alojamiento en espacios naturales para los turistas y también para los empresarios que optan por ofertar este tipo de alojamiento ya que no requiere un costo de inversión alto y en muchos casos las estructuras de glamping se pueden movilizar de un lugar a otro y sobre todo son amigables con el ambiente sin embargo, es relevante mencionar que este tipo de emprendimiento es aprovechado de manera especial por el sector privado y no por organizaciones comunitarias.

1.2. Planteamiento del problema

La comunidad Chuichun se encuentra ubicada al este del cantón El Tambo, perteneciente a la provincia de Cañar, cuenta con una extensión de 1. 256,99 ha que representa el 19,90% de la extensión total del cantón, la misma que está conformada por varios sectores como; Chuichun quesera, Ana María alto, Ana María bajo, Tunaspamba, Chuichun centro, Bola Loma y Molinopungo (GADMI EL TAMBO, 2020).

La comunidad cuenta con recursos naturales y culturales que pueden ser aprovechados para el desarrollo de la actividad turística inclinándose hacia un turismo de naturaleza en donde se podrían realizar actividades como; senderismo, trekking, cabalgata, observación de flora y fauna pero sobre todo, pose espacios naturales que pueden ser adecuados para la implementación de un producto de glamping como alternativa de alojamiento comunitario bajo un modelo de gestión de turismo comunitario que forma parte de una estrategia de desarrollo local a través de la actividad turística, en donde se diversificara la oferta de trabajo para que la población local pueda tener una alternativa de ingresos económicos.

El glamping es una respuesta alternativa e innovadora para brindar un servicio de alojamiento turístico de alta calidad y confort para las personas que desean acampar al aire libre, además de ofertar servicios complementarios.

1.3. Justificación

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador (2008) en su Art. 71. “El Estado incentivará a las personas naturales o jurídicas y a los colectivos para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema”, de esta manera generar un aprovechamiento sostenible de los recursos naturales sin generar mayor impacto ambiental.

El Ecuador es un país con una gran biodiversidad presente en sus cuatro regiones: Costa, Sierra, Amazonia y región Insular, cuenta con paisajes exuberantes en toda su extensión con diferentes pisos climáticos además de recursos naturales y culturales únicos. Es por ello que el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2019) en el Plan Nacional de Turismo 2030 establece políticas nacionales que promueven mejorar la competitividad de los destinos turísticos mediante la generación de productos turísticos innovadores y la prestación de servicios de calidad.

Tomando en cuenta que la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2012) con el fin de alcanzar el buen vivir en el Ecuador, establece ejes para la transformación de la matriz productiva considerando al turismo como un sector priorizado que promueve el desarrollo económico, social, ambiental y cultural en el territorio.

Es por ello que mediante la resolución 001 del Consejo Nacional de Competencias (CNC, 2016) se designa a cada nivel de gobierno la facultad de planificación, regulación y control de las actividades turísticas dentro de su jurisdicción territorial, en donde su cada Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) sea este provincial, municipal, metropolitano o parroquial pueda gestionar la actividad turística.

La implementación de productos innovadores, llamativos y que no requieren mayor inversión son una necesidad para el desarrollo turístico de un territorio, en base a aquello se plantea el diseño de un producto de glamping como alternativa de alojamiento comunitario, ya que el mismo ofertará un servicio de calidad facilitando las comodidades de un hotel 5 estrellas, considerando que su arquitectura, diseño, imagen y actividades complementarias deben ser sostenibles y estar relacionadas al cuidado del medio ambiente, además de manejarse bajo un modelo de gestión de

turismo comunitario, fomentando el desarrollo local y a la vez diversificando las fuentes de ingresos de la población local.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

- Diseñar un producto de glamping como alternativa de alojamiento comunitario en la comunidad Chuichun, cantón El Tambo, provincia de Cañar.

1.4.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional en relación con el turismo.
- Elaborar un estudio de mercado para el producto de glamping como alternativa de alojamiento comunitario.
- Determinar la viabilidad técnica, ambiental, legal y administrativa del producto de glamping.
- Evaluar la rentabilidad económica financiera del glamping como alternativa de alojamiento comunitario.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Turismo de naturaleza

La Organización Mundial de Turismo en el año 2002, establece en la Cumbre Mundial de Ecoturismo que; el turismo de naturaleza es “es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, donde su motivación principal es la observación y apreciación de la naturaleza y de las culturas tradicionales” (OMT, 2002: p. 16). En donde, el termino “alternativo” hace referencia como su nombre lo indica una alternativa diferente al turismo tradicional, tomando en cuenta de manera específica a espacios con abundante naturaleza.

El turismo de naturaleza supone la oportunidad de conectar al turista con las raíces naturales mediante la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, además de interactuar con la población local.

En base a ello la (OMT, 2019: p.33-37) establecen tres grandes categorías o modalidades bajo el concepto de turismo de naturaleza; turismo rural, turismo de aventura y turismo de naturaleza

2.2. Turismo comunitario

De acuerdo con la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) define turismo comunitario como:

La relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, de los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados. (FEPTCE, 2012)

Mientras que el MINTUR (2010) en el reglamento para los centros de turismo comunitario, establece que el turismo comunitario es:

Es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a

potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística.

En base a lo antes mencionado por el MINTUR y la FEPTCE se puede definir que el turismo comunitario se ha convertido en una estrategia de desarrollo que incentiva a las comunidades a aprovechar de manera sostenible el patrimonio natural y cultural, mediante la planificación y gestión adecuada de la actividad turística, la misma que debe ser económicamente rentable, ambientalmente responsable, socialmente incluyente y culturalmente respetable.

Permitiendo que la población local interactúe de manera directa con el turista, a través de la prestación de servicios turísticos, los mismos que generan fuentes de empleo y beneficios económicos para la comunidad.

2.2.1. Modelo de gestión

Se entiende por modelo de gestión a un “esquema de planificación o desempeño que interrelaciona personas, tecnología, y procesos como pilares fundamentales de toda organización”. (Alvarez, 2017: p.12)

En base a ello, se considera al turismo comunitario como un modelo de gestión comunitaria ya que la misma comunidad es la encargada de planificar y gestionar el turismo. Es decir, la población local es quien se encarga de tomar las decisiones, reparto de utilidades, designación de personal para las actividades en el desarrollo de la actividad turística.

La participación de la población local juega un papel importante sin embargo, no solo se considera la participación comunitaria o la generación de beneficios para los pobladores, si no como aspecto fundamental la autogestión y el control local directo por parte de la comunidad. (Inostroza, 2008: p.80)

2.2.2. Estrategia de desarrollo local

De acuerdo con Gambarota y Lorda, (2017:p.346) una estrategia de desarrollo local es:

Un modo de organización socio-económica, en donde la población local expresan y concretan sus propias propuestas de desarrollo comunitario, en donde se reconoce e identifica las necesidades y potencialidades del territorio además de generar conciencia sobre la conservación del medio ambiente.

Desde este contexto el turismo comunitario actúa como motor del desarrollo local, considerando que la actividad turística podrá impactar positivamente en el desarrollo económico y social de un territorio, mediante la generación de fuentes de empleo que permitan de cierta manera mejorar la calidad de vida de la población local. Además de promover la conservación de los recursos naturales existentes y sobre todo salvaguardar la identidad cultural, costumbres, tradiciones y manifestaciones propias de un pueblo.

Cabe mencionar que también podrá ocasionar impactos negativos que afectaran directamente a la comunidad, como la alta dependencia de la actividad turística, degradación del espacio y la contaminación. Sin embargo son situaciones que se pueden evitar con una adecuada planificación y gestión de la actividad.

2.3. Servicio turístico

De acuerdo con Feijóo Luis et al. (2018:p.2030) los servicios turísticos son: “Todos los servicios que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes y otros”.

Es decir, es el conjunto de facilidades que se oferta al turista en un determinado destino para cubrir sus requerimientos y necesidades durante su estadía, es importante mencionar que el ofrecer servicios de calidad genera un valor agregado además de una diferenciación en el mercado.

2.4. Alojamiento

El MINTUR a través de la Ley de Turismo en el año 2016, establece que “El alojamiento es una actividad turística, que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros” (MINTUR 2016).

Sobre el servicio de alojamiento recae una gran responsabilidad, ya que por lo general de la calidad del servicio prestado dependerá la estadía del visitante en el destino y por consiguiente las fuentes de empleo. Es por eso que Navarro y Vera, (1998) argumentan que “el alojamiento constituye un soporte estratégico de gran importancia en la actividad turística, que el éxito del servicio de alojamiento dependerá en gran medida del éxito del destino”.

Conforme a lo establecido en el reglamento de alojamiento turístico por el MINTUR, los establecimientos de alojamiento se clasifican y categorizan de la siguiente manera:

Tabla 1-2: Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico.

Establecimiento de alojamiento turístico	Nomenclatura	Categorización
Hotel	H	2-5 estrellas
Hostal	HS	1-3 estrellas
Hostería	HT	3-5 estrellas
Hacienda Turística	HA	
Lodge	L	
Resort	RS	4-5 estrellas
Refugio	RF	Categoría única
Campamento Turístico	CT	
Casa de huéspedes	CH	

Fuente: MINTUR, 2016

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

2.4.1. Campamento turístico

Según el MINTUR (2016:p.9) define campamento turístico como:

Un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre, Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

En base a ello, se puede establecer que un campamento turístico es un espacio geográficamente delimitado dotado principalmente de servicios básicos como; agua, luz eléctrica, tratamiento de aguas residuales, además podrá contar con servicios complementarios que deben estar acondicionados para su ocupación temporal, todo esto en contacto directo con la naturaleza. Lo que permite ofertar una experiencia diferente al turista (Torres ,E & Fuentes R; 2006: p.88)

2.4.2. *Glamping*

El término “glamping” hace referencia a un tipo de alojamiento relativamente nuevo y novedoso pero poco explorado en la actualidad. De acuerdo con Büscher y Fletcher (2017: p. 662) este tipo de alojamiento oferta comodidades inimaginables desde cenas de 5 estrellas hasta spas, en donde se puede disfrutar la combinación del lujo al aire libre.

Sin embargo, Lucivero (2012: p. 3) enfatiza que el glamping nace por la globalización del turismo de naturaleza, el mismo que debe “combinar los principios de respeto al medio ambiente, destacando a grandes rasgos términos de calidad y confort”. La estructura empleada para esta actividad debe generar el menor impacto posible al medio, pero sobre todo promover el respeto a la cultura local.

Brochado & Pereira (2017) argumentan que el glamping, ofrece a los amantes de la naturaleza una experiencia de “hotel al aire libre”, sin tener las incomodidades típicas de la acampada (Arenado, R; 2020: p. 87), es decir se oferta comodidades y experiencias únicas, dejando de un lado las tiendas de campaña, sacos de dormir y se remplaza por; camas, sábanas de alta calidad, cuartos de baño, agua caliente, wifi, calefacción entre otras facilidades, además de brindar servicios complementarios.

- Calidad

En la actualidad la palabra calidad no tiene una definición establecida, puesto que puede tener diferentes significados de acuerdo con quien la define. Según Wagner (2014: p. 28) “ la percepción de calidad de un producto es totalmente subjetiva, ya que es de carácter individual: lo que es de calidad para una persona puede no serlo para otra”

De acuerdo con la Organización Internacional de Normalización (ISO) en el año 2005, bajo la norma ISO 9000 referente a los sistemas de gestión de calidad, establece que calidad es “un conjunto de características inherentes de un producto, sistema o proceso para cumplir los requisitos de los clientes y de otras partes interesadas”(ISO 2005)

Por ende, se entiende que la calidad de un producto o servicio será determinada por el usuario que adquiere el mismo, el sí cumple o no con los requerimientos, necesidades y expectativas que cliente solicita.

- Confort

La definición establecida por la Real Academia Española (RAE) acerca del término “confort” se relaciona directamente con aquello que brinda condiciones de comodidad y generar bienestar en el usuario. (RAE,sf)

Es por ello que, es importante recalcar que el “confort” es una de las características principales que debe cumplir un servicio de alojamiento, en el caso del glamping es indispensable que cumpla con aquello, puesto que el cliente debe sentirse cómodo y generar un bienestar al adquirir el servicio.

2.4.2.1. Estructuras de glamping

El glamping alberga un sin número de estructuras únicas y originales que pueden establecerse en medio de la naturaleza, evitando causar el mayor impacto posible al medio ambiente, generando las comodidades de lujo y confort que oferta un hotel. De acuerdo con el sitio web GlampingHub (2017) las estructuras que tiene mayor acogida son:

- Yurta

Tiene un origen centro-asiático, posee una base cilíndrica de madera, el techo es de forma cónica achatada que se une a un anillo central por lo general está cubierta de capas de paja y lona de lana. Al estar compuesta de madera es ideal para cualquier tipo de clima tiene una capacidad media de 3 a 4 personas.



Figura 1-2. Glamping tipo yurta

Fuente: GlampingHub, 2017.

- Tienda safari

Por lo general este tipo de estructura era empleada por reyes, nómadas y exploradores, es bastante amplia y tiene forma rectangular apoyada en postes de aluminio o fibra de vidrio, las paredes y el

techo son cubiertos por lona impermeable. Al tener un tamaño mayor permite implementar un mayor número de comodidades, tiene una capacidad media para 5 o 6 personas.



Figura 2-2. Glamping tipo tienda safari

Fuente: GlampingHub, 2017.

- Domo

Esta estructura surge de la idea de los “iglús” utilizados por los esquimales, actualmente para la construcción de este tipo se puede emplear una varia gama de materiales tanto para su edificación y su decoración, sin embargo se debe tener en cuenta características como: conservación de la temperatura, y que tenga amplias entradas de luz, tiene forma de copa invertida en donde su base es circular y una especie de bóveda redondeada forma el techo.



Figura 3-2. Glamping tipo domo

Fuente: GlampingHub, 2017.

- Pod ecológico

Pueden llegar a tener una forma semi-curva o cuadrada, suelen causar un impacto ambiental mínimo debido a su tamaño compacto y uso de energías renovables, su base es de madera al igual

que su estructura puede llegar a tener una capacidad media de 2 hasta 6 personas. En algunas ocasiones sus puertas y ventanas son de vidrio templado.



Figura 4-2. Glamping tipo pod ecológico

Fuente: GlampingHub, 2017.

2.5. Servicios complementarios

Los servicios complementarios en la actividad turística hacen referencia aquellos que no están relacionadas directamente con el turismo, como su nombre lo indica complementan las necesidades del turista que surjan en el destino (Sotomayor & Galindo 2021).

En base a lo mencionado anteriormente, entre los servicios complementarios generalmente se encuentra los servicios de guianza, medios de transporte no turístico como; taxis, buses, camionetas; servicio de comunicación: cabinas telefónicas, bancos, cajeros automáticos, comercio y supermercado; servicio de emergencia: hospitales, farmacias, clínicas, entre otros.

Es necesario indicar que existe una línea de servicios complementarios de alta gama que tiene como finalidad proporcionar elementos que contribuyan a elevar el nivel de satisfacción del cliente y a su vez generar una ventaja competitiva dentro del mercado entre ellos podemos mencionar los spas, gimnasios, eventos recreativos , cenas, entre otros (Sotomayor y Galindo 2021).

2.6. Diagnóstico situacional

Salazar, et. al (2020:p.357) argumentan que un diagnóstico situacional es el:

Procedimiento técnico, planificado y sistemático que permite identificar, describir y evaluar la situación de una empresa, territorio, comunidad, etc. De esta manera los resultados del diagnóstico servirán como marco de referencia para comparar la situación del territorio antes y después de cualquier intervención.

Por lo tanto un diagnóstico situacional implica el desarrollo de un proceso metodológico, que facilita la obtención de información referente a la población existente, como también a las características y condiciones que tiene la zona de estudio, a través de la interacción participativa con la localidad lo que implicará conocer la realidad del territorio.

2.6.1. Diagnóstico cinco estrellas

Como menciona Tierra (2012: p.38) un diagnóstico consiste en:

Conocer las generalidades del territorio en base a la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales; oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales, entre otras fuentes.

En base a lo mencionado anteriormente, el objetivo de un diagnóstico cinco estrellas es el análisis de las características y condiciones de un territorio mediante la recopilación de información en cinco ámbitos; físico-espacial, sociocultural, económico productivo y político administrativo.

2.6.1.1. Ámbito físico- espacial

Este ámbito busca conocer la división política administrativa del territorio en cuanto a la provincia, cantón, parroquia o comunidad que la que se ubica, además de los límites del espacio geográfico, las vías de acceso que tiene, su hidrología y geología.

2.6.1.2. Ámbito socio cultural

Como afirma Méndez (2016:p.14) se entiende por sociocultural el “reconocimiento y el autorreconocimiento de los sujetos individuales que interactúan en los procesos de la realidad que tiene lugar en un territorio determinado”.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente se establece que, este ámbito tiene la particularidad de informar sobre las condiciones de vida que tiene la población local, dando a conocer la cobertura que tienen los servicios básicos, además de su cultura e identidad, en base a su etnicidad,

historia, movimientos migratorios, nivel de instrucción, servicios básicos disponibles, tipo de vivienda, salud, educación y medios de transporte.

2.6.1.3. Ámbito ecológico territorial

El ámbito ecológico territorial recauda información sobre las condiciones ambientales de la zona de estudio, en donde se evidencia; la clasificación ecológica del territorio, el clima, los usos del suelo, hidrografía, además de flora y fauna tanto endémicas como en peligro de extinción, pero sobre todo los problemas ambientales presentes en el lugar.

2.6.1.4. Ámbito económico productivo

Este ámbito comprende “las principales actividades económicas del territorio y las relaciones entre los factores productivos que permiten el desarrollo de la economía” (SENPLADES, 2015:p.46).

Es indispensable establecer que las principales actividades económicas hacen referencia a la ocupación que tiene la población en cuanto a su trabajo y empleo, pero sobre todo se identifica y analiza la implicación que tiene la población en el desarrollo actual de la actividad turística en el territorio.

2.6.1.5. Ámbito político administrativo

La política juega un papel fundamental en la organización que tiene determinado territorio, ya que contribuye a la toma de decisiones para mejorar de cierta manera las condiciones de vida de la población, el término “político administrativo” se refiere a la organización interna que tiene dicha población, además se analiza la contribución que tiene el sector público y privado para el desarrollo del turismo en el territorio, mencionando a las instituciones que trabajan en la zona.

2.7. Estudio de mercado

Como afirma Kotler et al (2004:p.10) un mercado “es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que pueden satisfacer mediante una relación de intercambio”.

Por lo tanto el término mercado es empleado para denominar la relación existente entre la oferta y la demanda, en donde la oferta está conformada por productos o servicios que buscan satisfacer requerimientos y necesidades, por otro lado la demanda es aquel grupo de personas que están dispuestas a adquirir la oferta a cambio de cancelar un valor por ello.

Por consiguiente, un estudio de mercado es el proceso en donde se examina si los bienes, productos o servicios que se ofertan en un territorio, determinando si son capaces de cubrir las necesidades de los consumidores, además se identifican los requerimientos que no se ha logrado satisfacer con la oferta actual.

2.7.1. Oferta turística

La OMT (2011, p.51) define la oferta turística como “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”, cabe mencionar que dentro de esta definición se consideran servicios netamente turísticos (alojamiento, alimentación, transporte turístico) y servicios no turísticos (agua, luz, alcantarillado, etc.)

En base a ello, Quezada (2005) citando en Tierra (2012: p.8) manifiesta que existen cuatro elementos que configuran la oferta turística; atracciones y actividades, infraestructura social, planta turística y superestructura.

2.7.1.1. Atracciones y actividades

La actividad turística se desarrolla en un espacio geográfico delimitado, en donde se encuentran recursos naturales (sitios naturales) y culturales (manifestaciones y representaciones de la población local) los mismos que deben pasar por un proceso de jerarquización para ser considerados atractivos turísticos que por su singularidad son capaces de captar el interés de los visitantes.

2.7.1.2. Infraestructura básica

Es indispensable para el desarrollo del turismo, que el territorio cuente con servicios básicos como; agua potable, energía eléctrica, saneamiento, vialidad, cabe mencionar que los gobiernos autónomos descentralizados tienen la competencia de dotar dichos servicios a la población. (Noboa, 2020: p.5)

2.7.1.3. Planta turística

Desde el punto de vista de Boullón (1985: p. 40) la planta turística está compuesta por dos elementos; el equipamiento turístico que hace referencia a todos los establecimientos administrativos

públicos o privados que se dedican a prestar servicios de alojamiento, alimentación, transporte, guianza, agencias de viajes.

El segundo elemento son las instalaciones o también conocidas como facilidades que son construcciones que posibilitan la práctica de actividades turísticas tales como; miradores, senderos, refugios, muelles.

2.7.1.4. Superestructura

(Guerrero y Ramos, 2015: p.85) señalan que la “superestructura turística está representada por todo el conjunto de organismos, asociaciones públicas y privadas, nacionales e internacionales que con sus leyes, reglamentos y normas, coordinan, controlan y promocionan el turismo”.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) es el organismo encargado de la regulación de la actividad turística a nivel internacional, en el caso de Ecuador, el Ministerio de Turismo (MINTUR), el Ministerio del Ambiente (MAE) y gobiernos locales tienen la competencia de contribuir al desarrollo turístico de un territorio.

Cabe mencionar que no solo existen entidades públicas y privadas, sino también comunitarias como la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) que se encarga específicamente del turismo comunitario.

2.7.2. Demanda turística

Como afirma Rigol., et al (2009: p.6) se puede definir como demanda turística “a los consumidores actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar del conjunto de facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos en función de un precio determinado”

Es relevante mencionar que, la demanda presenta factores sociodemográficas, motivacionales, políticos, de tiempo de ocio, entre otros que influyen al momento de planificar su lugar de visita.

2.7.2.1. Demanda potencial

“La demanda potencial es aquella que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor” (Boullón, 1985:p.34). Es decir, son los turistas

potenciales que podrían visitar el lugar, pero que todavía no lo han hecho porque no se ha logrado captar los requerimientos y necesidades que tienen.

2.7.2.2. Demanda insatisfecha

Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado, pero que sin embargo puede ser cubierta con una oferta estructurada. Se presenta cuando la demanda es mayor a la oferta ya sea por la dificultad de acceder a los productos o servicios (Burbano 2015 p:33).

Cuando se establece un producto o servicios en el mercado y este no alcanza a cubrir los requerimientos y necesidades que tiene la demanda provoca una insatisfacción en la misma, de ahí el nombre de demanda insatisfecha, es el resultado de la diferencia entre la demanda potencial y la oferta potencial.

2.7.2.3. Demanda objetivo

Es aquella demanda que se quiere captar al cubrir las necesidades de la demanda insatisfecha, a través de la estructuración de un producto o servicio que cumpla con los requerimientos primordiales establecidos por la demanda insatisfecha.

2.7.3. Análisis de la competencia

La competencia es toda aquella empresa pública o privada que oferta productos o servicios semejantes a los que se quiere colocar en el mercado. Como afirma Muñoz (2006) para analizar los competidores es necesario conocer todo sobre ellos; nombres, ubicación, cantidad de clientes que reciben, canales de distribución, donde adquieren su materia prima, en fin sus fortalezas y debilidades para poder mejorar el producto o servicio que se desea ofertar.

Es relevante mencionar que no siempre la competencia se debe considerar como el “enemigo”, sino más bien se podría establecer estrategias de cooperación para que de esta manera las dos partes puedan generar ingresos.

2.8. Viabilidad

De acuerdo con (Arias, 2020) define viabilidad como un “análisis que tiene por finalidad conocer la probabilidad que existe de tener éxito en algún tipo de proyecto”. Es decir, es su capacidad para

finalizar satisfactoriamente los resultados esperados, además que sirve como guía para la toma de decisiones sobre su implementación.

Existen varias dimensiones de viabilidad sin embargo, se han tomado las más relevantes para ser analizadas; viabilidad técnica, viabilidad ambiental, viabilidad legal y viabilidad administrativa.

2.8.1. Viabilidad técnica

Hace referencia a los recursos necesarios que son empleados o están involucrados en el desarrollo de un proyecto como; herramientas, conocimientos, habilidades, equipo, maquinaria, materia prima, instalaciones necesarias para el proyecto, es decir permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir bienes o servicios (Vargas, 2019: p.17).

2.8.2. Viabilidad ambiental

Esta dimensión de viabilidad ha sido tomada en cuenta en las últimas décadas, ya que se busca que los proyectos tengan un enfoque más amigable con el medio ambiente, es por ello que para que se ejecute un proyecto debe contar con estudios previos en donde se determina los impactos positivos y negativos que las actividades a realizarse en dicho proyecto provocan en el medio, además si contribuyen o no a la conservación del lugar.

2.8.3. Viabilidad legal

Sobrero (2009) afirma que esta dimensión informa sobre alguna posible restricción legal que pueda presentarse al momento de implementar un proyecto. Es por ello que se sujeta al marco legal vigente para disminuir los riesgos, conflictos o demoras.

2.8.4. Viabilidad administrativa

Consiste en determinar capacidades gerenciales internas, para lograr la correcta implementación y eficiente administración, por ende, se debe evaluar la posibilidad de conseguir personal capacitado para el área. En esta dimensión se determina la capacidad organizacional del proyecto.

2.9. Rentabilidad económica financiera

La rentabilidad es un término empleado para determinar la relación existente entre el beneficio que genera una determinada actividad en base a sus costos. Por lo tanto la rentabilidad económica

financiera hace referencia al proceso en el que se busca identificar y comparar los beneficios y costos que conlleva la implementación de un proyecto, con la intención de generar alternativas para maximizar los ingresos (Rene, et.al., 2017:pp.146).

Para establecer la rentabilidad económica financiera se necesitan determinar ciertos factores como; flujo de caja, valor actual neto, relación beneficio costo, tasa interna de retorno y periodo de recuperación de capital.

2.9.1. Flujo de caja

De acuerdo con Meza (2013:p.234) el flujo de caja es la “ sistematización de la información sobre la inversión inicial, inversiones durante la etapa de operación, ingresos y egresos operacionales y de producción, y el valor de rescate del proyecto”.

Por ende, se puede establecer que el flujo de caja es un informe financiero en donde se refleja los ingresos que tiene determinada actividad productiva genera, pero también los gastos que representa la misma como; pago de préstamos, pago de sueldos, pago de impuestos, agua, luz, etc.

2.9.2. Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es una de las herramientas que determinan la rentabilidad de un proyecto, “hace referencia a las ganancias que tiene un proyecto, teniendo en cuenta su inversión inicial, como la previsión de gastos futuros, el cálculo del VAN resulta fundamental para expresar en cantidades absolutas y exactas el rendimiento de dicho proyecto.” (Gascó, 2019).

2.9.3. Tasa interna de retorno (TIR)

En un estudio que se realizó en el año 2018 sobre la viabilidad de un proyecto Simisterra, etal (2018:pp.14) manifiestan que:

“la tasa interna de retorno indica la rentabilidad promedio que genera el capital invertido en el proyecto, por ende resulta factible cuando en todo momento se provee de saldos positivos, es decir que existe suficiente dinero para financiar los gastos de la inversión que implica si se va poner en marcha o no la operación”.

Es importante recalcar que la TIR y el VAN se relacionan de forma directa con el flujo de caja, en donde la TIR es la tasa de descuento que iguala el valor actual de los ingresos con el valor actual de los egresos que tiene como resultado un VAN igual a 0 (Mete,2014).

2.9.4. Relación costo beneficio (RBC)

“La relación beneficio costo consiste en evaluar la eficiencia económica de los recursos utilizados y mostrar la cantidad de dinero que retorna por cada unidad monetaria invertida durante un período determinado” (Herrera et al., 1994 citado en Santos, 2002)

Jácome y Carvache (2017) concuerdan que “la relación costo beneficio es una herramienta de gestión importante, ya que permite visualizar la relación existente de los costos totales con los beneficios cuyo resultado permitirá la toma de decisiones”.

2.9.5. Período de recuperación del capital (PRC)

El periodo de recuperación del capital o también conocido como “*payback*” por sus siglas en inglés, como su nombre lo indica es el tiempo estimado que se requiere para recuperar el capital invertido en alguna actividad productiva.

Santa (2017) manifiesta que cuando los proyectos a desarrollarse necesitan una inversión considerable, su PRC será largo y que al principio los ingresos serán bajos por consecuencia de sus ventas, sin embargo, esto no quiere decir que no sea rentable. Sino más bien que hasta que el proyecto este consolidado en el mercado, el PRC será largo y muchas veces es desalentador para los inversionistas.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación es de tipo descriptiva empleando el método deductivo con la recopilación de información primaria y secundaria, para ello se emplearon técnicas como entrevistas, encuestas y la observación directa, a través de instrumentos como guía de entrevista, cuestionario y guía de observación.

Para el cumplimiento del primer objetivo que fue: Realizar un diagnóstico situacional en la zona de estudio en relación al turismo, se empleó la metodología 5 estrellas que está compuesta por los ámbitos: físico- espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo.

- Para el ámbito físico- espacial se obtuvo información de fuentes secundarias como el Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) del año 2020 en cuanto a la división política administrativa (provincia, cantón, parroquia, comunidad y sectores), además de los límites, vías de acceso, hidrología y geología.
- En cuanto al ámbito socio cultural se recabo información sobre la etnicidad (nacionalidad y pueblo), historia, población existente, migración, nivel de instrucción, profesión u ocupación, servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamientos de desechos), tipo de vivienda, salud, educación, medios de transporte, comunicación, servicios sanitarios. Para ello se aplicó una boleta censal (ver Anexo A) a la población local dirigida al jefe de hogar.
- Con respecto al ámbito ecológico- territorial se consultó el PDOT para obtener información sobre las condiciones ambientales como el clima, por otra parte, para la descripción general de la flora y fauna se realizaron salidas de campo donde se identificaron las especies existentes con la ayuda de los pobladores.
- De la misma forma para el ámbito económico productivo los datos recolectados en la boleta censal y con información complementaria del PDOT se pudo identificar las actividades económicas de la población local, la población económicamente activa (PEA), así mismo el interés de la población por el desarrollo de la actividad turística y el desarrollo actual de la misma.
- Finalmente para el ámbito político administrativo se contó con la participación de los dirigentes de la comunidad, quienes explicaron el proceso de administración interna y asociatividad que tiene la comunidad en cada sector.

Chuichun al ser una comunidad demasiado grande que cuenta con aproximadamente 1.790 habitantes, se aplicó la fórmula para poblaciones finitas para determinar el número de familias que fueron encuestadas.

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

Donde:

n= muestra

N= universo (1.790)

p= probabilidad de ocurrencia (0,5)

q= probabilidad de no ocurrencia (0,5)

e= error de estimación (5 %)

z= nivel de confianza (95%)

La fórmula se calculó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.790 * (0,5 * 0,5)}{\left[(1.790 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96} \right)^2 \right] + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{447,5}{[1,164228] + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 316$$

Es importante mencionar que el resultado obtenido de la fórmula estadística que fue 316 personas, las encuestas no se aplicaron de forma aleatoria a 316 habitantes, si no por el contrario se decidió aplicar las boletas censales a 316 jefes de familia esto para obtener una mayor precisión en la información con respecto a los componentes del ámbito socio-cultural.

Con relación al segundo objetivo: Elaborar un estudio de mercado para el producto de glamping como alternativa de alojamiento comunitario.

- En una primera etapa se analizó la oferta actual tomando en cuenta los elementos del sistema turístico, por ello se elaboró el inventario de atractivos turísticos en base a la Guía Metodología propuesta por el MINTUR 2018 en siete salidas de campo con la ayuda de del Sr. Mesías Pichisaca secretario del sector Bola Loma. Mientras que para el registro del patrimonio cultural se realizaron dos talleres participativos con los pobladores de la comunidad, para esta actividad se aplicó el instructivo del Registro del Patrimonio Cultural Inmaterial propuesto por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), posterior a ello se analizó la infraestructura básica en el territorio con la información recopilada de la boleta censal y la ayuda del PDOT, en cuanto

a la planta turística y superestructura mediante entrevistas aplicadas a los dirigentes de la comunidad y encargados del Departamento de Turismo y Deporte del cantón El Tambo para conocer cuál es la contribución al desarrollo del turismo en la zona. Cabe mencionar que también se determinó la oferta complementaria existente en el cantón.

- En segundo lugar para el análisis de la demanda se tomó en consideración únicamente a los turistas nacionales que visitaron el Complejo Arqueológico Ingapirca, debido a las restricciones existentes para viajar. Cabe mencionar que se consideró al Complejo como atractivo focal en base a dos factores; la cercanía al territorio y el flujo de turistas. Para el año 2020 el Complejo registro 29.312 turistas nacionales, información que fue facilitada por el Arq. Marco Velecela director del CAI.

Para la obtención de la muestra se aplicó la fórmula para poblaciones finitas, para determinar el número de turistas a ser encuestados.

Donde

N= universo (29.312)

p=probabilidad de ocurrencia (0,5)

q=probabilidad de no ocurrencia (0,5)

e=error de estimación (5%)

z=nivel de confianza (95%)

La fórmula se calculó de la siguiente manera:

$$n = \frac{29.312 * (0,5 * 0,5)}{\left[(29.312 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96} \right)^2 \right] + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{7328}{[19,074735] + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 380$$

Por lo tanto se aplicó la encuesta (ver Anexo B) a 380 turistas nacionales que visitaron el Complejo Arqueológico Ingapirca, luego de una sistematización de los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se procedió a determinar el perfil de la demanda.

- Para el análisis de la competencia se tomó en cuenta a los establecimientos que prestan servicios de alojamiento en el cantón El Tambo como el centro poblado más cercano, para ello se empleó el Castro Turístico Nacional como fuente de información secundaria, además de entrevistas a los propietarios de los establecimientos.

