



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA LA
HACIENDA GANQUIS EN LA COMUNIDAD DE GANQUIS,
PARROQUIA SAN JUAN, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ECOTURISMO

AUTOR:

WILLIAN DANIEL ANDRADE ESPINOZA

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA LA
HACIENDA GANQUIS EN LA COMUNIDAD DE GANQUIS,
PARROQUIA SAN JUAN, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ECOTURISMO

AUTOR: WILLIAN DANIEL ANDRADE ESPINOZA

DIRECTOR: PhD. DANNY DANIEL CASTILLO VIZUETE

Riobamba – Ecuador

2022

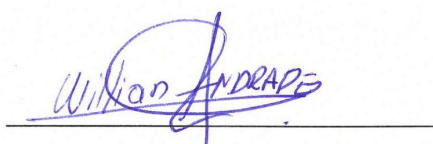
© 2022, Willian Daniel Andrade Espinoza

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, **WILLIAN DANIEL ANDRADE ESPINOZA**, 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 autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 11 de agosto de 2022.

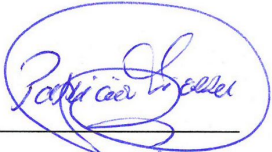
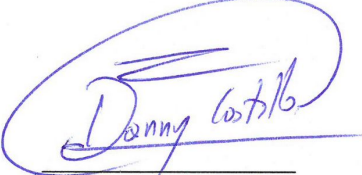
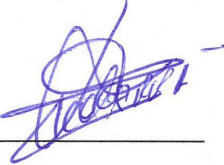


Willian Daniel Andrade Espinoza

060404079-0

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 AGROTURÍSTICO PARA LA HACIENDA GANQUIS EN LA COMUNIDAD DE GANQUIS, PARROQUIA SAN JUAN, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por el señor: **WILLIAN DANIEL ANDRADE ESPINOZA**, 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		2022-08-11
Ing. Danny Daniel Castillo Vizuite, PhD. DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-08-11
Ing. Vicente Javier Parra León, Mgs. MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022-08-11

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a mi familia, porque gracias a ellos logro culminar un capítulo más en mi vida, ya que ellos lograron apoyarme siempre y no dejaron que me rinda hasta lograr llegar a mi meta, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y dedicación, y mostrarme el camino hacia la superación.

Willian

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a mis amados padres Nazry y Martha, mis hermanos Javier y Stefanny, por ayudarme a no rendirme en cumplir mis sueños y ayudarme a cumplir una meta más en mi vida, de igual manera agradezco a mis amigos que siempre estuvieron para apoyarme cuando lo necesite.

Willian

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMMARY.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1.	DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.	Antecedentes del problema.....	3
1.2.	Problema.....	4
1.3.	Justificación.....	4
1.4.	Objetivos.....	4
1.4.1.	<i>Objetivo general</i>	4
1.4.2.	<i>Objetivos específicos</i>	4

CAPÍTULO II

2.	REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	6
2.1.	Turismo.....	6
2.1.1.	<i>Ecoturismo</i>	6
2.1.2.	<i>Agroturismo</i>	8
2.2.	Turismo sostenible.....	8
2.3.	Diseño.....	9
2.3.1.	<i>Diseño técnico de producto</i>	9
2.3.2.	<i>Diseño técnico en ecoturismo</i>	9
2.4.	Producto.....	10
2.4.1.	<i>Producto turístico</i>	10
2.5.	Estudio administrativo-legal.....	11
2.5.1.	<i>Estudio administrativo</i>	11
2.5.2.	<i>Estudio legal</i>	11

2.6.	Estudio económico financiero	11
2.7.	Estrategias de difusión y publicidad	12
2.7.1.	Categorías publicitarias	12
2.7.1.1.	<i>Publicidad en términos geográficos</i>	12
2.7.1.2.	<i>Publicidad para el consumidor</i>	13
2.7.1.3.	<i>Publicidad para los negocios y las profesiones</i>	13
2.7.1.4.	<i>Publicidad no relacionada con productos</i>	13

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	14
3.1.	Caracterización del lugar	14
3.1.1.	<i>Localización</i>	14
3.1.2.	<i>Características de la zona</i>	15
3.2.	Metodología	16
3.2.1.	<i>Evaluar el potencial turístico de la Hacienda Ganquis</i>	16
3.2.1.1.	<i>Atractivos turísticos</i>	16
3.2.1.2.	<i>Infraestructura</i>	17
3.2.1.3.	<i>Planta turística</i>	17
3.2.1.4.	<i>Superestructura</i>	17
3.2.2.	<i>Realizar el estudio de mercado</i>	17
3.2.2.1.	<i>Análisis de la demanda</i>	17
3.2.2.2.	<i>Población y muestra</i>	18
3.2.2.3.	<i>Análisis de la oferta</i>	19
3.2.2.4.	<i>Definir estrategias de difusión y publicidad</i>	19
3.2.3.	<i>Elaborar el diseño técnico del producto agroturístico</i>	20
3.2.4.	<i>Elaborar el estudio administrativo-legal</i>	20
3.2.5.	<i>Desarrollar el estudio económico financiero para la implementación del producto agroturístico</i>	20

CAPÍTULO IV

4.	RESULTADOS	22
4.1.	Potencial turístico de la Hacienda Ganquis	22
4.1.1.	<i>Atractivos turísticos</i>	22
4.1.2.	<i>Infraestructura de la parroquia</i>	24

4.1.2.1.	<i>Agua</i>	24
4.1.2.2.	<i>Sanidad</i>	25
4.1.2.3.	<i>Electricidad</i>	25
4.1.2.4.	<i>Transporte</i>	25
4.1.2.5.	<i>Telecomunicaciones</i>	26
4.1.3.	<i>Planta turística</i>	26
4.1.3.1.	<i>Servicios Complementarios</i>	27
4.1.4.	<i>Superestructura de la parroquia San Juan</i>	30
4.2.	Estudio de mercado	31
4.2.1.	<i>Análisis de la demanda</i>	31
4.2.1.1.	<i>Perfil del turista</i>	46
4.2.1.2.	<i>Análisis de la competencia</i>	47
4.2.1.3.	<i>Proyección de la demanda</i>	49
4.2.2.	<i>Análisis de la oferta</i>	51
4.2.3.	<i>Estrategias de mercado</i>	51
4.2.4.	<i>Requerimientos del Área Comercial</i>	55
4.3.	Diseño técnico del producto agroturístico	57
4.3.1.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	57
4.3.2.	<i>Capacidad aparente por cliente</i>	58
4.3.3.	<i>Requerimientos del área productiva</i>	61
4.3.4.	<i>Estructura de paquetes agroturísticos</i>	65
4.3.5.	<i>Análisis de Costos</i>	70
4.4.	Estudio administrativo legal	71
4.4.1.	<i>Fundamentación legal</i>	71
4.4.2.	<i>Requisitos legales</i>	73
4.4.3.	<i>Organigrama</i>	74
4.4.4.	<i>Manual de cargos y funciones</i>	74
4.4.5.	<i>Requerimientos del área administrativa</i>	77
4.5.	Estudio económico financiero para la implementación del producto agroturístico	79
4.5.1.	<i>Evaluación económica</i>	79
4.5.1.1.	<i>Inversión</i>	79
4.5.1.2.	<i>Fuentes de financiamiento - cálculo del pago de la deuda</i>	80
4.5.1.3.	<i>Depreciación de activos fijos</i>	82
4.5.1.4.	<i>Depreciación de activos diferidos</i>	83
4.5.1.5.	<i>Estructura de costos y gastos</i>	84

4.5.1.6.	<i>Estructura de ingresos</i>	85
4.5.1.7.	<i>Estado de resultados</i>	86
4.5.1.8.	<i>Flujo de caja</i>	87
4.5.2.	<i>Evaluación financiera</i>	88
4.5.2.1.	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	88
4.5.2.2.	<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	88
4.5.2.3.	<i>Relación Beneficio/Costo</i>	88
4.5.2.4.	<i>Periodo de recuperación de la inversión</i>	89
CONCLUSIONES		90
RECOMENDACIONES		91
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Límites de la comunidad Ganquis	15
Tabla 2-3:	Universo de estudio	18
Tabla 1-4:	Inventario de atractivos turísticos de la Hacienda Ganquis	22
Tabla 2-4:	Inventario de atractivos de la parroquia San Juan	23
Tabla 3-4:	Servicio eléctrico en la parroquia San Juan.....	25
Tabla 4-4:	Oferta de Servicios de la Parroquia San Juan.....	27
Tabla 5-4:	Servicio de Alojamiento del cantón Riobamba	27
Tabla 6-4:	Servicio de Operadoras turísticas del cantón Riobamba	29
Tabla 7-4:	Servicio de guianza turísticas del cantón Riobamba	29
Tabla 8-4:	Edad de los encuestados	31
Tabla 9-4:	Género de los encuestados.....	32
Tabla 10-4:	Estado civil de los encuestados	33
Tabla 11-4:	Situación laboral de los encuestados	34
Tabla 12-4:	Personas con las que suele viajara el encuestado	35
Tabla 13-4:	Motivo de viaje del encuestado	36
Tabla 14-4:	Información turística que obtiene el encuestado	37
Tabla 15-4:	Uso de agencias de viaje por parte del encuestado.....	38
Tabla 16-4:	Interés del encuestado en la Hacienda Agroturística Ganquis.....	39
Tabla 17-4:	Actividades de interés para el encuestado	40
Tabla 18-4:	Actividades relacionadas a la producción agroecológica para el encuestado.....	41
Tabla 19-4:	Servicios en la Hacienda Agroturística Ganquis para el encuestado.....	42
Tabla 20-4:	Disponibilidad del encuestado para la permanencia en la Hacienda Ganquis.....	43
Tabla 21-4:	Oferta de paquetes turísticos para los encuestados.....	44
Tabla 22-4:	Disponibilidad de pago por persona/día por servicios de la Hacienda Ganquis..	45
Tabla 23-4:	Perfil del turista	46
Tabla 24-4:	Oferta de Haciendas turísticas	48
Tabla 25-4:	Resumen demanda total, potencial, insatisfecha y objetiva	50
Tabla 26-4:	Proyección de la demanda	50
Tabla 27-4:	Estrategias de publicidad.....	53
Tabla 28-4:	Rol de pagos talento humano área comercial	55
Tabla 29-4:	Requerimientos Área Comercial	56
Tabla 30-4:	Capacidad operativa del proyecto.....	57
Tabla 31-4:	Proyección consumo aparente	58
Tabla 32-4:	Cuadro de leyenda Diseño de Infraestructura de la Hacienda Ganquis.....	60

Tabla 33-4:	Rol de pagos talento humano área productiva.....	62
Tabla 34-4:	Talento Humano requerido para operación de la Hacienda Ganquis	63
Tabla 35-4:	Paquete No 1	65
Tabla 36-4:	Paquete No 2	66
Tabla 37-4:	Paquete No 3	68
Tabla 38-4:	Análisis de costos	70
Tabla 39-4:	Análisis legal	71
Tabla 40-4:	Funciones y Requerimientos del personal de la Hacienda Ganquis	75
Tabla 41-4:	Requerimientos del área administrativa	77
Tabla 42-4:	Inversión del proyecto agroturístico	79
Tabla 43-4:	Fuentes de financiamiento	80
Tabla 44-4:	Cálculo del pago de la deuda.....	81
Tabla 45-4:	Depreciación de activos fijos.....	82
Tabla 46-4:	Depreciación de activos diferidos.....	83
Tabla 47-4:	Estructura de costos y gastos	84
Tabla 48-4:	Estructura de ingresos.....	85
Tabla 49-4:	Estado de resultados	86
Tabla 50-4:	Flujo de caja	87
Tabla 51-4:	Cálculo del VAN	88
Tabla 52-4:	Cálculo del TIR	88
Tabla 53-4:	Periodo de recuperación del capital.....	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3:	Mapa de ubicación geográfica de la Hacienda “Ganquis”	14
Figura 1-4:	Logotipo actual Hacienda Ganquis	51
Figura 2-4:	Prototipo logotipo Hacienda Agroturística Ganquis	52
Figura 3-4:	Diseño de la Infraestructura de la Hacienda Ganquis	59
Figura 4-4:	Organigrama funcional de la Hacienda Ganquis	74
Figura 5-4:	Simulador de crédito BanEcuador	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Descripción de las zonas ecológicas de la parroquia San Juan	15
Gráfico 1-4:	Servicios de alojamiento Riobamba	28
Gráfico 2-4:	Servicio de operadoras turísticas	29
Gráfico 3-4:	Servicio de guianza	30
Gráfico 4-4:	Edad de los encuestados	32
Gráfico 5-4:	Género de los encuestados	33
Gráfico 6-4:	Estado civil de los encuestados	34
Gráfico 7-4:	Estado laboral de los encuestados	35
Gráfico 8-4:	Personas con las que viaja el encuestado	36
Gráfico 9-4:	Motivo de viaje del encuestado	37
Gráfico 10-4:	Información turística que obtiene el encuestado	38
Gráfico 11-4:	Uso de agencia de viajes por parte del encuestado.....	39
Gráfico 12-4:	Interés del encuestado en la Hacienda Agroturística Ganquis	40
Gráfico 13-4:	Actividades de interés para el encuestado	41
Gráfico 14-4:	Actividades relacionadas a la producción agroecológica para el encuestado...	42
Gráfico 15-4:	Servicios en la Hacienda Agroturística Ganquis para el encuestado.....	43
Gráfico 16-4:	Disponibilidad del encuestado para la permanencia en la Hacienda Ganquis..	44
Gráfico 17-4:	Oferta de paquetes turísticos para los encuestados.....	45
Gráfico 18-4:	Disponibilidad de pago persona/día por servicios de la Hacienda Ganquis.....	46

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
- ANEXO B:** ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO EN LA HACIENDA “GANQUIS”
- ANEXO C:** SIMULADOR DE CRÉDITO BANECUADOR
- ANEXO D:** FOTOS DE LA HACIENDA GANQUIS
- ANEXO E:** FICHA TÉCNICA DE ATRACTIVOS DEL CERRO GANQUIS
- ANEXO F:** FICHA TÉCNICA DE ATRACTIVOS DEL RÍO GANQUIS

RESUMEN

El Proyecto Técnico consistió en diseñar un producto agroturístico para la Hacienda Ganquis, comunidad de Ganquis, parroquia San Juan, provincia de Chimborazo. Esto se logró a través de: la evaluación del potencial turístico de la Hacienda Ganquis que consistió en una revisión bibliográfica y análisis en campo de: sus atractivos, la infraestructura, planta turística y superestructura; para el estudio de mercado se determinó la demanda, población y muestra, la oferta y se definieron las estrategias de difusión y publicidad; para el diseño técnico del producto agroturístico se diseñó la oferta de los servicios para el producto, sus facilidades y las actividades pertinentes, junto con los requerimientos de instalación, mano de obra, mobiliario y equipos; para el estudio administrativo-legal se realizó una investigación bibliográfica de leyes y reglamentos para actividades que permitieron definir la figura legal para la operación del producto, junto con los requerimientos para su legalización, posterior se diseñó organigramas estructurales, funcionales, perfil de funciones y cargos; el estudio económico consistió en determinar: la inversión, fuentes de financiamiento, depreciación de activos fijos, amortizaciones, estructura de costos y gastos, estructura de ingresos, estado de resultados y flujo de caja; en la parte financiera se calculó: el VAN, TIR, relación Beneficio/Costo y el periodo de recuperación. Mediante el diseño técnico, se identificaron áreas a implementar como cabalgatas, pesca, caminatas, camping, hospedaje, gastronomía, fotografía turística, ciclismo, etc.; gracias a la presencia de dos atractivos naturales, siendo estos el cerro y río Ganquis; también se identificó un perfil de turistas tanto nacionales como internacionales con una demanda objetiva de 15472 turistas anuales. La implementación de este producto requeriría una inversión de \$ 491.618,16 con un TIR del 11 %; se recomienda una investigación a largo plazo sobre la satisfacción de los visitantes.

Palabras clave: <DISEÑO TÉCNICO>, <AGROTURISMO>, <PRODUCTO AGROTURÍSTICO>, <HACIENDA GANQUIS>, <SAN JUAN (PARROQUIA)>, <TURISMO RURAL>, <TURISMO SOSTENIBLE>.


D.B.R.A.I.
Ing. Cristian Castillo



1835-DBRA-UTP-2022

SUMMARY

This research aimed to design an agrotourism product for Ganquis Farm, in the rural area called Ganquis, San Juan town, Chimborazo province. The evaluation of the tourism potential of Ganquis Farm was carried through a bibliographic review and field analysis of its attractions, infrastructure, tourism plant and superstructure. For the market study, the demand, population and sample, the supply were extinguished, as well as the dissemination and advertising strategies were defined. For the technical design of the agrotourism product, the offer of the services for the product, its facilities and the pertinent activities were discovered, together with the installation, labor, furniture, and equipment requirements. For the administrative-legal study, a bibliographical investigation of laws and regulations was carried out for activities that allowed defining the legal figure for the operation of the product, together with the requirements for its legalization. After that, structural and functional organization charts, function profiles and loads were elaborated. The economic study consisted of determining investment, sources of financing, depreciation of fixed assets, amortization, cost and expense structure, income structure, income statement and cash flow. In the financial part, the following were calculated: the NPV, IRR, Benefit/Cost ratio and the recovery period. Areas to be implemented were identified through the technical design, such as horseback riding, fishing, hiking, camping, lodging, gastronomy, tourist photography, cycling, etc. There were two natural attractions the hill and the Ganquis river. They were taken into account to identify the national and international demand of 15,472 tourists per year. The implementation of this product required an investment of \$491,618.16 with an IRR of 11%. Long-term research on visitor satisfaction is recommended.

Keywords: <TECHNICAL DESIGN>, <AGROTOURISM>, <AGROTOURISM PRODUCT>, <GANQUIS HACIENDA>, <SAN JUAN (TOWN)>, <RURAL TOURISM>, <SUSTAINABLE TOURISM>.



PhD. Dennys Tenelanda López

ID number: 0603342189

Riobamba, September 22, 2022

INTRODUCCIÓN

El turismo mantiene un crecimiento a nivel mundial, siendo el 2018, el noveno año de crecimiento consecutivo. En dicho año alcanzó el movimiento de 1400 millones de turistas internacionales, cifra prevista para finales del año 2020; los ingresos por exportaciones de turismo crecieron 4% generando 1,7 billones de dólares correspondientes al total de ingresos por turismo internacional más transporte de pasajeros (Organización Mundial del Turismo, 2019, p. 23).

La Organización Mundial del Turismo (2019, p. 23) menciona que la exportación de turismo internacional es la categoría en tercer lugar de exportaciones después de la de productos químicos y la de combustibles, respectivamente; generando 5000 millones de dólares al día en exportaciones.

La actividad turística se encuentra en constante evolución, adaptándose a las necesidades y preferencias de la demanda; naciendo así, nuevas tendencias de turismo que buscan hacer de esta actividad una fuerza económica; y para mantener a los destinos turísticos en el mercado se debe proponer una gran diversidad en la oferta (Kutschera, 2018, párr. 3).

Siendo el turismo una actividad que se realiza en un espacio determinado, tiene que estar involucrado con el ambiente y las personas propias del mismo, en contexto con esto, debe desarrollarse mediante una planificación inclusiva de estos sectores; esta planificación deberá ayudar a mejorar el entorno natural y beneficiar a la sociedad involucrada (Delgado, 2019, p. 2).

En cuanto a América, la Organización Mundial del Turismo (2019, p. 23) menciona que el 15% de los arribos de turistas son internacionales, pero con desigualdades de norte a sur en cuanto al crecimiento y desarrollo turístico. América del Norte mantiene cifras positivas; mientras que en América Central los arribos de turistas disminuyeron un 2%, aunque los ingresos se mantuvieron en crecimiento con un 1%; simultáneamente, en América del Sur países como Colombia, Ecuador y Perú mantienen buenos resultados, en tanto que Argentina tiene un cambio en su dinámica turística, la salida de argentinos a destinos vecinos ha disminuido, mientras que el ingreso de turistas ha aumentado debido a la debilidad del peso argentino, contribuyendo al crecimiento económico de su nación.

Ecuador se encuentra en el puesto N° 70 de los 140 países que están dentro del ranking de “Competitividad de Viajes y Turismo 2018”, lo que le permite tener una gran ventaja en relación a aquellos destinos de mayor competitividad; esto debido a la competitividad de precios, el ser un

destino relativamente más barato, tiene una amplia oportunidad para realizar inversión en el sector y competir a nivel mundial, como anotan (Uppink y Soshkin, 2019, p. 9).

El Ecuador, mediante el Ministerio de Turismo [MINTUR] (2019, p. 60), implementa el “Plan Nacional de Turismo 2030 (PNT 2030)” que acoge varios objetivos y metas concretas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con el fin de impulsar el crecimiento del sector; también adiciona que el desarrollo debe apuntar a la innovación y accesibilidad. En dicho plan se dice que el Ecuador busca posicionarse frente al turismo de tal manera que tenga un desarrollo sostenible, cuidando los recursos naturales del país, destacando la cultura y su patrimonio, para así lograr que se convierta en una máquina que genere plazas de empleo y desarrolle la riqueza económica.

Chimborazo es una provincia que tiene un avanzado desarrollo industrial y comercial, junto con una belleza ecológica y cultural, sin embargo, es momento de optar por un mayor desarrollo turístico internacional teniendo en cuenta la capacidad de carga y la oportunidad de fomentar el turismo rural; fomentando este último gracias a la belleza escénica y la riqueza cultural de las comunidades, a través de planes de desarrollo y estrategias de promoción eficaces y duraderas.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema

La provincia de Chimborazo es privilegiada a nivel nacional ya que cuenta con un gran potencial turístico gracias a su diversidad de flora y fauna, también con su diversidad cultural y atractivos históricos culturales convierten a la provincia en un destino atractivo para el turismo a nivel nacional e internacional (Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo, 2019, p. 161).

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo (2019, p. 335) menciona que en la provincia de Chimborazo se han identificado 269 atractivos turísticos, clasificados de la siguiente manera: sitios naturales un 53% y manifestaciones culturales un 47%; de los cuales la mayoría de los atractivos tienen jerarquía II (63%), seguido de los atractivos de jerarquía I (19%) y finalmente los atractivos de jerarquías III y IV (14%).

Existen varios destinos turísticos en la parroquia de San Juan que atraen turistas de todo el país y extranjeros, el más visitado es la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo porque tiene varios atractivos turísticos, se enlista algunos como: el nevado Chimborazo, el Bosque de *Polylepis*, el Templo de Machay, el Cañón de la Chorrera, etc.; con actividades para los turistas que incluyen: práctica de deportes extremos, montar a caballo, compra de artesanías, práctica en agricultura y ganadería, participación en actividades culturales y gastronómicas (Baldeón, 2018, p. 60).

La Hacienda Ganquis en su historia perteneció a la corona española, la cual da de regalo al padre de Pedro Vicente Maldonado, el cual después hereda a su hija la cual denomina Ganquis a toda la propiedad, este nombre proviene del francés; en el año 1985 el bisabuelo del propietario adquiere las tierras el cual en sus inicios la utilizó como Hacienda ganadera y agrícola.

En la Hacienda no se han realizado proyectos de turismo ya que los propietarios se han dedicado exclusivamente a la producción ganadera, por lo cual ha nacido el interés de ejecutar un proyecto para poder dar a conocer los recursos que presenta la Hacienda Ganquis dentro de su territorio para que las personas de dentro y fuera de la provincia de Chimborazo puedan visitar.

1.2. Problema

La Hacienda Ganquis ubicada en la comunidad del mismo nombre perteneciente a la parroquia San Juan, cuenta con recursos naturales tales como lagunas, páramo, senderos, cascadas y miradores, los mismos que por pertenecer al sector privado no han sido aprovechados turísticamente dejando de lado el potencial turístico dentro de la geografía que compone la Hacienda Ganquis.

Por lo tanto, el producto agroturístico debe ser diseñado técnicamente para aprovechar los recursos naturales, los productos agrícolas de la zona e impulsar la prestación de servicios turísticos de calidad garantizando la diversificación de la oferta turística simultáneamente con la producción agropecuaria.

1.3. Justificación

Los propietarios de la Hacienda Ganquis, con una extensión de 200 hectáreas de las cuales solo cinco ha se utilizan para producir ganado de carne, han mostrado interés en desarrollar actividades turísticas productivas y sostenibles, por lo que se ha realizado investigaciones comerciales, administrativas, ambientales, financieras y productivas para conocer el nivel de interés de las personas extranjeras y del país, ya que no se ha logrado aprovechar los recursos donde se puede realizar diferentes tipos de actividades relacionadas con el agroturismo.

En virtud a lo antes expuesto se ejecutó un estudio enfocado en potencializar los diferentes recursos que cuenta la Hacienda Ganquis para desarrollar un producto agroturístico que permitirá la dinamización de la economía en el territorio.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Diseñar un producto agroturístico para la Hacienda Ganquis, comunidad de Ganquis, parroquia San Juan, provincia de Chimborazo.

1.4.2. Objetivos específicos

- Evaluar el potencial turístico de la Hacienda Ganquis.

- Realizar el estudio de mercado.
- Elaborar el diseño técnico del producto agroturístico.
- Elaborar el estudio administrativo-legal.
- Desarrollar el estudio económico financiero para la implementación del producto agroturístico.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Turismo

Al ser una actividad muy variada no se le puede dar una definición específica de qué es el turismo, pero existen algunos conceptos de acuerdo a la interpretación de algunos autores y entidades gubernamentales, como son:

Según Orduño (1966; citado en Morillo, 2011, pp. 141-142), el turismo es el gusto del hombre a viajar por el gusto de recorrer, y en el proceso de este viaje se generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos. Desde la perspectiva sociológica es el medio por el que las personas buscan beneficios psicológicos, mediante la suma de tres factores: tiempo e ingresos libres y una consideración positiva o de tolerancia social hacia el hecho de viajar.

La Ley de Turismo del Ecuador, vigente a la fecha, en su Artículo 2 dice que: “turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (Ministerio de Turismo, 2020, p. 4). Mientras que el máximo exponente acerca del turismo, la Organización Mundial de Turismo (UNWTO, por sus siglas en inglés) lo define como:

...un fenómeno social, cultural y económico en el que las personas migran a países o regiones fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o comerciales. A estos individuos se les conoce como viajeros (turistas o senderistas, residentes o no residentes) y la industria turística engloba sus actividades, algunas de las cuales incluyen gastos de viaje (UNWTO, 2019a, párr. 1)

2.1.1. Ecoturismo

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES, por sus siglas en inglés) define al ecoturismo actual como “viajes responsables a áreas naturales que conservan el medio ambiente, sostienen el bienestar de la población local e involucran interpretación y educación” (Sawakinome, 2019, párr. 6), tratando de unir la conservación, las comunidades y los viajes sostenibles; y para esto los participantes deben adoptar los siguientes principios ecoturísticos:

- Minimizar los impactos físicos, sociales, conductuales y psicológicos.
- Generar conciencia y respeto ambiental y cultural.
- Proporcionar experiencias positivas para visitantes y anfitriones.
- Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación, así como para la población local y la industria privada.
- Brindar experiencias interpretativas memorables a los visitantes que permitan aumentar la sensibilidad hacia los asuntos políticos, ambientales y sociales de los países anfitriones.
- Diseñar, construir y operar instalaciones de bajo impacto.
- Reconocer los derechos y creencias espirituales de los Pueblos Indígenas en su comunidad y trabajar en sociedad con ellos para crear empoderamiento.