- En cuanto a la confrontación de la oferta-demanda se empleó la fórmula de incremento compuesto ($C_n = C_o(1+i)^n$) para calcular las proyecciones de la oferta y demanda, dado que no existen registros históricos en el territorio para ello se empleó el índice de incremento turístico (4%) establecido por la OMT.

Con lo que respecta al desarrollo del tercer objetivo: Determinar la viabilidad técnica, ambiental, legal y administrativa del producto.

- Para la viabilidad técnica del producto de glamping, se determinó el tamaño, localización y diseño de la estructura del proyecto con su respectivo equipamiento, mano de obra y costo de inversión del proyecto, además de la planta y facilidades turísticas necesarias.
- Para determinar los posibles impactos ambientales que el proyecto podría causar se utilizó la metodología propuesta en la matriz Lázaro-Lagos en donde se analizaron variables como; agua, suelo, aire, paisaje, socioeconómico, flora y fauna.

En función a los siguientes parámetros:

Naturaleza Va depender si el impacto es positivo se marca (+) y si es negativo se marca (-)

Magnitud	1. Baja intensidad	Cuando el área afectada es menor a 1 ha.
	2. Media intensidad	Cuando el área afectada está entre 1 ha a 10 ha.
	3. Alta intensidad	Cuando el área afectada es mayor a 1 ha.
Importancia	0. Sin importancia 1. Menor importancia 2. Moderada importancia 3. Importante importancia	
Certeza	C. Si el impacto ocurriría con una probabilidad del 75 % D. Si el impacto ocurriría con una probabilidad entre 50 % a 75 % I. Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del proyecto	
Tipo	1. (Pr). Primario	Si el impacto es consecuencia directa de la implementación

Reversibilidad	2. (Sc). Secundario	Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación
	3. (Ac). Acumulativo	Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos
	1. Reversible.	Si el impacto es transformable por mecanismos naturales
Duración	2. Irreversible	Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales
	1. Corto plazo	Si el impacto permanece menos de un año
	2. Mediano plazo	Si el impacto permanece entre un año a 10 años
Tiempo en aparecer	3. Largo plazo	Si el impacto permanece de diez años
	C. Corto plazo	Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto
	M. Mediado plazo	Si el impacto aparece entre los 9 meses a 5 años
Considerado el proyecto	L. Largo plazo	Si el impacto aparece en 10 años o más a la implementación del proyecto
	S. Sí	Si el impacto fue considerado en el proyecto.
	N. No	Si el impacto no fue considerado en el proyecto.

- Con relación a la viabilidad legal y administrativa se analizó las leyes competentes para el desarrollo de la actividad turística tales como: la Constitución de la República del Ecuador, Ley de la Economía Popular y Solidaria, Ley de Turismo, para su legalización y operación. En cuanto al ámbito administrativo se definieron las áreas del proyecto con un organigrama estructural y funcional, también un manual de funciones, además de los requerimientos necesarios para el área administrativa.

En lo que concierne al cuarto objetivo: Evaluar la rentabilidad económica financiera del glamping como alternativa de alojamiento comunitario.

- Se calculó los gastos que se generarán en la implementación del proyecto, en donde se analizaron los activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, estructura de costos y gastos, presupuesto de ingresos, flujo de caja y punto de equilibrio.
- Para la rentabilidad financiera se calculó el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo Beneficio (RCB) y período de recuperación del capital, que sirvió para determinar la liquidez del proyecto.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Diagnóstico situacional de la zona de estudio en relación al turismo.

4.1.1. *Ámbito físico espacial*

4.1.1.1. *División política administrativa*

El territorio de la comunidad Chuichun se localiza al sur del país en el cantón El Tambo, perteneciente a la provincia de Cañar, a 5,8 km del casco urbano. Posee una extensión de 1.256,99 ha, que representa el 19,90 % de la extensión total del cantón, está conformado por varios sectores como; Chuichun quesera, Ana María alto, Ana María bajo, Tunaspamba, Chuichun centro, Bola Loma, Molinopungo, Sarapamba Chuichun (GADMI El Tambo, 2020).

4.1.1.2. *Limites*

Los límites de la comunidad son:

- Al Norte: con la parroquia Juncal y el Rio San Antonio
- Al Sur: con el cantón El Tambo y la comunidad Cachi
- Al Oeste: con el Rio Cañar
- Al Este: con las comunidades de Romerillo y Molinohuayco.

4.1.1.3. *Vías de acceso*

Actualmente existen dos vías de acceso a la comunidad Chuichun, una de ellas es tomando la Panamericana Sur a la altura del sector Chuichun quesera, la carretera se encuentra en buen estado donde pueden transitar vehículos pesados con normalidad, sin embargo solo conecta hasta llegar al sector Chuichun centro, es decir aproximadamente unos 3 o 4 kilómetros de asfalto, para llegar a sectores más lejanos se toma una vía de segundo orden en malas condiciones.

La segunda vía de acceso es por la comunidad Cachi, donde se recorre aproximadamente 8 kilómetros para llegar al sector Zarapamba donde limita la comunidad Chuichun, la carretera es de tercer orden, su estado es regular ya que se puede ingresar con motocicletas o vehículos livianos.

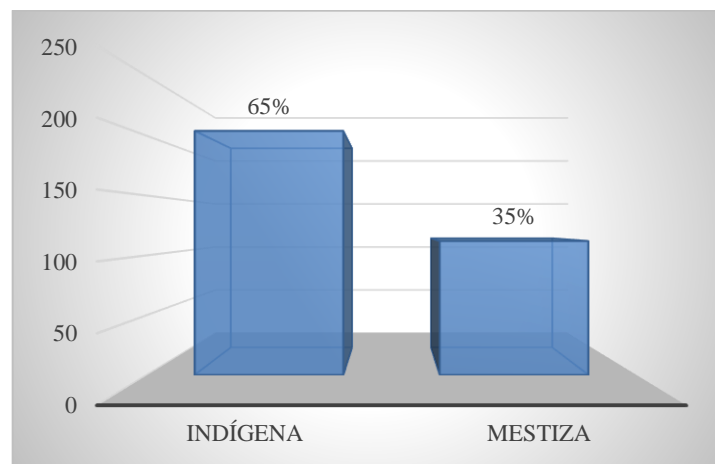
4.1.1.4. Geología

Chuichun posee formaciones geológicas que corresponden a depósitos fluviales heterogéneos, que incluyen en las fracciones de toda granularía y la constitución petrográfica, debido a que provienen de diversas formaciones geológicas de la cordillera. Además comprende dentro de su territorio en menor proporción la unidad de Macuchi que tiene una secuencia litología conformada por tobas (GADMI El Tambo, 2020).

4.1.2. *Ámbito socio cultural*

4.1.2.1. Etnicidad

Como se puede evidenciar en la gráfica 1-4, el 65 % de la población encuestada se autodenomina indígena perteneciente al pueblo Cañarí, mientras que el 36 % restante se consideran mestizos.



Gráfica 1-4. Grupos étnicos

Realizado por: Huilcarema, Paola.2022

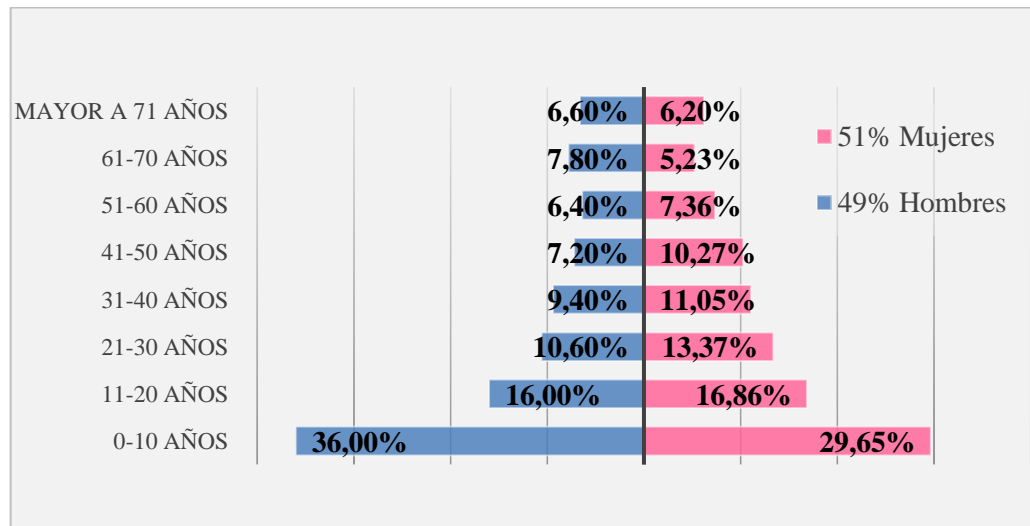
4.1.2.2. Historia

Según la narración de sus moradores se dice que Chuichun significa ciénego donde se posa el arco iris.

Hasta el año 1863 Chuichun era una hacienda extensa de propiedad de asistencia social que entregaba esas tierras a arrendatarios, siendo el último el Sr. José Heredia Crespo. A comienzos del año 1964, 25 exhuasipungueros los mismos que habían trabajado por varios años en la mencionada hacienda, forman la Cooperativa Agrícola “Chuichun”, el mismo año el IERAC lotiza la hacienda en parcelas de 7-7/2 y 8 ha. Vendiendo el valor al valor de 5.000 sucres a los exhuasipungueros y 7.000 sucres a gente particular de Cañar y EL Tambo (Ortiz, 1999).

4.1.2.3. Población

En la comunidad Chuichun el género dominante es el femenino que corresponde al 51 % de la población, frente al 49 % del género masculino. Teniendo en cuenta que el rango de edad predominante es de 0-10 años que corresponde a la población relativamente más joven con un 36,00 % hombres y 29,65 % mujeres.

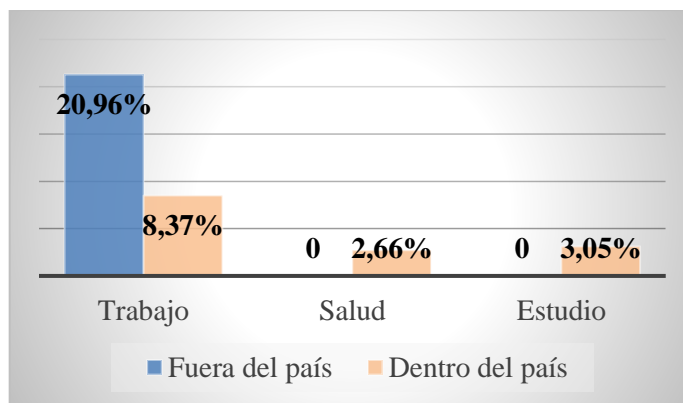


Gráfica 2-4. Pirámide poblacional

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

4.1.2.4. Migración

De acuerdo con los datos obtenidos, una parte de la población opta por salir de su lugar de origen con la intención de mejorar su calidad de vida en base a un trabajo mejor remunerado, en donde los principales destinos internacionales son; Estados Unidos y España, mientras que existe un porcentaje de habitantes que deciden trasladarse a ciudades grandes como; Cuenca, Quito, Guayaquil y Riobamba ya sea por temas de trabajo, salud o estudios, cabe mencionar que en el transcurso de la cuarenta por la pandemia de la Covid-19 familias enteras han migrado dejando sus casas abandonadas.



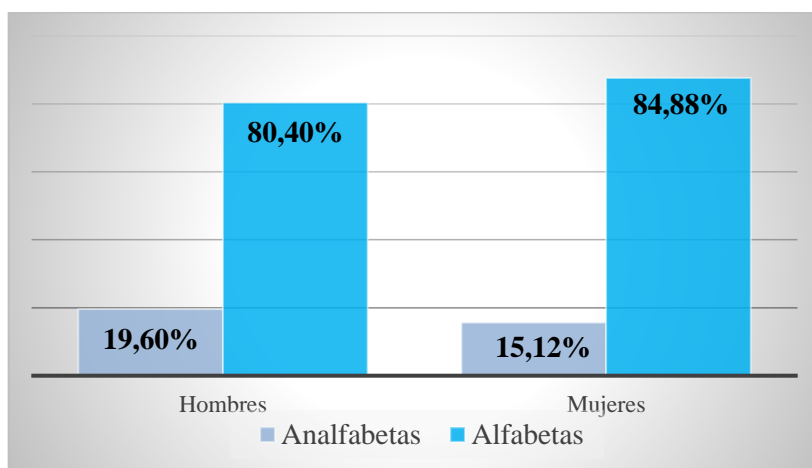
Gráfica 3-4. Movimientos migratorios

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

4.1.2.5. Nivel de instrucción

En la comunidad de Chuichun existe un porcentaje de analfabetismo del 34,72 %, el mismo que se encuentra en mayor proporción en hombres con un 19,60 %, cabe mencionar que el nivel es relativamente bajo ya los habitantes han tenido acceso a educación básica donde obtienen conocimientos básicos como leer y escribir, el porcentaje en su mayoría pertenece a la población de adultos mayores

- Población alfabetas y analfabetas



Gráfica 4-4. Población analfabeta y alfabetas

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

4.1.2.6. Servicios básicos disponibles

De acuerdo con lo manifestado en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (GADMI El Tambo, 2020) la comunidad cuenta con seis juntas de agua en los siete sectores que abastecen de líquido vital a través de fuentes como; río, laguna o vertiente, sin embargo solo dos de las juntas

de agua potable no cuentan con la autorización por parte de la Secretaria del Agua (SENAGUA), el tratamiento que se proporciona al agua cruda es por la aplicación de cloro líquido o cloro granular, el estado de almacenamiento de los tanques es parcialmente bueno y pueden llegar albergar de 15 m³ a 50 m³.

- Agua para el consumo humano

Tabla 2-4: Juntas de agua para el consumo humano.

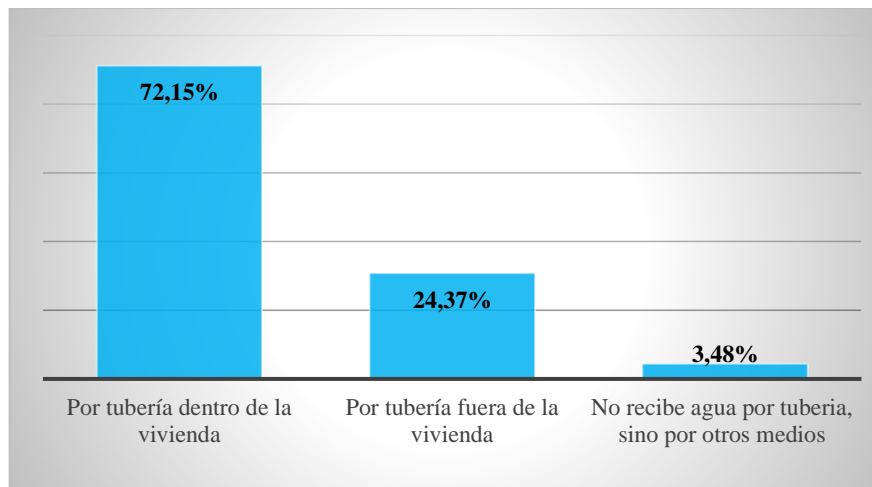
Junta de agua potable	Usuarios	Fuente			Tratamiento de agua cruda		Tanque de almacenamiento		
		Lugar	Tipo	Autorización Senagua	Estado	Método	Ubicación	Estado	Capacidad (m ³)
Ana María	45	Río San Antonio	Río	-	Bueno	Cloro líquido	Ana María	Bueno	20
Bola Loma	31	Bola Loma	Lago/laguna	-	-	-	Bola Loma	Bueno	15
Quesera	200	Quesera	Vertiente	Si	-	-	Quesera	Malo	40
Molinopungo	35	Chocar	Vertiente	Si	-	Cloro granular	Molinopungo	Bueno	15
Sarapamba	34	Soitococha	Vertiente	Si	-	Cloro granular	Ana María Bajo	Regular	15
Tunaspamba	84	Linipamba	Vertiente	Si	-	Cloro granular	Tunaspamba	Bueno	50

Fuente: GADMIET, 2020

- Abastecimiento de agua

Como se puede observar en la gráfica 5-4, el 97 % de la población tiene un abastecimiento de agua ya sea por tubería dentro o fuera de la vivienda, sin embargo el 3 % restante no recibe el

líquido vital por ningún medio, ya sea por la lejanía en la se encuentra o por falta de gestión para la obtención del mismo, es por ello que se cuenta con pozos para la recolección de agua.

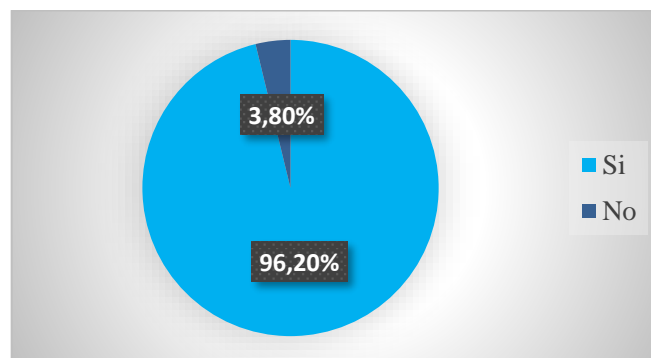


Gráfica 5-4. Abastecimiento de agua

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

- Energía eléctrica

La cobertura del servicio eléctrico es proporcionada por la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur C.A, el mismo que abastece al 96,20 % de la población, es importante recalcar que la dispersión de las viviendas ocasiona que el acceso a este servicio sea limitado para el 3,80 % restante.

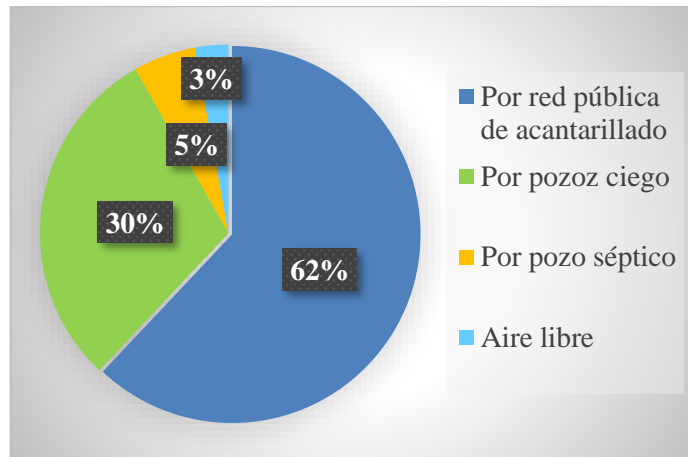


Gráfica 6-4. Población con acceso a energía eléctrica

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

- Tratamiento de aguas residuales

El cantón El Tambo cuenta con tres plantas para el tratamiento de aguas residuales, una de ellas es PTAR ubicada en el sector de Tunaspamba que abastece para comunidades de Chuichun, Romerillo, Pilcopata y Absul, sin embargo en la comunidad solo cubre al 62 % de la población.

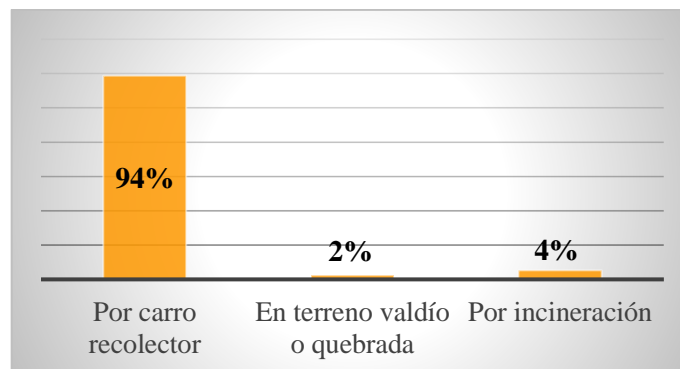


Gráfica 7-4. Tratamiento de aguas residuales

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

- Eliminación de residuos sólidos

El servicio de recolección de desechos sólidos es proporcionado por la Empresa Municipal Mancomunada Integral del Pueblo Cañarí (EMAIPC) que cubre al 94 % de la población, para ello se han establecido horarios de recolección para desechos orgánicos e inorgánicos, cabe mencionar que en muchos de los casos los desechos orgánicos son empleados como abono para la siembra de cultivos.

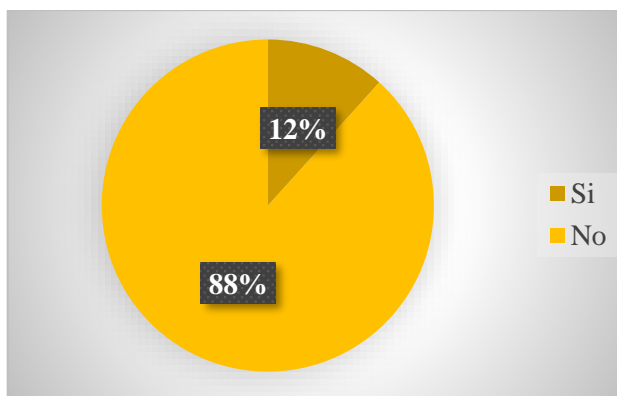


Gráfica 8-4. Eliminación de desechos

Realizado por: Huilcarema, P. 2022

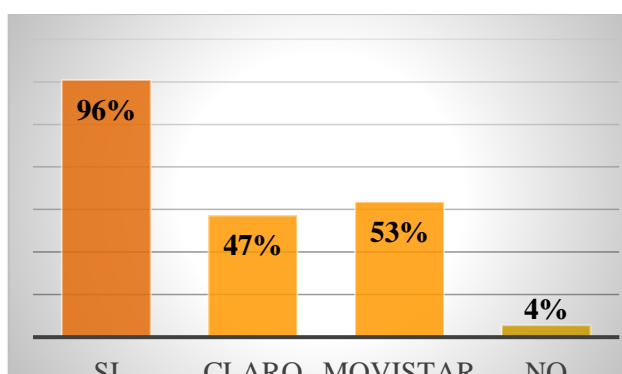
- Telecomunicaciones

Como se puede observar en la gráfica 9-4, únicamente el 12 % de la población cuenta con un servicio de telefonía fija, sin embargo en la gráfica 10-4 el 96 % de la población cuenta con el servicio de telefonía móvil en donde la operadora con mayor preferencia es movistar, ya que de acuerdo a las opiniones de los habitantes cuenta con mayor cobertura en el territorio. De acuerdo con la gráfica 11-4 el 70 % de la población cuenta con servicio de internet, el mismo que es demandado por personas con acceso a la educación.



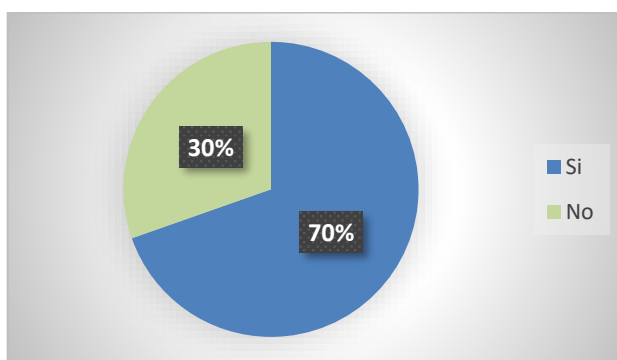
Gráfica 9-4. Telefonía fija

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022.



Gráfica 10-4. Telefonía móvil

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

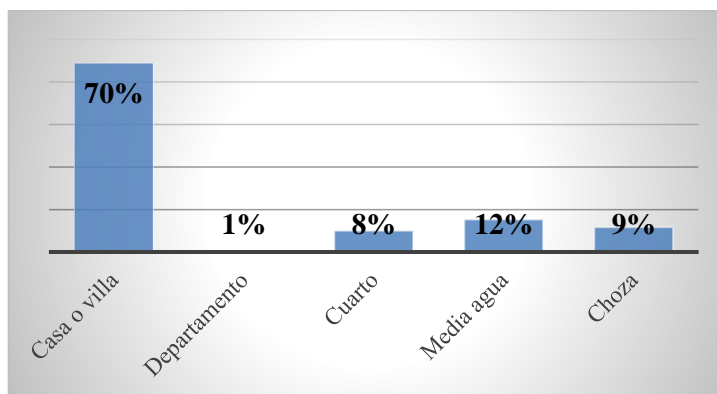


Gráfica 11-4. Servicio de internet.

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

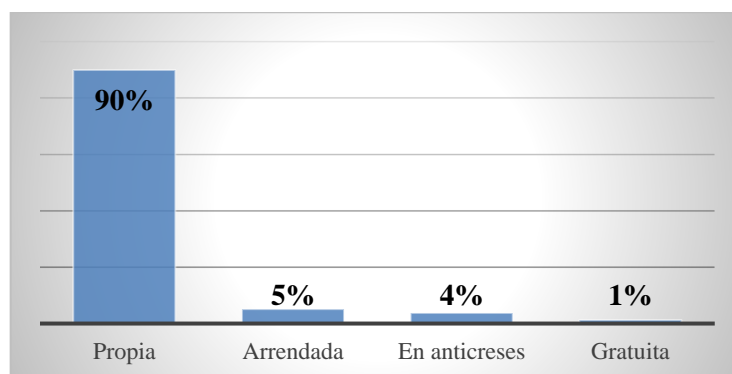
4.1.2.7. Vivienda

De acuerdo con la gráfica 11-4 se puede observar que en la comunidad existen cinco tipos de viviendas, en donde la mayoría de la población cuenta con una casa o villa, de la misma manera como se puede evidenciar en la gráfica 12-4, la condición de propiedad de la vivienda en un 90 % es propia.



Gráfica 12-4. Tipo de vivienda

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

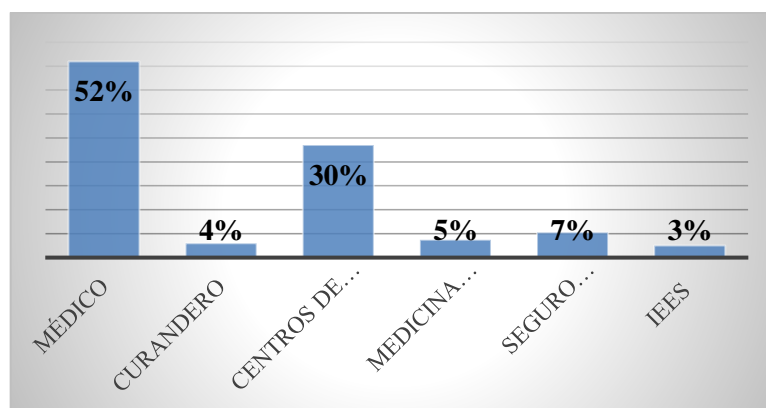


Gráfica 13-4. Condición de propiedad de la vivienda

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022.

4.1.2.8. Salud

La comunidad de Chuichun no cuenta con ningún equipamiento de salud, sin embargo el 52 % de la población opta por recibir asistencia médica particular, mientras que solo el 30 % acude a la cabecera cantonal donde existe un centro de salud tipo b, pero además existe un pequeño porcentaje de la población acude a un curadera para recibir tratamientos en base a medicina natural.



Gráfica 14-4. Atención médica

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

4.1.2.9. Educación

- Centros de desarrollo infantil

El programa Creciendo con Nuestros Hijos (CNH) promueve el desarrollo infantil integral, a través de capacitaciones tanto a padres como niños, en la comunidad Chuichun existen tres establecimientos ubicados en los sectores de Chuichun quesera, Tunaspamba y Molinopungo que albergan alrededor de 108 niños.

- Educación Básica

En toda la comunidad únicamente existen dos instituciones de educación que ofertan desde la educación inicial hasta la básica media en el caso de Tunaspamba y básica superior en el caso de Chuichun centro, como se muestra en la tabla 2-4, además se puede observar el escaso número de estudiantes que acuden a estos centros educativos, es importante mencionar que la población estudiantil también se distribuye en la cabecera cantonal y en el cantón Cañar.

Tabla 3-4: Instituciones de educación básica

Sector	Nombre de la institución	Tipo de institución		N° Estudiantes	N° Profesores
Chuichun centro	Escuela de Educación Básica María Alfonso Arce	Fiscal	Educación inicial-básica superior	64	8
Tunaspamba	CECIB de Educación Básica Lázaro Condo	Fiscal	Inicial-básica media	31	2

Fuente: GADMI El Tambo, 2020

- Educación superior

De acuerdo con lo manifestado por la población el acceso a la educación superior, no representaba mayor importancia, ya que para continuar con sus estudios se necesita de grandes recursos económicos, puesto que se debe trasladar a otro cantón o en muchos casos provincia, para ingresar a una universidad pública, sin embargo las personas que obtienen un cupo universitario optan por carreras como: medicina, enfermería, arquitectura, odontología, entre otras.

4.1.2.10. Medios de transporte

Chuichun al ser una comunidad que se aleja del centro urbano no tiene un fácil acceso al servicio de transporte público, sin embargo una de las tres vías de acceso a la comunidad al ubicarse en la Panamericana Sur facilita parcialmente la movilización de los habitantes, que deben tomar algún transporte público cantonal o interprovincial dependiendo de la frecuencia que tiene cada bus,

cabe mencionar que para ingresar a los diferentes sectores de la comunidad se puede hacer mediante fletes.

4.1.3. *Ámbito Ecológico territorial*

4.1.3.1. *Clima*

La comunidad de Chuichun al formar parte del callejón interandino posee un clima frío, en donde su temperatura fluctúa entre los 10 °C y 12 °C, se han registrado precipitaciones entre 700 y 1.000 mm., además se encuentra a una altura de 2.908 m.s.n.m. (GADMIET, 2020)

4.1.3.2. *Usos del suelo*

En el territorio el mayor uso que se da al suelo es para el avance de la frontera agrícola, permitiendo la siembra de cultivos andinos como; maíz (*Zea mays*), papa (*Solanum tuberosum*), arveja (*Pisium sativum*), haba (*Vicia faba*), cebada (*Ordeum vulgare*), trigo (*Triticum*), melloco (*Ullucus ullucus*), zanahoria (*Daucus carota*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), quinua (*Chenopodium quinoa*), amaranto (*Amaranthus cruentus*) y algunas hortalizas. Cabe mencionar que la ganadería también juega un papel importante en el uso del territorio ya que una parte de la población se dedica a la venta de leche cruda.

4.1.3.3. *Flora*

En consecuencia de las condiciones climáticas existentes en el territorio se cuenta con una variedad de flora que contribuye al desarrollo económico de la población a través de la comercialización de productos como; papa, maíz, cebada, trigo, pero también existen plantas de uso medicinal entre ellas destacan; el toronjil, menta, ortiga, entre otras especies.

Tabla 4-4: Inventario de flora

Familia	Género	Nombre científico	Nombre común	Usos
Asteracea	Chamaemelum	<i>Chamaemelum nobile</i>	Manzanilla	Medicinal
Lamuacea	Melissa	<i>Melissa officinalis</i>	Toronjil	Medicinal
	Salvia	<i>Rosmarinus officinalis</i>	Romero	Ancestral (limpias)
Moracea	Rubus	<i>Rubus ulmifolius</i>	Mora	Alimenticio
Pinacea	Pinus	<i>Pinus sylvestris</i>	Pino	Comercial

Myrtaceae	Eucalyptus	<i>Eucalyptus glubuluslabill</i>	Eucalipto	Medicinal Comercial
	Luma	<i>Luma apiculata</i>	Arrayan	Medicinal
Cupressaceae	Cipreses	<i>Cupressus</i>	Ciprés	Comercial
Rosaceae	Polylepis	<i>Polylepis reticulata</i>	Árbol de papel	
	Prunus	<i>Prunus cerotina</i>	Capulí	Alimenticio
Verbenaceae	Aloysia	<i>Aloysia citodra</i>	Cedrón	Medicinal
Lamiaceae	Mentha	<i>Mentha</i>	Menta	Medicinal
Araliaceae	Oreopanax	<i>Oreopanax capitata</i>	Pumamaqui	Ornamental
Passifloraceae	Passiflora	<i>Passiflora mollissima</i>	Taxo	Alimenticio
Poaceae	Triticum	<i>Triticum spp</i>	Trigo	Alimenticio
	Zea	<i>Zea mays</i>	Maiz	Alimenticio
	Hordeum	<i>Hordeum vukgare</i>	Cebada	Alimenticio
Solanaceae	Floripondius	<i>Brugmansia sanguine</i>	Guanto	Medicina ancestral
	Solanum	<i>Solanum tuberosum</i>	Papa	Alimenticio
Fabáceae	Vicia	<i>Vicia faba</i>	Haba	Alimenticio
	Phaseolus	<i>Phaseolus vlgaris</i>	Fréjol	Alimenticio
Apiaceae	Daucus	<i>Daucus carota</i>	Zanahoria	Alimenticio
Urticaceae	Urtica	<i>Urtica dioica</i>	Ortiga negra	Medicinal
Basellaceae	Ullucus	<i>Ullucus ullucus</i>	Melloco	Alimenticio
Amaranthaceae	Chenopodium	<i>Chenopodium quinoa</i>	Quinoa	Alimenticio
	Amaranthus	<i>Amaranthus cruentus</i>	Amaranto	Alimenticio

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

4.1.3.4. Fauna

En el territorio se ha podido evidenciar la presencia de fauna silvestre, en donde dos especies se encuentran en un estado de conservación crítico de acuerdo con lo manifestado en el Libro rojo de mamíferos, ya que pelagra su existencia en la zona. Tal es el caso del cóndor andino y el venado de páramo, de acuerdo con lo manifestado por los pobladores hace algún tiempo atrás se podía observar estas especies sin ningún problema. Es importante mencionar que la pérdida de estas especies provocaría una alteración al ecosistema, sin embargo la fauna doméstica es relativamente alta.