Según la Organización Mundial de Turismo:

El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la estimulación esencial del visitante es observar, instruirse, manifestar, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local (UNWTO, 2019b, p. 33).

Las definiciones previas no abarcan claramente el ambiente en el que se desarrollarían las actividades ecoturísticas, desconociendo si se deberían efectuar en entornos naturales, sin intervención humana, o entornos con cierto nivel de intervención. Por lo que para un mayor entendimiento en cuanto a este aspecto se menciona la siguiente definición de Stringer de 1994, que dice que el ecoturismo:

...es un movimiento conservativo dentro de la actividad turística, que preserva el entorno y el bienestar de las comunidades receptoras, en vista de los problemas generados por la evolución del turismo tradicional. Tal amplitud procede del análisis etimológico de la palabra ecología, la cual deriva de los términos griegos “oikos” (casa) y “logos” (estudio de) que en conjunto quieren decir “estudio de casa” y por extensión “estudio del medio ambiente”. A su vez el medio ambiente es el conjunto de circunstancias físicas, culturales, económicas, sociales y políticas que rodean a las personas, lo cual no sólo incluye aspectos naturales, sino también, medios o sistemas artificiales creados por el hombre (parques industriales, complejos urbanísticos o ciudades) (Morillo, 2011, pp. 146-147).

2.1.2. Agroturismo

Es un concepto que está formado por los términos: agro (elemento compositivo que sugiere al campo: terreno rural donde se realizan cultivos y cría de animales) y turismo (aquello vinculado a los viajes que se llevan a cabo por ocio); por lo que se podría decir que el agroturismo se trata de la actividad turística que se desarrolla en un entorno rural, como lo mencionan Pérez y Gardey (2017, párr. 4). Mientras que Morillo (2011, p. 147) lo define como el traslado de personas hacia lugares diferentes, con el fin de conocer los procesos y sistemas de producción del campo (como el cultivo y la cosecha) o experiencias de la vida rural. Esto se puede considerar un turismo rural en zonas agropecuarias con elevados beneficios, puesto que los bienes consumidos por el turista son producidos en su mayoría en las mismas granjas.

Habiendo considerado al agroturismo como un tipo de turismo rural, es conveniente mencionar una definición de este por la de la Organización Mundial de Turismo:

El turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.

Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características:

- 1. baja densidad demográfica,*
- 2. paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y*
- 3. estructuras sociales y formas de vida tradicionales (UNWTO, 2019b, p. 35).*

2.2. Turismo sostenible

Según la Organización Mundial de Turismo, el turismo sostenible es el que:

...responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida (Riveras y Rodríguez, 2012, p. 51).

Para lo que, según Saeteros et al. (2019, p. 904) el turismo sostenible debería:

1. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales conservando los procesos ecológicos esenciales y contribuyendo a la conservación de los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando su patrimonio cultural arquitectónico y sus valores tradicionales, y contribuyendo al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
3. Asegurar que las actividades económicas sean viables a largo plazo, que reporten beneficios socioculturales bien distribuidos, entre ellos: oportunidades de empleo estable y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que ayuden a la disminución de la pobreza.

2.3. Diseño

El diseño se lo puede considerar una actividad creativa encaminada a soluciones, que trabaja en intervenciones concretas. Comienza en forma de representaciones parciales para construir, refinar y evaluar la manera como la intervención cambiará el ambiente en el que se desarrolla el diseño (Universidad de los Andes, 2018, párr. 9). El concepto de diseño es algo polisémico (que tiene más de un significado), se encuentra sumido en definiciones parciales acorde a lo que se relaciona, se resalta al diseño como el acto de crear algo material, concreto, bidimensional o tridimensional, inclusive la estructuración de un espacio, imagen, u objeto intangible y virtual (Sánchez, 2012, p. 2).

2.3.1. Diseño técnico de producto

Este tipo de diseño implica definir la forma, color, tamaño, calidad, confiabilidad y demás atributos esenciales a las características del producto. Tiene como objetivos: la simplificación del diseño, estandarización de los elementos en distintas líneas de productos, racionalización de las líneas de producto para reducir la escala de artículos fabricados y el diseño del producto favoreciendo su proceso de elaboración (Kaufmann, 2016, párr. 3).

2.3.2. Diseño técnico en ecoturismo

El Instituto Superior del Medio Ambiente (2019, p. 2) dice que se podría definir al diseño técnico en el sector ecoturista como el desarrollo de productos ecoturísticos orientados a cumplir con objetivos de innovación, competitividad y sostenibilidad mediante el uso de herramientas y procesos que ayuden a perfeccionar un producto y/o crear nuevos productos turísticos.

2.4. Producto

Santesmases (1996; citado en Pérez y Pérez, 2006, p. 7), define al producto como “cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad”. Muñiz (2000; citado en Pérez y Pérez, 2006, pp. 7-8) menciona que el producto está conformado por atributos, tangibles e intangibles, como son:

1. **Núcleo:** propiedades físicas, químicas y técnicas del producto.
2. **Calidad:** valoración de los elementos que componen el núcleo, comparativos con la competencia.
3. **Precio:** valor último de adquisición.
4. **Envase:** elemento de protección del producto.
5. **Diseño, forma y tamaño:** permiten la identificación del producto o la empresa.
6. **Marca, nombres y expresiones gráficas:** facilitan la identificación del producto.
7. **Servicio:** conjunto de valores añadidos a un producto que marca las diferencias respecto a los demás.
8. **Imagen del producto:** opinión del consumidor según la información recibida sobre el producto.
9. **Imagen de la empresa:** opinión del mercado que interviene positiva o negativamente en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos.

2.4.1. Producto turístico

Para definir el producto turístico primero debemos diferenciarlo del servicio turístico, que son todas las acciones que satisfacen las necesidades del turista, antes, durante y después del viaje (como la información, el transporte, el alojamiento, los víveres, servicios sanitarios, renta de equipo, guías, etc.); para poder definir todos estos servicios como un producto turístico se los debe englobar en un mismo servicio integrado y proporcionado por una sola empresa, como anota la Secretaría de Turismo [SECTUR] (2004, p. 52), así tenemos que:

Un producto turístico se forma a partir de la existencia de un recurso natural o cultural con potencial turístico, o bien un atractivo turístico, para cuyo disfrute se implementa alguna actividad (caminata, ciclismo de montaña, kayak, rappel, descenso en ríos, etc.) que le permita al visitante mejorar su experiencia de interacción con el medio que visita, por lo que estas actividades deben estar cubiertas de servicio que faciliten su realización

e interacción (seguridad, guías, información, etc.) y que permitan su estancia en el lugar (hospedaje, alimentos, transporte, renta de equipo, etc.)...

...Un producto turístico debe ser integrado bajo un concepto y enfocado a un objetivo. Ese objetivo será el ofrecer una vivencia de calidad al visitante, lo cual implica identificar sus expectativas y poder superarlas a través de la integración de los elementos que las satisfagan (Secretaría de Turismo, 2004, p. 52).

2.5. Estudio administrativo-legal

2.5.1. Estudio administrativo

Estudio administrativo es aquel que proporciona las herramientas necesarias para dirigir correctamente una empresa; marcando el rumbo a seguir en la administración antes y durante el funcionamiento de dicha empresa (Guerrero y Santacruz, 2016, p. 26). Al comenzar las operaciones, el estudio administrativo definirá la misión, visión, metas y objetivos de la empresa. Entre las ventajas de este estudio se pueden mencionar:

- Concretar las instrucciones generales a alcanzar para una correcta administración.
- Seguir los mismos objetivos, metas y una sola planificación estratégica por parte de todos los miembros de la organización.
- Facilitar una certificación ISO, al tener ordenada la información de la empresa.

2.5.2. Estudio legal

Busca establecer la viabilidad de un proyecto en cuanto a las normas que lo rigen, acerca de la localización de productos, subproductos y patentes; tomando en cuenta la legislación laboral y el impacto en los sistemas de contratación, prestaciones sociales y otras obligaciones laborales. La legislación tributaria es una de las áreas más relevantes puesto que en esta se identifican las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de los existentes, las distintas sociedades y cuál de ellas es la más adecuada para el proyecto (Guerrero y Santacruz, 2016, p. 26).

2.6. Estudio económico financiero

Es el que pretende determinar cuál es el valor de los recursos económicos que se necesitan para la realización de un proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (abarcando las

funciones de producción, administración y ventas), así como otros indicadores que sirven como base para la parte definitiva del proyecto, que es la evaluación económica acorde con Montalván (2004: p. 10). De acuerdo a Sapag (2003; citado en Montalván, 2004, p. 10), los objetivos de este estudio son: ordenar y sistematizar la información de carácter económico que proporcionen las etapas anteriores, construir los cuadros analíticos y antecedentes adicionales que se usarán para la evaluación del proyecto, y evaluar los antecedentes necesarios para determinar su rentabilidad.

2.7. Estrategias de difusión y publicidad

Las estrategias de difusión son el conjunto de acciones que dan a conocer el proyecto a través de un medio de difusión, que vendría a ser el vehículo que se elige para transmitir el mensaje publicitario, se los puede dividir en medios de comunicación de masas y los medios marginales. Los primeros tienen la capacidad de llegar a un público muy amplio tanto en espacio nacional, como internacional (como la prensa, radio, televisión, cine, carteles y vallas, entre otros); los segundos se limitan a un ámbito receptor mucho más reducido, aunque en algunas ocasiones pueda ser considerable (publicidad directa, envase, publicidad en el lugar de venta, etc.) (Federación de Enseñanza de CC.OO de Andalucía, 2011, p. 7-8)

Además, Wells et al. (2007; citado en Vanega y Jarquín, 2010, p. 10) dicen que la publicidad “consiste en una comunicación impersonal pagada por un anunciante identificado que usa los medios de comunicación con el fin de persuadir a una audiencia, o influir en ella”.

2.7.1. Categorías publicitarias

2.7.1.1. Publicidad en términos geográficos

- **Publicidad global:** la publicidad está en diversas versiones de idiomas.
- **Publicidad internacional:** varios países a la vez.
- **Publicidad nacional:** todas las áreas geográficas de un país.
- **Publicidad regional:** en un área geográfica grande.
- **Publicidad local:** público de una sola área.
- **Publicidad cooperativa:** colaboración entre anunciantes nacionales y comerciantes locales (Mendoza, 2004, pp. 2-3).

2.7.1.2. Publicidad para el consumidor

- **Publicidad nacional:** es la que hace el proveedor de un producto con marca comercial que se ofrece a través de diferentes almacenes.
- **Publicidad detallista:** a través de un vendedor local que vende directamente al consumidor.
- **Publicidad de producto final:** lo hace una empresa sobre una de las partes que componen un producto terminado que compra el consumidor.
- **Publicidad de respuesta directa:** cualquier forma de publicidad que este hecha en el mercado directo (Mendoza, 2004, p. 3)

2.7.1.3. Publicidad para los negocios y las profesiones

- **Publicidad comercial:** dirigida a vendedores mayoristas, detallistas o agencias de ventas.
- **Publicidad industrial:** dirigida a fabricantes que adquieren maquinaria, equipo, materia prima y componentes.
- **Publicidad profesional:** dirigida a las personas o entidades que tienen alguna relación con profesiones como la medicina, leyes o arquitectura.
- **Publicidad institucional:** es la que hace una organización cuando habla acerca de su trabajo, puntos de vista y problemas en general (Mendoza, 2004, p. 3)

2.7.1.4. Publicidad no relacionada con productos

- **Publicidad de ideas:** promueve una idea o causa, en lugar de vender un producto o servicio.
- **Publicidad de servicios:** promueve un servicio en vez de un producto (Mendoza, 2004, p. 4).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Caracterización del lugar

3.1.1. Localización

La investigación tuvo lugar en la comunidad Ganquis perteneciente a la parroquia San Juan se encuentra a 45,5 km del centro de la ciudad de Riobamba, capital provincial), ubicada en la provincia de Chimborazo. Geográficamente la Hacienda Ganquis se encuentra localizada en las coordenadas $1^{\circ}35' 32,9838''$ S, $78^{\circ}52' 51,6529''$ O.

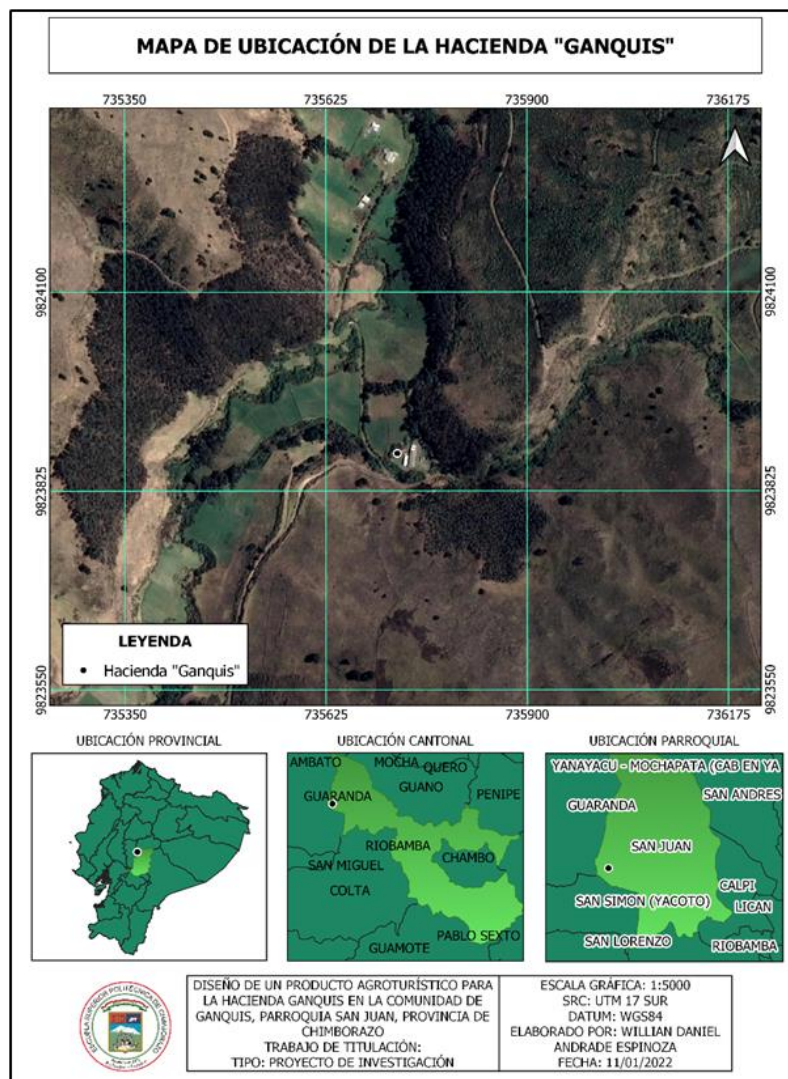


Figura 1-3. Mapa de ubicación geográfica de la Hacienda "Ganquis"

Realizado por: Andrade Willian, 2022

La comunidad Ganquis está limitada de la siguiente manera:

Tabla 1-3: Límites de la comunidad Ganquis

Norte	Comunidad Pulinguí San Pablo
Sur	Comunidades Pungul, Pasguazo y Gallo Rumi
este	Comunidad Chimborazo
oeste	Cantón Guaranda

Fuente: GAD San Juan, 2020

3.1.2. Características de la zona

Según la actualización al año 2019 del Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la parroquia San Juan, esta tiene una extensión de 22112,69 ha, está ubicada en el rango altitudinal de 3160 a 6210 m s.n.m. y cuenta con 3 tipos de climas ecuatoriales, que son: frío de alta montaña, frío seco de alta montaña y frío semihúmedo de alta montaña, siendo este último el de mayor presencia dentro de la parroquia (GAD San Juan, 2020, pp. 20-21).

La parroquia San Juan está conformada por 32 localidades divididas en 6 barrios y 26 comunidades. El 88,66% de sus pobladores se autodenomina indígena y mestizos un 10,31% de la población; y consta de 10 zonas ecológicas que se encuentran descritas en el Gráfico 1-3 (GAD San Juan, 2020, pp. 21-35).

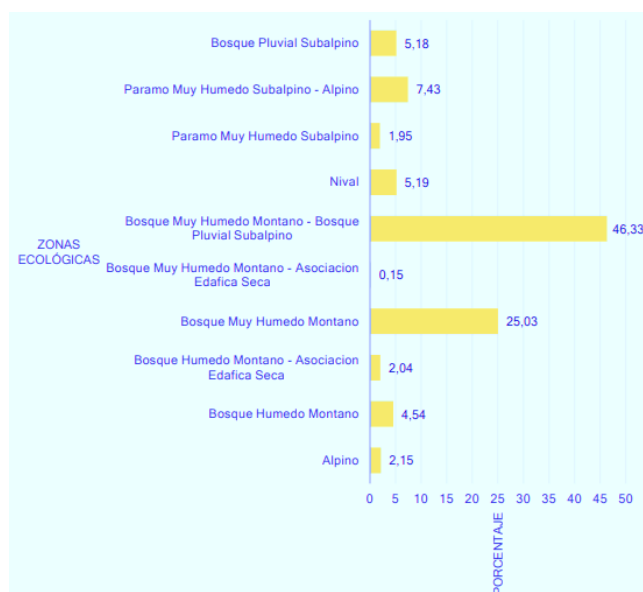


Gráfico 1-3. Descripción de las zonas ecológicas de la parroquia San Juan

Fuente: GAD San Juan, 2020

Según el censo de población realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010 la población de la parroquia San Juan era en 7370 habitantes, la proyección poblacional basada en el crecimiento demográfico para las áreas rurales estimó una población de 8621 habitantes en el año 2020. Dentro de la comunidad Ganquis que es la zona donde se llevó a cabo la investigación, se conoce que la mayoría de su población habla el idioma Kichwa y son de nacionalidad indígena (GAD San Juan, 2020, pp. 35-53).

3.2. Metodología

Para dar cumplimiento a los objetivos de la presente investigación se empleó material bibliográfico y a la par se realizó una investigación en campo para recabar la información de mayor relevancia. Se aplicó un enfoque de investigación de tipo exploratorio, descriptivo y analítico, de tal forma que los objetivos se cumplieron de la siguiente manera:

3.2.1. Evaluar el potencial turístico de la Hacienda Ganquis

La evaluación del potencial turístico se determinó mediante el empleo de revisión bibliográfica y de campo, en donde se llevó a cabo el análisis de los elementos del sistema turístico:

3.2.1.1. Atractivos turísticos

La evaluación de los atractivos consistió en la elaboración de un inventario que proporcionó información descriptiva de los recursos existentes en la zona de estudio, jerarquizar los atractivos considerando aspectos como conservación, importancia ecológica, y los criterios que el investigador considere relevantes.

El inventario de los atractivos se realizó aplicando la metodología definida por el Ministerio de Turismo del 2018 (Ministerio de Turismo, 2018, pp. 95-115). para el levantamiento de atractivos naturales y culturales, que identifica, clasifica y valora los atractivos, los parámetros considerados en esta ficha fueron categoría, tipo y subtipo, jerarquía en cinco niveles para lo cual se analizó criterios como accesibilidad y conectividad, planta turística y servicios, estado de conservación e integración sitio/entorno, higiene y seguridad turística, política y regulaciones, actividades que se practican en el atractivo, difusión del atractivo, tipo de visitantes y afluencia. Para la aplicación de esta metodología, se cuenta con una ficha (ANEXO A), la misma que fue aplicada al momento de visitar la comunidad y los principales atractivos turísticos con los que se cuenta.

3.2.1.2. Infraestructura

Para realizar la evaluación de la infraestructura existente en la comunidad se realizó una búsqueda bibliográfica de información y su posterior validación a través de la observación, complementando con revisión bibliográfica del PDOT actualizada de la parroquia y percepciones de los pobladores.

Se evaluaron los principales componentes que son: agua, sanidad, energía y transporte.

3.2.1.3. Planta turística

La evaluación de la planta turística consistió en determinar los servicios de alojamiento, alimentación, agencias de turismo, entre otros dentro de la zona de estudio, para ello se realizó una investigación de campo y se analizaron los registros del catastro turístico de la parroquia (Ministerio de Turismo, 2018, p. 13).

En la planta turística, se detalló la infraestructura existente en la ciudad de Riobamba, a través de la revisión de bibliografía, como el PDOT y catastro de la ciudad de Riobamba (GADM Riobamba, 2015, pp. 10-59).

3.2.1.4. Superestructura

Dentro de la evaluación de la superestructura se realizó una revisión bibliográfica para determinar los principales organismos rectores del turismo en la comunidad, a la par se realizó una investigación en campo, donde se consultó sobre las autoridades existentes en la comunidad y sus competencias acerca del turismo.

3.2.2. Realizar el estudio de mercado

El estudio de mercado se llevó a cabo analizando aspectos relevantes con relación al segmento de mercado, demanda por parte de los turistas, análisis de la competencia, demanda insatisfecha, estrategias de mercadotecnia, análisis de la oferta, entre otros.

3.2.2.1. Análisis de la demanda

La demanda correspondió a determinar el tamaño del segmento de mercado previsto para la investigación, se analizó además la capacidad de adquisición de los posibles clientes, consumo

aparente, preferencia de actividades a realizarse, para obtener esta información se aplicó como herramienta una encuesta y como instrumento un cuestionario (ANEXO B), se procedió con la tabulación de la información obtenida mediante la encuesta en el programa Excel y su posterior análisis.

3.2.2.2. Población y muestra

Previo a la aplicación de la encuesta, se determinó la población a ser encuestada, definiendo de esta forma como universo para la investigación a los turistas registrados en la reserva de Producción de Fauna de Chimborazo.

La población son los turistas registrados en la reserva de producción Chimborazo para el año 2021 es de 103.053 entre turistas nacionales y extranjeros, los turistas extranjeros para este año son de 11.612 turistas y los turistas nacionales son 91.441 (Ministerio de Turismo, 2021, párr. 5).

El cálculo de la muestra se realizó mediante la fórmula de la muestra para poblaciones finitas (Aguilar, 2005, p. 335):

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(N - 1) * (e)^2 + (Z^2 * p * q)}$$

En donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible

Z: nivel de confianza

p: probabilidad de ocurrencia

q: probabilidad de no ocurrencia

El nivel de confianza utilizado es del 95%, porcentaje al cual le corresponde un coeficiente de confianza determinado por la campana de Gauss de $Z=1,96$, por lo tanto, el error será de 0,05.

Tabla 2-3: Universo de estudio

POBLACIÓN	
Turistas nacionales registrados en la Reserva Chimborazo	91.441

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Reemplazando el valor del universo en la fórmula de la muestra se tiene un tamaño de muestra de 381, como se muestra a continuación:

$$n = \frac{1,96^2 * 91441 * 0,5 * 0,5}{((91441 - 1) * (0,05)^2) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$
$$n = 380,7 = 381$$

Se determinó la demanda potencial, demanda insatisfecha y demanda objetiva, aplicando las siguientes formulas (Romero et al., 2017, p. 402):

1. *Demanda total = universo*
2. *Demanda potencial = (D.T) (% de aceptación)*
3. *Demanda insatisfecha = D.P - Competencia*
4. *Demanda objetiva = (D.I) (% de captación del mercado)*

3.2.2.3. Análisis de la oferta

Se evaluó la oferta de servicios existente en la comunidad San Juan y oferta complementaria, es decir los servicios ofertados en los alrededores más próximos a la comunidad y parroquia.

Dentro del análisis de la oferta se analizaron los costos por paquete del producto agroturístico, además se definieron paquetes agroturísticos.

3.2.2.4. Definir estrategias de difusión y publicidad

Previo al diseño de un logo y eslogan para el producto agroturístico de la hacienda, se analizó el logo actual de la hacienda.

Posterior a este análisis se diseñó un logo y eslogan que caracteriza al producto, se definieron estrategias de difusión y comercialización del producto turístico basados en el consumidor y se estableció los canales de promoción.

3.2.3. Elaborar el diseño técnico del producto agroturístico

El diseño técnico del producto agroturístico consistió en el diseño de la oferta de los servicios para el producto (servicio de alimentación, hospedaje, operación), facilidades (señalización, miradores, senderos, entre otros) y las actividades que forman parte del mismo, además de la oferta complementaria, para lo cual se consideró los datos obtenidos del inventario de atractivos y el estudio de mercado, se hizo uso de la metodología propuesta por Tierra Patricia impartida en sus cátedras, durante toda la carrera.

Posteriormente se analizaron los requerimientos de instalación, mano de obra, mobiliario y equipos, entre otros.

Los requerimientos se establecieron para las diferentes áreas de la hacienda, como son el área productiva, comercial y administrativa.

3.2.4. Elaborar el estudio administrativo-legal

Para dar cumplimiento a la elaboración del estudio administrativo-legal se realizó una investigación bibliográfica de las leyes y reglamentos establecidos para las actividades turísticas mismos que nos permitieron definir la figura legal para la operación del producto.

Una vez establecida la figura legal se procedió a determinar los requerimientos necesarios para la legalización, se establecieron los parámetros necesarios para el área administrativa y personal requerido para el funcionamiento.

Se diseñó organigramas estructurales, funcionales, perfil de funciones y cargos, complementariamente un manual de funciones y procedimientos.

3.2.5. Desarrollar el estudio económico financiero para la implementación del producto agroturístico

El estudio económico financiero contemplo parámetros de costo e inversión del proyecto, en el caso del análisis económico se realizaron estudios previos de las áreas comercial, productiva y administrativa en las cuales se determinó:

- Inversión.

- Fuentes de financiamiento
- Cálculo del pago de la deuda
- Depreciación de activos fijos
- Amortización de activos diferidos
- Estructura de costos y gastos
- Estructura de ingresos
- Estado de resultados.
- Flujo de caja.

En el caso de la evaluación financiera se calcularon valores como:

- Valor Actual Neto (VAN).
- Tasa Interna de Retorno (TIR).
- Relación Beneficio/Costo (RBC).
- Periodo de recuperación de la inversión (PRC).

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Potencial turístico de la Hacienda Ganquis

La evaluación del potencial turístico de la Hacienda Ganquis consistió en un levantamiento de información donde se pudo obtener la información detallada a continuación:

4.1.1. Atractivos turísticos

En la parroquia San Juan existen varios atractivos turísticos que atraen a visitantes nacionales y extranjeros, dentro de sus principales atractivos está la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, esta a su vez dispone de varios recursos como el nevado Chimborazo, el bosque de *Polylepis*, el templo Machay, cañón Chorrera, entre otros.









Para determinar los atractivos existentes en la Hacienda Ganquis se realizó una investigación en campo, la misma que nos dio como resultado la existencia de atractivos de tipo natural como el río y el cerro Ganquis.