Tabla 5-4: Inventario de animales domésticos

Nombre común	Nombre científico
Cerdo	<i>Sus scrofa domesticus</i>
Conejo	<i>Oryctolagus cuniculus</i>
Cuy	<i>Cavia porcellus</i>
Oveja	<i>Ovisaries</i>
Perro	<i>Canis lupus</i>

Gato	<i>Felis ylvestris catus</i>
Llama	<i>Llama glama</i>
Burro	<i>Equusasinu</i>

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

Tabla 6-4: Inventario de animales silvestres

Familia	Nombre científico	Nombre común	Estado de conservación
Mephitidae	<i>Conepatus semistriatus</i>	Zorrillo	Preocupación menor
Didelphidae	<i>Didelphis pernigra</i>	Raposa	Preocupación menor
Catharidae	<i>Vultur gryphus</i>	Cóndor andino	En peligro
Caviidae	<i>Cavia patzelti</i>	Cuy de monte	Preocupación menor
Leporidae	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Conejo de monte	Preocupación menor
Cervidae	<i>Odocoileus virginianus</i>	Venado de páramo	En peligro
Cannidae	<i>Lycalopex culpaeus</i>	Lobo de páramo	Vulnerable

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022

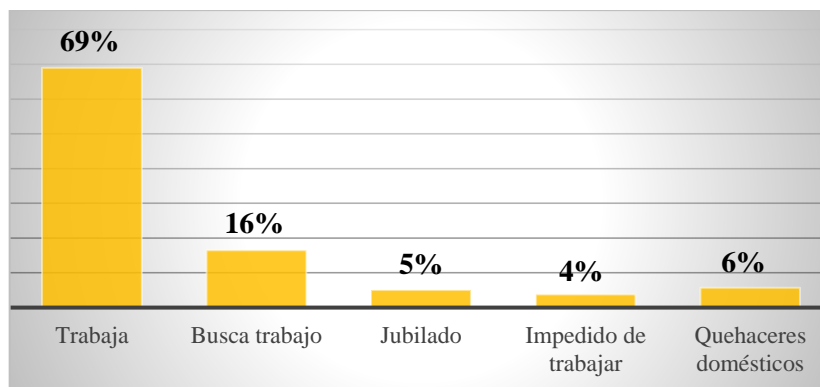
4.1.3.5. Problemas ambientales

Para obtener una buena producción de cultivos, la población opta por el uso de insecticidas y fungicidas, si bien genera resultados óptimos para que se pueda competir en el mercado, el uso de los mismos pone en riesgo la calidad del agua y del suelo en el que se trabaja, además de repercutir en la salud de los habitantes

4.1.4. **Ámbito económico productivo**

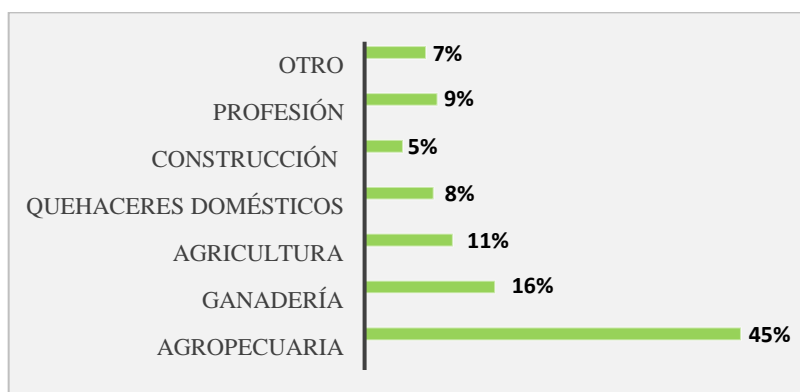
4.1.4.1. Actividades económicas

Como se puede observar en la gráfica 15-4, el 69 % de la población forma parte de la PEA (Población económicamente activa) es decir cuentan con una plaza de trabajo, pero también existe un 16 % de la población que busca trabajo debido a la crisis económica que atraviesa el país por la propagación de la Covid-19, la misma que ha provocado el cierre de varios negocios o el quiebre de los mismos. De la PEA el 45 % tiene como principal ocupación la actividad agropecuaria y solo el 9 % tiene una profesión entre las que destacan; enfermería, docente, músico, en cuanto al 7 % se dedican a oficios como; vaquero, artesano y mecánico.



Gráfica 15-4. Ocupación.

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022.



Gráfica 16-4. Principal ocupación

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022.

4.1.4.2. Desarrollo actual del turismo en la zona

El territorio en la actualidad no cuenta con un desarrollo de la actividad turística, ha existido una ligera intervención por parte del Ministerio del Ambiente (MAE) con la implementación de señalética en el laguna del sector Bola Loma hace aproximadamente cinco años, el territorio cuenta con atractivos tanto naturales como culturales y una infraestructura básica relativamente buena, pero no existe una planta turística establecida que contribuya al turismo en la zona, en cuanto a la superestructura el territorio cuenta con una participación mínima por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural El Tambo (GADMIET).

4.1.4.3. Participación o interés de la población en el desarrollo turístico

En el sector de Bola Loma existe el interés de establecer un modelo de gestión bajo el enfoque de turismo comunitario que incluya a la actividad turística como alternativa para el desarrollo sostenible de la comunidad, cabe mencionar que la mayoría de los atractivos naturales y culturales se localizan en esta zona. Sin embargo no existe un gran interés por parte de los habitantes de los

demás sectores, ya que se tiene la idea que el beneficio no es para la comunidad sino únicamente para el sector.

4.1.5. Ámbito Político administrativo

4.1.5.1. Administración interna

La comunidad Chuichun al poseer una gran extensión de terreno se divide en siete sectores ya que la población se encuentra dispersa por toda la zona , en base a ello es muy complicado que exista un solo representante de toda la comunidad, es por ello que se ha establecido una directiva por cada sector. Es decir, cada sector participa de forma independiente y cuenta con un presidente, vicepresidente, tesorero y secretario.

4.1.5.2. Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico

La comunidad ha recibido un aporte mínimo por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural El Tambo (GADMIET) en lo que respecta al sector Bola Loma, meses atrás se había establecido el apoyo de esta institución para la implementación de canoas en la laguna del sector, pero hasta el momento no se ha realizado dicha aportación.

4.2. Estudio de mercado

4.2.1. Análisis de la oferta actual

4.2.1.1. Atractivos naturales y culturales

Mediante el levantamiento del inventario de atractivos naturales y culturales (ver Anexo C) se identificaron un total de 12 atractivos, de los cuales el 33,33 % corresponde a naturales y el 66,67 % a culturales como se detalla en la tabla 7-4:

Tabla 7-4: Matriz resumen del inventario de atractivos naturales y culturales

N°	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación		
						Latitud	Longitud	Altitud (msnm)
1	Mirador Mira	Atractivo Natural	Montaña	Baja Montaña	I	-2.5212	-78.9201	3.044
2	Mirador Bola Loma	Atractivo Natural	Montaña	Baja Montaña	I	-2.5086	-78.9718	2.997

3	Laguna Bola Loma	Atractivo Natural	Ambientes lacustres	Laguna	I	-2.5101	-78.9760	3.050
4	Cascada Muelle	Atractivo Natural	Ríos	Cascada	I	-2.4983	-78.9113	2.802
5	Hilado en lana de oveja	Atractivo Cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	I	-2.4914	-78.9562	2.908
6	Papas con cuy	Atractivo Cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	I	-2.4914	-78.9562	2.908
7	Tortillas de trigo	Atractivo Cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	I	-2.4914	-78.9562	2.908
8	Ají de pepa de zambo	Atractivo Cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	I	-2.4914	-78.9562	2.908
9	Tashno	Atractivo Cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	I	-2.4914	-78.9562	2.908

10	Elaboración de machica	Atractivo Cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	I	-2.4914	-78.9562	2.908
11	Limpia energética	Atractivo Cultural	Acervo cultural y popular	Medicina Ancestral	I	-2.4914	-78.9562	2.908
12	Chilca Pambaña	Atractivo Cultural	Acervo cultural y popular	Música y danza	I	-2.4914	-78.9562	2.908

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.2.1.2. Infraestructura básica

De acuerdo con la información expuesta en el PDOT y la información recopilada en la boleta censal, el 97 % de la población cuenta con abastecimiento de agua mientras que el 3 % restante cuenta con pozos de recolección para la obtención del líquido vital. El territorio cuenta con una cobertura de energía eléctrica del 96,20 %, además de que posee una planta de agua residual que abastece al 62 % de la comunidad, en cuanto a la recolección de desechos sólidos se cuenta con un carro recolector que brinda este servicio.

4.2.1.3. Planta turística

Actualmente no existe una planta turística establecida en la comunidad, es decir no existen establecimientos que presten servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico, agencias y operadores de turismo.

4.2.1.4. Superestructura

El Ministerio de Turismo al ser el ente regulador de la actividad turística a nivel nacional, tuvo una participación mínima al implantar un letrero de señalética informativa alrededor del atractivo de la laguna Bola Loma, también el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural del cantón El Tambo ha contribuido con especies de plantas medicinales, ornamentales y alimenticias para que se pueda reforestar algunas zonas de la comunidad.

4.2.1.5. Oferta complementaria

En el cantón El Tambo que es el centro poblado más cercano cuenta con:

- Servicio de transporte no turístico: Existen dos cooperativas de transporte liviano Camino del Inca S.A Y Cooperativa de transporte mixto la Tambeñita que ofertan servicios de fletes, además de dos cooperativas de taxis ubicados en la cabecera cantonal y transporte interprovincial e inter cantonal.
- Servicio de comunicación: Existen alrededor de 4 centros de cómputo donde se ofertan servicio de cabinas telefónicas e internet, 3 cajeros automáticos con un sistema band red, 5 supermercados donde se puede abastecer de víveres y un mercado central en donde se comercializa frutas, hortalizas y cárnicos.

- Servicio de emergencia: Se cuenta con el Centro de Salud El Tambo tipo A un establecimiento de atención médica pública, cuenta con alrededor de 3 establecimientos de farmacia y centros naturistas.

-

4.2.2. *Análisis de la demanda*

4.2.2.1. *Análisis de las encuestas aplicadas*

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los turistas nacionales que visitaron el Complejo Arqueológico Ingapirca se obtuvieron los siguientes resultados:

- Género

El 54 % de turistas nacionales que visitan el Complejo son mujeres, mientras que el 46 % son hombres, por lo tanto el proyecto estará dirigido para los dos géneros.

Tabla 8-4: Género de los turistas nacionales

Género	Frecuencia	Porcentaje %
Masculino	176	46
Femenino	204	54
Total	380	100

Realizador por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Edad

El rango de edad de los turistas nacionales varía desde los 18 a 62 años, de los cuales el 47 % se encuentra en una edad de 18 a 28 años, seguido por los turistas de 29 a 39 años con un 19 %, y con un porcentaje menor de 3 % se encuentran los turistas menores a 18 años. Estos resultados ayudarán a definir las actividades que se podrían implementar en el producto.

Tabla 9-4: Edad de los turistas nacionales

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menor a 18 años	12	3
18 a 28	180	47
29 a 39	72	19
40 a 50	36	9
51 a 61	48	13
De 62 en adelante	32	8
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

Para calcular la edad promedio de los turistas nacionales se empleó la fórmula de la media aritmética:

$$x = \frac{\sum fx}{\sum f}$$

- Edad promedio

La edad promedio de los turistas que visitan el Complejo es de 32 años, por ende el producto de glamping estará dirigido al público en general pero con un enfoque especial en personas jóvenes y adultas.

Tabla 10-4: Edad promedio de los turistas nacionales.

Límite inferior	Límite superior	Frecuencia	Media (x)	F (x)	Frecuencia acumulada
17	23	85	20	1.662	85
23	29	111	26	2.848	196
29	35	69	32	2.189	265
35	41	21	38	793	286
41	47	28	44	1.226	314
47	53	26	50	1.295	340
53	59	25	56	1.396	365
59	65	15	62	928	380
		380		12.336	

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022

$$x = \frac{12.336}{380}$$

$$x = 32$$

- Procedencia de los turistas

El Complejo recibe turistas de la región costa, sierra y amazonia, de acuerdo con la encuesta aplicada el 26 % provienen de la provincia del Guayas de cantones como: Guayaquil, Durán, y Naranjal, un 22 % corresponde la provincia de Pichincha de cantones como: Quito y Mejía, mientras que el 19 % son de la provincia del Azuay del cantón Cuenca. El 33 % restante se encuentran distribuidos con menores porcentajes entre los visitantes de las provincias de: Cañar, Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Napo, Manabí, Morona Santiago y Loja.

Tabla 11-4: Procedencia de los turistas nacionales.

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje %
Guayas	97	26

Pichincha	83	22
Azuay	74	19
Otras provincias	126	33
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Instrucción

La mayor parte de turistas nacionales que visitan el Complejo tiene una educación superior lo que representa el 68 % de los encuestados, mientras que un 25 % cuenta con un nivel de educación secundaria y un 6 % primaria. Por lo tanto el proyecto estará dirigido a las personas con estudios superiores.

Tabla 12-4: Nivel de instrucción de los turistas.

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje %
Primaria	24	6
Secundaria	96	25
Superior	260	68
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Nivel de ingresos

El 34 % de la población encuestada tiene un ingreso mensual promedio de 0 a \$ 150 dólares, el 17 % de \$ 451 a \$ 600 dólares y un 15 % de \$ 301 a \$ 450 dólares. Esto indica que la mayoría de los turistas no cuenta con un salario básico unificado, por ende su economía es baja.

Tabla 13-4: Ingresos mensual promedio de los turistas nacionales.

Ingresos promedio	Frecuencia	Porcentaje %
0 - \$ 150	128	34
\$ 151 - \$ 300	48	13
\$ 301 - \$ 450	56	15
\$ 451 - \$ 600	64	17
\$ 601 - \$ 750	16	4
\$ 751 - \$ 900	32	8
\$ 901 - \$ 1.500	16	4
Superior a \$ 1.501	20	5
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Desplazamiento

El 46 % de los turistas nacionales que visitan el Complejo lo hacen por vacaciones de manera especial en los feriados nacionales por fechas festivas, mientras que un 20 % lo hace por trabajo y un 15 % por estudios. Esto indica que la gran parte de personas se desplazan de su territorio en busca de vivir nuevas experiencias y disfrutar de su tiempo libre por un determinado periodo de tiempo.

Tabla 14-4: Principal motivo de viaje.

Motivo de viaje	Frecuencia	Porcentaje %
Trabajo	76	20
Salud	24	6
Vacaciones	176	46
Estudios	56	15
Visita familiar	48	13
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Composición de grupos de viaje

De acuerdo con los datos obtenidos el 58 % de los turistas viaja acompañado de su familia por lo general con 3 o 5 miembros, el 18 % lo hace en pareja y un mínimo porcentaje del 9 % lo hace solo. Esto representa que el producto de glamping debe tener un enfoque en los grupos que viajan en familia y pareja.

Tabla 15-4: Acompañamiento de viaje.

	Frecuencia	Porcentaje %
Solo	36	9
Familia	220	58
Amigos	56	15
Pareja	68	18
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Interés por conocer atractivos de la comunidad.

El 96 % de la población encuestada tiene un interés por conocer los atractivos existentes en la comunidad de Chuichun. Por lo tanto el producto debe incluir a los atractivos de la comunidad.

Tabla 16-4: Interés por visitar los atractivos próximos a la comunidad.

	Frecuencia	Porcentaje %
Si	365	96
No	15	4
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Actividades a realizar durante la visita.

De acuerdo con los datos obtenidos el 23 % de los turistas nacionales prefiere visitar alguna laguna, el 13 % prefiere realizar caminatas guiadas, el 11% prefiere elaborar alimentos y bebidas tradicionales en base a la práctica de costumbres. Sin embargo actividades como: ritual de energización, talleres en mullo y lana de oveja, uso y tratamiento de plantas medicinales y visita a huertos familiares, también son preferidas en menor porcentaje. Es por ello que el producto debe considerar este tipo de actividades para su estructuración.

Tabla 17-4: Preferencia de actividades a realizarse durante la visita.

Actividad	Frecuencia	Porcentaje %
Visita a la lagunas	83	23
Caminatas guiadas	51	13
Observación de flora y fauna	39	10
Uso y tratamiento de plantas medicinales	25	7
Práctica de costumbres tradicionales	42	11
Ritual de energización	38	10
Elaboración de alimentos y bebidas tradicionales	41	11
Talleres artesanales en mullo y lana de oveja	33	9
Visita a huertos familiares	28	7
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Experiencia de camping

Los turistas que han visitado el complejo, el 52 % ha tenido una experiencia de camping, sin embargo el 58 % ha presentado incomodidad al realizar esta actividad. Por tal motivo el producto de glamping será una alternativa para mejorar esta experiencia.

Tabla 18-4: Experiencia de camping.

	Frecuencia	Porcentaje %
Si	197	52
No	183	48
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

Tabla 19-4: Incomodidad al momento de acampar.

	Frecuencia	Porcentaje %
Si	114	58
No	87	42
Total	197	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Aceptación del producto

Del total de la población encuestada el 96 % está interesado en vivir una experiencia de glamping en un espacio comunitario. Por lo tanto existe un alto interés por realizar esta actividad.

Tabla 20-4: Aceptación del producto de glamping por los turistas nacionales.

	Frecuencia	Porcentaje %
Si	356	96
No	24	4
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Permanencia de los turistas

El 54 % de los turistas que visitan el Complejo destinarían únicamente 2 días para vivir una experiencia de glamping en la comunidad, un 27 % destinaría 3 días y un porcentaje del 7 % más de 5 días. Esto indica que el producto debe estar enfocado en la disponibilidad de 2 días para la realización de actividades, las mismas que deben ser programas para un fin de semana.

Tabla 21-4: Tiempo estimado de estadía.

	Frecuencia	Porcentaje %
2 días	204	54
3 días	104	27
4 días	28	7
Más de 5 días	44	12
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

Tabla 22-4: Disponibilidad de tiempo en la semana.

	Frecuencia	Porcentaje %
Inicio de semana	28	7
Mitad de semana	61	16
Fin de semana	291	77
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Servicios turísticos en el producto

De acuerdo con los datos obtenidos, el 36 % de los turistas que visitan el complejo prefieren encontrar servicios de alimentos y bebidas en el lugar, el 33 % optan por guía y el 31 % por servicio de relajación en un spa. Es por ello que el producto debe contener estos servicios para que se pueda satisfacer las necesidades del turista.

Tabla 23-4: Servicios turísticos que debería tener el producto

	Frecuencia	Porcentaje %
Alimentos y bebidas	137	36
Guía interpretativa	125	33
Spa	128	31
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Facilidades turísticas

Al 30 % de los turistas nacionales les gustaría encontrar algún tipo de mirador para tener una mejor vista del paisaje, al 23 % optan por los senderos, mientras que en un porcentaje menor del 13 % busca que el producto sea pet friendly. Por ende se debe tomar en consideración los gustos de los turistas para la estructuración del producto.

Tabla 24-4: Facilidades que les gustaría encontrar en el producto.

	Frecuencia	Porcentaje %
Senderos	87	23
Miradores	115	30
Lugar de esparcimiento y recreación	67	18
Parque infantil	60	16
Espacio para mascotas	51	13
Total	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Capacidad de gasto

El 44 % de los encuestados está dispuesto a cancelar un valor entre los \$ 100 a \$ 120 dólares por adquirir el producto, el 20 % \$ 121 a \$ 131 dólares y solo el 8 % pagaría un valor superior a los \$ 154 dólares. Por lo tanto el producto debe considerar la capacidad de gasto de los turistas para determinar el valor promedio del producto.

Tabla 25-4: Gasto promedio del turista nacional por noche y por persona.

	Frecuencia	Porcentaje %
\$ 100 - \$ 120	168	44
\$ 121 - \$ 131	76	20

\$ 132 - \$ 142	44	12
\$ 143 - \$ 153	60	16
Más de \$ 154	32	8
	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Medios de información

Los turistas nacionales que visitan el complejo en su gran mayoría, es decir el 81 % opta por informarse sobre algún destino mediante el uso de la internet de preferencia por redes sociales que son el medio más utilizado hoy en día, el 9 % prefiere informarse por televisión y solo el 4 % la prensa. Esto indica los medios de comunicación que se deberían emplear para la promoción y publicidad del producto.

Tabla 26-4: Medios de información que prefiere el turista para informarse sobre algún destino.

	Frecuencia	Porcentaje %
Internet	308	81
Televisión	36	9
Radio	20	5
Prensa	16	4
	380	100

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.2.2.2. Perfil del turista nacional.

Los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca en su gran mayoría son mujeres que representa el 54 % mientras que el 46 % son hombres, con una edad promedio de 32 años. Que provienen principalmente de la provincia del Guayas (26 %) de los cantones: Guayaquil, Durán y Naranjal, Pichincha (22%) de los cantones: Quito y Mejía. Los mismos que tienen un nivel de educación superior (68%) e ingresos promedio mensuales de 0 a \$ 150 dólares, cabe mencionar que la crisis económica del país por causa de la pandemia ha provocado una tasa alta de desempleo y el quiebre de varios emprendimientos.

Su principal motivo de desplazamiento son las vacaciones (46%) de manera especial se movilizan en épocas de feriados nacionales, por lo general viajan acompañados de su familia (58%) formando grupos de 3 y hasta 5 personas. Al 96 % de los turistas les gustaría conocer los atractivos que tiene la comunidad de Chuichun, para realizar actividades como; visita a la laguna (23%), caminatas guiadas (13%), elaborar alimentos y bebidas tradicionales (11%), saber sobre el uso y tratamiento de plantas medicinales (10 %) y participar en un ritual de energización (10%).

Solo el 52 % de los turísticas ha vivido una experiencia de camping, sin embargo el 58 % de esa población ha experimentado incomodidades al momento de acampar, es por ello que el 96 % de los turistas está interesado en vivir una experiencia de glamping, es decir acampar sin tener las incomodidades que representa dicha actividad, con la comodidad y confort que oferta un hotel 5 estrellas en medio de la naturaleza, los mismos que destinarían un tiempo de permanencia de 2 días (54%) y otras ocasiones hasta de 3 días (27%), por lo general prefieren que sea un fin de semana ya que ese tiempo se destina al disfrute del tiempo libre.

Al 36 % de los turistas nacionales les gustaría que el producto de glamping cuente con servicios como: alimentos y bebidas (36%), guianza (33%) y spa (31%), además de tener facilidades como: miradores (30%), senderos (23%) y lugares de recreación y esparcimiento (18%) pero que también sea pet friendly. Los mismos que estarían dispuestos a cancelar un valor entre los \$ 100 a \$ 130 (44%) dólares por la adquisición del producto o mayor al mismo en medida de sus posibilidades, este grupo para informarse sobre destinos o productos turísticos emplean el internet (81%) como medios de información primaria, seguido por la televisión (9%), radio (5%) y prensa (4%).

4.2.3. *Análisis de la competencia*

El cantón El Tambo cuenta con 6 establecimientos que prestan servicio de alojamiento clasificados en; hotel, hostel y hostería, el valor a cancelar por el servicio varía desde los \$ 13 dólares hasta los \$ 54 dólares dependiendo de los servicios complementarios que ofrece cada establecimiento, los mismos que alojaron a 2.485 turistas en sus instalaciones.

4.2.3.1. *Establecimientos de alojamiento turístico*

- Hotel

Tabla 27-4: Información del hotel “El Tambo”

Nombre	Hotel “El Tambo”
Categoría	2 estrellas
Ubicación	Provincia: Cañar Cantón: El Tambo Lat.: -2.5176 Long: -78.9286
Dirección	Panamericana Norte a cincuenta metros del parque central
Número de habitaciones	Individual 14 Matrimonial 11

	Familiar: doble 8 triple 7 Total: 40
Servicios complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Tv cable • Wifi • Gimnasio • Garaje • Sala de billar • Sala de reuniones • Restaurante, bufete y servicio de catering • Transporte turístico
Precio por pax	<ul style="list-style-type: none"> • \$ 15 dólares individual • \$ 25 matrimonial

Realizador por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Hostal

Tabla 28-4: Información del hostal “Chasky Wasi”

Nombre	Chasky Wasi
Categoría	2 estrellas
Ubicación	Provincia: Cañar Cantón: El Tambo Lat.: -2.5146 Long: -78.9279
Dirección	Panamericana Norte. Ciudadela Montenegro
Número de habitaciones	Individual: 3 Matrimonial 4 Triple: 2 Cuádruple: 1 Total: 10
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Agua caliente • Tv/Netflix • Wifi • Parqueadero • Cafetería

	<ul style="list-style-type: none"> • Cocina
Precio por pax	<ul style="list-style-type: none"> • \$ 15 dólares por persona • \$ 17 dólares incluido el desayuno

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

Tabla 29-4: Información del hostel “Sunshine”

Nombre	Sunshine
Categoría	2 estrellas
Ubicación	Provincia: Cañar Cantón: Cañar Lat.: -2.5086 Long: -78.9257
Dirección	Panamericana Norte y Ramón Borrero 6-22
Número de habitaciones	Individual: 9 Matrimonial: 5 Múltiples: dobles: 2 triples: 1 Total: 17
Servicios complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Tv cable • Wifi • Parqueadero
Precio por pax	<ul style="list-style-type: none"> • \$ 13 dólares por persona

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

Tabla 30-4: Información del hostel “Espinoza”

Nombre	Espinoza
Categoría	1 estrella
Ubicación	Provincia: Cañar Cantón: El Tambo Lat.: -2.5074

	Long: -78.9260
Dirección	Panamericana Norte y Ramón Borrero 7-31
Número de habitaciones	Individual 7 Matrimonial 5 Familiar: doble 2 triple 1 Total: 15
Servicios complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Tv cable • Wifi • Parqueadero • Restaurante
Precio por pax	<ul style="list-style-type: none"> • \$ 17 dólares por persona

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Hostería

Tabla 31-4: Información de la hostería “La Condesa”

Nombre	La Condesa
Categoría	2 estrellas
Ubicación	Provincia: Cañar Cantón: El Tambo Lat.: -2.5229 Long: -78.9267
Dirección	Panamericana Norte sector Coyector
Número de habitaciones	Suite Suite nupcial
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Tv cable • Wifi • Estacionamiento • Restaurante • Bar • Karaoke • Admisión de mascotas • Sala de reuniones • Lavandería

	<ul style="list-style-type: none"> • Tienda de regalos • Centros de negocios • Parque infantil • Área para fumadores
Precio por pax	<ul style="list-style-type: none"> • Suite: \$ 42 dólares por persona • Suite nupcial: \$ 54 dólares por persona

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

Tabla 32-4: Información de la hostería “Cuna del Sol”

Nombre	Cuna del Sol
Categoría	2 estrellas
Ubicación	Provincia: Cañar Cantón: El Tambo Lat.: -2.5205 Long: -78.9298
Dirección	Panamericana Norte, junto al estado Municipal El Tambo
Número de habitaciones	Matrimoniales 9 Dobles 9 Total: 18
Servicios complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Tv cable • Wifi • Parqueadero • Sala de reuniones • Centro de negocios • Sala de juegos • Piscina • Turco • Hidromasaje • Transporte • Restaurante • Bar
Precio por pax	<ul style="list-style-type: none"> • \$ 30 dólares por personas

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.2.3.2. Clientes anuales

Tabla 33-4: Distribución de número de clientes anuales de la competencia

Clasificación	Establecimiento	Cientes anuales
Hotel	“El Tambo”	427
Hostal	Chasky Wasi	389
	Sunshine	395
	“Espinoza”	217
Hostería	La Condesa	318
	Cuna del Sol	393
Total		2.139

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.2.4. Confrontación de la oferta- demanda

4.2.4.1. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta potencial tiene como base los datos anuales de la competencia (2.139) personas que se hospedaron en un establecimiento de alojamiento en el cantón El Tambo.

Tabla 34-4: Proyección de la oferta durante los próximos 5 años

Año	Oferta proyectada
2020 (0)	2.139
2021 (1)	2.225
2022 (2)	2.314
2023 (3)	2.406
2024 (4)	2.502
2025 (5)	2.602

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.2.4.2. Proyección de la demanda

- Demanda actual

El 96 % de los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca afirmaron positivamente la aceptación del producto por lo tanto se tiene una demanda actual de 28.140 turistas, tomando en cuenta que el universo fue de 29.312 turistas nacionales.

- Demanda potencial

Tabla 35-4: Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.

Año	Demanda potencial
2020 (0)	28.140
2021 (1)	29.265
2022 (2)	30.436
2023 (3)	31.653
2024 (4)	32.919
2025 (5)	34.236

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Demanda insatisfecha

Es el resultado de la diferencia entre la proyección de la demanda potencial y la oferta potencial, por lo tanto se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 36-4: Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.

Año	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha
2020 (0)	28.140	2.139	26.001
2021 (1)	29.265	2.225	27.041
2022 (2)	30.436	2.314	28.122
2023 (3)	31.653	2.406	29.247
2024 (4)	32.919	2.502	30.417
2025 (5)	34.236	2.602	31.634

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Demanda objetivo

Para la proyección de la demanda objetivo, se utilizó el 5 % de la demanda insatisfecha, tomando en cuenta una estimación razonable de los posibles visitantes, además de que el proyecto es relativamente nuevo en el mercado.

Tabla 37-4: Proyección de la demanda objetiva para los próximos 5 años.

Año	Demanda objetivo
2020 (0)	1.300
2021 (1)	1.352
2022 (2)	1.406
2023 (3)	1.462
2024 (4)	1.521

2025 (5)	1.582
----------	-------

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.3. Viabilidad técnica, ambiental y legal administrativa del producto

4.3.1. Viabilidad técnica

4.3.1.1. Tamaño del proyecto

- Número de clientes proyectados

La determinación del tamaño de la planta necesaria para el producto de glamping se basó en la demanda objetiva tomando en cuenta a los posibles clientes, para ello se realizó proyecciones mensuales, semanales y diarias. Lo que sirvió para el diseño arquitectónico del proyecto.

Tabla 38-4: Número de clientes proyectados, mensualmente, semanalmente y diariamente

Año	Demanda objetiva	Proyección mensual	Proyección semanal	Proyección diaria
2020 (0)	1.300	108	25	4
2021 (1)	1.352	113	26	4
2022 (2)	1.406	117	27	4
2023 (3)	1.462	122	28	4
2024 (4)	1.521	127	29	4
2025 (5)	1.582	132	30	4

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.3.1.2. Localización del proyecto

- Macro localización

El producto de glamping como alternativa de alojamiento comunitario se realizará en la República del Ecuador, provincia de Cañar, cantón El Tambo

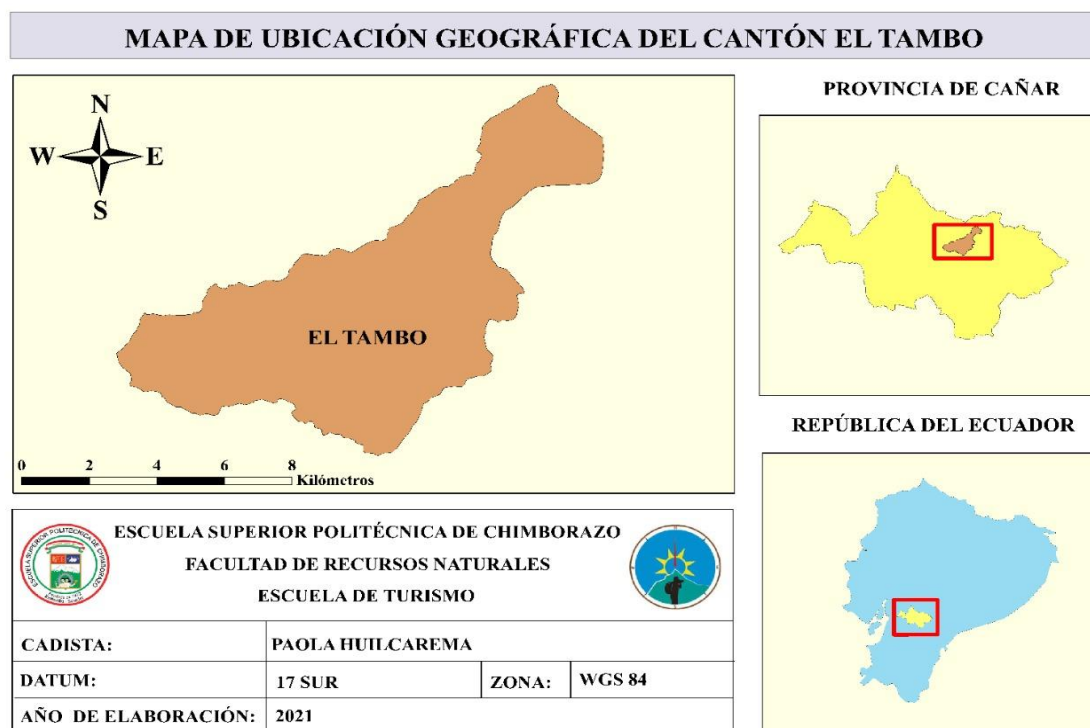


Figura 5-4: Mapa de ubicación del cantón El Tambo

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Micro localización

El presente proyecto se realizará en la comunidad Chuichun del cantón El Tambo, ubicado en las coordenadas: x (UTM 17 S) 72756 de longitud Este, (UTM 17 S) 972437 de longitud Norte a 2.908 m.s.n.m. limitando con la provincia de Cañar.