Tabla 1-4: Inventario de atractivos turísticos de la Hacienda Ganquis

ATRATIVOS DE LA HACIENDA GANQUIS				
CATEGORIA	NOMBRE	TIPO	JERARQUIA	FOTOGRAFIA
Sitios Naturales	Río Ganquis	Ríos	I	
	Cerro Ganquis	Montaña	I	

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Tabla 2-4: Inventario de atractivos de la parroquia San Juan

ATRATIVIVOS DE LA PARROQUIA SAN JUAN				
CATEGORIA	NOMBRE	TIPO	JERARQUIA	FOTOGRAFIA
Sitios Naturales	Minas de Hielo		I	
	La Chorrera	Montaña	I	
	Bosque de Polylepis	Bosques	I	
	Mirador Shobol Urku	Montaña	I	
	Cuartel del Inca	Montaña	I	
	Templo Machay	Cueva	I	
Manifestaciones Culturales	Iglesia de San Juan Bautista	Arquitectura	I	
	Fiestas tradicionales	Acervo cultural y popular	I	

	Leyenda el “Tayta Chimborazo”	Acervo cultural y popular	I	
	Leyenda “La paila de oro”	Acervo cultural y popular	I	
TOTAL:			10	

Realizado por: Andrade Willian, 2022

La hacienda Ganquis cuenta con dos atractivos de tipo natural, que son el río Ganquis y el cerro Ganquis, con jerarquía tipo I. la parroquia San Juan cuenta con 6 atractivos de tipo natural y 4 del tipo manifestaciones culturales dentro de las cuales está la Iglesia San Juan Bautista, fiestas tradicionales y leyendas.

4.1.2. Infraestructura de la parroquia

Dentro de la infraestructura se analizaron los principales componentes: Agua, sanidad, electricidad, transporte y telecomunicaciones.

4.1.2.1. Agua

El 100% de los asentamientos humanos dentro de la parroquia San Juan están abastecidos de agua para el consumo humano, se abastecen por tuberías y no se realiza un tratamiento previo del agua en el tanque de almacenamiento. El abastecimiento del agua para consumo humano y uso doméstico proviene de nueve fuentes hídricas (GAD San Juan, 202, p. 93).

A pesar de que la totalidad de asentamientos están dotados del servicio de agua, esta no cuenta con los tratamientos adecuados, para ser apta para el consumo humano, por lo que al consumirla genera un sin número de enfermedades.

4.1.2.2. Sanidad

En la parroquia San Juan se identificaron 32 asentamientos humanos de los cuales únicamente 9 cuentan con el servicio de alcantarillado, es decir las comunidades de Capilla Loma, Piscicaz Bajo, Calera Grande Pomalo, Calera Shobol pamba y los barrios San Vicente, Santa Marianita, barrio Central, San Francisco y Catarilla. En cuanto al manejo de desechos sólidos por parte de la parroquia, 23 asentamientos acceden a este servicio (GAD San Juan, 2020, p. 95).

4.1.2.3. Electricidad

De acuerdo a la última actualización del PDOT de la parroquia San Juan, de un total de 1816 viviendas únicamente 1660 tienen acceso al servicio de energía eléctrica, las viviendas que no disponen de energía eléctrica son a causa de la lejanía y la falta de vías de acceso (GAD San Juan, 2020, p. 94).

Tabla 3-4: Servicio eléctrico en la parroquia San Juan

SERVICIO ELÉCTRICO	PORCENTAJE
Red de empresa eléctrica de servicio público	94,6%
Panel solar	0,05%
Generador de luz (planta eléctrica)	0,30%
Otro	0,17%
No tiene	4,88%

Fuente: GAD San Juan, 2020

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.1.2.4. Transporte

La parroquia San Juan está conectada principalmente con las vías que unen al cantón Riobamba y cantón Guaranda, estas carreteras son de tipo asfalto, al igual que las vías que conectan con la cabecera parroquial.

Del total de 271,86 km que conforman la red vial perteneciente a la parroquia, el 57% de las vías son de tierra, incluyendo la vía que conduce a la Hacienda Ganquis.

La parroquia San Juan no cuenta con una línea directa de servicio de transporte, es por ello que para llegar a la parroquia se debe tomar un bus interprovincial en el terminal terrestre, de la flota

Bolívar, 10 de noviembre o Express Atenas que tiene su ruta hacia el cantón Guaranda, atravesando la parroquia y la zona de El Arenal.

La comunidad Ganquis no cuenta con servicio de transporte, por lo tanto, su acceso debe ser en carro particular o a su vez puede hacer uso del servicio de alquiler de camionetas.

4.1.2.5. Telecomunicaciones

La parroquia cuenta con el servicio de telefonía móvil en 27 comunidades, al servicio de telefonía fija acceden 19 comunidades, el servicio de radio lo disponen 29 comunidades y el de televisión 23. Otro de los servicios considerados en la actualidad como servicio básico es el de internet, servicio al cual únicamente pueden acceder 10 comunidades (GAD San Juan, 2020, p. 106).

4.1.3. Planta turística

Los servicios ofertados dentro de la parroquia como alimentación, guianza y alojamiento están a cargo de las comunidades mismos que son contratados por las operadoras de turismo, promoviendo el turismo comunitario.

La parroquia cuenta con infraestructura para las artesanías, se encuentran distribuidas en varias comunidades. Estos centros se dedican a la elaboración de prendas de vestir a base de lana y pelo de ovino y alpaca como ponchos, gorras, bufandas, suéteres, bolsos, guantes, entre otros, a su vez estos son comercializados a turistas nacionales y extranjeros que visitan la zona.

Dentro de la parroquia San Juan existe la Unión de Organizaciones Campesinas de San Juan (UCASAJ), esta organización que promueve el desarrollo de las comunidades miembros de esta unión, además se dedica a la comercialización de productos, plantas medicinales, hortalizas, artesanías, entre otros. Esta organización cuenta con el apoyo de la Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH).

Los establecimientos que prestan los servicios de hospedaje, alimentación y guianza dentro de la parroquia San Juan no se encuentran registrados en el catastro turístico.

Tabla 4-4: Oferta de Servicios de la Parroquia San Juan

NOMBRE	CLASIFICACIÓN	SERVICIO
Casa Cóndor	Centro de Turismo Comunitario	Hospedaje, Alimentación, Artesanías y Guianza
Chakana	Centro de Servicio Turístico	Hospedaje, Alimentación y Guianza
Tambohuasha	Centro de Servicio Turístico	Hospedaje, Alimentación y Guianza
Hostería San Juan Chimborazo	Hostería	Hospedaje
Doña Nachita	Cafetería	Alimentación
San Marcos	Hotel	Hospedaje
Tambo Pak Samay	Hotel	Hospedaje y Alimentación
Dream Garden Lodge	Lodge	Hospedaje
Casa de Campo Chimborazo	Refugio	Hospedaje
Panadería Cafetería Las Lomas	Cafetería	Alimentación

Fuente: GAD de la Provincia de Chimborazo, 2020

4.1.3.1. Servicios Complementarios

Como servicios complementarios a los ofertados por la parroquia tenemos los servicios que ofrece el cantón Riobamba, por ser la localidad más próxima a la parroquia, estos servicios se encuentran registrados en el catastro turístico de la ciudad.

Tabla 5-4: Servicio de Alojamiento del cantón Riobamba

CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	NÚMERO	PLAZA HABITACIONES	TOTAL DE CAMAS	TOTAL DE PLAZAS
Casa de huéspedes	Única	2	9	14	13
Hostal	1 estrellas	20	391	702	963
	2 estrellas	5	120	196	252
	3 estrellas	1	18	32	51
Hostería	3 estrellas	3	106	309	308

CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	NÚMERO	PLAZA HABITACIONES	TOTAL DE CAMAS	TOTAL DE PLAZAS
	4 estrellas	1	7	20	19
Hotel	2 estrellas	18	386	697	967
	3 estrellas	6	255	445	688
	4 estrellas	1	26	42	76
Refugios	Única	1	4	8	8
TOTAL		58	1322	2465	3345

Fuente: GAD de la Provincia de Chimborazo, 2020

Realizado por: Andrade Willian, 2022

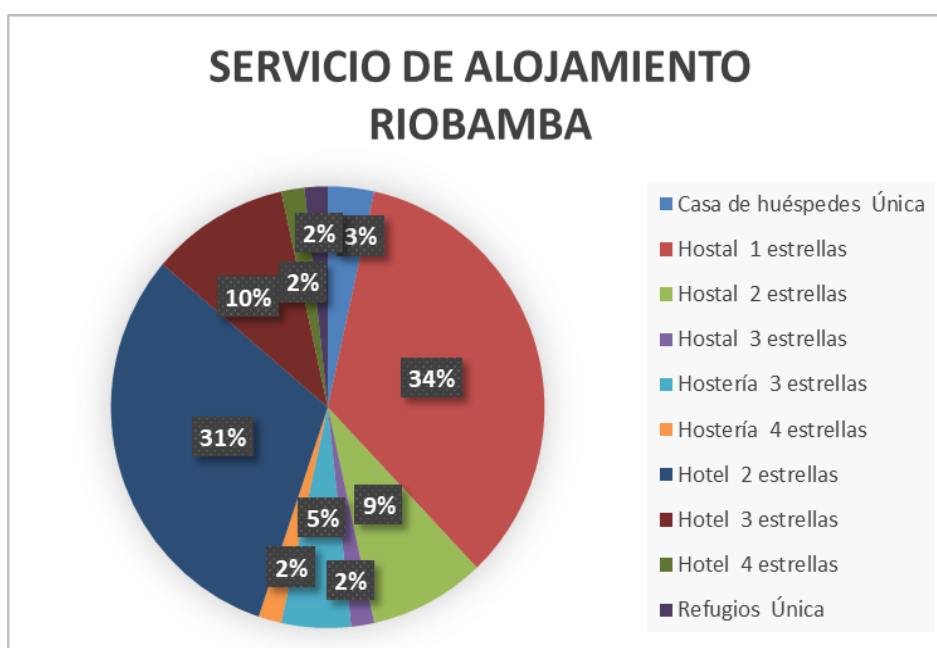


Gráfico 1-4. Servicios de alojamiento Riobamba

Realizado por: Andrade Willian, 2022

El cantón Riobamba cuenta con 58 establecimientos que brindan el servicio de alojamiento, entre los que se encuentran la casa de huéspedes de categoría única con el 3%, hostales de 1 estrella 34%, hostal 2 estrellas 9%, de 3 estrellas 2%, hosterías en categoría 3 estrellas 5% y en categoría 4 estrellas 2%, hoteles en categoría 2 estrellas 31%, 3 estrellas 10% y 4 estrellas 2%, y refugios en categoría única un 2%.

Tabla 6-4: Servicio de Operadoras turísticas del cantón Riobamba

CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	NÚMERO
Agencia de viajes dual	Agencia de viajes dual	9
Agencia de viajes internacional	Agencia de viajes internacional	17
Operador turístico	Operador turístico	17
TOTAL		43

Fuente: GAD de la Provincia de Chimborazo, 2020

Realizado por: Andrade Willian, 2022

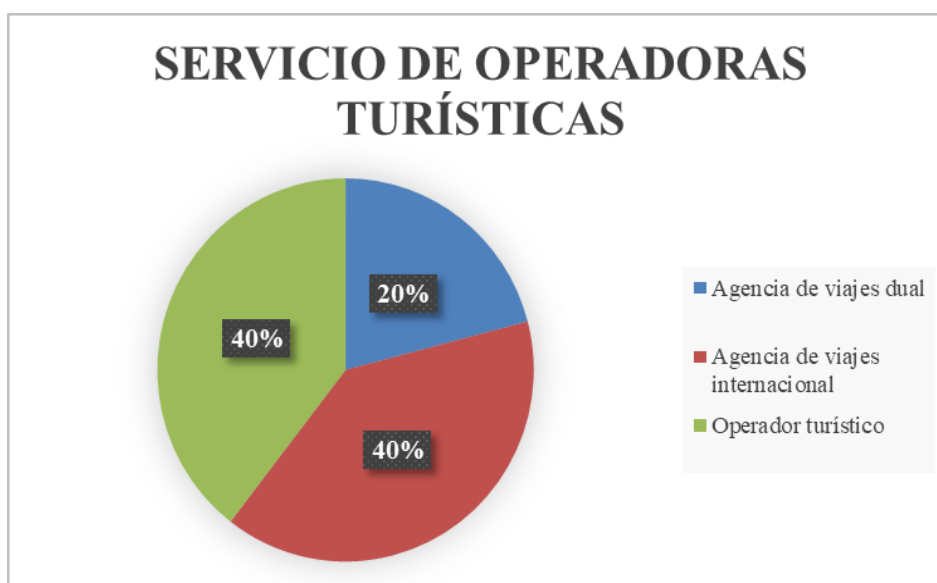


Gráfico 2-4. Servicio de operadoras turísticas

Realizado por: Andrade Willian, 2022

El servicio de operadoras turísticas en el cantón Riobamba es de 43 establecimientos, los servicios de tipo agencia de viajes y operador turístico son 17 cada uno es decir cada uno representa un 40%, y 9 agencias de viaje dual es decir representa el 20%.

Tabla 7-4: Servicio de guianza turísticas del cantón Riobamba

CATEGORÍA	NÚMERO
Guía local	35
Guía nacional	65
Guía nacional especializado en aventura	2
Guía nacional especializado en patrimonio	6
TOTAL	108

Fuente: GAD de la Provincia de Chimborazo, 2020

Realizado por: Andrade Willian, 2022

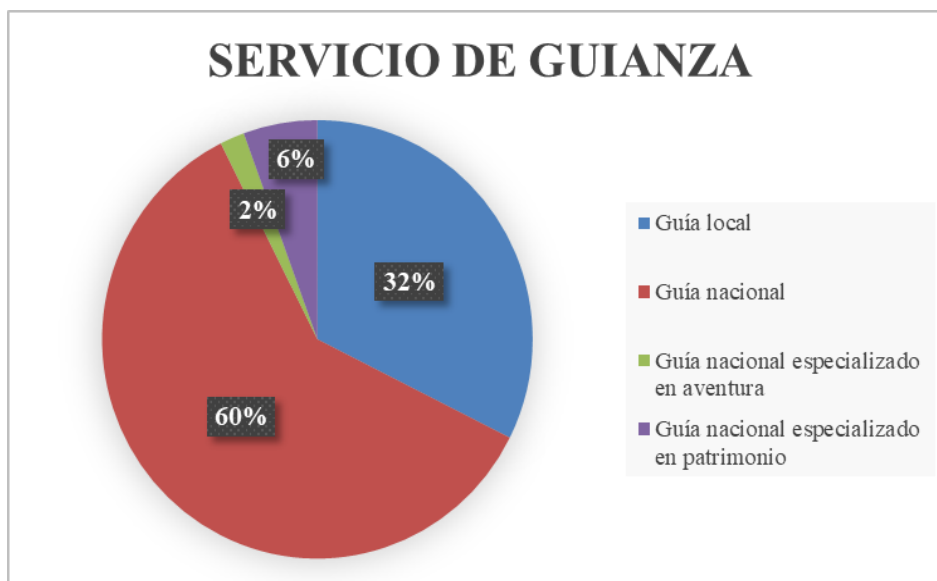


Gráfico 3-4. Servicio de guianza

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Los servicios de guianza del cantón están divididos en guía local, guía nacional, guía nacional especializado en aventura y guía nacional especializado en patrimonio con un total de 108.