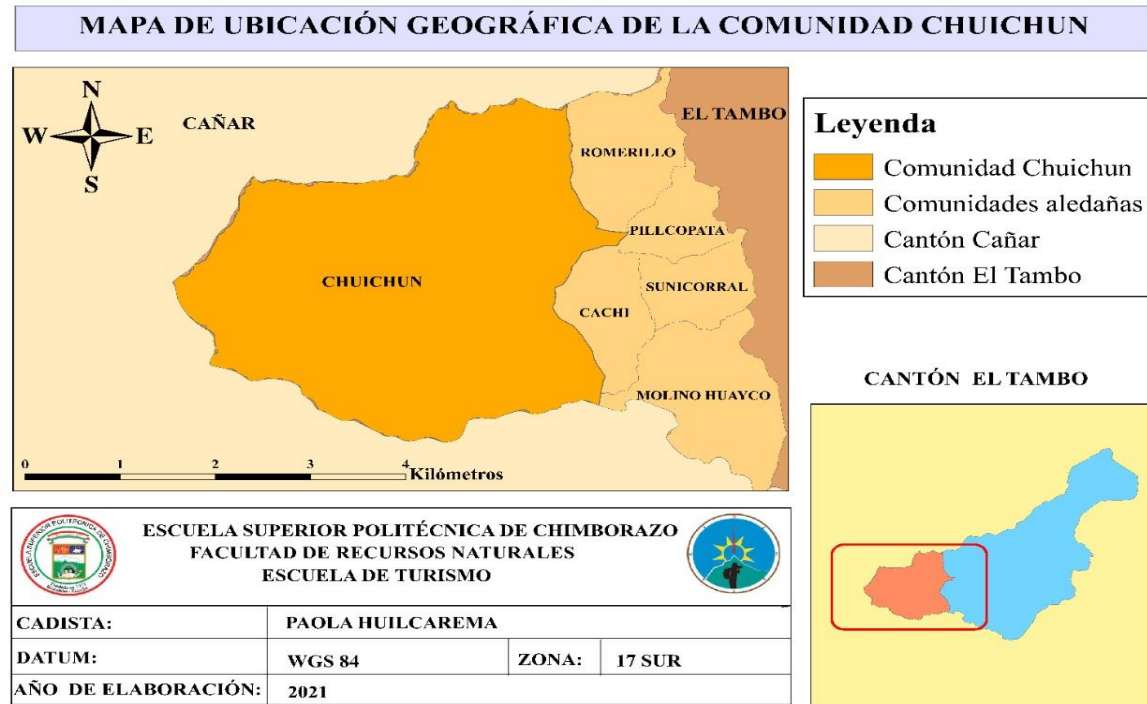


Figura 6-4: Mapa de ubicación de la comunidad Chuichun

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022

4.3.1.3. Tipología de construcción

La construcción de las diferentes áreas deberá ser con materiales propios de la zona que no genere mayor impacto en el entorno, además de poseer un estilo rustico en concordancia con las estructuras existentes, adecuándose a las condiciones climáticas del territorio generando condiciones de confort y elegancia para el visitante.

Con la intención de aprovechar la infraestructura ya existente, se propone la reconstrucción de la casa comunal que servirá como oficinas de recepción y administración del glamping.

4.3.1.4. Diseño técnico

- Diseño arquitectónico

Está conformado por distintos planos donde se evidencian las diferentes áreas que tendrá el proyecto; estacionamiento, recepción-administración, cabañas de glamping, restaurante, spa, espacio de recreación y esparcimiento, considerando los datos obtenidos en el perfil del turista.

Tabla 39-4: Áreas del proyecto

Denominación	Área m2
Estacionamiento	150
Recepción- administración	155,51
Restaurante	104
Cancha	287,82
Parque infantil	139,55
Pod triple 1	37,60
Pod triple 2	37,60
Pod matrimonial 1	16,78
Pod matrimonial 2	16,78
Spa	26,55
Total del área de construcción	1.003,4

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

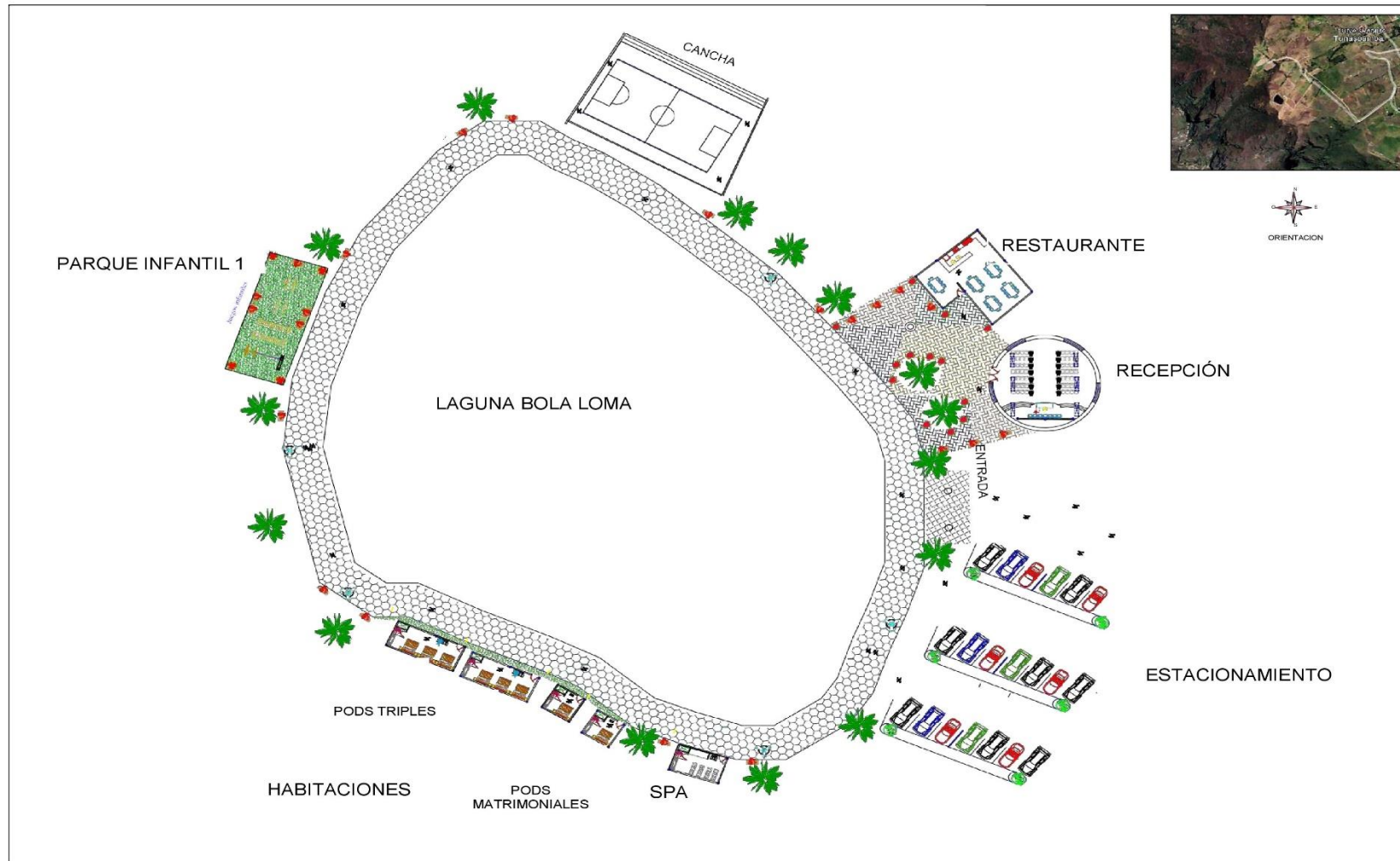


Figura 7-4: Planimetría del área de construcción

Realizado por: Quinli, Edison, 2022.

- **Restaurante**



Figura 8-4. Plano 3D

Realizado por: Quinlli, Edison, 2022.



Figura 9-4. Perspectiva restaurante

Realizado por: Quinlli, Edison, 2022.

- **Habitaciones**

Pod Matrimonial 1



Figura 10-4. Plano 3D pod matrimonial

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.



Figura 11-4. Perspectiva pod matrimonial 1

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.

Pod Matrimonial 2



Figura 12-4. Plano 3D pod matrimonial 2

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2021.



Figura 13-4. Perspectiva pod matrimonial 2

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.

Pod Triple1



Figura 14-4. Plano 3D pod triple

Elaborado por: Quinlin, Edison, 2022.



Figura 15-4. Perspectiva pod triple 1

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.

Pod triple 2

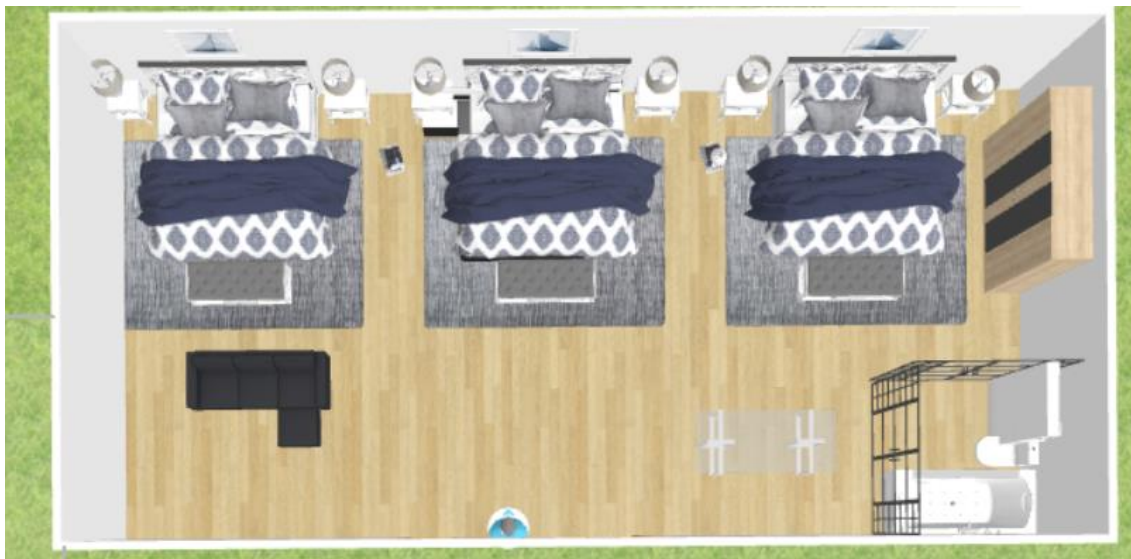


Figura 16-4. Plano 3D pod triple 2

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.



Figura 17-4. Perspectiva pod triple 2

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.

- Spa



Figura 18-4. Plano 3D spa.

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.



Figura 19-4. Perspectiva del spa

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.



Figura 20-4. Perspectiva sala de espera spa.

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.



Figura 21-4. Perspectiva área de masajes

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.

- Parque infantil

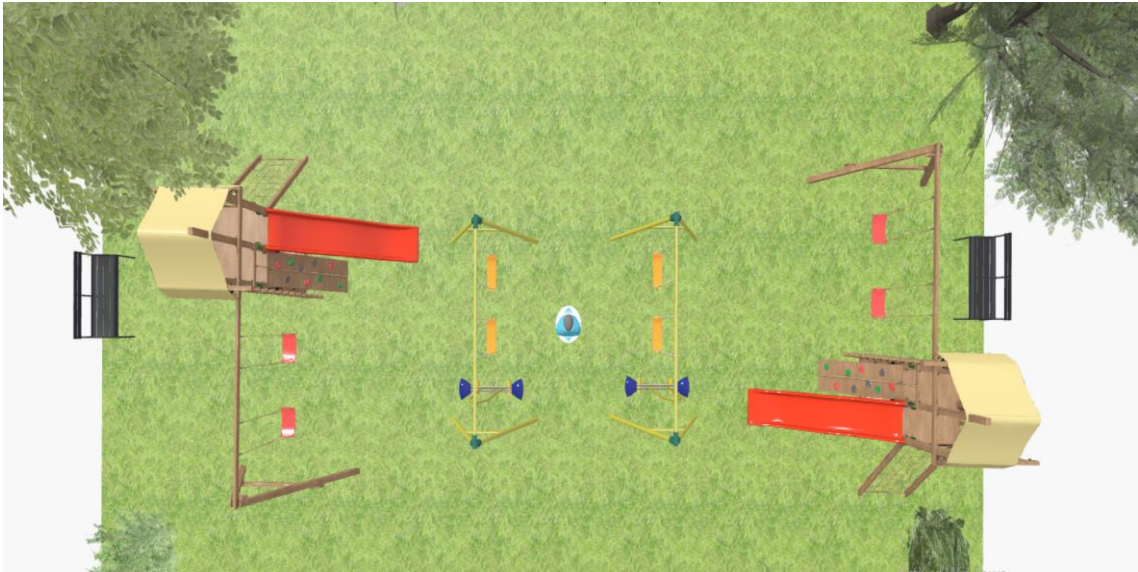


Figura 22-4. Plano 3D parque infantil

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.



Figura 23-4. Perspectiva parque infantil.

Elaborado por: Quinlli, Edison, 2022.

- Distribución de las áreas

Se establecieron las áreas necesarias para el proyecto, en base a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los turistas sobre los servicios que les gustaría encontrar, es por ello que se establecieron las siguientes áreas:

- Recepción- administración

Propósito

Para ingresar al establecimiento de alojamiento de glamping, es necesario que existe un espacio destinado para la recepción de clientes y la administración, el mismo que debe ser acogedor ya que causará la primera impresión al momento de llegada.

Descripción

Se propone la reconstrucción de la casa comunal que será destinada para la recepción de clientes y la administración, ocupará un área de 155.51 m² donde se ubicará la oficina de administración y otra de recepción en la que se colocarán fotografías de los atractivos naturales y culturales de la comunidad.

- Cabañas de glamping

Propósito

Al ofertar comodidades de un hotel, se busca que las instalaciones tengan toda la mayor comodidad, confort y lujo posible, brindando un servicio de calidad con el equipamiento necesario.

Descripción

Abarcará un área de 108.76 m² en el que se distribuirán 4 cabañas tipo pod dotadas de todas las comodidades tendrán una capacidad para un total de 10 pax, cada cabaña contará con baño privado y una tina de hidromasaje, la base de la estructura es de pino abeto que es un tipo de madera resistente y firme, las puertas y ventanas serán de vidrio templado transparente que permitirán apreciar el entorno.

Tabla 40-4: Tipos de habitaciones.

Número	Tipo de habitación	Plaza
2	Triple	6
2	Matrimonial	4
Total	4 habitaciones para 10 personas	

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

○ Restaurante

Propósito

Promocionar la gastronomía local a través de la oferta de platos típicos del territorio, los mismos que deberán ser elaborados con productos de la zona y preparados por la población local.

Descripción

Está área se encontrará a unos metros de la recepción, ocupará un área de 104 m², que contara con:

Cocina: un espacio destinado para la preparación de alimentos con todo el menaje necesario

Comedor: estará dotado de 5 mesas distribuidas al frente de la cocina, con 8 sillas cada una y tendrá una capacidad para 40 personas

○ Spa

Propósito

Se busca mejorar la experiencia del visitante mediante la oferta de un centro de relajación a base de masajes y tratamientos estéticos con técnicas de aromaterapia.

Descripción

Ocupará un área de 26.55 m² que contará con una sala de espera, una zona seca donde se incluirá vestidores y un baño, y otro espacio destinado para los masajes el mismo que tendrá una capacidad para 4 personas y estará dividido por una puerta de cristal.

- Espacios de recreación y esparcimiento

Propósito

Proporcionar un espacio acondicionado para la realización de actividades al aire libre particularmente orientado a los niños con juegos infantiles, además de espacios para practicar algún tipo de deporte de manera individual o en grupo.

Descripción

El área destinada para este espacio es de 139,55 m² en el que se encontraran varios juegos infantiles como: resbaladeras, columpios, sube y baja además de un espacio para mascotas, también una cancha lo bastante amplia con redes de voleibol.

- Área de parqueadero

Propósito

Brindar seguridad a los vehículos motorizados: automóviles, motocicletas, camionetas y no motorizados: bicicleta, de los visitantes, para que pueden disfrutar con toda tranquilidad de los servicios que se oferta.

- Baterías sanitarias

Propósito

Brindar servicio higiénico de calidad a los huéspedes y que no genere mayor impacto ambiental.

Descripción

Se instalaran servicios higiénicos independientes que serán de uso público, contara con 3 inodoros. 3 urinarios y 3 lava manos para la sección de caballeros, mientras que para la sección de damas se contara con 4 inodoros y 4 lava manos, un dispensador de jabón líquido y secador de manos.

- Tratamiento de desechos orgánicos e inorgánicos

Propósito

Aprovechar de manera eficiente los residuos orgánicos, generados por la prestación del servicio y dar un adecuado desecho de los residuos inorgánicos.

Descripción

En la extensión del proyecto se contara por lo menos con 6 contenedores de basura fabricados a base de material reciclable, los mismos que estarán clasificados en orgánicos que serán empleados como abono para las plantas del establecimiento y en el caso de los desechos inorgánicos serán recolectados y entregados a la Empresa Pública Mancomunad de Aseo Integral del pueblo Cañarí (EMAIPC) entidad responsable del adecuado manejo de estos residuos.

- Ahorro de agua y energía eléctrica

Propósito

Minimizar el impacto ambiental generado a través del consumo excesivo del agua y energía eléctrica.

Descripción

Las instalaciones contarán con paneles solares para el aprovechamiento de la luz solar, lo que reducirá costos en la planilla de energía eléctrica, además contar con un sitio de recolección de agua que servirá para el riego de las plantas.

- Presupuesto para la construcción

El establecimiento de alojamiento tipo glamping se implementará en un área de 1.003,40 m², por ello que el presupuesto se basa en el costo de construcción por metro cuadrado que se quiere implementar. Tomando en cuenta que el precio va a variar dependiendo del área de construcción.

Tabla 41-4: Presupuesto para la construcción del producto de glamping.

Denominación	Descripción	Área m ²	Precio
Recepción-administración	Oficina de administración y recepción	155,51	\$ 38.877,50
Cabañas de glamping	Pod matrimonial	33,56	\$ 15.102,00
	Pod triple	75,2	\$ 33.840,00
Restaurante	Cocina Comedor	104	\$ 46.800,00
Spa	-	26,55	\$ 9.292,50
Espacios de recreación y esparcimiento	Cancha deportiva	287,82	\$ 23.025,60
	Parque de juegos	139,55	\$ 11.164,00

Servicios sanitarios	Adecuación	31,21	\$ 9.363,00
Estacionamiento	Adecuación	150	\$ 18.750,00
		1003,4	
		Total	\$ 206.214,60

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.3.1.5. *Determinación del proceso productivo*

- Flujograma de servicios

El establecimiento de glamping se basará en la oferta de servicios de: alojamiento, alimentación, guianza y servicio de relajación en un spa, por lo tanto se establecen los siguientes diagramas de flujo que relacionan a la persona encargada de cada servicio con el posible cliente, teniendo en cuenta que el talento humano es fundamental para la prestación de los servicios.

- Servicio de hospedaje

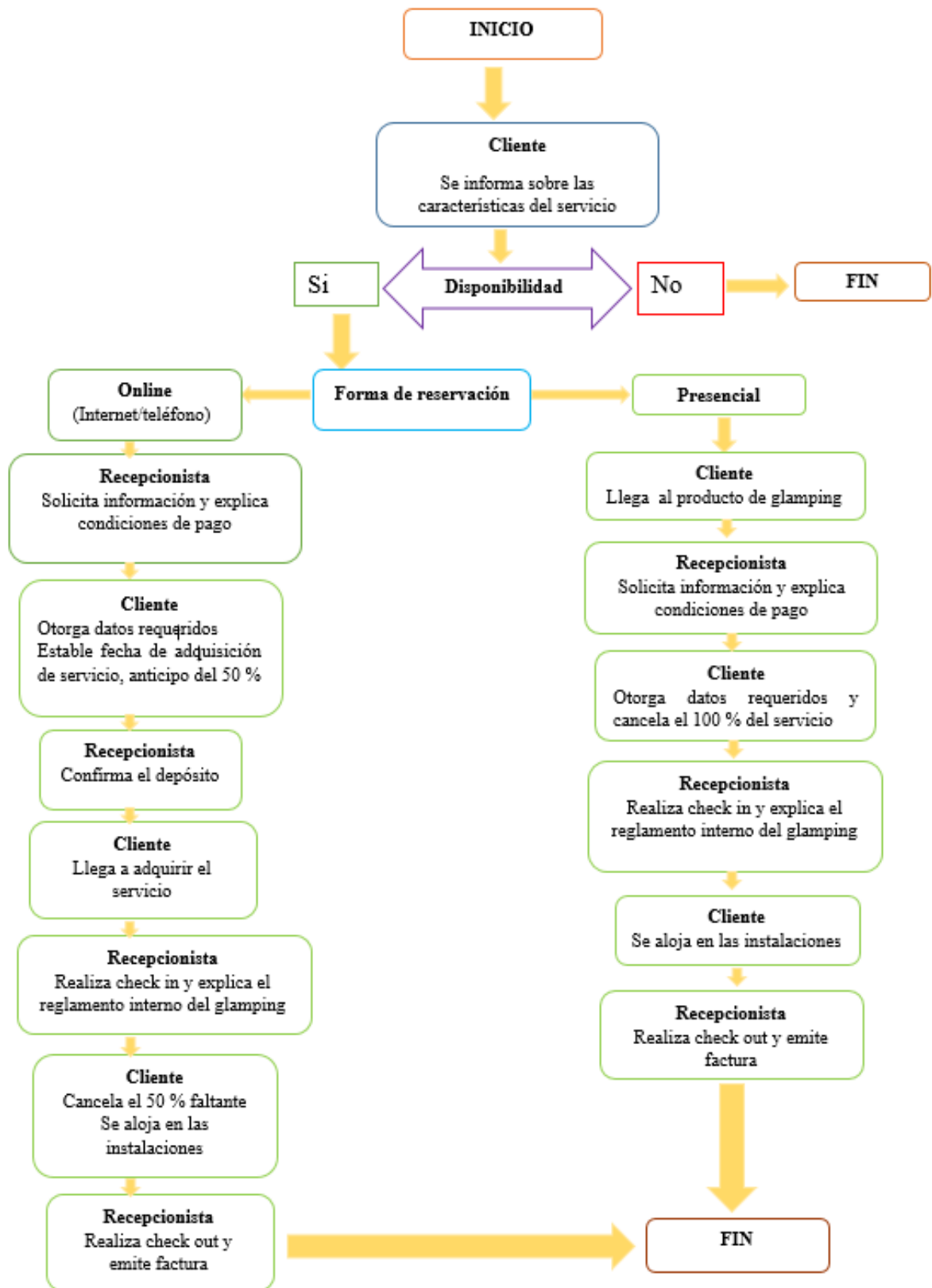


Figura 24-4. Flujograma del servicio de hospedaje

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Servicio de alimentación

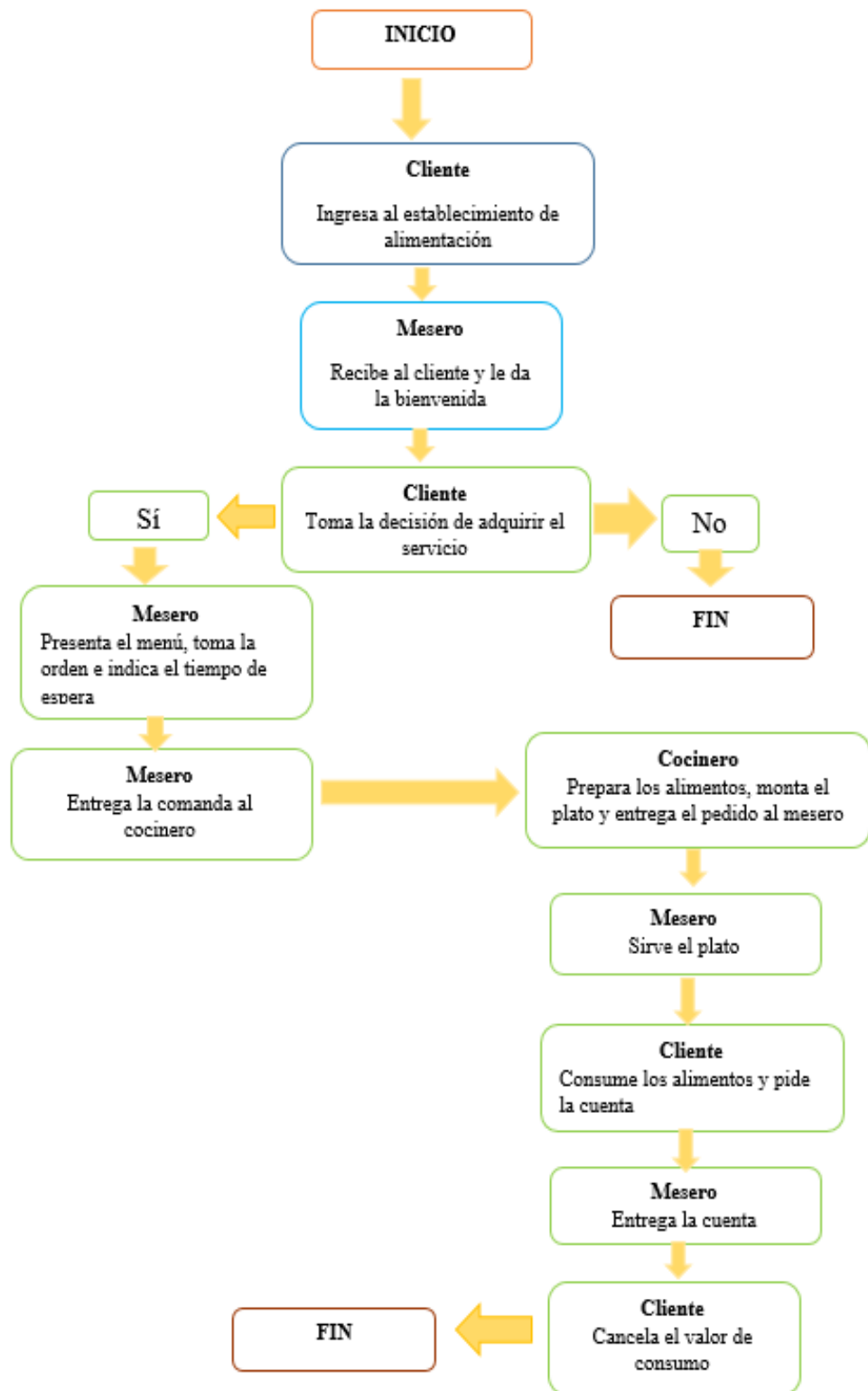


Figura 25-4. Flujograma del servicio de alimentación

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Servicio de guianza interpretativa

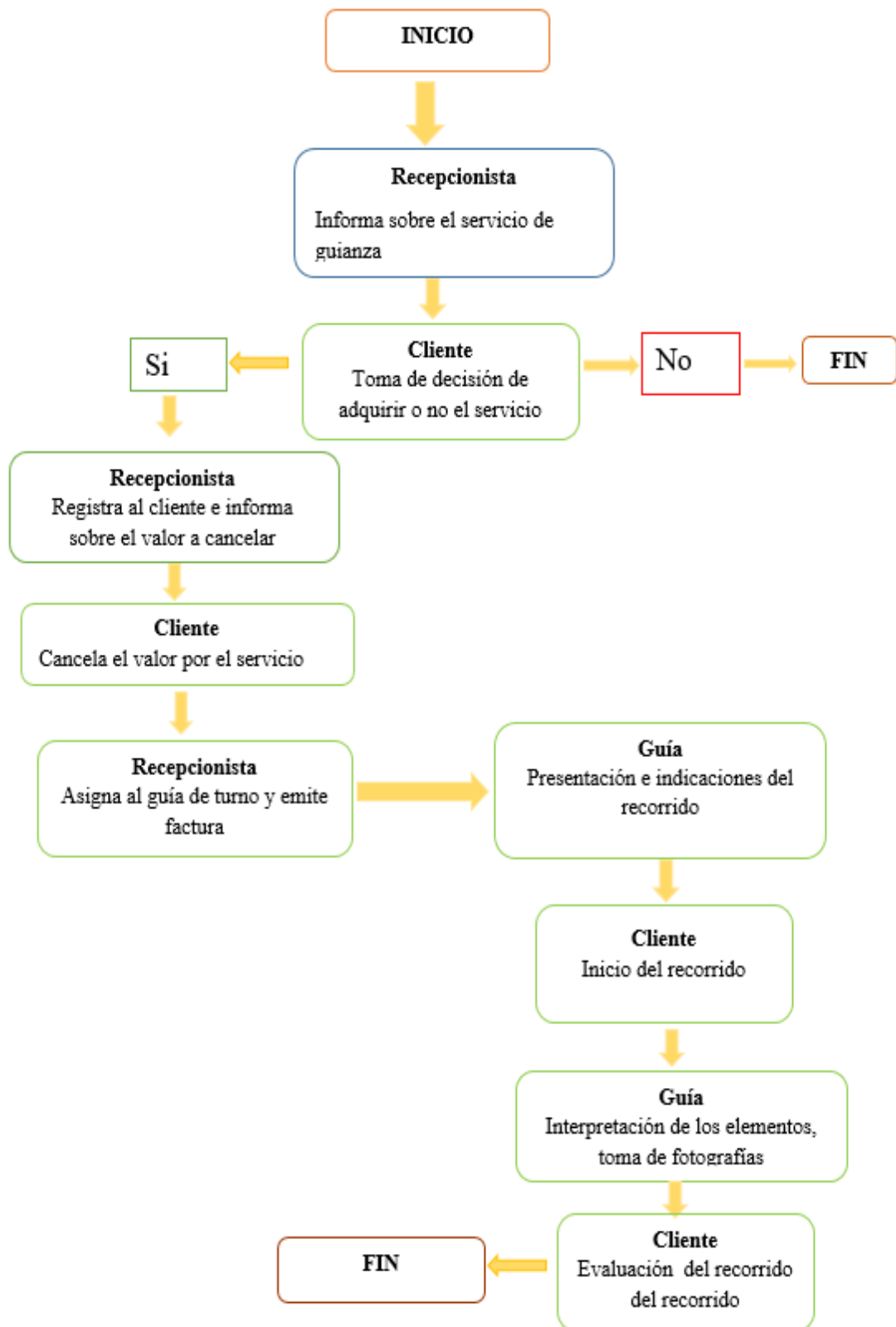


Figura 26-4. Flujograma del servicio de guianza interpretativa

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Spa

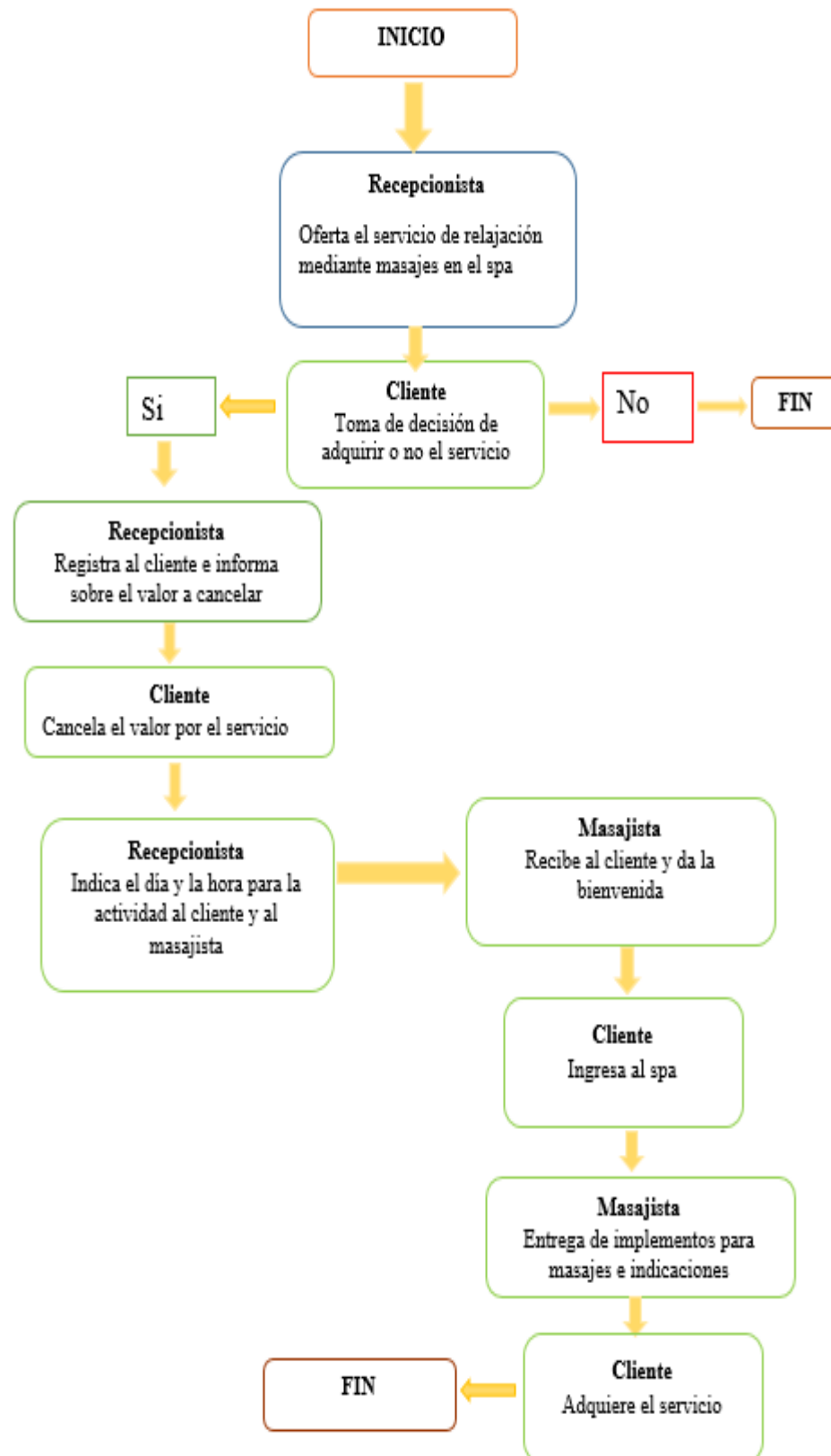


Figura 27-4. Flujograma del servicio de spa.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Requerimientos para el área productiva
- Activos Fijos

Tabla 42-4: Activos fijos para el área productiva.

Denominación	Área m2	Precio unitario	Inversión
Terreno	1.200	-	\$ 50.000,00
Construcciones y edificaciones	1.003,40	-	\$ 206.214,60
		Total	\$ 256.214,60
Denominación	Cantidad	Precio unitario	Inversión
Equipo y maquinaria			
Hospedaje			
Aspiradora	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Lavadora	1	\$ 820,00	\$ 820,00
Lámpara	8	\$ 45,00	\$ 360,00
		Subtotal	\$ 1.340,00
Alimentos y bebidas			
Lámpara	5	\$ 45,00	\$ 225,00
Cocina industrial de 4 quemadores	1	\$ 380,00	\$ 380,00
Refrigeradora	1	\$ 720,00	\$ 720,00
Tostadora	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Licuada	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Batidora	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Cafetera	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Horno a gas	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Extractor de jugo	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Tanque de gas	3	\$ 40,00	\$ 120,00
Extintor	1	\$ 45,26	\$ 45,26
		Subtotal	\$ 2.160,26
Esparcimiento y recreación			
Sube y baja	2	\$ 75	\$ 150,00
Columpios	2	\$ 315	\$ 630,00
Casita de juegos	2	\$ 75	\$ 150,00
		Subtotal	\$ 930,00
Spa			
Calentador de toallas	1	\$ 123,00	\$ 123,00
		Subtotal	\$ 123,00
		Total	\$ 4.553,26
Muebles y enseres			
Hospedaje			
Cama King Size	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Cama Queen Size	6	\$ 856,00	\$ 5.136,00
Velador	10	\$ 55,00	\$ 550,00
Closet	4	\$ 80,00	\$ 320,00

Mesa de cristal	1	\$ 68,00	\$ 68,00
Sillones	4	\$ 83,00	\$ 332,00
		Subtotal	\$ 8.206,00
Alimentos y bebidas			
Mesa	5	\$ 110,00	\$ 550,00
Silla	40	\$ 8,00	\$ 320,00
Aparador	2	\$ 110,00	\$ 220,00
		Subtotal	\$ 1.090,00
Spa			
Juego de muebles	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Camilla para masajes	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Equipo de aromaterapia	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Armario	1	\$ 35,00	\$ 35,00
		Subtotal	\$ 1.185,00
Espacios de esparcimiento y recreación			
Redes para cancha de voleibol	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Bancas de madera	6	\$ 55,00	\$ 330,00
		Subtotal	\$ 354,00
Menaje			
Hospedaje			
Juego de sábanas King size	4	\$ 52,00	\$ 208,00
Juego de sábanas Queen size	12	\$ 43,00	\$ 516,00
Cobertor de colchón King size	4	\$ 32,46	\$ 129,84
Cobertor de colchón Queen size	12	\$ 31,80	\$ 381,60
Almohadas pluma	24	\$ 38,00	\$ 912,00
Cortinas	8	\$ 22,78	\$ 182,24
Basureo	4	\$ 4,50	\$ 18,00
Bata de cama	10	\$ 42,00	\$ 420,00
Toallas grandes y pequeñas	20	\$ 25,87	\$ 517,40
Espejo grande	4	\$ 13,80	\$ 55,20
		Subtotal	\$ 3.340,28
Alimentos y bebidas			
Juego de manteles para cocina	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Juego de cubiertos para cocina (x6)	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Juego de cuchillos (x14)	1	\$ 83,00	\$ 83,00
Juego de ollas (x4)	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Juegos de sartenes (x3)	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Vajilla (x16)	3	\$ 54,06	\$ 162,18
Platero	2	\$ 10,89	\$ 21,78
Repostero (x4)	5	\$ 10,50	\$ 52,50
Juego de cucharones (x4)	3	\$ 5,50	\$ 16,50
Legumbreira con cajón	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Tabla de picar	3	\$ 2,99	\$ 8,97
		Subtotal	\$ 748,93
Spa			
Bata de baño	10	\$ 38,00	\$ 380,00

Toallas de mano	15	\$ 15,00	\$ 225,00
Toallas grandes y pequeñas	20	\$ 25,87	\$ 517,40
Traje de baño mujer	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Traje de baño hombre	10	\$ 18,00	\$ 180,00
Rollo de sábanas desechables (100m)	1	\$ 34,00	\$ 34,00
		Subtotal	\$ 1.536,40
		Total	\$ 21.013,87

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022

- Inversiones diferidas

Tabla 43-4: Inversiones diferidas para el área productiva.

Denominación	Precio unitario	Inversión
Capacitación al personal	\$30x (5horas) x 3 días	\$ 450,00
	Total	\$ 450,00

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Costos

Tabla 44-4: Costos para el área productiva.

Denominación	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Insumos y materiales				
Hospedaje				
Champú	20	\$ 0,75	\$ 15,00	\$ 180,00
Acondicionador	20	\$ 0,65	\$ 13,00	\$ 156,00
Jabón	20	\$ 0,50	\$ 10,00	\$ 120,00
Papel higiénico	28	\$ 1,15	\$ 32,20	\$ 386,40
Alimentación				
Tanque de gas	48	\$ 3,00	\$ 12,00	\$ 144,00
Cartas de menú	16	\$ 2,60	\$ 3,00	\$ 36,00
Servilletas biodegradables	200	\$ 48,22	\$ 48,22	\$ 48,22
Spa				
Aceite de frutos cítricos 2 lt para masaje	4	\$ 8,00	\$ 2,67	\$ 32,00
Aceite de enebro 3 lt para masaje	3	\$ 12,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Aceite de aloe vera para 5 lt masaje	2	\$ 11,00	\$ 1,83	\$ 22,00
Crema hidratante para masaje 2 lt	2	\$ 8,00	\$ 1,33	\$ 16,00
Exfoliante corporal 4 lt	2	\$ 12,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Esencia de limón 3 ltr	3	\$ 9,87	\$ 2,47	\$ 29,61
Tónico de azahar 2 lt	3	\$ 8,45	\$ 2,11	\$ 25,35
Estacionamiento				
Galón de pintura satinada	2	\$ 13,00	\$ 2,17	\$ 26,00
		Total	\$ 151,00	\$ 1.281,58

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Materia prima

Tabla 45-4: Materia prima para el servicio de alimentación.

Materia prima	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Leche	Litros	30	\$ 0,50	\$ 15,00	\$ 180,00
Queso	Unidad	10	\$ 1,70	\$ 17,00	\$ 204,00
Mantequilla	Kilogramo	8	\$ 1,20	\$ 9,60	\$ 115,20
Yogurt	Unidad	8	\$ 1,50	\$ 12,00	\$ 144,00
Huevos	Cubeta	2	\$ 2,80	\$ 5,60	\$ 67,20
Papas	Quintal	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Habas	Quintal	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Choclo	Quintal	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Mellico	Quintal	1	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Pollo	Libras	10	\$ 1,30	\$ 13,00	\$ 156,00
Cuy	Unidad	8	\$ 6,00	\$ 48,00	\$ 576,00
Arroz	Quintal	1	\$ 34,00	\$ 34,00	\$ 408,00
Sal	Unidad	2	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Azúcar	Quintal	1	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 384,00
Arroz de cebada	Unidad	5	\$ 0,80	\$ 4,00	\$ 48,00
Morocho	Unidad	5	\$ 0,80	\$ 4,00	\$ 48,00
Harina de jora	Libras	5	\$ 0,75	\$ 3,75	\$ 45,00
Quinua	Libras	4	\$ 0,75	\$ 3,00	\$ 36,00
Café	Unidad	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 60,00
Cebolla	Atado	3	\$ 1,25	\$ 3,75	\$ 45,00
Tomate	Caja	1	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Pimiento	Saco	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Lechuga	Unidad	8	\$ 0,50	\$ 4,00	\$ 48,00
Frutilla	Caja	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Limón	Gaveta	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Yuca	Saco	1	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Arveja	Funda	4	\$ 1,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Zanahoria	Galón	4	\$ 1,25	\$ 5,00	\$ 60,00
Vino blanco	Unidad	3	\$ 4,80	\$ 14,40	\$ 172,80
Vino tinto	Unidad	3	\$ 5,20	\$ 15,60	\$ 187,20
			Total	\$ 328,70	\$ 3.944,40

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Talento humano

Tabla 46-4: Mano de obra directa del área productiva.

Personal	Cantidad	Pago mensual	Pago anual	Beneficios de ley	Pago anual total
Ama de llaves	1	\$ 407,12	\$ 4.885,44	\$ 827,71	\$ 5.713,15
Cocinero	1	\$ 404,92	\$ 4.859,04	\$ 822,46	\$ 5.681,50
Mesero	1	\$ 404,32	\$ 4.851,84	\$ 822,46	\$ 5.674,30
Masajista	1	\$ 414,00	\$ 4.968,00	\$ 840,90	\$ 5.808,90
Guía local	1	\$ 404,92	\$ 4.859,04	\$ 822,46	\$ 5.681,50

Total	5	\$ 2.435,28			\$ 28.055,82
--------------	----------	--------------------	--	--	---------------------

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

Tabla 47-4: Mano de obra indirecta del área productiva.

Personal	Cantidad	Pago mensual	Pago anual	Beneficios de ley	Pago anual total
Guardia	1	\$ 404,92	\$ 4.859,04	\$ 822,46	\$ 5.681,50
Total	1	\$ 404,92			\$ 5.681,50

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.3.1.6. Estudio de mercadotecnia

- Producto
 - Valor diferencial

El producto de glamping cuenta con particularidades que lo diferencian como:

- 1) Servicio de alojamiento de lujo que incluye todas las comodidades de un hotel 5 estrellas desde camas King size hasta contar con tinas de hidromasaje para cada habitación.
- 2) Servicio de alimentación donde se oferta platos tradicionales de la zona elaborados a base de productos orgánicos propios del territorio.
- 3) Servicio de guianza interpretativa para el recorrido de los atractivos del territorio.
- 4) Espacios destinados para la realización de actividades deportivas y de recreación.
- 5) Estructuras que no generan mayor impacto ambiental.
- 6) Generación de fuentes de empleo para la población local.

- Branding

- Nombre

Para determinar el nombre del producto de glamping se tomó en consideración características de la zona donde se desea implementar, es por ello que, al ser el lugar más alto de la comunidad donde se puede apreciar el amanecer pero sobre todo la puesta de sol, se propuso el nombre de INTI SAMARINA en términos del idioma Kichwa que significa donde descansa el sol.

- Slogan

Se establece el slogan “Perfecto descanso en la naturaleza”, porque se enfoca en el objetivo del producto que es acampar sin tener las incomodidades que representa la actividad, por el contrario incluyendo las comodidades, calidad y confort que presta la habitación de un hotel de lujo, con la particularidad de encontrar en medio de la naturaleza.

- Símbolo, logotipo del establecimiento



Figura 28-4. Logotipo del establecimiento

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.






- Componentes

El logotipo del establecimiento está conformado por imágenes gráficas y textuales, en cuanto a la parte grafica el semicírculo representa el sol cuando atardece ya que es la característica principal del lugar pues se puede apreciar la puesta de sol, los triángulos en forma de cabañas representan las habitaciones de descanso, con ventanales que permiten apreciar el paisaje, las líneas en la parte superior representan el arcoíris que se puede apreciar en épocas de invierno y verano, los dos personajes representan a la población local con su vestimenta tradicional que le da un sentido comunitario al proyecto. La parte textual está conformada por el nombre del establecimiento que es INTI SAMARINA GLAMPING y el slogan que es “Perfecto descanso en la naturaleza” lo que establece la marca del proyecto.

- Gama cromática

Para representar el establecimiento se emplearon colores de la cromática natural que gira en torno a la naturaleza y el atardecer:

Tabla 48-4: Gama cromática.

	Amarillo	Este color en esta tonalidad transmite luz, riqueza, hospitalidad, alegría lo que se busca que el establecimiento de hospedaje tenga, también se lo asocia con el color naranja en referencia al sol.
	Negro	Es un color primario que simboliza la elegancia, prestigio y formalidad, además de que forma parte del color de la vestimenta de la población
	Rojo	Representa el color la fuerza y vitalidad en la vestimenta tanto de los hombres como de las mujeres.
	Naranja	Es un color secundario que transmite energía positiva además es considerado el color de la aventura y las nuevas experiencias, también es el color de un mágico atardecer
	Blanco	Color primario que representa la tranquilidad, confianza y sobre todo paz que transmite la naturaleza, se le atribuye aspectos como la calma, serenidad además de elegancia

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

▪ Identidad corporativa

Se diseñó elementos gráficos como: tarjetas de presentación, hoja membretada y carpeta.



Figura 29-4. Tarjeta de presentación.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

Hoja membretada



Figura 30-4. Hoja membretada

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.



Figura 31-4. Carpeta

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Precio

Para establecer el precio se tomó en consideración a la competencia, con la particularidad de que oferten servicios similares a los considerados en el establecimiento, datos obtenidos en el estudio de mercado en cuanto a la capacidad de gasto del turista nacional. Para que tenga una accesibilidad en el mercado y a la vez genere ingresos.

Tabla 49-4: Precios de la competencia.

Establecimiento de alojamiento	Servicios e instalaciones	Precio (habitación/ pax)
Hotel “El Tambo”	Alimentos y bebidas Trasporte turístico Gimnasio Garaje Sala de billar Sala de reuniones	\$ 15 individual \$ 25 matrimonial
Hostal “Chasky Wasi”	Parqueadero Cafetería Cocina	\$ 15 por pax \$ 17 por pax incluido desayuno
Hostal “Sunshine”	-	\$ 13 por pax
Hostal “Espinoza”	Alimentos y bebidas	\$ 17 por pax
Hostería “La Condesa”	Alimentos y bebidas Karaoke Área para mascotas Sala de reuniones Lavandería Tienda de regalos	Suite: \$ 42 por pax Suite nupcial: \$ 54 por pax

	Centros de negocios Parque infantil Área para fumadores	
Hostería “Cuna del sol”	Alimentos y bebidas Trasporte Sala de reuniones Centro de negocios Sala de juegos Piscina Turco Hidromasaje	\$ 30 dólares por personas

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

o Precio final del producto

El valor sugerido a cancelar por la demanda nacional no se encuentran entre los precios establecidos por la competencia, sin embargo los establecimientos no ofrecen todos los servicios que se pretende ofertar en Inti Samarina Glamping es por ello que, se estableció un precio de \$ 120,00 dólares por persona que adquiera el producto el mismo que oferta alojamiento, alimentación, relajación en el spa y guianza considerando el valor diferencial del producto.

• Plaza

Para la comercialización de algún tipo de servicio el canal directo que se emplea es del producto al consumidor final que ha llegado a la zona de influencia sin la necesidad de intermediarios sin embargo, para que el producto pueda posicionarse dentro del mercado nacional es necesario que también existan canales indirectos.

Tabla 50-4: Canales de distribución.

Canal	Táctica	Política de funcionamiento	Target
Directo	-Venta directa al cliente que llega al establecimiento de alojamiento Inti Samarina Glamping. -Presentación y promoción del producto en expo ferias y ferias de turismo.	-Contacto directo con los clientes tanto de manera virtual como presencial. -Facilitar información sobre los servicios que se oferta en el establecimiento.	-Población económicamente activa a del cantón El Tambo y sus alrededores. -Turistas nacionales provenientes de la ciudad de Cuenca, Quito y Guayaquil

	-Oferta del producto a visitantes del Complejo Arqueológico Ingapirca	-Disponer de material publicitario de forma física y digital.	
Indirecto	-Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes y tour operadoras del cantón El Tambo y la provincia de Cañar.	-Creación de convenios que beneficien a las dos partes, tour operadoras y agencias de viajes con el establecimiento de alojamiento. -Acuerdos para la reservación y cancelación del producto. -Facilitar el material publicitario digital y físico a las agencias y tour operadoras.	-Turistas nacionales que adquieren el producto por intermediación de agencias de viajes y tour operadoras

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Promoción
- Publicidad

Los medios publicitarios surgen del resultado del estudio de mercado, el mismo que indica que el 81 % de la población encuestada para informarse sobre destinos o productos turísticos hace uso de la internet de manera específica las redes sociales, teniendo en consideración que en la actualidad es el medio más utilizado.

En base a ello, se diseñaron los medios publicitarios: página web, página para redes sociales, volantes y material pop, no se tomó en consideración a los medios de televisión, radio y prensa escrita debido al bajo porcentaje de la población encuestada que emplea este medio.

- Página Web

El establecimiento de alojamiento Inti Samarina Glamping oferta sus servicios a través de una página web en donde da a conocer los servicios e instalaciones que oferta al cliente, en base a fotografías.

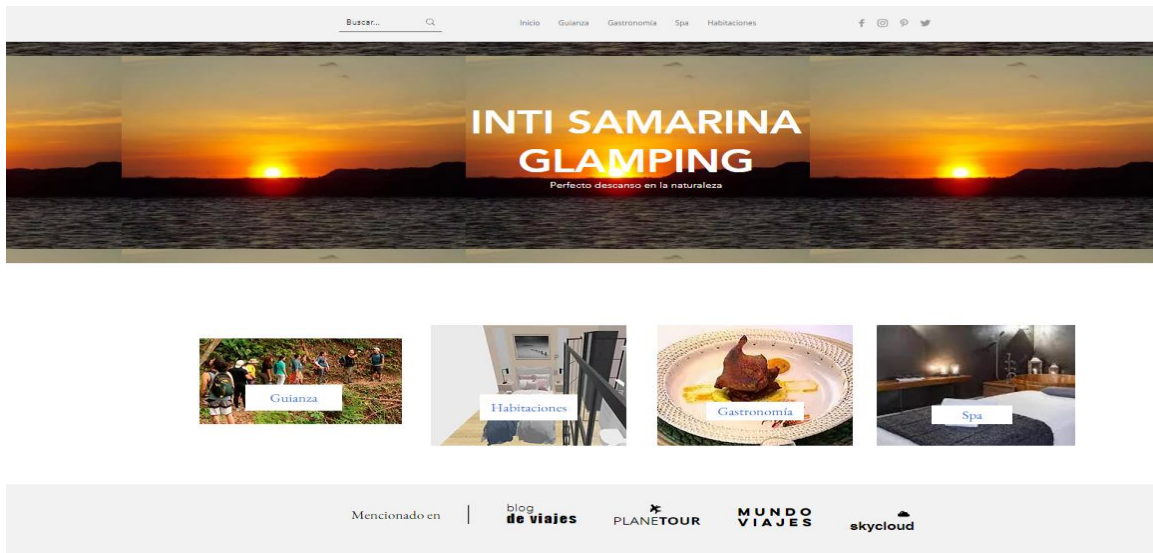


Figura 32-4. Página web del producto.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Páginas para redes sociales

Se creó una página de Facebook donde se facilita toda la información sobre el establecimiento de alojamiento Inti Samarina Glamping, servicios que oferta, promociones, números de contacto, ubicación y un link de direccionamiento al sitio web oficial del establecimiento para reservaciones.

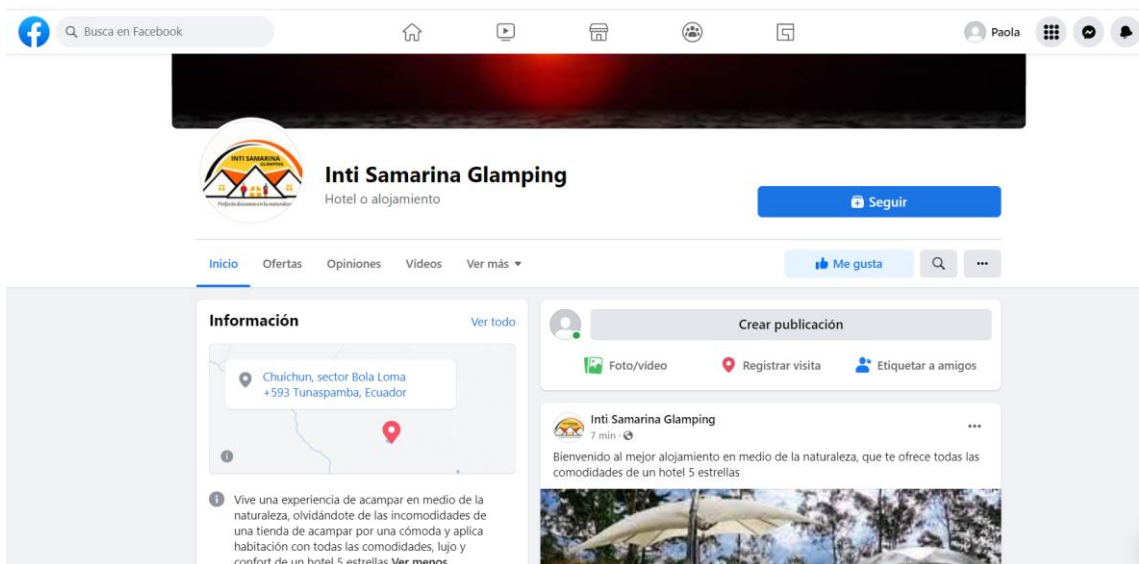


Figura 33-4. Página de facebook para el establecimiento Inti Samarina Glamping.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Material pop

El objetivo es promocionar el establecimiento mediante productos que contengan la marca del proyecto y los clientes puedan adquirirlo como un recuerdo.



Figura 34-4. Diseño de camiseta para el establecimiento Inti Samarina Glamping.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.



Figura 35-4. Diseño de bolsa ecológica para el establecimiento Inti Samarina Glamping.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.



Figura 36-4. Diseño de libreta para el establecimiento Inti Samarina Glamping.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Requerimientos para el área comercial

- Activos fijos

Tabla 51-4: Activos fijos para el área comercial.

Denominación	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Equipo de computo			
Computadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Impresora	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Subtotal			\$ 1.550,00
Equipo de oficina			
Teléfono	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Celular	1	\$ 190,00	\$ 190,00
Calculadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Grapadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Perforadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Subtotal			\$ 295,00
Muebles y enseres			
Juego de escritorio	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Modular	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Archivador	2	\$ 110,00	\$ 220,00
Juego de muebles para recepción	1	\$ 380,00	\$ 380,00
Subtotal			\$ 1.050,00
Total			\$ 2.895,00

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Inversiones diferidas

Tabla 52-4: Inversiones diferidas para el área comercial.

Denominación	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Capacitación al personal	\$40 (4 horas) x 5 días	\$ 800,00	\$ 800,00
Subtotal			\$ 800,00
Publicidad y promoción			
Tarjetas de presentación	500	\$ 25,00	\$ 25,00
Diseño de páginas web	3	\$ 520,00	\$ 520,00
Hojas membretadas	400	\$ 0,20	\$ 80,00
Carpetas	400	\$ 0,20	\$ 80,00
Subtotal			\$ 705,00
Total			\$ 1.505,00

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Insumos y materiales

Tabla 53-4: Insumos y materiales para el área comercial.

Insumos y materiales				
Denominación	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Resma de papel	12	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 60,00
Tinta o tóner	8	\$ 15,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Grapas (caja)	8	\$ 1,15	\$ 0,77	\$ 9,20
Lápices (caja)	3	\$ 8,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Esferos (caja)	3	\$ 7,20	\$ 1,80	\$ 21,60
Facturera	3	\$ 10,00	\$ 2,50	\$ 30,00
		Total	\$ 27,07	\$ 264,80

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Gastos del área comercial

Tabla 54-4: Gastos en promoción y publicidad.

Gastos en promoción y publicidad			
Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual
Tarjetas de presentación	1000	\$ 4,17	\$ 50,00
Mantenimiento de páginas web	1	\$ 320,00	\$ 320,00
Hojas membretadas	1200	\$ 8,33	\$ 100,00
Carpetas	1200	\$ 8,33	\$ 100,00
Camisetas	100	\$ 41,67	\$ 500,00
Bolsas ecológicas	100	\$ 55,00	\$ 55,00
Libretas	50	\$ 54,17	\$ 650,00
	Total	\$ 491,67	\$ 1.775,00

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Talento humano

Tabla 55-4: Talento humano para el área comercial.

Personal	Cantidad	Pago mensual	Pago anual	Beneficios de ley	Pago anual total
Recepcionista	1	\$ 407,52	\$ 4.890,24	\$ 827,74	\$ 5.717,98
Total	1	\$ 407,52	\$ 4.890,24		\$ 5.717,98

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.3.2. Viabilidad ambiental

4.3.2.1. Componentes ambientales susceptibles a impactos

- Suelo

Es uno de los componentes ambientales que más está sujeto a impactos negativos como la erosión y compactación en los procesos de excavación para el removimiento de la tierra en cuanto a la implementación de la infraestructura para el desarrollo del proyecto.

- Agua

Es uno de los elementos indispensables para el desarrollo de cualquier actividad, los impactos ambientales a ser evaluados con la contaminación del recurso y el uso considerable del mismo.

- Aire

Es otro de los factores susceptibles a impactos negativos por el desarrollo de la actividad turística, el uso de maquinaria contribuirá a la afectación de este componente en la fase de construcción de la infraestructura, los impactos a ser evaluados son contaminación a cause de desechos inorgánicos y la emisión de gases contaminantes.

- Paisaje

El territorio cuenta con un entorno natural parcialmente conservado ya que la actividad agrícola ha contribuido a romper la armonía del paisaje, cabe mencionar que la implementación del proyecto impactará de manera negativa es por ello que, se evaluará el impacto de la contaminación lumínica y acústica que se pueda generar.

- Socio económico

La creación del establecimiento de alojamiento Inti Samarina Glamping contribuirá a la dinamización de la economía local mediante la generación de fuentes de empleo lo que promoverá de manera directa al desarrollo turístico del territorio. Lo que provocará un intercambio cultural entre los visitantes y la población local es por ello que las actividades deben estar basadas en el respeto a la cultura local.

- Flora y fauna

Tanto las especies de animales como vegetales se verán afectadas negativamente con la implementación del proyecto de manera puntual en la etapa de construcción ya que se intervendrá en el ecosistema sin embargo, mediante la operación turística se busca generar conciencia al visitante sobre la protección de las especies. Los impactos a evaluar en este comente son; disminución de la cobertura vegetal, conservación de las especies y alteración del hábitat.

4.3.2.2. Actividades que pueden causar impacto

Existen dos fases que engloban a las actividades para la puesta en marcha del proyecto, las mismas que pueden generar impactos positivos o negativos en la zona.

- Fase de instalación

- Excavación mecánica y manual

Para que la extensión de terreno a ocupar en el desarrollo del proyecto sea optima, se necesita que la superficie vegetal sea removida a base de excavaciones las mismas que pueden ser con maquinaria pesada en el caso de requerirlo pero también manual que no genera mayor impacto que la mecánica.

- Implantación de la infraestructura y estructura básica

Para la construcción de la estructura básica e infraestructura turística del establecimiento se generarán varias actividades que provocarán desechos inorgánicos de construcción, además de contaminación acústica.

- Forestación de especies

Para que las instalaciones cuenten con especies de flora nativas de la zona se propone la forestación de las mismas dentro de la extensión del proyecto. Lo que contribuirá de manera directa a mejorar la calidad del aire, suelo y agua.

- Ahorro de agua y energía eléctrica

Con el fin de que las instalaciones no generen un consumo excesivo en los servicios de agua y energía eléctrica se propone el uso de paneles solares que actúan como fuente de aprovechamiento de la energía solar.

- Fase operativa

- Servicio de alojamiento

Este servicio provocará impactos negativos al ambiente como la generación de desechos inorgánicos, contaminación lumínica y acústica, pero también impactos positivos como fuentes de empleo para la población local y desarrollo turístico.

- Servicio de alimentación y bebidas

Generará desechos orgánicos e inorgánicos a través de la preparación de platos tradicionales aunque también promoverá la dinamización de la economía local a través de la compra de productos de la zona para la elaboración de los platos.

- Servicio de spa

Si bien contribuirá a la generación de fuentes de empleo también provocará la generación de desechos sólidos e inorgánicos

- Actividades recreacionales

Provocará impactos negativos en el suelo como la compactación de la zona y generación de desechos.

- Tratamiento de desechos orgánicos e inorgánicos

Se dará un adecuado aprovechamiento de los desechos orgánicos para la creación de abonos naturales que ayudaran a la forestación de especies, mientras que los desechos inorgánicos serán tratados por la empresa pública de limpieza.

- Dinamización de la economía local

Esta actividad se llevará a cabo mediante la generación de fuentes de empleo para la población que puede formar parte de los diferentes servicios que se quiere ofertar, además contribuirá al desarrollo del turismo en el territorio.

- Mantenimiento de las instalaciones

Esto promoverá una oferta laboral en la población pero también generación de desechos inorgánicos.

4.3.2.3. Matriz Lázaro Lagos

Tabla 56-4: Matriz Lázaro Lagos.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										IMPACTOS	CRITERIOS									
	Excavación de forma mecánica y manual	Implantación de la infraestructura y estructura básica	Forestación de especies	Ahorro de agua y energía eléctrica	Tratamiento de desechos orgánicos e inorgánicos	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de spa	Actividades recreacionales	Dinamización de la economía local		Mantenimiento de las instalaciones	1) Naturaleza	2) Magnitud	3) Importancia	4) Certeza	5) Tipo	6) Reversibilidad	7) Duración	8) Tiempo en aparecer	9) Consideración en el proyecto
A) Suelo	X							X			Erosión	-	1	2	D	Pr	2	3	M	S	8
			x		x						Fertilización	+	1	3	D	Pr	1	3	M	S	8
	X	X							X		Compactación	-	1	2	D	Pr	2	2	M	S	7
B) Agua		X					X	X			Contaminación del agua	-	1	2	D	Sc	2	3	L	N	8
				X	X	X					Disminución del uso del agua	+	2	3	C	Pr	1	2	M	S	8
C) Aire	X	X				X	X	X			Contaminación por desechos inorgánicos	-	1	2	D	Pr	2	2	M	N	7
			X		X						Mejor calidad del aire	+	1	2	D	Pr	1	2	M	N	6
							X			X	Emisión de gases contaminantes	-	1	2	D	Pr	1	2	M	S	6

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										IMPACTOS	CRITERIOS									
	Excavación de forma mecánica y manual	Implantación de la infraestructura y estructura básica	Forestación de especies	Ahorro de agua y energía eléctrica	Tratamiento de desechos orgánicos e inorgánicos	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de spa	Actividades recreacionales	Dinamización de la economía local		Mantenimiento de las instalaciones	1) Naturaleza	2) Magnitud	3) Importancia	4) Certeza	5) Tipo	6) Reversibilidad	7) Duración	8) Tiempo en aparecer	9) Consideración en el proyecto
D) Paisaje		X				X	X	X			Contaminación lumínica	-	1	1	D	Pr	2	2	M	N	6
	X	X					X		X		Contaminación acústica	-	1	1	D	Pr	2	2	M	S	6
E) Socioeconómico	X	X	X			X	X	X		X	Generación de fuentes de empleo	+	1	3	D	Pr	2	2	M	S	8
		x	x			X	X	X	X	X	Desarrollo turístico	+	1	3	D	Pr	2	2	M	S	8
									X		Concientización al visitante	+	1	3	D	Pr	2	2	M	S	8
						X	X	X	X		Intercambio cultural	+	1	2	D	Pr	2	2	M	S	7
F) Flora y fauna	X	X	X								Disminución de la cobertura vegetal	-	1	2	D	Sc	2	2	M	S	7
									X		Conservación de especies	+	1	3	D	Pr	2	2	M	S	8
	X		X								Alteración del hábitat	-	1	2	D	Pr	2	2	M	S	7

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

Tabla 57-4: Cuantificación de la matriz Lázaro Lagos.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											Total (-)	Total (+)	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11			
A	15	7	8			8			15			37	16	53
B		8		8	8	8	8	8				24	24	48
C	7	7	6			6	13	7			6	40	12	52
D	6	12				6	12	6	6			48	-	48
E	8	16	16			23	23	23	23	16	8	-	156	156
F	14	7	14						8			35	8	43
Total (-)	42	41	14	-	-	6	33	21	21	-	6	184		
Total (+)	8	16	30	8	8	45	23	23	31	16	8		216	
Total	50	57	44	8	8	51	56	44	52	16	14			400

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.3.2.4. Análisis de la matriz Lázaro Lagos

Luego de aplicar la matriz de evaluación de impactos ambientales al diseño del establecimiento de alojamiento Inti Samarina Glamping, se puede establecer que los impactos positivos que generaría este proyecto son superiores a los impactos negativos del mismo.

Obteniendo se los siguientes resultados: valores positivos 216 frente a los valores negativos 184, por consiguiente el proyecto causará un impacto socio ambiental bajo.

De acuerdo con la evaluación, el componente socioeconómico será el encargado de generar mayor impactos positivos obteniendo un puntaje de 156, pues la implementación de un establecimiento de alojamiento en la comunidad promoverá el desarrollo de la actividad turística en la zona por ende la generación de empleo para la población local está contemplada en esta actividad ya que se pretende trabajar bajo un modelo de gestión comunitario.