4.1.4. Superestructura de la parroquia San Juan

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Juan está conformado por presidente, vicepresidente, vocales de educación, cultura y deporte, primer vocal de salud y vulnerables, segundo vocal de recursos naturales y producción, y, tercer vocal de vialidad y obras públicas

La junta parroquial rural es el órgano de gobierno de la parroquia rural. Estará integrado por los vocales elegidos por votación popular, de entre los cuales el más votado lo presidirá, con voto dirimente, de conformidad con lo previsto en la ley de la materia electoral. El segundo vocal más votado será el vicepresidente de la junta parroquial rural.

Atribuciones de la junta parroquial rural: A la junta parroquial rural le corresponde:

- a) Expedir acuerdos, resoluciones y normativa reglamentaria en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, conforme este Código;
- b) Aprobar el plan parroquial de desarrollo y el de ordenamiento territorial formulados participativamente con la acción del consejo parroquial de planificación y las instancias de participación, así como evaluar la ejecución;

- c) Aprobar u observar el presupuesto del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, que deberá guardar concordancia con el plan parroquial de desarrollo y con el de ordenamiento territorial; así como garantizar una participación ciudadana en la que estén representados los intereses colectivos de la parroquia rural, en el marco de la Constitución y la ley. De igual forma, aprobará u observará la liquidación presupuestaria del año inmediato anterior, con las respectivas reformas;
- d) Aprobar, a pedido del presidente de la junta parroquial rural, traspasos de partidas presupuestarias y reducciones de crédito, cuando las circunstancias lo ameriten;
- e) Impulsar la conformación de organizaciones de la población parroquial, tendientes a promover el fomento de la producción, la seguridad ciudadana, el mejoramiento del nivel de vida y el fomento de la cultura y el deporte;
- f) Promover y coordinar la colaboración de los moradores de la parroquia en mingas o cualquier otra forma de participación social para la realización de obras de interés comunitario;
- g) Designar, cuando corresponda, sus delegados en entidades, empresas u organismos colegiados;
- h) Emitir políticas que contribuyan al desarrollo de las culturas de la población de su circunscripción territorial, de acuerdo con las leyes sobre la materia; y,
- i) Las demás previstas en la Ley.

4.2. Estudio de mercado

4.2.1. Análisis de la demanda

Los datos obtenidos fueron los siguientes:

Tabla 8-4: Edad de los encuestados

EDADES	NÚMERO	PORCENTAJE
Menor de 15 años	2	0,5%
20-30 años	180	47,0%
31-40 años	94	24,8%
41-50 años	54	14,1%
51 o más años	51	13,6%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

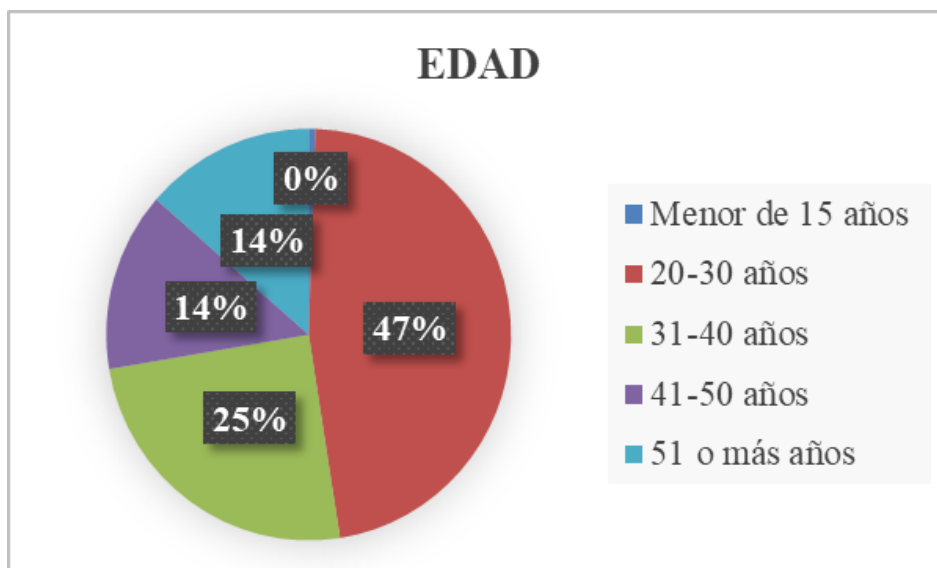


Gráfico 4-4. Edad de los encuestados

Realizado por: Andrade Willian, 2022

En la gráfica se puede observar que un 47% de los encuestados se encuentran en edades comprendidas de 20 a 30 años, seguido por un 24,8% en edades de 31 a 40 años, el grupo de 41 a 50 años representa un 14,1 %, al igual que el rango de 51 años a más tiene un 13,6%, por último, los menores de 15 años conforman un 0,5%.

Tabla 9-4: Género de los encuestados

GÉNERO	NÚMERO	PORCENTAJE
Masculino	226	59%
Femenino	154	40,70%
Otro	1	0,30%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

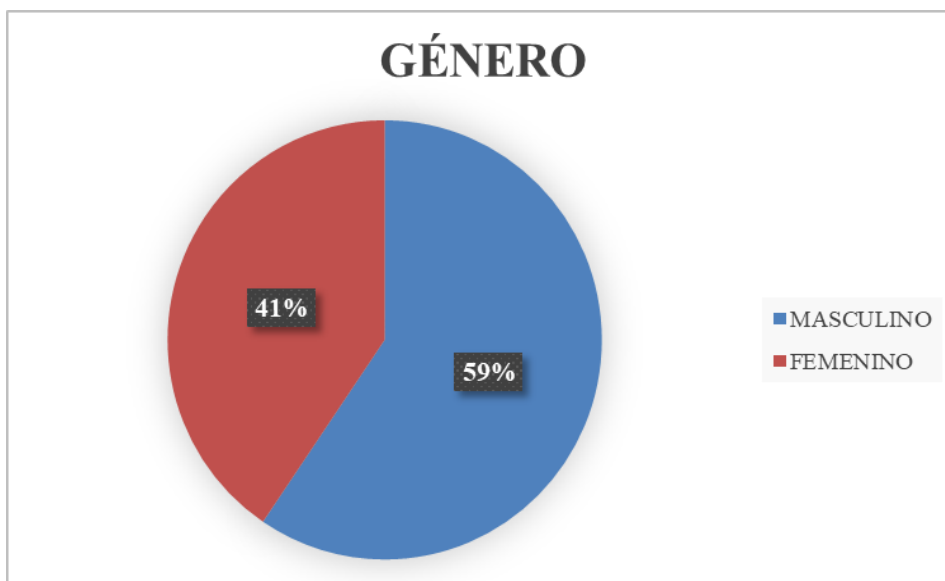


Gráfico 5-4. Género de los encuestados

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Un 59% de los encuestados son de género masculino, mientras que el femenino representa el 40,7% y un 0,30% se identifica con otro tipo de género.

Tabla 10-4: Estado civil de los encuestados

ESTADO CIVIL	NÚMERO	PORCENTAJE
Soltero/a	182	47,50%
Casado/a	125	33,20%
Divorciado/a	45	11,70%
Viudo/a	17	4,40%
Unión libre	12	3,10%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

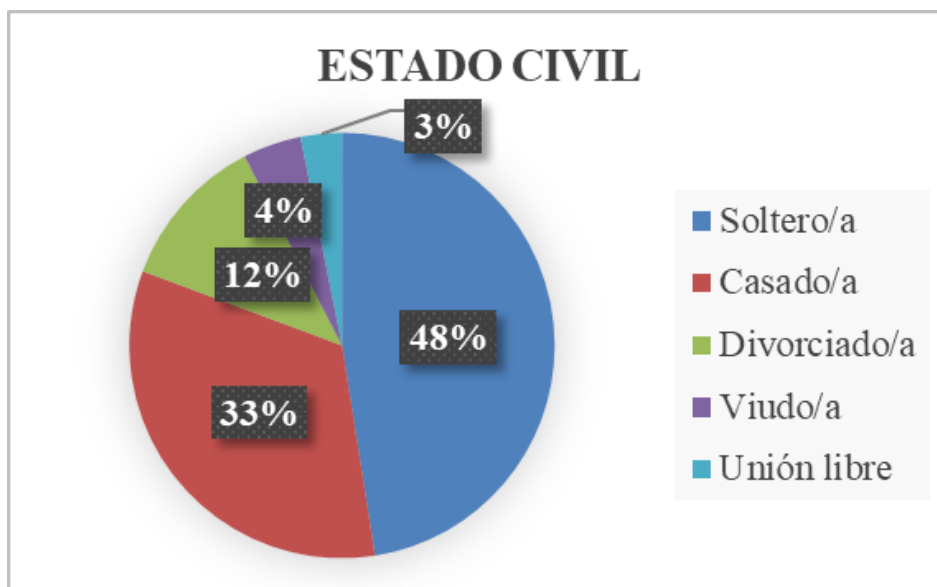


Gráfico 6-4. Estado civil de los encuestados

Realizado por: Andrade Willian, 2022

De la totalidad de encuestados el 48% su estado civil es soltero/a, seguido por un 33% de casados, 12% divorciados, un 4% viudos y un 3% mantiene unión libre.

Tabla 11-4: Situación laboral de los encuestados

ESTADO LABORAL	NÚMERO	PORCENTAJE
Estudiante	125	32,90%
Empleado público	113	30,02%
Jubilado	34	8,88%
Ama de casa	10	2,87%
Empleado privado	92	24,02%
Emprendimiento	4	1,04%
Desempleado	1	0,26%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

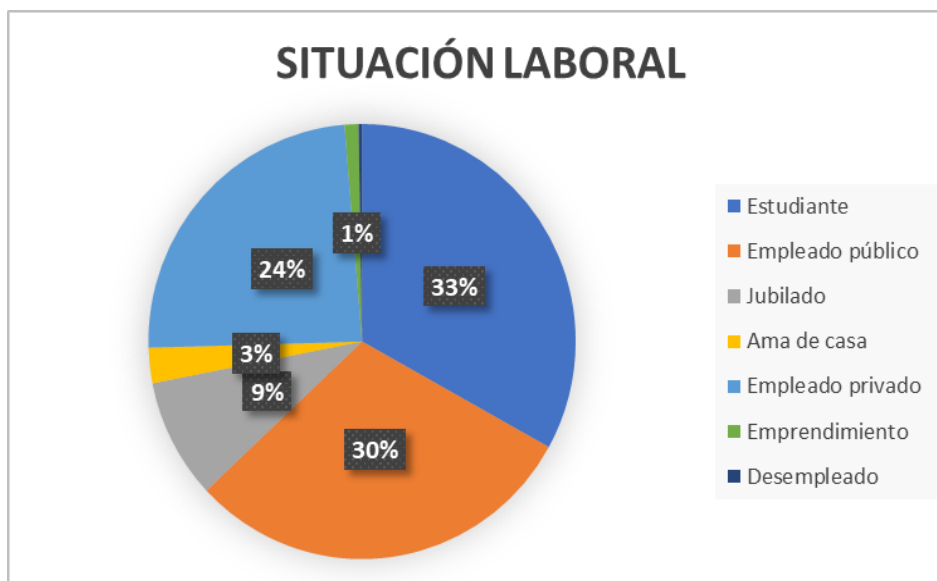


Gráfico 7-4. Estado laboral de los encuestados

Realizado por: Andrade Willian, 2022

El estado laboral que sobresale con un 33% son los estudiantes, seguido del 30% perteneciente a los empleados públicos, el 24% representan los empleados privados, el 9% siguiente son personas jubiladas, el 3% lo conforman las amas de casa y finalmente el 1% representado por los emprendedores.

Tabla 12-4: Personas con las que suele viajara el encuestado

PERSONAS CON LAS QUE SUELE VIAJAR	NÚMERO	PORCENTAJE
Solo	45	7,48%
Familia	328	54,49%
Pareja	92	15,28%
Amigos	136	22,59%
No viaje	1	0,17%
TOTAL	602	100,00%

Realizado por: Andrade Willian, 2022



Gráfico 8-4. Personas con las que viaja el encuestado

Realizado por: Andrade Willian, 2022

A los encuestados se les proporcionó la opción de indicar la persona o personas con las que generalmente realiza sus viajes de turismo, de esta forma tuvieron la opción de seleccionar una o más respuestas, manifiestan que mayormente viajan en compañía de su familia un 55%, con amigos un 23%, en pareja un 15%, además de que suelen viajar solos un 7%.