Los componentes que se verán afectados de manera negativa son el paisaje con una puntuación de 48, el aire con 40 y el suelo con 37. Dado que, la construcción de la infraestructura turística necesaria para el desarrollo del proyecto provocará una contaminación lumínica y acústica que alterará el hábitat de diferentes especies. El aire se verá afectado por la contaminación de desechos inorgánicos y emisión de gases contaminantes.

En cuanto al suelo principalmente estará afectado con la excavación de la tierra de manera manual o con maquinaria que removerá la cobertura vegetal para la implantación de la infraestructura, además de la contaminación por desechos inorgánicos.

Es por ello que, se puede establecer que la implementación del establecimiento generará mayores beneficios a la población local, mientras que los impactos negativos que se lleguen a provocar en el ambiente serán mínimos. Teniendo en consideración que se aplican principios de turismo sostenible en cuanto a la conservación de especies y concientización de los visitantes para el cuidado del ambiente.

Sin embargo se presenta un plan de prevención de impactos negativos que causará la actividad turística en el sector.

4.3.2.5. Plan de prevención de impactos

Tabla 58-4: Plan de prevención de impactos ambientales.

Componente	Impacto	Medidas	Requerimientos	Costo
Suelo	Erosión	Capacitación a la población local sobre el excesivo pastoreo	Material audiovisual e impreso sobre la erosión del suelo	\$ 50,00
	Compactación	Senderos ecológicos	Elaboración de senderos	\$ 980,00
	Fertilización	Elaboración de compost a partir de los desechos orgánicos	Cama de lombrices	\$ 60,00
Agua	Contaminación del agua	Infundir buenas prácticas ambientales para evitar la contaminación del agua	Material didáctico	\$ 75,00
	Disminución del uso del agua	Sistemas de recolección de agua que pueda servir para otras actividades	Implementación del sistema	\$ 300,00
Aire	Contaminación por desechos inorgánicos	Incentivar a la clasificación de residuos orgánicos e inorgánicos	Implementación de basureros para cada tipo de desechos	\$ 100,00
	Mejor calidad del aire	Plantar especies nativas que ayuden a la oxigenación de la zona	Plantas nativas	\$ 150,00
Paisaje	Contaminación lumínica	Orientar bien los puntos de iluminación e implementar sensores de movimiento	Sensores de movimiento	\$ 350,00
	Contaminación acústica	Implementación de pantallas y paneles acústicos	Pantallas y paneles acústicos	\$ 120,00
Socioeconómico	Generación de fuentes de empleo	Contar con talento humano local para el desarrollo del proyecto	Socialización de la oferta laboral turística	\$ 50,00
	Desarrollo turístico	Capacitación a la población sobre emprendimientos entorno a la actividad turística	Material didáctico	\$ 60,00

	Intercambio cultural	Inducir al visitante al respeto de las costumbres y tradiciones existentes en el territorio Valorización de la cultura por parte de la población local	Talleres participativos	\$ 200,00
Flora y fauna	Conservación de especies	Implementación de señalética informativa Sobre el cuidado de las especies	Señalética informativa	\$ 350,00
	Alteración del hábitat	Forestación de especies nativas en áreas vulnerables	Especies nativas	\$ 100,00
TOTAL				\$ 1.060,00

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.3.3. Viabilidad legal administrativa

4.3.3.1. Estudio legal

Para determinar el estudio legal se analizó la Constitución de la República del Ecuador del año 2008 que actúa como norma suprema donde se establece las actividades productivas permitidas en el territorio, la Ley de Turismo, el Reglamento para Centros de Turismo Comunitario, además de las leyes relacionadas al desarrollo de la actividad turística comunitaria.

- Tipo de organización

El establecimiento de alojamiento Inti Samarina Glamping se constituirá bajo un Centro de Turismo Comunitario (CTC). En donde la población perteneciente a la comunidad busca producir servicios turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas, guianza interpretativa y spa. Orientados a satisfacer los requerimientos y necesidades de consumo de los turistas nacionales, además de la generación de empleo e ingresos económicos para el desarrollo de la comunidad.

- Análisis de leyes

- Constitución de la República del Ecuador

Para el fundamento legal se tomaron como referencia los siguientes artículos dispuestos en la Constitución (2008):

- **Art. 66.-**Se reconoce y garantizará a las personas:

- 15) El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

- **Art. 83.-**Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

- 6) Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano, y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

- **Art. 277.-**Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

- 6) Promover e impulsar la ciencia, tecnológica, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

- **Art. 283.-** El sistema económico es social y solidario, propende una relación equilibrada entre la sociedad, Estado y mercado en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrara por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

- **Art. 319.-** Se reconocen diferentes 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.

- Ley de Turismo

Mediante el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309, se declaró como Política Prioritaria del Estado el desarrollo del turismo en el país, por ende se creó la Ley de Turismo (2001) con modificaciones hasta el presente año, del cual se tomaron los siguientes artículos:

- **Art. 3.-** Son principios de la actividad turística;
 - d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
 - e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en términos previstos.

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

- b. Servicio de alimentos y bebidas
- c. Transportación
- d. Operación
- e. Intermediación
- f. Casinos salas de juego, hipódromos y parque de atracciones estables.

- **Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrece y se sujete a las normas técnicas y de calidad vigentes.
- **Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento General de la Ley de Turismo. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.
- **Art. 12.-** Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas, deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a los dispuesto en la Ley de Turismo y a los reglamentos respectivos.

○ Reglamento para Centro de Turismo Comunitario (CTC)

Mediante el Acuerdo Ministerial No. 20090024 de 18 de marzo del año 2009 se expide el Instructivo para el Registro de Centros de Turismo Comunitario, en donde se establece los lineamientos que debe cumplir una comunidad para establecerse como centro de turismo comunitario, de donde se tomaron los siguientes artículos:

- **Art. 2.-** Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:
 - Alojamiento.
 - Alimentos y bebidas.
 - Transportación turística.
 - Operación.
 - Organización de eventos.
 - Congresos.
 - Convenciones.

Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

- **Art. 7.-** Prestación directa.- Las actividades turísticas se realizarán de manera directa por la comunidad; por lo tanto, las comunidades legalmente registradas podrán comercializar los servicios 111 turísticos autorizados en este reglamento, en la zona de su jurisdicción.
- **Art. 16.-** Prohibición.- Prohíbese el uso de la expresión "turismo comunitario" o cualquier otra similar que induzca a la idea de la participación de la comunidad en una operación turística, a cualquier establecimiento privado. Su uso indebido será sancionado de acuerdo a la ley aplicable.
- **Art. 17.-** Sostenibilidad ambiental.- La actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio.

- Requisitos de constitución

- Persona jurídica de las comunidades

Para poder ser reconocido como un CTC se necesita que la comuna, comunidad, pueblo, nacionalidad u organización social posea una persona jurídica, para ello debe contar con:

1. Solicitud de aprobación de personería jurídica firmada por el representante provisional, dirigida a la Máxima Autoridad; consignando el correo electrónico para futuras notificaciones;

2. Acta Constitutiva de la Asamblea de la organización en formación, firmada por los miembros fundadores, el Presidente provisional y certificada por el Secretario/a provisional;

La misma deberá contener:

- a) Nombre de la organización
- b) Nombres y apellidos completos, nacionalidad y número del documento de identidad de cada uno de los miembros fundadores;
- c) Voluntad de los miembros fundadores de constituir la misma;
- d) Fines y objetivos generales que se propone la organización;

- e) Nómina de la directiva provisional;
- f) Nombres, apellidos y número del documento de identidad de la persona que se hará responsable de realizar el trámite de legalización de la organización, teléfono, correo electrónico y domicilio donde recibirá notificaciones;
- g) Estatutos aprobados por la Asamblea, y;
- h) Indicación del lugar en que la organización social, en proceso de aprobación de la personalidad jurídica, tendrá su domicilio, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia, número de teléfono, fax, o dirección de correo electrónico y casilla postal, en caso de tenerlos.

Nota: En el Acta deberán declarar que se autodefinen como parte de un pueblo o nacionalidad de origen ancestral.

3. Un ejemplar del Estatuto aprobado en Asamblea general, certificado por el Secretario/a Provisional, detallando la fecha o fechas en las que se analizó y aprobó el Estatuto, el cual deberá regular como mínimo los siguientes aspectos:

- a) Denominación, ámbito de acción y domicilio de la organización;
- b) Alcance territorial de la organización;
- c) Fines y objetivos, las organizaciones, además, deberán precisar si realizarán o no actividades de voluntariado de acción social y desarrollo, o programas de voluntariado; únicamente establecer esto en organizaciones bajo Decreto 193.
- d) Estructura organizacional;
- e) Derechos y obligaciones de los miembros;
- f) Forma de elección de las dignidades y duración en funciones;
- g) Atribuciones y deberes de los órganos internos: directiva, administradores y/o representación legal;
- h) Patrimonio social y administración de recursos;
- i) La forma y las épocas de convocar a las asambleas generales;
- j) Quórum para la instalación de las asambleas generales y el quórum decisorio;
- k) Mecanismos de inclusión o exclusión de miembros, los mismos que deberán garantizar en todo momento el derecho al debido proceso;
- l) Reforma de estatutos;
- m) Régimen de solución de controversias; y,
- n) Causales y procedimiento de disolución y liquidación.

4. Listado con los nombres y apellidos completos, números de identificación de los miembros fundadores que forman parte de la organización, certificado por el Secretario/a provisional;

5. Certificado de reconocimiento o aval de la comunidad, pueblo o nacionalidad indígena a la que pertenece. El certificado o aval será conferido por el representante legal de la organización en funciones, adjuntando el respectivo certificado, copia simple del oficio de inscripción de la directiva emitido por la Cartera de Estado competente para verificar que la organización otorgante, se encuentra con el directorio vigente e inscrito.

o Reglamento para Centros de Turismo Comunitario

La comunidad debe contar con el registro de turismo donde se indique que es un Centro de Turismo Comunitario, para ello es necesario que:

- **Art.2.-** Requisitos para el Registro de Turismo.- El registro de turismo como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en la matriz o en las unidades desconcentradas en el ámbito nacional del Ministerio de Turismo, debiendo para dicho registro turístico, adjuntar los siguientes documentos:
 - a) Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar;
 - b) Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad;
 - c) Nombramiento que acredite la representación del peticionante;
 - d) Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;
 - e) 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;
 - f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;
 - g) Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos; y,
 - h) 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.

- **Art. 9.-** Procedimiento del Registro.- Recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un

informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo. Una vez concluido este trámite, se procederá a emitir el certificado de registro. El certificado de registro se otorgará previo al pago del uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por concepto de registro.

- Requisitos para el funcionamiento

Los requisitos obligatorios para las personas naturales o jurídicas que vayan a ejercer cualquier actividad turística son:

- Licencia anual de funcionamiento (LUAF)

1. Formulario de solicitud para la obtención de la LUAF.
2. Comprobante de pago de la LUAF del año correspondiente
3. Patente Municipal del año correspondiente
4. Fotocopia del título de propiedad.

4.3.3.2. *Estudio administrativo*

- Estructura organizativa del proyecto

La comunidad juega un papel fundamental en el turismo comunitario, ya que gracias a esta iniciativa se puede promover el desarrollo de la comunidad a través del aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales del territorio. Pero sobre todo ser la comunidad quien tome las riendas del proyecto.

- Organigrama estructural

El establecimiento de alojamiento tendrá una estructura organizativa conformada por varios niveles que deberán coordinar y ejecutar actividades para el óptimo desarrollo del proyecto.

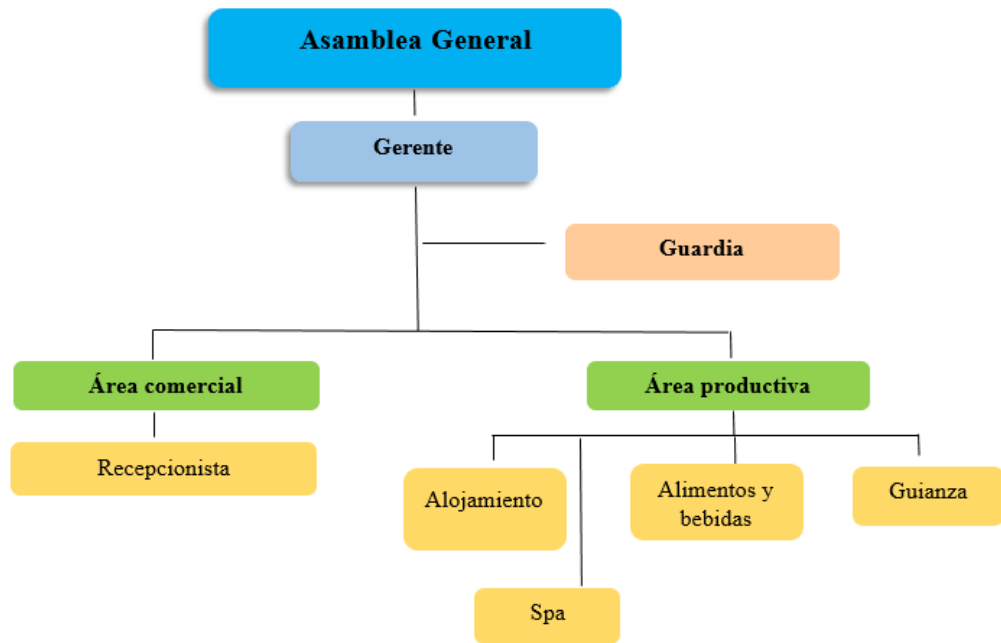


Figura 37-4. Organigrama estructural.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Organigrama funcional

Para que las actividades se pueden realizar es necesario contar con el personal adecuado para el éxito de cada proceso, ya sea productivo, comercial o administrativo.

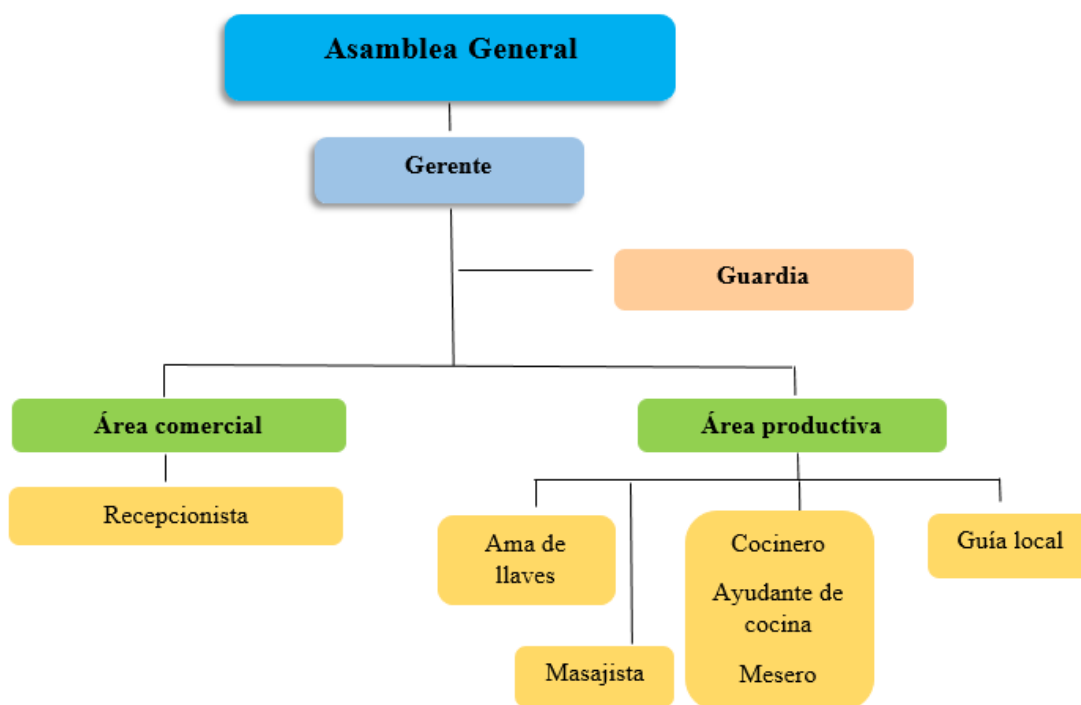


Figura 38-4. Organigrama funcional.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Manual de funciones

El objetivo del manual de funciones para el establecimiento de alojamiento Inti Samarina Glamping es definir las funciones, habilidades, contribuciones individuales y requisitos que deberá tener le personal que laborará en el proyecto.

Para la elaboración del manual se consideraron las

- Asamblea General

Tabla 59-4: Manual de funciones asamblea general.

Cargo	Asamblea General
Propósito principal	Dirigir, coordinar y aprobar las decisiones que conciernen al desarrollo del proyecto, está conformada por todos los miembros de la comunidad que previamente consten en el registro comunal.
Funciones esenciales	-Tomas de decisiones -Establecer reglamentos para el establecimiento -Solicita informes económicos. -Resolución de conflictos -Participación activa en el mantenimiento de las instalaciones.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Área administrativa

Tabla 60-4: Manual de funciones gerente general.

Cargo	Gerente general
Descripción del cargo	Es el/la encargada de gestionar todos los procesos administrativos y legales del establecimiento, así como el cumplimiento de las exigencias tributarias. Además de incentivar al personal a cargo de cada área el óptimo desempeño de sus funciones para el óptimo desarrollo del proyecto
Funciones esenciales	<ul style="list-style-type: none"> -Dirigir, coordinar y controlar las actividades del proyecto -Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la asamblea general en el desarrollo del proyecto -Selección de personal adecuado para cada área del proyecto -Administrar de manera adecuado los bienes y fondos para el proyecto -Presentar informes económicos a la asamblea general - Liderar al personal de trabajo -Convocar a la asamblea a reuniones para la resolución de conflictos -Establecer estrategias para una mayor acogida del proyecto -Sancionar las infracciones y tomar medidas preventivas. <p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de planificación a corto y largo plazo -Razonamiento lógico y numérico para los negocios -Fácil expresión oral
Conocimientos básicos	<ul style="list-style-type: none"> -Procesos administrativos -Manejo de personal -Procesos de mejora continua -Funcionamiento de establecimientos turísticos -Técnicas de liderazgo
Requisitos	<p>Estudios</p> <ul style="list-style-type: none"> -Licenciado en administración de empresas o carreras afines -Licenciado en turismo o carreras afines <p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mínimo 2 años de experiencia.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Área comercial

Tabla 61-4: Manual de funciones recepcionista.

Cargo	Recepcionista
Descripción del cargo	Es el/la persona encargada de recibir y registrar a los visitantes e informar sobre todos los servicios que se ofertan en el establecimiento
Funciones esenciales	<ul style="list-style-type: none"> -Recibir al cliente -Registrar el ingreso del cliente -Venta de servicios -Informar sobre precios y disponibilidad -Informar sobre los demás servicios que se ofertan en el establecimiento -Registrar la salida del cliente

	<ul style="list-style-type: none"> -Facturar los servicios adquiridos por el cliente -Efectuar reservas -Comprobación de depósitos bancarios <p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Habilidades óptimas de comunicación verbal y escrita -Habilidades sociales; técnicas de buen trato al cliente -Fácil integración con equipos de trabajo -Eficaz y eficiente
Conocimientos básicos	<ul style="list-style-type: none"> -Proceso de registro y salida de visitantes -Manejo de sistema de reservas -Información turística del territorio -Manejo de pagos -Emisión de facturas -Procesos de atención al cliente -Relaciones humanas -Destrezas informáticas
Requisitos	<p>Estudios</p> <ul style="list-style-type: none"> -Técnico en gestión administrativa -Técnico en asistencia a la dirección - Curso en recepción y atención al cliente <p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mínimo 2 años de experiencia.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

○ Área productiva

▪ Hospedaje

Tabla 62-4: Manual de funciones ama de llaves.

Cargo	Ama de llaves
Descripción del cargo	Es el/la persona encargada de asegurarse que las condiciones de las habitaciones sean óptimas para el huésped, es decir que cuenta con todos los requerimientos necesarios para la pernoctación del cliente. Además de la limpieza, higienización y organización de las habitaciones.
Funciones esenciales	<ul style="list-style-type: none"> -Procesos de limpieza e higienización de las habitaciones -Administrar los materiales a su cargo -Mantener la calidad de las habitaciones -Garantizar la comodidad de los huéspedes -Decoración del ambiente de la habitación <p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Priorización y gestión de tiempo -Actitud de cooperación -Comunicación oral y escrita óptima
Conocimientos básicos	<ul style="list-style-type: none"> -Técnicas de limpieza. -Conocimiento sobre el uso de herramientas para la limpieza -Atención al cliente
Requisitos	<p>Estudios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Técnico en servicios de hospedaje -Curso de ama de llaves <p>Experiencia</p>

	-Mínimo 1 año de experiencia.
--	-------------------------------

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Alimentos y bebidas

Tabla 63-4: Manual de funciones cocinero.

Cargo	Cocinero
Descripción del cargo	Es el/la persona encargada de la planificación del menú y preparación de platos, además de la supervisión del equipo de trabajo y la calidad de los productos a utilizar.
Funciones esenciales	<ul style="list-style-type: none"> -Dirigir al equipo de cocina -Elaboración del menú -Elaboración de platos tradicionales -Preparación y cocción de alimentos -Administración de insumos y materiales -Revisar periódicamente la conservación de los alimentos -Revisar y controlar el material del uso de la cocina <p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Actitud de cooperación -Liderazgo -Comunicación oral y escrita óptima
Conocimientos básicos	<ul style="list-style-type: none"> -Principios básico de higiene en la preparación de alimentos -Técnicas de cocción y montaje de platos -Tiempos para la cocción de alimentos -Atención al cliente -Técnicas para resolución de problemas en la cocina -Trabajo en equipo
Requisitos	<p>Estudios</p> <ul style="list-style-type: none"> -Licenciado en gastronomía -Curso de cocinero <p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mínimo 1 año de experiencia.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022

Tabla 64-4: Manual de funciones mesero.

Cargo	Mesero
Descripción del cargo	Es el/la persona encargada de recibir al cliente en el establecimiento de alimentos, tomar su orden y procesar el pedido del mismo. Servir los platos solicitados, presentar la cuenta y recibir el pago por los productos consumidos,
Funciones esenciales	<ul style="list-style-type: none"> - Recibir al cliente -Asignar una mesa al cliente -Ofertar el menú -Tomar la orden del cliente -Llevar la comanda al cocinero -Trasladar la comanda desde la cocina hasta la mesa del cliente con rapidez y precisión -Asegurarse sobre la satisfacción del cliente -Retirar la vajilla utilizada por el cliente -Limpieza de mesas -Informar al cocinero sobre las peticiones del cliente <p>Habilidades</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -Buena expresión oral -Multitareas -Buena respuesta al trabajo bajo presión -Capacidad física para cargar bandejas pesadas -Buena actitud para el trabajo en equipo
Conocimientos básicos	<ul style="list-style-type: none"> -Montaje de mesas -Correcto uso de los utensilios -Manipulación de alimentos e higiene personal -Preparación de alimentos -Productos que conlleva la preparación de cada plato -Servicio de bebidas -Servicio de emergencia y primeros auxilios -Atención al cliente
Requisitos	<p>Estudios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Curso de camarero -Técnico en mesero y capitán de meseros -Técnico laboral en mesa y bar <p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mínimo 1 año de experiencia.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Guianza

Tabla 65-4: Manual de funciones guía local.

Cargo	Guía local
Descripción del cargo	Es el/la persona que cuenta con los conocimientos básicos y experiencia para proporcionar a los visitantes información e interpretación sobre atractivos naturales y culturales existentes en la localidad.
Funciones esenciales	<ul style="list-style-type: none"> -Brindar información sobre el patrimonio turístico de la zona -Interpretar los atractivos naturales y culturales -Solventar las dudas del visitante -Liderar al grupo de visitantes -Guiar y conducir la visita turística -Orientar y asesorar al turista durante el recorrido -Brindar primeros auxilios al turista en caso de ser necesario -Verificar constantemente la presencia del visitante -Informar sobre las restricciones y limitaciones del lugar de visita -Velar por la seguridad e integridad del turista -Determinación de tiempos para la visita de cada atracción -Contar con números telefónicos de emergencia - <p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Buena presencia -Expresión oral clara y articulada -Capacidad de planificación -Trabajo en equipo -Vocación de servicio
Conocimientos básicos	<ul style="list-style-type: none"> -Técnicas de guiar -Técnicas de conducción de grupos -Prevención y evaluación de riesgos en actividades turísticas

	-Educación e interpretación ambiental -Historia, geográfica, flora, fauna, artes de la comunidad receptora
Requisitos	Estudios -Licencia de guía local otorgado por el Ministerio de Turismo Experiencia -Mínimo 1 año de experiencia.

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Spa

Tabla 66-4: Manual de funciones masajista.

Cargo	Masajista
Descripción del cargo	Es el/la persona cualificada para proporcionar al cliente servicio de bienestar y relajación mediante masajes y técnicas de aromaterapia.
Funciones esenciales	-Brindar masajes -Mantener limpia el área de spa y el equipo utilizado -Administrar adecuadamente los insumos y materiales Habilidades -Atención al cliente -Trabajo en equipo -Buena presencia -Capacidad de planificación
Conocimientos básicos	-Aromaterapia -Técnica de masaje y relajación muscular -Atención al cliente -Cuidados de la piel
Requisitos	Estudios - Licenciado en fisioterapia -Curso de masajes con aromaterapia y reflexología -Masajista terapéutico Experiencia - Mínimo 2 años de experiencia

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Seguridad

Tabla 67-4: Manual de funciones guardia.

Cargo	Guardia
Descripción del cargo	Es el o la persona encargada de la vigilancia, orden y seguridad de los clientes, personal que labora y el establecimiento.
Funciones esenciales	-Inspeccionar y vigilar todas las áreas del establecimiento -Hacer cumplir los reglamentos establecidos -Supervisar el ingreso y salida de vehículos -Control de identidad de personas -Respuesta inmediata a los sistemas de alarma -Verificar las cámaras de seguridad -Brindar primeros auxilios en caso de necesitarlos Habilidades -Trabajo en equipo -Comunicación clara y concisa

	-Capacidad de resolución de conflictos
Conocimientos básicos	-Defensa personal -Manejo de correspondencia -Primeros auxilios -Atención al cliente
Requisitos	Estudios - Certificación de guardia de seguridad Experiencia - Mínimo 6 meses de experiencia

- Requerimientos para el área administrativa

- Activos fijos

Tabla 68-4: Activos fijos para el área administrativa.

Denominación	Cantidad	Precio unitario	Inversión
Equipo de oficina			
Computadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Impresora	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Calculadora	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Teléfono	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Grapadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Perforadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
		Subtotal	\$ 1.655,00
Muebles y enseres			
Juego de escritorio	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Archivador	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Silla ejecutiva	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Bandeja porta papeles	2	\$ 7,00	\$ 14,00
		Subtotal	\$ 434,00
		Total	\$ 2.089,00

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Inversiones diferidas

Tabla 69-4: Inversiones diferidas para el área administrativa.

Denominación	Inversión
Requisitos de constitución	
Estatuto de constitución	\$ 200,00
Escritura de registro	\$ 200,00
Registro nombramiento legal	\$ 75,00
Registro en el Instituto de Propiedad Intelectual	\$ 208,00
Registro en el Instituto de Economía Popular y Solidaria	\$ -
Subtotal	\$ 683,00
Requisitos de funcionamiento	
Registro de Turismo	\$ -
LUAF	\$ 94,90

Permiso Cuerpo de Bomberos	\$	75,00
Permiso Sanitario	\$	150,00
Otros requerimientos	\$	100,00
Subtotal	\$	419,90
Total	\$	1.102,90

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Insumos y materiales

Tabla 70-4: Insumos y materiales para el área administrativa.

Denominación	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Resma de papel	10	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 50,00
Tinta o tóner	5	\$ 15,00	\$ 10,00	\$ 75,00
Carpetas	75	\$ 0,75	\$ 4,69	\$ 56,25
Grapas (caja)	8	\$ 1,15	\$ 0,77	\$ 9,20
Agendas	7	\$ 15,00	\$ 8,75	\$ 105,00
		Total	\$ 34,20	\$ 295,45

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

- Talento humano

Tabla 71-4: Talento humano para el área administrativa.

Personal	Cantidad	Pago mensual	Pago anual	Beneficios de ley	Pago anual total
Gerente	1	\$ 407,52	\$ 4.890,24	\$ 827,74	\$ 5.717,98
Total	1		\$ 4.890,24		\$ 5.717,98

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.4. Evaluación económica financiera

4.4.1. Análisis económico

4.4.1.1. Inversiones del proyecto

Tabla 72-4: Inversiones del proyecto.

Activo fijo	
Terreno	\$ 50.000,00
Construcciones y edificaciones	\$206.214,60
Equipo y maquinaria	\$ 4.553,26
Equipo de computo	\$ 3.500,00
Menaje	\$ 5.625,61
Muebles y enseres	\$ 15.819,00
Subtotal	\$285.712,47
Activos diferidos	
Capacitaciones	\$ 1.250,00
Publicidad antes del proyecto	\$ 1.505,00
Gastos de constitución	\$ 1.102,90
Subtotal	\$ 3.857,90
Capital de trabajo	
Mano de obra directa	\$ 28.559,35
Mano de obra indirecta	\$ 5.681,50
Sueldos y salarios	\$ 11.435,96
Materiales e insumos	\$ 1.841,83
Materia prima	\$ 3.944,40
Promoción y publicidad durante el funcionamiento	\$ 1.775,00
Subtotal	\$ 53.238,04
Total	\$342.808,41

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.4.1.2. Usos y fuentes del proyecto

Tabla 73-4: Usos y fuentes del proyecto.

Activo fijo	Usos de fondos	Recursos propios	Préstamo
Terreno	\$ 50.000,00		\$ 50.000,00
Construcciones y edificaciones	\$ 206.214,60		\$206.214,60
Equipo y maquinaria	\$ 4.553,26	\$ 4.553,26	
Equipo de computo	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	
Menaje	\$ 5.625,61	\$ 5.625,61	
Muebles y enseres	\$ 15.819,00	\$ 15.819,00	
Subtotal	\$ 285.712,47	\$ 29.497,87	\$256.214,60
Activos diferidos			
Capacitaciones	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	

Publicidad antes del proyecto	\$ 1.505,00	\$ 1.505,00	
Gastos de constitución	\$ 1.102,90	\$ 1.102,90	
Subtotal	\$ 3.857,90	\$ 3.857,90	
Capital de trabajo			
Mano de obra directa	\$ 28.559,35	\$ 28.559,35	
Mano de obra indirecta	\$ 5.681,50	\$ 5.681,50	
Sueldos y salarios	\$ 11.435,96	\$ 11.435,96	
Materiales e insumos	\$ 1.841,83	\$ 1.841,83	
Materia prima	\$ 3.944,40	\$ 3.944,40	
Promoción y publicidad durante el funcionamiento	\$ 1.775,00	\$ 1.775,00	
Subtotal	\$ 53.238,04	\$ 53.238,04	
Total	\$ 342.808,41	\$ 86.593,81	\$256.214,60
Porcentaje	100	25,26	74,74

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.4.1.3. Cálculo del pago de la deuda

El Ministerio de Turismo en el año 2019 firmó un acuerdo con BanEcuador, que favoreció al sector turístico ya que se facilita una línea de crédito a Pymes (pequeñas y medianas empresas), asociaciones y organizaciones comunitarias, que va desde \$ 5.000 hasta 2 millones de dólares en un plazo de 10 años con un interés del 9,76 % anual.

Préstamo: \$ 256.214,60

Plazo: 5 años

Interés: 9,76 %

Capitalizable anualmente

Tabla 74-4: Cálculo del pago de la deuda.

Año	Préstamo	Intereses	Capital pagado	Cuota de pago	Saldo
1	\$ 256.214,60	\$ 25.006,54	\$ 51.242,92	\$ 76.249,46	\$204.971,68
2	\$ 204.971,68	\$ 20.005,24	\$ 51.242,92	\$ 71.248,16	\$153.728,76
3	\$ 153.728,76	\$ 15.003,93	\$ 51.242,92	\$ 66.246,85	\$102.485,84
4	\$ 102.485,84	\$ 10.002,62	\$ 51.242,92	\$ 61.245,54	\$ 51.242,92
5	\$ 51.242,92	\$ 5.001,31	\$ 51.242,92	\$ 56.244,23	\$ -
		\$ 75.019,63	\$256.214,60	\$ 331.234,23	

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.4.1.4. Depreciación de activos fijos

Tabla 75-4: Depreciación de activos fijos.

Activo fijo	Valor del bien	Porcentaje de depreciación	Años de depreciación por ley	Años del proyecto	Valor de depreciación anual	Depreciación en la vida del proyecto	Valor de salvamento
Edificaciones y construcciones	\$ 206.214,60	5	20	5	\$ 10.310,73	\$ 51.553,65	\$154.660,95
Equipo y maquinaria	\$ 4.553,26	10	10	5	\$ 455,33	\$ 2.276,63	\$ 2.276,63
Muebles y enseres	\$ 15.819,00	10	10	5	\$ 1.581,90	\$ 7.909,50	\$ 7.909,50
Menaje	\$ 5.625,61	10	10	5	\$ 562,56	\$ 2.812,81	\$ 2.812,81
Equipo de oficina	\$ 3.500,00	33	3	5	\$ 1.166,67	\$ 5.833,33	\$ -
TOTAL	\$ 235.712,47				\$ 14.077,18	\$ 70.385,92	\$167.659,89

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.4.1.5. Amortización de activos diferidos

Tabla 76-4: Amortización de activos diferidos.