Tabla 13-4: Motivo de viaje del encuestado

MOTIVO DE VIAJE	NÚMERO	PORCENTAJE
Trabajo/Negocios	94	18,54%
Vacaciones	351	69,23%
Estudio	58	11,44%
Otra	4	0,79%
TOTAL	507	100,00%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

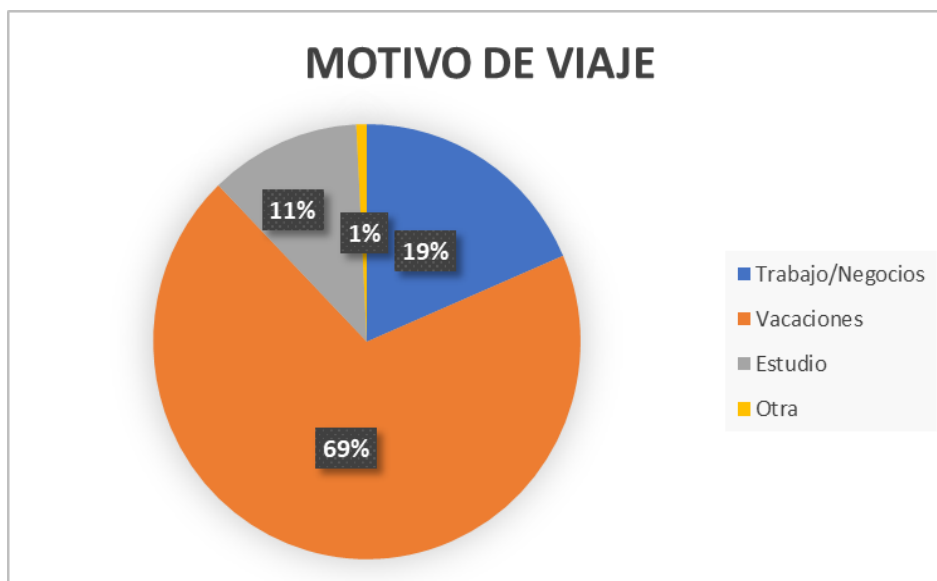


Gráfico 9-4. Motivo de viaje del encuestado

Realizado por: Andrade Willian, 2022

De igual forma que en la pregunta anterior los encuestados tuvieron la opción de seleccionar una o más respuestas, los encuestados manifiestan en un 69% que su motivo de viaje generalmente son vacaciones, seguido por viajes de trabajo o negocios en un 19%, continuando con el 11% de viajes por estudio y finalmente viajes por otras motivaciones como la salud en un 1%.

Tabla 14-4: Información turística que obtiene el encuestado

INFORMACIÓN TURÍSTICA	NÚMERO	PORCENTAJE
Redes Sociales	336	42,00%
Televisión	53	6,63%
Radio	27	3,38%
Puntos de información turística	70	8,75%
Amigos/familiares	299	37,38%
Otro	15	1,88%
TOTAL	800	100,00%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

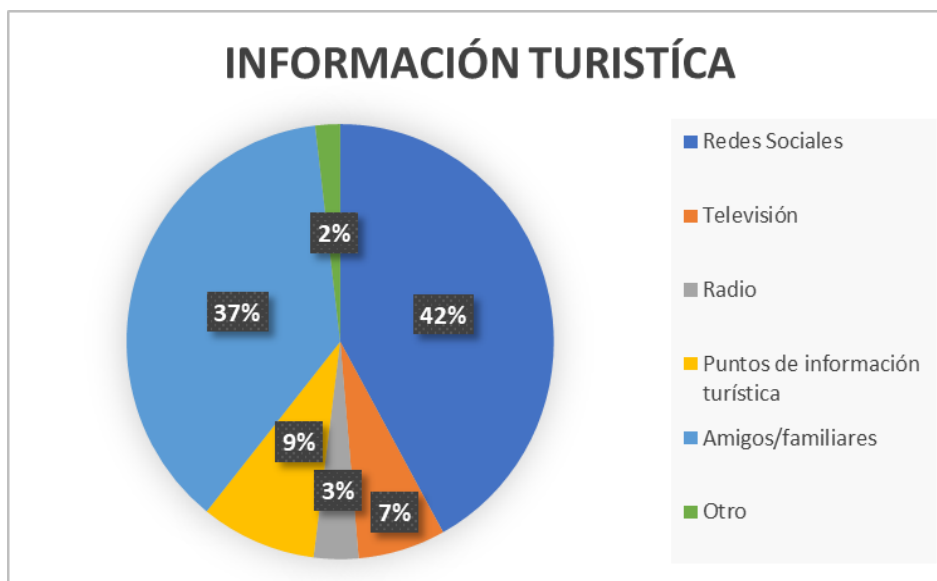


Gráfico 10-4. Información turística que obtiene el encuestado

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Los encuestados seleccionaron uno o varios medios a través de los cuales acceden a información turística, teniendo de esta forma como medio principal de información a las redes sociales con un 42%, seguido del 37% de información que les proporcionan amigos o familiares, algunos hacen uso de puntos de información turística en un 9%, otros lo hacen a través de televisión en un 7%, 3% por radio y otras plataformas digitales como booking y Google un 2%.

Tabla 15-4: Uso de agencias de viaje por parte del encuestado

USO DE AGENCIAS DE VIAJE	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	61	15,50%
No	320	84,50%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022



Gráfico 11-4. Uso de agencia de viajes por parte del encuestado

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Un total de 321 personas (84%) manifestaron que no hacen uso de agencias cuando realizan sus viajes y 16% restante si hace uso de agencias para organizar sus viajes.

Tabla 16-4: Interés del encuestado en la Hacienda Agroturística Ganquis

INTERÉS EN LA HACIENDA AGRO- TURÍSTICA EN LA PARROQUIA SAN JUAN	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	368	96,60%
No	13	3,40%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

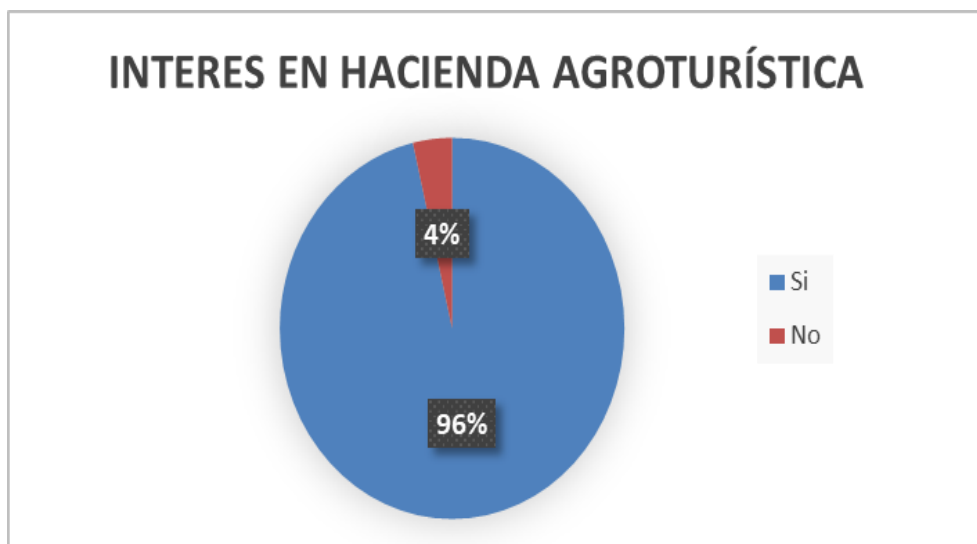


Gráfico 12-4. Interés del encuestado en la Hacienda Agroturística Ganquis

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Un 96% de los encuestados muestran interés por la implementación de una Hacienda Agroturística en la parroquia San Juan

Tabla 17-4: Actividades de interés para el encuestado

ACTIVIDADES DE INTERÉS EN LA HACIENDA GANQUIS	NÚMERO	PORCENTAJE
Cabalgatas	326	17,79%
Trekking o Excursionismo	236	12,88%
Fotografía turística	160	8,73%
Agroturismo	242	13,21%
Ciclismo	186	10,15%
Camping	272	14,85%
Pesca deportiva	236	12,88%
Avistamiento de aves	162	8,84%
Otros	12	0,66%
TOTAL	1832	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

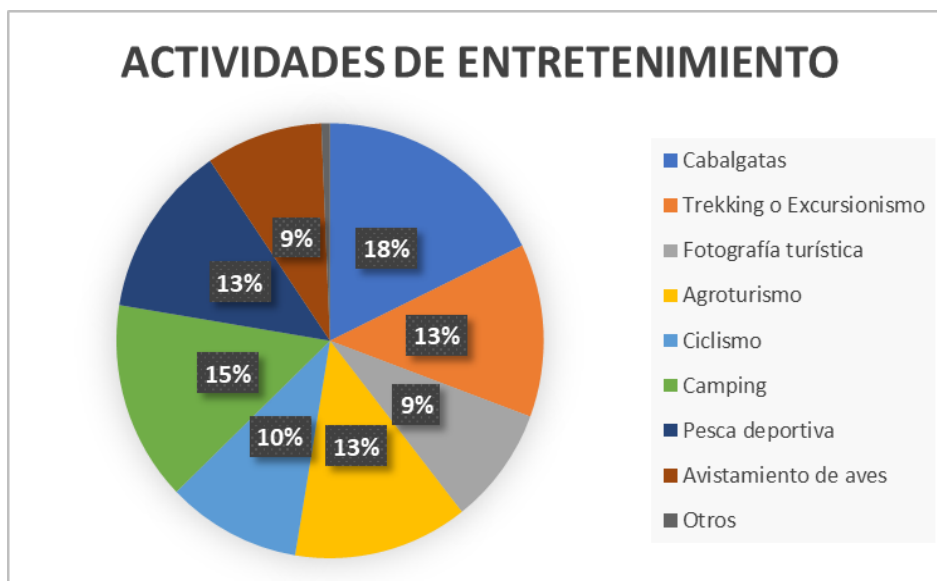


Gráfico 13-4. Actividades de interés para el encuestado

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Los encuestados pudieron seleccionar una o varias opciones de las actividades de entretenimiento que les gustaría realizar en la Hacienda Ganquis, la actividad preferida con un 18% fue la cabalgata, seguida por el camping con un 15%, actividades agroturísticas, trekking o excursionismo y pesca deportiva con un 13% cada una, ciclismo con un 10%, avistamiento de aves un 9%, fotografía turística un 9% y otro tipo de actividades donde manifestaron les gustaría disponer de una zona para realizar asados, preparar comida tradicional y glamping.

Tabla 18-4: Actividades relacionadas a la producción agroecológica para el encuestado

ACTIVIDADES RELACIONADAS A LA PRODUCCIÓN AGROECOLÓGICA	NÚMERO	PORCENTAJE
Caminatas por el sector y las parcelas agroturísticas	77	20,10%
Siembra de árboles y plantas nativas	30	7,40%
Degustar los productos cárnicos que ofrece la Hacienda	274	72,50%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

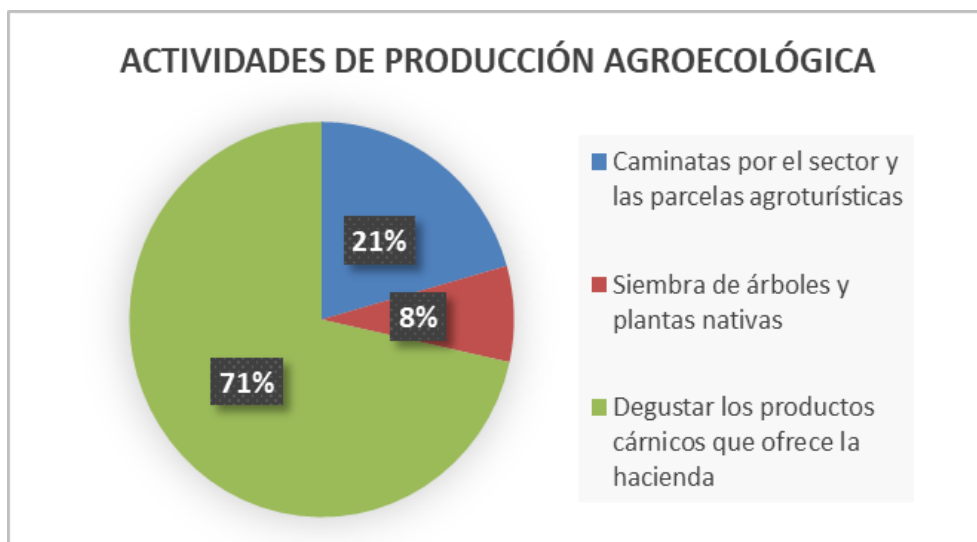


Gráfico 14-4. Actividades relacionadas a la producción agroecológica para el encuestado

Realizado por: Andrade Willian, 2022

El 71% de los encuestados mostraron interés por degustar los productos cárnicos que ofrece la Hacienda como parte de las actividades relacionadas con la producción agroecológica, el 21% le gustaría realizar caminatas por el sector y las parcelas agroturísticas y por último un 8% le gustaría sembrar árboles y plantas nativas.