Activos diferidos	Valor del activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacitación al personal	\$ 1.250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Gastos promoción y publicidad antes del proyecto	\$ 1.505,00	\$ 301,00	\$ 301,00	\$ 301,00	\$ 301,00	\$ 301,00
Gastos constitución y funcionamiento	\$ 1.102,90	\$ 220,58	\$ 220,58	\$ 220,58	\$ 220,58	\$ 220,58
TOTAL	\$ 3.857,90	\$ 771,58	\$ 771,58	\$ 771,58	\$ 771,58	\$ 771,58

Realizado por: Huilcarema, Paola, 202

4.4.1.6. Estructura de costos y gastos

Tabla 77-4: Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de producción	\$ 39.466,83	\$ 41.045,50	\$ 42.687,32	\$ 44.394,82	\$ 46.170,61
Mano de obra directa	\$ 28.559,35	\$ 29.701,72	\$ 30.889,79	\$ 32.125,38	\$ 33.410,40
Mano de obra indirecta	\$ 5.681,50	\$ 5.908,76	\$ 6.145,11	\$ 6.390,91	\$ 6.646,55
Materiales e insumos	\$ 1.281,58	\$ 1.332,84	\$ 1.386,16	\$ 1.441,60	\$ 1.499,27
Materia prima	\$ 3.944,40	\$ 4.102,18	\$ 4.266,26	\$ 4.436,91	\$ 4.614,39
Gastos administrativos	\$ 20.315,61	\$ 21.128,24	\$ 21.973,37	\$ 22.852,30	\$ 23.766,39
Sueldos y salarios	\$ 5.717,98	\$ 5.946,70	\$ 6.184,57	\$ 6.431,95	\$ 6.689,23
Materiales e insumos	\$ 295,45	\$ 307,27	\$ 319,56	\$ 332,34	\$ 345,63
Permisos de funcionamiento	\$ 225,00	\$ 234,00	\$ 243,36	\$ 253,09	\$ 263,22
Depreciaciones	\$ 14.077,18	\$ 14.640,27	\$ 15.225,88	\$ 15.834,92	\$ 16.468,31
Gastos en ventas	\$ 7.757,78	\$ 8.068,09	\$ 8.390,81	\$ 8.726,45	\$ 9.075,51
Gastos anuales en publicidad	\$ 1.775,00	\$ 1.846,00	\$ 1.919,84	\$ 1.996,63	\$ 2.076,50
Materiales e insumos	\$ 264,80	\$ 275,39	\$ 286,41	\$ 297,86	\$ 309,78
Sueldos y salarios	\$ 5.717,98	\$ 5.946,70	\$ 6.184,57	\$ 6.431,95	\$ 6.689,23
Gastos financieros	\$ 25.006,54	\$ 20.005,24	\$ 15.003,93	\$ 10.002,62	\$ 5.001,31
Interés del préstamo	\$ 25.006,54	\$ 20.005,24	\$ 15.003,93	\$ 10.002,62	\$ 5.001,31
TOTAL	\$ 92.546,77	\$ 90.247,07	\$ 88.055,43	\$ 85.976,18	\$ 84.013,82

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.4.1.7. Costos fijos y costos variables

Tabla 78-4: Costos fijos y costos variables.

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Costos fijos	Costos variables
Costos de producción	\$ 39.466,83	\$ 41.045,50	\$ 42.687,32	\$ 44.394,82	\$ 46.170,61		
Mano de obra directa	\$ 28.559,35	\$ 29.701,72	\$ 30.889,79	\$ 32.125,38	\$ 33.410,40	\$ 154.686,65	
Mano de obra indirecta	\$ 5.681,50	\$ 5.908,76	\$ 6.145,11	\$ 6.390,91	\$ 6.646,55	\$ 30.772,84	
Materiales e insumos	\$ 1.281,58	\$ 1.332,84	\$ 1.386,16	\$ 1.441,60	\$ 1.499,27		\$ 6.941,45
Materia prima	\$ 3.944,40	\$ 4.102,18	\$ 4.266,26	\$ 4.436,91	\$ 4.614,39		\$ 21.364,14
Gastos administrativos	\$ 20.315,61	\$ 21.128,24	\$ 21.973,37	\$ 22.852,30	\$ 23.766,39		
Sueldos y salarios	\$ 5.717,98	\$ 5.946,70	\$ 6.184,57	\$ 6.431,95	\$ 6.689,23	\$ 30.970,42	
Materiales e insumos	\$ 295,45	\$ 307,27	\$ 319,56	\$ 332,34	\$ 345,63		\$ 1.600,25
Permisos de funcionamiento	\$ 225,00	\$ 234,00	\$ 243,36	\$ 253,09	\$ 263,22	\$ 1.218,67	
Depreciaciones	\$ 14.077,18	\$ 14.640,27	\$ 15.225,88	\$ 15.834,92	\$ 16.468,31	\$ 76.246,57	
Gastos en ventas	\$ 7.757,78	\$ 8.068,09	\$ 8.390,81	\$ 8.726,45	\$ 9.075,51		
Gastos anuales en publicidad	\$ 1.775,00	\$ 1.846,00	\$ 1.919,84	\$ 1.996,63	\$ 2.076,50	\$ 9.613,97	
Materiales e insumos	\$ 264,80	\$ 275,39	\$ 286,41	\$ 297,86	\$ 309,78	\$ 1.434,24	
Sueldos y salarios	\$ 5.717,98	\$ 5.946,70	\$ 6.184,57	\$ 6.431,95	\$ 6.689,23	\$ 30.970,42	
Gastos financieros	\$ 25.006,54	\$ 20.005,24	\$ 15.003,93	\$ 10.002,62	\$ 5.001,31		
Interés del préstamo	\$ 25.006,54	\$ 20.005,24	\$ 15.003,93	\$ 10.002,62	\$ 5.001,31	\$ 75.019,63	
Total egresos	\$ 92.546,77	\$ 90.247,07	\$ 88.055,43	\$ 85.976,18	\$ 84.013,82		
Total Costos						\$ 410.933,43	\$ 29.905,85

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.4.1.8. Estructura de ingresos

Tabla 79-4: Estructura de ingresos.

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Turistas	1352	1406	1462	1521	1582
Precio	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Ingresos	\$162.243,24	\$ 168.732,97	\$ 175.482,29	\$ 182.501,59	\$ 189.801,65

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.4.1.9. Punto de equilibrio

Tabla 80-4: Punto de equilibrio

Rubro	
Costos fijos totales	\$ 410.933,43
Costos variables totales	\$ 29.905,85
Total turistas a atender	7.323
Precio del mercado	\$ 130,00
Costo variable unitario	\$ 4,08
Punto de equilibrio para los turistas a atender	\$ 3.545,09
Punto de equilibrio para los ingresos	410935,3359
Precio de equilibrio	\$ 60,20
Precio de venta al publico	\$ 120,00
Margen de ganancia	\$ 69,80
Margen de ganancia definido para el producto	\$ 59,80
Porcentaje de producción	\$ 0,48
Ingresos	\$ 878.761,75

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.4.1.10. Balance general

Tabla 81-4: Balance de pérdidas y ganancias.

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ventas	\$162.243,24	\$ 168.732,97	\$ 175.482,29	\$ 182.501,59	\$ 189.801,65
(-) Costos de producción	\$ 39.466,83	\$ 41.045,50	\$ 42.687,32	\$ 44.394,82	\$ 46.170,61
Utilidad bruta	\$122.776,41	\$ 127.687,47	\$ 132.794,97	\$ 138.106,77	\$ 143.631,04
(-) Gastos administrativos	\$ 20.315,61	\$ 21.128,24	\$ 21.973,37	\$ 22.852,30	\$ 23.766,39
(-) Gastos comerciales	\$ 7.757,78	\$ 8.068,09	\$ 8.390,81	\$ 8.726,45	\$ 9.075,51
Utilidad operativa	\$ 94.703,02	\$ 98.491,14	\$ 102.430,79	\$ 106.528,02	\$ 110.789,14
(-) Gastos financieros	\$ 25.006,54	\$ 20.005,24	\$ 15.003,93	\$ 10.002,62	\$ 5.001,31
Utilidad antes de pago de impuestos y repartición de utilidades	\$ 69.696,48	\$ 78.485,91	\$ 87.426,86	\$ 96.525,40	\$ 105.787,83
(-) Pago impuestos 22%	\$ 15.333,22	\$ 17.266,90	\$ 19.233,91	\$ 21.235,59	\$ 23.273,32
Utilidades antes de repartición de utilidades	\$ 54.363,25	\$ 61.219,01	\$ 68.192,95	\$ 75.289,81	\$ 82.514,51
(-) 15 % de utilidades	\$ 8.154,49	\$ 9.182,85	\$ 10.228,94	\$ 11.293,47	\$ 12.377,18
UTILIDAD NETA	\$ 46.208,76	\$ 52.036,16	\$ 57.964,01	\$ 63.996,34	\$ 70.137,33

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

4.4.1.11. Flujo de caja

Tabla 82-4: Flujo de caja.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Utilidad neta		\$ 46.208,76	\$ 52.036,16	\$ 57.964,01	\$ 63.996,34	\$ 70.137,33
(+) Valor de salvamento						\$167.659,89
(+) Capital de trabajo						\$ 53.238,04
(+) Depreciaciones		\$ 14.077,18	\$ 14.640,27	\$ 15.225,88	\$ 15.834,92	\$ 16.468,31
(-) Inversiones iniciales	\$ -342.808,41					
(=) Flujo de caja	\$ -342.808,41	\$ 60.285,95	\$ 66.676,43	\$ 73.189,89	\$ 79.831,26	\$307.503,57

Realizado por: Huilcarema, Paola. 2022.

4.4.2. Análisis financiero

4.4.2.1. Valor actual neto

VAN \$ 70.849,17

Para el cálculo del valor actual neto se empleó la tasa básica de interés para organizaciones comunitaria que es del 9,76 % dato proporcionado por el banco del Estado BanEcuador, obteniendo un VAN positivo de \$ 70.849,17, lo que indica que el proyecto es económicamente rentable y generará ingresos.

4.4.2.2. Tasa interna de retorno

TIR 16%

El resultado de la tasa interna de retorno es 16% superior al 9,76 % establecido por la entidad financiera, que confirma que el proyecto es rentable.

4.4.2.3. Relación costo beneficio

Para el cálculo de la relación beneficio costo se utilizó la sumatoria del flujo de caja neto, dividido para la inversión total, obteniéndose un resultado de \$ 1,71. Es decir que por cada dólar invertido en el proyecto se recuperara 0,71 centavos.

4.4.2.4. Periodo de recuperación del capital

El periodo en el que la comunidad podrá recuperar el capital invertido en el proyecto se encuentra entre el año 4 y 5.

Tabla 83-4: Periodo de recuperación del capital invertido en el proyecto.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja neto	\$-342.808,41	\$60.285,95	\$ 66.676,43	\$73.189,89	\$79.831,26	\$307.503,57
Saldo de recuperación	\$-342.808,41	\$60.285,95	\$126.962,37	\$200.152,26	\$279.983,52	\$587.487,09

Realizado por: Huilcarema, Paola, 2022.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional de la comunidad Chuichun indicó que se puede desarrollar algún tipo de actividad turística ya que la comunidad cuenta con recursos necesarios, además de una infraestructura básica de agua, luz, alcantarillado y recolección de desechos sólidos para la implementación de una planta turística, sin embargo se requiere una participación activa de todos los involucrados.
- El estudio de la oferta logró identificar un total de 12 atractivos existentes en el territorio de los cuales el 33,33 % corresponde a naturales y el 66,67 % a culturales, sin embargo el territorio no cuenta con una planta turística establecida en la comunidad, por tal razón se plantea el desarrollo un producto de glamping como alternativa de alojamiento comunitario.

En relación a la demanda existe un 96 % de aceptación del producto por parte de los turistas nacionales, lo cual es favorable para la implementación del establecimiento ya que representa un flujo de constante de visitas, además de que el precio establecido que es de \$ 120,00 por pax las dos noches incluido el servicio de alojamiento, alimentación, spa y guianza interpretativa se encuentra en el rango de capacidad de gasto de los turistas.

- El establecimiento de alojamiento tipo glamping es ambientalmente viable de acuerdo a la evaluación de impactos ambientales mediante la matriz Lázaro Lagos, ya que se obtuvo valores positivos de 216, que son mayores frente a los valores negativos de 184, por lo tanto con la implementación del proyecto generará un impacto socio ambiental bajo.
- La propuesta del proyecto contempla los requerimientos establecidos en el marco legal vigente para establecerse como un Centro de Turismo Comunitario que ofertará servicios de: alojamiento, alimentación, spa y guianza interpretativa. Para la parte administrativa el proyecto la comunidad será el ente encargado de gestionar los recursos y el personal necesario para el desarrollo del proyecto.
- La evaluación económica financiera del proyecto se obtuvo un valor actual neto de carácter positivo de \$ 70.849,17 pues al obtenerse un valor positivo indica que el proyecto es económicamente rentable; con una tasa interna de retorno del 16 % superior a la tasa de BanEcuador del 9,76 %; posee una relación beneficio costo de \$ 1,71, es decir que por cada \$ 1,00 que se invierta en el proyecto, se recuperará el dólar invertido y además se generará una ganancia de \$ 0,71 centavos; el periodo de recuperación del capital invertido será entre el año 4 y 5 del proyecto.

RECOMENDACIONES

- De acuerdo con el diagnóstico del territorio, el sector Bola Loma es el más interesado en el desarrollo de la actividad turística en la zona, no obstante es importante que todos los sectores que conforman la comunidad tengan la iniciativa de apostar al turismo como una alternativa para el desarrollo, por ello se recomienda incentivar a todos los sectores a la participación activa de todos los involucrados a través de talleres participativos donde se evidencie mediante ejemplos el éxito que ha tenido algún producto similar.
- Para poder captar la demanda objetiva establecida se recomienda que se establezcan estrategias anuales para poder cubrir los requerimientos y necesidades que tiene la demanda
- Aplicar encuestas de satisfacción al cliente para medir la calidad del servicio que se oferta y en base a ello planificar acciones de mejora continua que se apliquen en el producto.
- Poner en marcha el plan de mitigación de impactos ambientales tanto positivos como negativos para un desarrollo sostenible de la actividad turística
- Contar con todos los requisitos y reglamentos necesarios para la constitución y funcionamiento del establecimiento.

BIBLIOGRAFIA

ALREVEZ, L. *Modelos de Gestión*. Primera ed. Bogotá-Colombia. 2017. s.n. ISBN 9789585459281.

ARENADO, R. El glamping como forma de alojamiento sostenible y su marco legal en España (Trabajo de titulación) (Maestría). Universidad de Sevilla, Sevilla-España, 2020.

ARIAS, E. *Viabilidad - Qué es, definición y concepto* | Economipedia. [en línea]. [Consulta: 15 diciembre 2021]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/viabilidad.html>.

BOULLÓN, R. *Planificación del espacio turístico*. [en línea]. 4ta ed. México: 1985. [Consulta: 18 de diciembre 2021] Disponible en: https://www.academia.edu/7023645/Planificación_del_espacio_turístico._Roberto_Boullón.

BURBANO, V. Estudio de la demanda insatisfecha de los productos alimenticios para personas hipertensas y diabéticas y la viabilidad de la creación de un centro de distribución dirigido a este mercado en la ciudad de Tulcán. (Trabajo de titulación). [en línea]. Tulcán: 2015.[Consulta: 6 febrero 2022]. Disponible en: http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/316/1/282_Estudio_de_la_demanda_insatisfecha_de_los_productos_alimenticios_para_personas_hipertensas_y_diabéticas_y_la_viabilidad.pdf.

BÜSCHER, B & FLETCHER, R. “Destructive creation: capital accumulation and the structural violence of tourism”. *Journal of Sustainable Tourism* [en línea], 2017, Wagenigen-Paises Bajos, vol. 25, n°. 5, pp. 651-667. [Consulta: 15 octubre 2021] ISSN 17477646. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1159214>.

CONSEJO NACIONAL DE COMPETENCIAS. *Resolución CNC-No.0001-0002-2016* [en línea]. 2016. S.l.: s.n. Disponible en: <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/Resolucion-No.-0001-0002-2016.pdf>.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. 2008.

FEIJOÓ, L. ET AL. *Fundamentos del turismo: nuevo enfoque en el siglo XXI*. [en línea]. Buenos Aires-Areentina. Ugerman Editor.2018. [Consulta: 8 julio 2021]. ISBN 978-987-9468-65-4. Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/esepoch/78926?page=230>.

GAMBAROTA, M. & LORDA, A. “El turismo como estrategia de desarrollo local”. *Revista Geográfica Venezolana*, vol. 58, n° 2 (2017). pp. 346-359.

GASCÓ , T. *Valor actual neto*. [en línea]. [Consulta: 3 enero 2022]. Disponible en: <https://numdea.com/van.html>.

GLAMPINGHUB. *Tipos de glamping*. 2017.[en línea]. [Consulta: 6 febrero 2022]. Disponible en: <https://glampinghub.com/es/tipos-de-glamping/>.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL INTERCULTURAL EL TAMBO. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2020*.

GUERRERO, P. & RAMOS, J. *Introducción al turismo*. Azcapotzalco- México: Grupo Editorial Patrias, 2015. ISBN 9786074384130.

INOSTROZA, G. “Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina”, 2008. pp. 77-90. DOI 10.4206/gest.tur.2008.n10-06.

ISO. *Sistema de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario. Normativa ISO* [en línea] 2005, pp. 42. Disponible en: http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.pdf.

JÁCOME, I. & CARVACHE, O. “Análisis del Costo- Beneficio una Herramienta de Gestión. *Contribuciones a la Economía*” [en línea], 2017. [Consulta: 4 enero 2022]. ISSN 1696-8360. Disponible en:<https://www.eumed.net/ce/2017/2/costo-beneficio.html>.

KOTLER, P. ET AL. *Marketing*. 10° ed. Madrid-España. ISBN 9781846681080.

LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. [en línea]. 2011. S.l.: s.n. Disponible en: http://www.economiasolidaria.org/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf.

LEY DE TURISMO. [en línea]. 2014. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>.

LOOR, L. ET AL. “Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia”. *Revista de Ciencias Sociales* [en línea], 2021.vol.27, no. 1, pp. 265-275. [Consulta: 3 marzo 2022]. ISSN 1315-9518. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>

LUCIVERO, M. “Camping and Open-Air Tourism: An Opportunity for Sustainable Tourism in Coastal Areas”. 6° ed. *Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU): TOURBANISM*, pp. 1-9.

METE, M. “Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión”. *Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, vol. 7, pp. 67-85.

MEZA, J. *Evaluación financiera de proyectos*. 3ra. ed. Bogotá-Colombia. Ecoe Ediciones, 2013. ISBN 978-958-648-854-9.

MINTUR. Manual de aplicación del reglamento de alojamiento turístico. [en línea]. 2014. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>.

MINTUR. PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf. 2019.

MUÑOZ, E. *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos productivos relacionados con el ecoturismo*. Riobamba, Ecuador, 2006.

MUÑOZ, J. & DUITAMA, M. Propuesta de diseño de una estructura para glamping en el aprovechamiento de las oportunidades de negocio para el sector turístico (Trabajo de titulación), 2019.

NAVARRO, M. & VERA, J. “El turismo en las islas Canarias”, 1998.

NOBOA, P. *Texto básico de Gestión del Patrimonio Cultural e Inmaterial*. Riobamba-Ecuador, 2020.

OMT. *Introducción al Turismo*, 2011.

OMT. *Tourism Definitions*. [en línea]. [Consulta: 14 octubre 2021]. Disponible en: <https://www.unwto.org/global/publication/UNWTO-Tourism-definitions>.

PÉREZ, A. “El «glamping», una tendencia de lujo en Ecuador para tiempos de pandemia |

Economía | Edición América | Agencia EFE. [en línea] 2020. [Consulta: 3 marzo 2022]. Disponible en: <https://www.efe.com/efe/america/economia/el-glamping-una-tendencia-de-lujo-en-ecuador-para-tiempos-pandemia/20000011-4382922>.

RAE. *Confort / Definición* | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE. [en línea]. [Consulta: 15 julio 2021]. Disponible en: <https://dle.rae.es/confort>.

RENE, A. ET AL. “Vista de La evaluación financiera de proyectos y su aporte en la generación de valor corporativo” *Ciencia y Poder Áereo* [en línea], 2017. vol. 12, pp. 144-155. [Consulta: 22 diciembre 2021]. ISSN 1909-7050. Disponible en: <https://publicacionesfac.com/index.php/cienciaypoderaereo/article/view/567/747>.

RIGOL, L. ET AL. “Conceptualización de la demanda turística”. [en línea], 2009. vol. xv, no. 1, pp. 1-8. [Consulta: 9 diciembre 2021]. ISSN 1027-2127. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181517987002>.

ROBINSON, P. ET AL. *Research Themes for Tourism*. London- United Kingdom, 2012. ISBN 9781845936846.

SALAZAR, L. ET AL. “Diagnóstico situacional de la comunidad Capirona , parroquia Puerto Napo , cantón Tena , provincia de Napo , previo a la elaboración del inventario de atractivos turísticos” *Ciencia Digital*. [en línea], 2020, (Ecuador) vol. 4, pp. 355-377. DOI <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v4i3.1360>.

SANTA, E. “El PRI: uno de los indicadores que más llama la atención de los inversionistas | Finanzas | Apuntes empresariales | ESAN” [en línea], 2017, (Argentina) [Consulta: 4 enero 2022]. Disponible en: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>.

SANTOS, M. Analisis de la relación Beneficio/Costo de la implementación de obras de conservación de suelo: Ocho estudios de caso en la comunidad de La Cienega, San Antonio de Oriente, Honduras [en línea] (Trabajo de titulación) Universidad Zamorano, Honduras, 2002. [Consulta: 4 enero 2022]. Disponible en: <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/2286/1/IAD-2002-T043.pdf>.

SENPLADES. Cambio De La Matriz Productiva. [en línea], 2012, pp. 1-32. Disponible en: <http://www.produccion.gob.ec/cerveceria-nacional-empresa-que-aporta-al-cambio-de-la-matriz->

productiva.

SENPLADES. Proceso para la Elaboración de Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial [en línea]. 2015. Disponible en: <http://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/post-2015/sdg-overview.html>.

SIMISTERRA, E. ET AL. “La viabilidad de un proyecto, el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR)” *Producción ciencia e investigación* vol. 2, (2018), (Ecuador) pp. 9-15. ISSN 2588-1000.

SOBRERO, F. *Análisis de Viabilidad: La cenicienta en los Proyectos de Inversión*. Santa Fe-Argentina , pp. 1-20.

SOLIS, C. *Glamping; ¿una nueva modalidad turística o solamente un alojamiento?*. Academia, 2015

SOTOMAYOR, C. & GALINDO, M. Los servicios complementarios como ventaja competitiva en los servicios de la industria del turismo [en línea], 2021.(Trabajo de titulación). Universidad de Lima, Perú. [Consulta: 18 diciembre 2021] Disponible en: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13287/Sotomayor_Servicios-complementarios-ventaja.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

TIERRA, P. *Texto Básico de Planificación Territorial*. Riobamba-Ecuador, 2012.

TORRES, E. & FUENTES, R. *Estructura de mercados turísticos* [en línea].Editorial UOC, 2006 [Consulta: 15 julio 2021]. ISBN 9788490293386. Disponible en: <http://site.ebrary.com/lib/unortesp/detail.action?docID=11126718&p00=Estructura+de+mercados+turísticos>.

VARGAS, J. *Diseño de un producto turístico para el cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana* Trabajo de titulación). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba-Ecuador, 2019.

WAGNER, M. *Calidad turística total: en busca de organizaciones más competitivas* [en línea] 2014. [Consulta: 15 julio 2021]. ISBN 9789879473993. Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/77379?page=27>.



ANEXOS

ANEXO A. BOLETA CENSAL.

BOLETA CENSAL									
<p>La presente encuesta se realiza con el fin de obtener información relacionada con los factores sociales y demográficos de la comunidad Chuichun. Con la finalidad de elaborar un diagnóstico situacional del territorio. Se solicita nos facilite datos reales y verídicos los cuales serán tratados de forma estrictamente confidencial y con fines estadísticos.</p>									
UBICACIÓN	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 60%; padding: 5px;">INFORMACIÓN GENERAL</th> <th style="width: 40%; padding: 5px;">DATOS DE REGISTRO</th> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> a.- Sector: _____ b.- Apellidos de la familia: _____ </td> <td style="padding: 5px;"> a.- Encuesta _____ b.- Fecha _____ c.- Encuestador _____ d.- Supervisor _____ </td> </tr> </table>	INFORMACIÓN GENERAL	DATOS DE REGISTRO	a.- Sector: _____ b.- Apellidos de la familia: _____	a.- Encuesta _____ b.- Fecha _____ c.- Encuestador _____ d.- Supervisor _____				
INFORMACIÓN GENERAL	DATOS DE REGISTRO								
a.- Sector: _____ b.- Apellidos de la familia: _____	a.- Encuesta _____ b.- Fecha _____ c.- Encuestador _____ d.- Supervisor _____								
DATOS DE LA VIVIENDA	1.- TIPO DE VIVIENDA <table style="width: 100%;"> <tr> <td>Casa o Villa..... <input type="checkbox"/> 01</td> <td>Departamento..... <input type="checkbox"/> 02</td> </tr> <tr> <td>Cuarto..... <input type="checkbox"/> 03</td> <td>Mediagua..... <input type="checkbox"/> 04</td> </tr> <tr> <td>Rancho..... <input type="checkbox"/> 05</td> <td>Covacha..... <input type="checkbox"/> 06</td> </tr> <tr> <td>Choza..... <input type="checkbox"/> 07</td> <td>Otro (<i>especifique</i>).... <input type="checkbox"/> 08</td> </tr> </table>	Casa o Villa..... <input type="checkbox"/> 01	Departamento..... <input type="checkbox"/> 02	Cuarto..... <input type="checkbox"/> 03	Mediagua..... <input type="checkbox"/> 04	Rancho..... <input type="checkbox"/> 05	Covacha..... <input type="checkbox"/> 06	Choza..... <input type="checkbox"/> 07	Otro (<i>especifique</i>).... <input type="checkbox"/> 08
	Casa o Villa..... <input type="checkbox"/> 01	Departamento..... <input type="checkbox"/> 02							
	Cuarto..... <input type="checkbox"/> 03	Mediagua..... <input type="checkbox"/> 04							
	Rancho..... <input type="checkbox"/> 05	Covacha..... <input type="checkbox"/> 06							
	Choza..... <input type="checkbox"/> 07	Otro (<i>especifique</i>).... <input type="checkbox"/> 08							
	2.- MATERIALES PREDOMINANTES EN LA CONSTRUCCIÓN 01.- TECHO O CUBIERTA Losa de hormigón..... <input type="checkbox"/> 001 Asbesto o similares... <input type="checkbox"/> 002 Zinc..... <input type="checkbox"/> 003 Teja..... <input type="checkbox"/> 004 Paja o similares..... <input type="checkbox"/> 005 Otros (<i>especifique</i>)... <input type="checkbox"/> 006 _____								
	02.- PAREDES EXTERIORES Adobe o tapia..... <input type="checkbox"/> 001 Madera..... <input type="checkbox"/> 002 Hormigón, ladrillo, bloque..... <input type="checkbox"/> 003 Otros materiales (<i>especifique</i>)... <input type="checkbox"/> 004								
	03.- PISO Entablado..... <input type="checkbox"/> 001 Baldosa o Vinyl..... <input type="checkbox"/> 002 Ladrillo o cemento... <input type="checkbox"/> 003 Caña..... <input type="checkbox"/> 004 Otros materiales (<i>especifique</i>)... <input type="checkbox"/> 005								
	3.- CONDICIÓN DE OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA Ocupada con personas presentes..... <input type="checkbox"/> 01 Ocupada con personas ausentes..... <input type="checkbox"/> 02 Desocupada / Abandonada..... <input type="checkbox"/> 03 En construcción..... <input type="checkbox"/> 04								
	4.- CONDICIÓN DE PROPIEDAD DE VIVIENDA: Propia..... <input type="checkbox"/> 01 Arrendada..... <input type="checkbox"/> 02 En anticresis..... <input type="checkbox"/> 03 Gratuita..... <input type="checkbox"/> 04 Por servicios..... <input type="checkbox"/> 05 Otro (<i>especifique</i>)... <input type="checkbox"/> 06								
	5.- ¿DÓNDE RESIDEN HABITUALMENTE? Cabecera Cantonal. <input type="checkbox"/> 01 Cabecera Parroquial <input type="checkbox"/> 02 En la comunidad <input type="checkbox"/> 02 Otro Cantón..... <input type="checkbox"/> 03								
	6.- ABASTECIMIENTO DE AGUA EN VIVIENDA 01.- ¿CÓMO SE OBTIENE EL AGUA PARA LA VIVIENDA? Por tubería dentro de la vivienda..... <input type="checkbox"/> 001 Por tubería fuera de la vivienda..... <input type="checkbox"/> 002 No recibe agua por tubería, sino por otros medios.... <input type="checkbox"/> 003 02.- ¿DE DONDE PROVIENE EL AGUA QUE RECIBE? De la red pública..... <input type="checkbox"/> 001 De pozo..... <input type="checkbox"/> 002 De río, vertiente, acequia o canal..... <input type="checkbox"/> 003 De carro repartidor..... <input type="checkbox"/> 004 Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 005								
	7.- ¿UTILIZA ELECTRICIDAD DEL SISTEMA INTERCONECTADO? SI..... <input type="checkbox"/> 01 NO..... <input type="checkbox"/> 02 Energía alternativa _____								
	8.- ¿DISPONE DE SERVICIO TELEFÓNICO FIJO? SI..... <input type="checkbox"/> 01 NO..... <input type="checkbox"/> 02								
9.- ¿DISPONE DE SERVICIO TELEFÓNICO CELULAR? 01.- SI <input type="checkbox"/> Claro. <input type="checkbox"/> 001 Movistar. <input type="checkbox"/> 002 CNT. <input type="checkbox"/> 003 02.- NO <input type="checkbox"/>									
10.- ¿DISPONE DE SERVICIO DE INTERNET? 01.- SI <input type="checkbox"/> 02.- NO <input type="checkbox"/>									
11.- ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL COMBUSTIBLE O ENERGÍA QUE SE UTILIZA EN ESTE HOGAR PARA COCINAR? Gas..... <input type="checkbox"/> 01 Electricidad..... <input type="checkbox"/> 02 Gasolina..... <input type="checkbox"/> 03 Diésel..... <input type="checkbox"/> 04 Leña o carbón..... <input type="checkbox"/> 05 Otro (<i>especifique</i>).... <input type="checkbox"/> 06									
12.- EL SERVICIO HIGIÉNICO DE ESTA VIVIENDA ES: Excusado exclusivo hogar..... <input type="checkbox"/> 01 Letrina..... <input type="checkbox"/> 04 Excusado varios hogares..... <input type="checkbox"/> 02 Pozo Ciego... <input type="checkbox"/> 05 Pozo séptico..... <input type="checkbox"/> 03 Ninguno..... <input type="checkbox"/> 06 Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 07									
13.- ¿CÓMO SE ELIMINAN LAS AGUAS NEGRAS O SERVIDAS DE ESTA VIVIENDA? Por red pública de alcantarillado. <input type="checkbox"/> 01 Por pozo ciego..... <input type="checkbox"/> 02 Por pozo séptico..... <input type="checkbox"/> 03 Aire libre..... <input type="checkbox"/> 04 Otro..... <input type="checkbox"/> 05									
14.- ¿SE DA ALGÚN TRATAMIENTO A LOS RESIDUOS CASEROS? SI <input type="checkbox"/> 01..... ¿Cuál? _____ NO <input type="checkbox"/> 01									
15.- ¿CÓMO SE ELIMINA LA BASURA DE LA VIVIENDA? Por el carro recolector..... <input type="checkbox"/> 01 En terreno baldío o quebrada.... <input type="checkbox"/> 02 Por incineración..... <input type="checkbox"/> 03 Entierro..... <input type="checkbox"/> 04 De otra forma (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 05									

DATOS DE LA FAMILIA	16.- DE QUE RAZA, ETNIA O NACIONALIDAD SE CONSIDERA UD Y SU FAMILIA		21.- ¿CUÁNTOS JÓVENES ADOLESCENTES VIVEN CON UD?	
	Indígena..... <input type="checkbox"/> 01		¿Cuántos estudian? _____	
	Mestiza..... <input type="checkbox"/> 02		¿Cuántos terminaron el bachillerato? _____	
	Negro (Afro ecuatoriano)..... <input type="checkbox"/> 03		¿Cuántos trabajan? _____	
	Mulato..... <input type="checkbox"/> 04		22.- ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA HAN TENIDO ACCESO A ESTUDIOS SUPERIORES?	
	Blanco..... <input type="checkbox"/> 05		____ Carreras.....	
	Otro (especifique)..... <input type="checkbox"/> 06 _____		23.- ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA ESTÁN EN CAPACIDAD DE TRABAJAR?	
	17.- ¿CUÁNTAS PERSONAS VIVEN EN SU HOGAR?		____	
	____	Cuántos hombres _____	O1 Edad.....	
			O2 Edad.....	
	Cuántas mujeres _____	O1 Edad.....		
		O2 Edad.....		
18.- ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU HOGAR HAN EMIGRADO?		24.- ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA ACTUALMENTE ESTÁN TRABAJANDO?		
Dentro del país. _____ Motivo:.....		____		
Fuera del país _____ Motivo:.....		25.- NÚMERO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL HOGAR		
19.- ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA <u>NO</u> SABEN LEER Y ESCRIBIR?		____ Tipo:.....		
____		26.- ¿CUÁL ES EL INGRESO MENSUAL FAMILIAR PROMEDIO?		
20.- ¿CUÁNTOS NIÑOS VIVEN EN SU HOGAR?		\$ 000 - \$150 <input type="checkbox"/> 01 \$ 151 - \$300 <input type="checkbox"/> 02		
____	¿Cuántos estudian? _____	\$ 301 - \$450 <input type="checkbox"/> 03 \$ 451 - \$600 <input type="checkbox"/> 04		
		\$ 601 - \$750 <input type="checkbox"/> 05 \$ 751 - \$900 <input type="checkbox"/> 06		
	¿Cuántos trabajan? _____	\$ 901 - \$1050 <input type="checkbox"/> 07 \$ 1051 - \$1200 <input type="checkbox"/> 08		
		\$ 1200 - \$1350 <input type="checkbox"/> 09 \$ 1351 - \$1500 <input type="checkbox"/> 10		
PARA EL JEFE DE FAMILIA	27.- ESTADO CIVIL:		33.- ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PRODUCTOS CULTIVADOS?	
	Unido..... <input type="checkbox"/> 01	Viudo..... <input type="checkbox"/> 02	_____	
	Soltero..... <input type="checkbox"/> 03	Separado..... <input type="checkbox"/> 04	_____	
	Casado..... <input type="checkbox"/> 05	No responde..... <input type="checkbox"/> 06	34.- ¿CUÁL ES LA PRODUCCIÓN (QUINTAL - CUADRA)?	
	Divorciado..... <input type="checkbox"/> 07		____ qq: ____ Cuadra.	
	28.- ¿CUENTA CON SEGURO SOCIAL (IESS - campesino)?		35.- LOS PRODUCTOS QUE UD CULTIVA SON DE CICLO:	
	SI..... <input type="checkbox"/> 01	NO..... <input type="checkbox"/> 02	Trimestral..... <input type="checkbox"/> 01	
	¿Cuál? _____		Semestral..... <input type="checkbox"/> 02 Mes de cultivo _____	
	29.- ¿ES MIEMBRO DE UNA ORGANIZACIÓN CAMPESINA?		Anual..... <input type="checkbox"/> 03	
	SI..... <input type="checkbox"/> 01	NO..... <input type="checkbox"/> 02 Indique:.....	Permanente..... <input type="checkbox"/> 04	
30.- ¿A QUÉ SE DEDICA?		36.- DE LAS TIERRAS DE PRODUCCIÓN BAJO SU CUIDADO, UD SE CONSIDERA:		
Trabaja..... <input type="checkbox"/> 01	Busca trabajo..... <input type="checkbox"/> 02	Propietario (con escritura)..... <input type="checkbox"/> 01		
Solo estudia..... <input type="checkbox"/> 03	Jubilado..... <input type="checkbox"/> 04	Propietario (sin escritura)..... <input type="checkbox"/> 03		
Estudia y trabaja.... <input type="checkbox"/> 05	Impedido de trabajar... <input type="checkbox"/> 06	Posesionario..... <input type="checkbox"/> 02		
Quehaceres domésticos <input type="checkbox"/> 07		Arrendatario..... <input type="checkbox"/> 04		
Otro (especifique)..... <input type="checkbox"/> 08 _____		37.- PRODUCCIÓN PECUARIA:		
31.- ¿CUÁL ES SU PRINCIPAL OCUPACIÓN O TRABAJO?		Vacuna..... <input type="checkbox"/> 01 UNIDADES _____		
_____ (Si su respuesta es Agropecuaria, continúe pregunta 33)		Porcino..... <input type="checkbox"/> 02 _____		
32.- ¿CUÁL ES LA POSICIÓN O CATEGORÍA EN LA OCUPACIÓN QUE INDICA?		Ovina..... <input type="checkbox"/> 03 _____		
Patrono o socio Activo..... <input type="checkbox"/> 01	Si su actividad ocupacional no es agrícola o pecuaria FIN de la encuesta.	Caballar..... <input type="checkbox"/> 04 _____		
Cuenta propia..... <input type="checkbox"/> 02		Mular..... <input type="checkbox"/> 05 _____		
EMPLEADO ASALARIADO		Especies menores... <input type="checkbox"/> 06 _____		
Del Municipio o Consejo Provincial..... <input type="checkbox"/> 03		Aves..... <input type="checkbox"/> 07 _____		
Del Estado..... <input type="checkbox"/> 04		38.- ¿CUÁNTOS LITROS DE LECHE RECOLECTA AL DÍA?		
Del sector privado..... <input type="checkbox"/> 05	En litros: _____			
Trabajador familiar sin remuneración..... <input type="checkbox"/> 06				

	39.- ¿LA RECOLECCION Y TRANSPORTE DE LECHE LA REALIZA EN?		40.- ¿ELABORAN ARTÍCULOS ARTESANALES?	
	Canecas de plástico..... <input type="checkbox"/> 01 Budines de acero <input type="checkbox"/> 02 Otros <input type="checkbox"/> 03 ¿Cuáles? _____		SI <input type="checkbox"/> 01 ¿Tipo? _____ NO <input type="checkbox"/> 02	
CONDICIONES DE SALUD	41.- ¿CUÁLES SON LAS ENFERMEDADES MAS COMUNES QUE SE PRESENTAN EN SU HOGAR?		42.- ¿DÓNDE ACUDE PARA CURAR SUS ENFERMEDADES?	
	Problemas respiratorios..... <input type="checkbox"/> 01 Problemas estomacales..... <input type="checkbox"/> 02 Problemas de la piel..... <input type="checkbox"/> 03 Otros (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 04 _____ _____		Médico... <input type="checkbox"/> 01 Enfermera o auxiliar. <input type="checkbox"/> 02 Boticario. <input type="checkbox"/> 03 Curandero..... <input type="checkbox"/> 04 Sobador... <input type="checkbox"/> 05 Otro..... <input type="checkbox"/> 06 ¿Cuál? _____	
AYUDA SOCIAL	43.- ¿CUÁNTAS PERSONAS DE LA FAMILIA RECIBEN EL BONO DEL ESTADO?		44.- ¿LA FAMILIA FUE BENEFICIARIA DE PROYECTOS AMBIENTALES DEL ESTADO?	
	_____	Hombres:..... Mujeres:.....	Discapacidad... <input type="checkbox"/> 01 Solidario..... <input type="checkbox"/> 02 Vivienda..... <input type="checkbox"/> 03 Otro..... <input type="checkbox"/> 04 ¿Cuál? _____	
	Socio bosque..... <input type="checkbox"/> 01 Socio páramo..... <input type="checkbox"/> 02 Restauración forestal..... <input type="checkbox"/> 03 Otro..... <input type="checkbox"/> 06 ¿Cuál? _____			

ANEXO B. ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA DE TURISMO



La presente encuesta tiene por objetivo la recopilación de información con respecto a los gustos y preferencias de los turistas, para el diseño de un producto de glamping como alternativa de alojamiento comunitario en la comunidad Chuichun, cantón El Tambo, provincia de Cañar.

- Responda con la mayor sinceridad posible
- La información proporcionada será confidencial
- Marque con una X la respuesta que crea conveniente.

1) Edad

- Menor de 18 años 18 años -28 años 29 años- 39 años
 40 años -50 años 51 años- 61 años 62 años en adelante

2) Género

- Masculino Femenino Otro

3) Lugar de procedencia

Provincia: _____

Cantón: _____

4) Nivel de instrucción

- Primaria Secundaria Superior

5) ¿Cuál es su nivel de ingresos?

- \$0-\$150 \$151- 300 \$301-\$450 \$ 451-\$ 600
 \$601-\$750 \$751-\$900 \$901-\$1.500 Superior a los \$1.501

6) ¿Cuál es su principal motivo de viaje?

- Trabajo Salud Vacaciones Estudios Visita familiar

7) ¿Cuándo Ud. viaja, con quien lo hace?

- Solo Familia Amigos Pareja

Si Ud. viaja con familia o amigos, ¿cuál es el número de personas que lo acompañan?

8) ¿Le gustaría conocer los atractivos que se encuentran en la comunidad Chuichun?

Sí

No

9) ¿Qué actividades le gustaría desarrollar en su visita?

- Visita a la Laguna Bola Loma
- Elaboración de alimentos y bebidas tradicionales
- Talleres artesanales en: mullo y lana de oveja
- Ritual de energización
- Visita a huertos familiares y zonas ganaderas
- Práctica de costumbres y tradiciones artesanales
- Observación de flora y fauna
- Caminatas guiadas
- Uso y tratamiento de plantas medicinales

10) ¿Alguna vez ha acampado?

Sí

No

Si su respuesta fue afirmativa en la pregunta anterior, ¿Se han presentado incomodidades al momento de acampar?

Sí

No

11) ¿Le gustaría pasar una noche en un glamping (campamento de lujo) en un espacio comunitario con abundante naturaleza y paisajes impresionantes sin tener que preocuparse por las molestias de acampar?

Sí

No

12) ¿Qué tiempo destinaría para una experiencia de glamping?

2 días 3 días 4 días más de 5 días

13) ¿En qué parte de la semana le gustaría ir?

Inicio de semana Mitad se semana Fin de semana

14) ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el glamping?

Alimentos y bebidas Servicio de spa
 Guianza interpretativa

15) ¿Qué facilidades turísticas le gustaría encontrar en el glamping?

Sendero Mirador Espacio de esparcimiento y recreación
 Espacio para mascotas

16) ¿Cuál es el valor que Ud. pagaría por una noche y por persona en un glamping (campamento de lujo) que incluya: alimentación, hospedaje, guianza y actividades complementarias (noche cultural, cine al aire libre)?

100 \$- 120\$ 121 \$- 131 \$ 132 \$- 142 \$

143 \$ - 153 \$ Más de 154 \$

17) ¿Qué medios de información utilizaría para recibir información sobre ofertas de turismo?

Internet Radio Televisión Prensa

ANEXO C. FICHAS DE ATRACTIVOS NATURALES

1. DATOS GENERALES	
1.1 Elaborado por: Paola Huilcarema	1.2 Ficha N°: 001
1.3 Validador por: Ing. Carlos Chávez	1.3 Fecha: 14/11/2021
1.5 Nombre del atractivo: Mirador Mira	
1.6. Categoría: Atractivo Natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Baja Montaña	
	
<p>Foto N° 1: Mirador Mira Autora: Huilcarema Paola, 2021</p>	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO	
2.1 Provincia: Cañar	2.2. Cantón: El Tambo
2.3 Parroquia: El Tambo	
2.4 Latitud: -2.52129	2.5: Longitud: -78.9201
2.6 Tipo de administrador: Comunitario	
3. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>Se encuentra en la comunidad Chuichun en el sector Bola Loma, es una elevación montañosa donde se tiene una vista panorámica de toda la comunidad y en los días despejados se puede llegar a observar los Poblados bajos de la región litoral, hace tiempo las fuerzas armadas quisieron construir bases para establecer antenas de recepción sin embargo nunca se construyó, únicamente se cuenta con una base mínima de cemento y varilla.</p>	
4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Clima: Semifrío	4.2. Temperatura: 10 °C - 12 °C
4.3 Precipitación pluviométrica: 1.000 mm a 1.500 mm	4.4 Altura: 3.044 m.s.n.m.
4.5 Línea de producto al que pertenece el atractivo: Naturaleza	
4.6 Ingreso al atractivo: Ingreso libre	
5. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO	
5.1 Ciudad o poblado más cercano: cantón El Tambo	5.2. Distancia: 5,5 km
5.3 Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 17 min	
5.4 Vía de acceso: Terrestre	
5.4.1 Tipo: Segundo orden	5.4.2 Tipo de material: Lastre
5.4.3 Estado: Regular	
5.4.4 Observación:	
<p>Se accede desde la cabera cantonal hasta el atractivo, el mismo que atraviesa la gran parte de los sectores de la comunidad.</p>	
5.5 Servicio de transporte	
<p>Para trasladarse hacia el atractivo se puede tomar una de las dos cooperativas (Camino del Inca S.A o Cooperativa de transporte mixto la Tambeñita) de transporte liviano o servicio de taxi que se oferta en la cabecera cantonal mediante fletes.</p>	
5.6 Condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad:	
<p>En el atractivo no existe infraestructura destina para el uso de personas con algún tipo de discapacidad</p>	
5.7 Señalización	

Existe únicamente señalización de aproximación al atractivo para llegar al sector Bola Loma que es donde se ubica, sin embargo para llegar en si al mirador no existe ningún tipo de señalización.	
6. PLANTA TURÍSTICA	
6.1 En el atractivo No existe ningún tipo de establecimiento de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes o transporte turístico en el atractivo.	
6.2 En el poblado más cercano De acuerdo con la información presentada en el Catastro Turístico Nacional 2021 y el Catastro Nacional de Guías de Turismo se registran en el catón El Tambo establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico y servicio de guianza	
Alojamiento	Existen tres tipos de establecimientos de alojamiento: un hotel de 2 estrellas, dos hostales de 2 estrellas y uno de 1 estrella, y dos hosterías de 2 estrellas
Alimentos y bebidas	Existen únicamente dos restaurantes con una capacidad para 40 personas.
Transporte turístico	Existen tres empresas que prestan el servicio de transporte turístico: Transfer tambo tours que cuenta con 7 autobuses, Travel transfer tours con 6 autobuses y Paladín tours con 3.
Agencia de viaje	Se ha registrado una operadora turística (Kuich- Tan Tan)
Servicio de guianza	En el cantón existe únicamente una persona con el certificado de guía local que domina el idioma español cuyo nombre corresponde a Pizha Loja María Petrona
6.3 Facilidades entorno al atractivo No existe ninguna facilidad turística ni en el atractivo ni en su entorno.	
6.4 Complementarios a la actividad turística En el poblado más cercano existen establecimientos dedicados al alquiler de venta y equipo especializado, venta de artesanías, cajeros automáticos y casas de cambio.	
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ENTORNO	
7.1 Atractivo y su entorno. Parcialmente el atractivo se encuentra alterado, ya que presenta factores de deterioro en el caso de los naturales la erosión y desastres naturales, sin embargo los factores antrópicos como la actividad agrícola y ganadera, contaminación del ambiente y la generación de residuos han alterado el estado del atractivo.	
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURISTICA	
8.1 Servicios básicos El atractivo no tiene la presencia de servicios básicos, pero por el contrario en el poblado más cercano cuenta con agua entubada. Una red de energía eléctrica de servicio público, red de saneamiento y sistema de recolección de residuos.	
8.2 Salud El poblado más cercano cuenta con un centro de salud tipo A	
8.3 Seguridad El cantón cuenta con una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) que brinda patrullaje en todo el territorio.	
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES No existe información sobre si el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural El Tambo cuenta con un plan de desarrollo turístico territorial, por ende el atractivo no cuenta con normativas para la regulación de la actividad turística en el atractivo.	
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN Actualmente no se desarrolla ningún tipo de actividad en el atractivo, únicamente es empleado para el desarrollo agrícola.	
11. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO Por el momento se promociona y menos se comercializa el atractivo	
12. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA No se cuenta con un registro de visitantes	
13. RECURSO HUMANO	

Al ser un atractivo que se encuentra en la comunidad no se emplea recursos humanos necesarios para administrarlo.

RESUMEN DE RESULTADOS

CRITERIOS DE VALORACIÓN		PONDERACIÓN	RESULTADO
A	Accesibilidad y Conectividad	18	9
B	Planta Turística/Servicios	18	7,5
C	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	10
D	Higiene y seguridad turística	14	5,5
E	Políticas y regulaciones	10	2
F	Actividades en el atractivo	9	0
G	Difusión del atractivo	7	0
H	Registro de visitantes y afluencia	5	0
I	Recursos humanos	5	0
TOTAL		100	34

14. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía: I Significa que este atractivo posee condiciones mínimas para la generación de productos.

1. DATOS GENERALES

1.1 Elaborado por: Paola Huilcarema

1.2 Ficha N°: 002

1.3 Validador por: Ing. Carlos Chávez

1.4 Fecha: 14/11/2021

1.5 Nombre del atractivo: Mirador Bola Loma

1.6 Categoría: Atractivo Natural

1.7 Tipo: Montaña

1.8 Subtipo: Baja Montaña



Foto N° 2: Mirador Bola Loma

Autora: Huilcarema Paola, 2021

2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO

2.1 Provincia: Cañar

2.2. Cantón: El Tambo

2.3 Parroquia: El Tambo

2.4 Latitud: -2.50861

2.5: Longitud: -78.97186

2.6 Tipo de administrador: Comunitario

3. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

Se encuentra en la comunidad Chuichun en el sector Bola Loma, es una elevación montañosa que tiene forma de "bola" de ahí su nombre, desde la cumbre se puede observar el Cerro Narrío, ubicado en el cantón Cañar, antiguamente se utilizaba como sistema de comunicación por los quipus, además en este lugar se realizaban ceremonias y rituales en ofrenda al sol y la luna.

4. CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Clima: Semifrío	4.2. Temperatura: 10 °C - 12 °C
4.3 Precipitación pluviométrica: 1.000 mm a 1.500 mm	4.4 Altura: 2.997 m.s.n.m.
4.5 Línea de producto al que pertenece el atractivo: Naturaleza	
4.6 Ingreso al atractivo: Ingreso libre	
5 ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO	
5.1 Ciudad o poblado más cercano: cantón El Tambo	5.2. Distancia: 4,5 km
5.3 Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 10 min	
5.4 Vía de acceso: Terrestre	
5.4.1 Tipo: Segundo orden	5.4.2 Tipo de material: Lastre
5.4.3 Estado: Regular	
5.4.5 Observación: Se accede desde la cabera cantonal hasta el atractivo, el mismo que atraviesa la gran parte de los sectores de la comunidad.	
5.5 Servicio de transporte Para trasladarse hacia el atractivo se puede tomar una de las dos cooperativas (Camino del Inca S.A o Cooperativa de transporte mixto la Tambeñita) de transporte liviano o servicio de taxi que se oferta en la cabecera cantonal mediante fletes.	
5.6 Condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad: En el atractivo no existe infraestructura destina para el uso de personas con algún tipo de discapacidad	
5.7 Señalización Existe únicamente señalización de aproximación al atractivo para llegar al sector Bola Loma que es donde se ubica, sin embargo para llegar en si al mirador no existe ningún tipo de señalización.	
6 PLANTA TURÍSTICA	
6.1 En el atractivo No existe ningún tipo de establecimiento de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes o transporte turístico en el atractivo.	
6.2 En el poblado más cercano De acuerdo con la información presentada en el Catastro Turístico Nacional 2021 y el Catastro Nacional de Guías de Turismo se registran en el catón El Tambo establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico y servicio de guianza	
Alojamiento	Existen tres tipos de establecimientos de alojamiento: un hotel de 2 estrellas, dos hostales de 2 estrellas y uno de 1 estrella, y dos hosterías de 2 estrellas
Alimentos y bebidas	Existen únicamente dos restaurantes con una capacidad para 40 personas.
Transporte turístico	Existen tres empresas que prestan el servicio de transporte turístico: Transfer tambo tours que cuenta con 7 autobuses, Travel transfer tours con 6 autobuses y Paladin tours con 3.
Agencia de viaje	Se ha registrado una operadora turística (Kuich- Tan Tan)
Servicio de guianza	En el cantón existe únicamente una persona con el certificado de guía local que domina el idioma español cuyo nombre corresponde a Pizha Loja María Petrona
6.3 Facilidades entorno al atractivo No existe ninguna facilidad turística ni en el atractivo ni en su entorno.	
6.4 Complementarios a la actividad turística En el poblado más cercano existen establecimientos dedicados al alquiler de venta y equipo especializado, venta de artesanías, cajeros automáticos y casas de cambio.	
7 ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ENTORNO	
7.1 Atractivo y su entorno.	

Parcialmente el atractivo se encuentra conservado, sin embargo presenta factores de alteración y deterioro en el caso de los naturales la erosión y desastres naturales, sin embargo los factores antrópicos como la actividad agrícola y ganadera, contaminación del ambiente y la generación de residuos han alterado el estado del atractivo.

8 HIGIENE Y SEGURIDAD TURISTICA

8.1 Servicios básicos

El atractivo no tiene la presencia de servicios básicos, pero por el contrario en el poblado más cercano cuenta con agua entubada. Una red de energía eléctrica de servicio público, red de saneamiento y sistema de recolección de residuos.

8.2 Salud

El poblado más cercano cuenta con un centro de salud tipo A

8.3 Seguridad

El cantón cuenta con una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) que brinda patrullaje en todo el territorio.

9 POLÍTICAS Y REGULACIONES

No existe información sobre si el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural El Tambo cuenta con un plan de desarrollo turístico territorial, por ende el atractivo no cuenta con normativas para la regulación de la actividad turística en el atractivo.

10 ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN

Actualmente no se desarrolla ningún tipo de actividad en el atractivo, únicamente es empleado para el desarrollo agrícola.

11 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO

Por el momento se promociona y menos se comercializa el atractivo

12 REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA

No se cuenta con un registro de visitantes

13 RECURSO HUMANO

Al ser un atractivo que se encuentra en la comunidad no se emplea recursos humanos necesarios para administrarlo.

RESUMEN DE RESULTADOS

CRITERIOS DE VALORACIÓN		PONDERACIÓN	RESULTADO
A	Accesibilidad y Conectividad	18	9
B	Planta Turística/Servicios	18	7,5
C	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	10,5
D	Higiene y seguridad turística	14	5,5
E	Políticas y regulaciones	10	2
F	Actividades en el atractivo	9	0
G	Difusión del atractivo	7	0
H	Registro de visitantes y afluencia	5	0
I	Recursos humanos	5	0
TOTAL		100	34,5

14. JERARQUIZACIÓN


Jerarquía: I Significa que este atractivo posee condiciones mínimas para la generación de productos.

1. DATOS GENERALES

1.4 Elaborado por: Paola Huilcarema	1.5 Ficha N°: 003
1.3 Validador por: Ing. Carlos Chávez	1.6 Fecha: 14/11/2021
1.5 Nombre del atractivo: Laguna Bola Loma	
1.6 Categoría: Atractivo Natural	
1.7 Tipo: Ambientes Lacustres	
1.8 Subtipo: Laguna	
	
Foto N° 3: Laguna Bola Loma Autora: Huilcarema Paola, 2021	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO	
2.1 Provincia: Cañar	2.2. Cantón: El Tambo
2.3 Parroquia: El Tambo	
2.4 Latitud: -2.510196	2.5: Longitud: -78.976052
2.6 Tipo de administrador: Comunitario	
3. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
<p>Este atractivo fue creado por mano del hombre, debido a la necesidad de los pobladores para el riego de agua a sus cultivos. Alrededor de la laguna existe un pequeño letrero que indica el inicio de la ruta "Ishay Yaku" (unión de dos ríos) que fue colocado por el MINTUR en el año 2012, sin embargo no se ha dado un adecuado mantenimiento por lo que se encuentra en un estado de deterioro. Los pobladores aseguran a ver presenciado la existencia de varias especies de animales como; venados, zorrillos y varias especies de aves.</p>	
4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Clima: Semifrío	4.2. Temperatura: 10 °C - 12 °C
4.3 Precipitación pluviométrica: 1.000 mm a 1.500 mm	4.4 Altura: 3.050 m.s.n.m.
4.5 Línea de producto al que pertenece el atractivo: Naturaleza	
4.6 Ingreso al atractivo: Ingreso libre	
5. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO	
5.1 Ciudad o poblado más cercano: cantón El Tambo	5.2. Distancia: 5 km
5.3 Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 15 min	
5.4 Vía de acceso: Terrestre	
5.5.1 Tipo: Segundo orden	5.5.2 Tipo de material: Lastre
5.5.3 Estado: Regular	
5.5.5 Observación:	
Se accede desde la cabera cantonal hasta el atractivo, el mismo que atraviesa la gran parte de los sectores de la comunidad.	
5.6 Servicio de transporte	
Para trasladarse hacia el atractivo se puede tomar una de las dos cooperativas (Camino del Inca S.A o Cooperativa de transporte mixto la Tambeñita) de transporte liviano o servicio de taxi que se oferta en la cabecera cantonal mediante fletes.	
5.7 Condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad:	
En el atractivo no existe infraestructura destina para el uso de personas con algún tipo de discapacidad	
4.7 Señalización	
Existe únicamente señalización de aproximación al atractivo para llegar al sector Bola Loma que es donde se ubica, en la laguna existe un letrero de información que muestra el inicio de la ruta "Ishay Yaku" este letrero se encuentra en un proceso de deterioro por la falta de mantenimiento.	

6. PLANTA TURÍSTICA	
6.1 En el atractivo No existe ningún tipo de establecimiento de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes o transporte turístico en el atractivo.	
6.2 En el poblado más cercano De acuerdo con la información presentada en el Catastro Turístico Nacional 2021 y el Catastro Nacional de Guías de Turismo se registran en el catón El Tambo establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico y servicio de guianza	
Alojamiento	Existen tres tipos de establecimientos de alojamiento: un hotel de 2 estrellas, dos hostales de 2 estrellas y uno de 1 estrella, y dos hosterías de 2 estrellas
Alimentos y bebidas	Existen únicamente dos restaurantes con una capacidad para 40 personas.
Transporte turístico	Existen tres empresas que prestan el servicio de transporte turístico: Transfer tambo tours que cuenta con 7 autobuses, Travel transfer tours con 6 autobuses y Paladin tours con 3.
Agencia de viaje	Se ha registrado una operadora turística (Kuich- Tan Tan)
Servicio de guianza	En el cantón existe únicamente una persona con el certificado de guía local que domina el idioma español cuyo nombre corresponde a Pizha Loja María Petrona
6.3 Facilidades entorno al atractivo No existe ninguna facilidad turística ni en el atractivo ni en su entorno.	
6.4 Complementarios a la actividad turística En el poblado más cercano existen establecimientos dedicados al alquiler de venta y equipo especializado, venta de artesanías, cajeros automáticos y casas de cambio.	
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ENTORNO	
7.1 Atractivo y su entorno. Parcialmente el atractivo se encuentra alterado, por el uso que se da para el riego de cultivos también por la contaminación del ambiente dado al uso de pesticidas y generación de residuos además de factores de alteración y deterioro en el caso de los naturales la erosión y desastres naturales.	
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURISTICA	
8.1 Servicios básicos El atractivo no tiene la presencia de servicios básicos, pero por el contrario en el poblado más cercano cuenta con agua entubada. Una red de energía eléctrica de servicio público, red de saneamiento y sistema de recolección de residuos.	
8.2 Salud El poblado más cercano cuenta con un centro de salud tipo A	
8.3 Seguridad El cantón cuenta con una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) que brinda patrullaje en todo el territorio.	
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES	
No existe información sobre si el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural El Tambo cuenta con un plan de desarrollo turístico territorial, por ende el atractivo no cuenta con normativas para la regulación de la actividad turística en el atractivo.	
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN	
Actualmente no se desarrolla ningún tipo de actividad en el atractivo, únicamente es empleado para el desarrollo agrícola.	
11. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO	
Por el momento se promociona y menos se comercializa el atractivo	
12. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	
No se cuenta con un registro de visitantes	
13. RECURSO HUMANO	
Al ser un atractivo que se encuentra en la comunidad no se emplea recursos humanos necesarios para administrarlo.	

RESUMEN DE RESULTADOS			
CRITERIOS DE VALORACIÓN		PONDERACIÓN	RESULTADO
A	Accesibilidad y Conectividad	18	9
B	Planta Turística/Servicios	18	7,5
C	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	8
D	Higiene y seguridad turística	14	6,1
E	Políticas y regulaciones	10	2
F	Actividades en el atractivo	9	0
G	Difusión del atractivo	7	0
H	Registro de visitantes y afluencia	5	0
I	Recursos humanos	5	0
TOTAL		100	32,6
14. JERARQUIZACIÓN			
Jerarquía: I Significa que este atractivo posee condiciones mínimas para la generación de productos.			

1. DATOS GENERALES	
1.1 Elaborado por: Paola Huilcarema	1.2 Ficha N°: 004
1.3 Validador por: Ing. Carlos Chávez	1.4 Fecha: 14/11/2021
1.5 Nombre del atractivo: Laguna Bola Loma	
1.6. Categoría: Atractivo Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Foto N° 4: Cascada Muelle Autora: Huilcarema Paola, 2021	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO	
2.1 Provincia: Cañar	2.2. Cantón: El Tambo
2.3 Parroquia: El Tambo	
2.4 Latitud: -2.52129	2.5: Longitud: -78.92018
2.6 Tipo de administrador: Comunitario	
3. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	

Se encuentra en la comunidad Chuichun en el sector Tunaspamba, llega a medir aproximadamente 4 metros de alto con un cause no tan brusco y a unos 3 metros a la izquierda se encuentra otra pequeña cascada que forma parte no existe una adecuación del lugar por lo tanto su acceso es limitado.	
4. CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Clima: Semifrío	4.2. Temperatura: 10 °C - 12 °C
4.3 Precipitación pluviométrica: 1.000 mm a 1.500 mm	4.4 Altura: 2.802 m.s.n.m.
4.5 Línea de producto al que pertenece el atractivo: Naturaleza	
4.6 Ingreso al atractivo: Ingreso libre	
5. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO	
5.1 Ciudad o poblado más cercano: cantón El Tambo	5.2. Distancia: 7 km
5.3 Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 20 min	
5.4 Vía de acceso: Terrestre	
5.4.1 Tipo: Segundo orden	5.4.2 Tipo de material: Lastre
5.4.3 Estado: Regular	
5.4.4 Observación: Se accede desde la cabera cantonal hasta el sector de Tunaspamba, de ahí se camina aproximadamente 15 minutos por un chaquiñán hasta llegar a un pequeño riachuelo. Luego de cruzar podremos encontrar el atractivo	
5.5 Servicio de transporte Para trasladarse hacia el atractivo se puede tomar una de las dos cooperativas (Camino del Inca S.A o Cooperativa de transporte mixto la Tameñita) de transporte liviano o servicio de taxi que se oferta en la cabecera cantonal mediante fletes, hasta el sector de Tunaspamba de ahí se camina hasta llegar al atractivo	
5.6 Condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad: En el atractivo no existe infraestructura destina para el uso de personas con algún tipo de discapacidad	
5.7 Señalización No existe señalización para llegar al atractivo.	
6. PLANTA TURÍSTICA	
6.1 En el atractivo No existe ningún tipo de establecimiento de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes o transporte turístico en el atractivo.	
6.2 En el poblado más cercano De acuerdo con la información presentada en el Catastro Turístico Nacional 2021 y el Catastro Nacional de Guías de Turismo se registran en el catón El Tambo establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico y servicio de guianza	
Alojamiento	Existen tres tipos de establecimientos de alojamiento: un hotel de 2 estrellas, dos hostales de 2 estrellas y uno de 1 estrella, y dos hosterías de 2 estrellas
Alimentos y bebidas	Existen únicamente dos restaurantes con una capacidad para 40 personas.
Transporte turístico	Existen tres empresas que prestan el servicio de transporte turístico: Transfer tambo tours que cuenta con 7 autobuses, Travel transfer tours con 6 autobuses y Paladin tours con 3.
Agencia de viaje	Se ha registrado una operadora turística (Kuich- Tan Tan)
Servicio de guianza	En el cantón existe únicamente una persona con el certificado de guía local que domina el idioma español cuyo nombre corresponde a Pizha Loja María Petrona
6.3 Facilidades entorno al atractivo No existe ninguna facilidad turística ni en el atractivo ni en su entorno.	
6.4 Complementarios a la actividad turística En el poblado más cercano existen establecimientos dedicados al alquiler de venta y equipo especializado, venta de artesanías, cajeros automáticos y casas de cambio.	

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ENTORNO			
7.1 Atractivo y su entorno. El atractivo se encuentra alterado debido a la contaminación ambiental y la presencia de residuos que son desechados por la población. En cuanto a su entorno se entra alterado ya que los pobladores ocupan ese espacio para la actividad ganadera, además de factores naturales como los deslaves y desastres naturales.			
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURISTICA			
8.1 Servicios básicos El atractivo no tiene la presencia de servicios básicos, pero por el contrario en el poblado más cercano cuenta con agua entubada. Una red de energía eléctrica de servicio público, red de saneamiento y sistema de recolección de residuos.			
8.2 Salud El poblado más cercano cuenta con un centro de salud tipo A			
8.3 Seguridad El cantón cuenta con una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) que brinda patrullaje en todo el territorio.			
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES No existe información sobre si el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural El Tambo cuenta con un plan de desarrollo turístico territorial, por ende el atractivo no cuenta con normativas para la regulación de la actividad turística en el atractivo.			
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN Actualmente no se desarrolla ningún tipo de actividad en el atractivo, únicamente es empleado para el desarrollo agrícola.			
11. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO Por el momento se promociona y menos se comercializa el atractivo			
12. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA No se cuenta con un registro de visitantes			
13. RECURSO HUMANO Al ser un atractivo que se encuentra en la comunidad no se emplea recursos humanos necesarios para administrarlo.			
RESUMEN DE RESULTADOS			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	Accesibilidad y Conectividad	18	6
B	Planta Turística/Servicios	18	7,5
C	Estado de conservación e integración sitio/entorno	14	10
D	Higiene y seguridad turística	14	5,5
E	Políticas y regulaciones	10	2
F	Actividades en el atractivo	9	0
G	Difusión del atractivo	7	0
H	Registro de visitantes y afluencia	5	0
I	Recursos humanos	5	0
TOTAL		100	31
14. JERARQUIZACIÓN			
Jerarquía: I Significa que este atractivo posee condiciones mínimas para la generación de productos.			



esPOCH

Dirección de Bibliotecas y Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 14 / 09 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: CINTHIA PAOLA HUILCAREMA VALDEZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: RECURSOS NATURALES
Carrera: TURISMO
Título a optar: LICENCIADA EN ECOTURISMO
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz



D.B.R.A.
Ing. Cristhian Fernando Castillo

1738-DBRA-UTP-2022