Tabla 19-4: Servicios en la Hacienda Agroturística Ganquis para el encuestado

SERVICIOS EN LA HACIENDA AGROTURÍSTICA GANQUIS	NÚMERO	PORCENTAJE
Alimentación	360	37,46%
Hospedaje	345	35,90%
Tienda de venta de productos	253	26,33%
Otros	3	0,31%
TOTAL	961	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

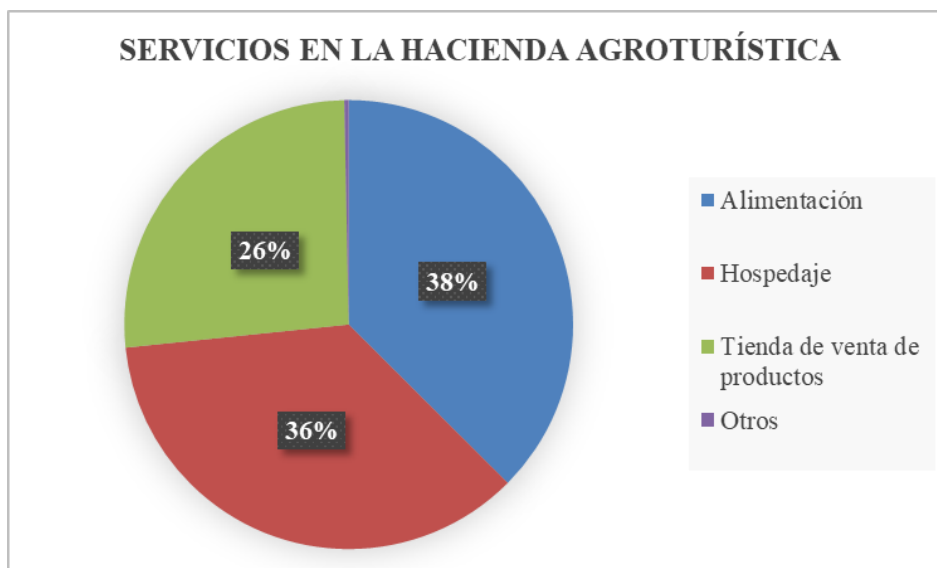


Gráfico 15-4. Servicios en la Hacienda Agroturística Ganquis para el encuestado

Realizado por: Andrade Willian, 2022

De igual forma los encuestados pudieron seleccionar uno o más servicios que les gustaría que existan en la Hacienda Agroturística Ganquis de la parroquia San Juan, donde mayormente les gustaría disponer del servicio de alimentación (38%), seguido por el servicio de hospedaje un 36% y un 26% una tienda de venta de productos, algunos indican que les gustaría otros servicios como historiadores, zona de camping.

Tabla 20-4: Disponibilidad del encuestado para la permanencia en la Hacienda Ganquis

DISPONIBILIDAD DE PERMANENCIA EN LA HACIENDA GANQUIS	NÚMERO	PORCENTAJE
1 día	120	31,90%
2 días	215	56,10%
Más de 3 días	46	12,00%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

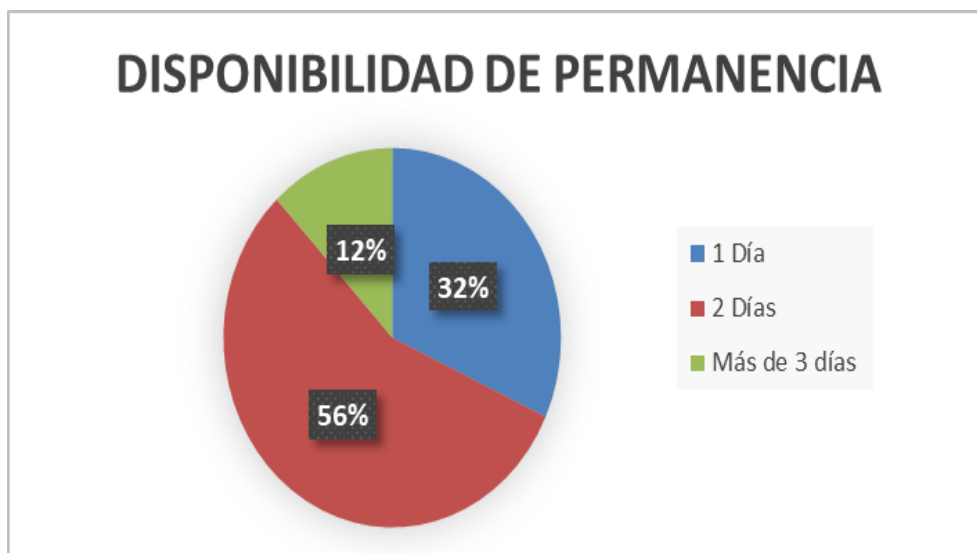


Gráfico 16-4. Disponibilidad del encuestado para la permanencia en la Hacienda Ganquis
Realizado por: Andrade Willian, 2022

Un 56% de los encuestados manifiestan que estarían dispuestos a permanecer 2 días en la Hacienda Ganquis ubicada en la parroquia San Juan, el 32% indicó que permanecerían 1 día y el 12% que les gustaría quedarse más de 3 días.

Tabla 21-4: Oferta de paquetes turísticos para los encuestados

OFERTA DE PAQUETES TURÍSTICOS	NÚMERO	PORCENTAJE
Individuales	33	8,70%
Para parejas	30	7,10%
Grupales (3 personas)	62	16,30%
Familiares (5 personas)	256	67,90%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

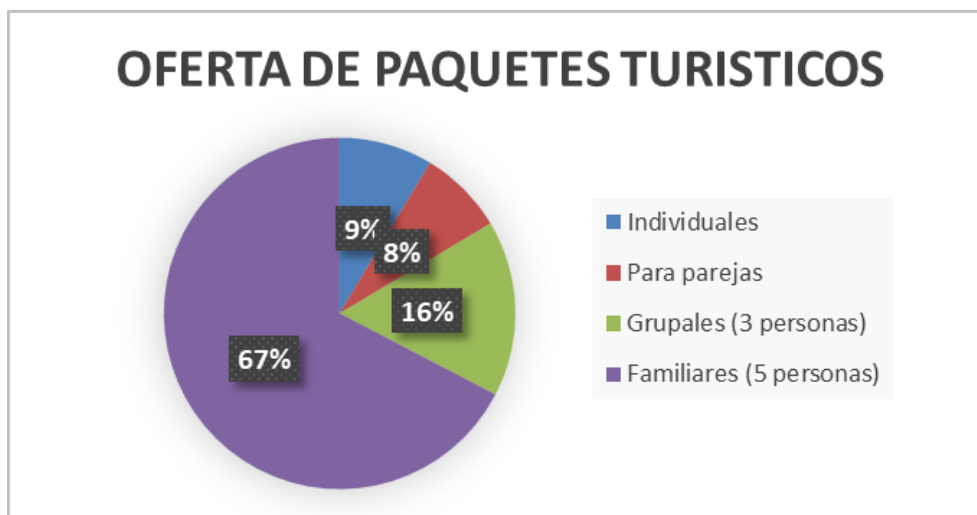


Gráfico 17-4. Oferta de paquetes turísticos para los encuestados

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Los encuestados manifestaron en 67% que les gustaría que se les oferta paquetes turísticos familiares es de decir para grupos de 5 personas, el 16% paquetes grupales para 3 personas, el 9% paquetes individuales y el 8% para parejas.

Tabla 22-4: Disponibilidad de pago por persona/día por servicios de la Hacienda Ganquis

PAGO POR PERSONA/DÍA POR SERVICIOS	NÚMERO	PORCENTAJE
25-30 USD	1	0,30%
30-35 USD	2	0,50%
40-50 USD	286	75,20%
50-60 USD	71	18,50%
60-70 USD	14	3,70%
Más de 70 USD	7	1,80%
TOTAL	381	100%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

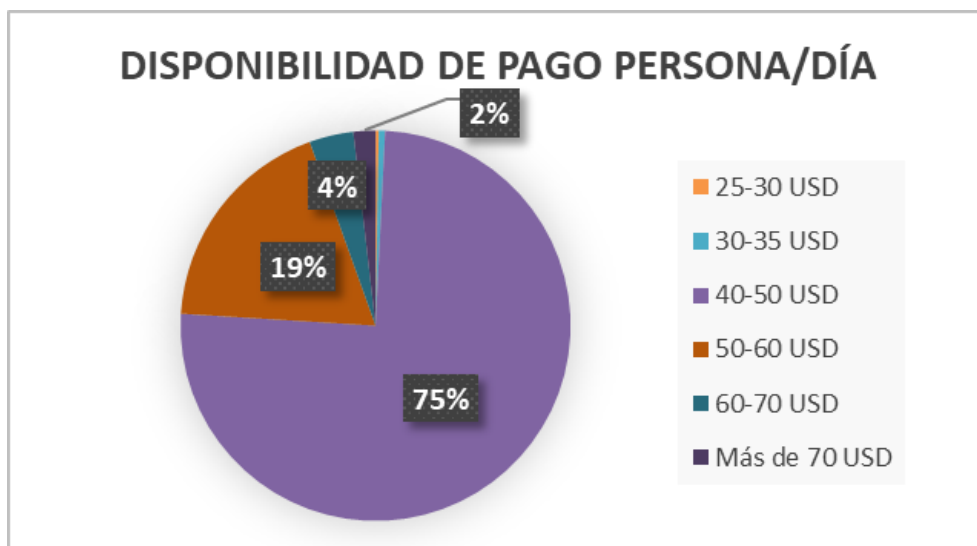


Gráfico 18-4. Disponibilidad de pago persona/día por servicios de la Hacienda Ganquis
Realizado por: Andrade Willian, 2022

En el supuesto de que la Hacienda Ganquis oferte los servicios de alimentación, guianza y hospedaje las personas están dispuestas a pagar por persona/día de 40 a 50 dólares un 75%, de 50 a 60 dólares un 19%, de 60 a 70 dólares un 4% y un 2% más de 70 dólares.

4.2.1.1. Perfil del turista

Tabla 23-4: Perfil del turista

No	PREGUNTA	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
1	Edad	20-30 años	47%
2	Género	Masculino	59%
3	Estado civil	Soltero/a	48%
4	Situación laboral	Estudiante	33%
5	Personas con las que suele viajar	Familia	55%
6	Motivo de viaje	Vacaciones	69%
7	Información turística	Redes sociales	42%
8	Uso de agencias de viaje	No	84%
9	Interés por hacienda agroturística	Si	96%
10	Actividades de interés	Cabalgata	18%
		Camping	15%
		Trekking, agroturismo, pesca deportiva	13%

No	PREGUNTA	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
11	Actividades de producción agroecológica	Degustación de productos cárnicos de la hacienda	71%
12	Servicios en la hacienda	Alimentación	38%
		Hospedaje	36%
13	Disponibilidad de permanencia	2 días	56%
14	Oferta de paquetes turísticos	Familiares (5 personas)	67%
15	Disponibilidad de pago persona/día	40 – 50 USD	75%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Los turistas mayormente son de género masculino (59%) en edades comprendidas entre 20 y 30 años (47%), de estado civil solteros (48%) y de profesión estudiantes (33%), generalmente suelen viajar en familia (55%), el 69% indica que su motivo principal de viajes es por vacaciones, obtienen información turística a través de redes sociales un 42% y un 84% no hacen uso de agencias de viaje para planificar sus vacaciones, el 96% muestran interés en el desarrollo de una hacienda agroturística, siendo las actividades de mayor interés las cabalgatas (18%), camping (15%), trekking, agroturismo y pesca deportiva con un 15% cada actividad, como actividades de producción agroecológica el 71% de los turistas manifestaron que les gustaría degustar los productos cárnicos producidos en la hacienda, en cuanto a los servicios que les gustaría que la hacienda disponga un 38% indicó el servicio de alimentación y un 36% el servicio de hospedaje, la disponibilidad de permanencia con un 56% en la hacienda es de 2 días, la oferta de paquetes turísticos que les gustaría recibir es familiar para 5 personas y la disponibilidad de pago por persona al día en un 75% es de 40 a 50 dólares.

4.2.1.2. Análisis de la competencia

Se analizó la oferta de servicios de características similares al producto que se pretende implementar, la provincia de Chimborazo ofrece los servicios de Haciendas turísticas, como se muestra a continuación:

Tabla 24-4: Oferta de Haciendas turísticas

NOMBRE	UBICACIÓN	SERVICIOS	CAPACIDAD	COSTOS
Hotel Hacienda Abraspungo	Se encuentra ubicada vía a Guano a 3 ½ kilómetros de la ciudad de Riobamba	La hacienda Abraspungo ofrece servicio de alojamiento, alimentación, cabalgata, hicking	70 personas	Sencilla Superior US \$ 93,00 por noche Doble Superior US \$ 130,00 por noche Doble Superior matrimonial US \$ 130,00 por noche Triple Superior US \$ 170,00 por noche
Chimborazo Lodge	Está ubicado a 4000 metros de altitud al pie del volcán Chimborazo	Ofrece actividades de montañismo, senderismo, ascensiones a media y alta montaña, excursiones, además, de actividades de alojamiento y restaurante, guías de montaña y naturalistas, porteadores, equipos técnicos de escalada y alquiler de equipo.	40 personas	Standard Simple US \$ 99,00 por noche Standard Doble US \$ 152,00 por noche Plus Simple US \$ 110 por noche Plus Doble US \$ 174 por noche Los niños 5 años o menos se pueden alojar por US \$30 por persona y noche al utilizar una cama existente.

NOMBRE	UBICACIÓN	SERVICIOS	CAPACIDAD	COSTOS
Hostería La Andaluza	Se encuentra ubicado en el km 16 de la comunidad Chuquipogio, en la panamericana E35 vía a Quito Riobamba	Ofrece servicios de cafetería, restaurante, bar, spa y eventos, alojamiento y alimentación.	50 personas	Doble Matrimonial US \$ 117,86 por noche Doble Twin US \$ 117,86 por noche Suite Matrimonial US \$ 151,79 por noche Habitación Individual US \$ 117,86 por noche Habitación Familiar US \$ 254,46 por noche Suite Presidencial US \$ 236,00 por noche

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.2.1.3. Proyección de la demanda

La demanda total del presente proyecto es la conformada por los turistas que visitaron la Reserva de producción Chimborazo durante el año 2021.

Demanda total: 91 441

De acuerdo al análisis de la demanda el proyecto presenta una aceptación del 96,60%, por lo tanto, la demanda potencial será la siguiente:

Demanda potencial: 91 441* 96%
Demanda potencial: 87 783

La parroquia San Juan no cuenta con un producto turístico con iguales características o similares, al presente proyecto, por lo tanto, la demanda insatisfecha es:

Demanda insatisfecha: 87 783 – 24 814
Demanda insatisfecha: 62 969

Se estima una captación de visitantes a la hacienda Ganquis del 25% debido a la inexistencia de productos o servicios turísticos similares en la parroquia.

Demanda objetiva: 62 969*25%
Demanda objetiva: 15 742

Tabla 25-4: Resumen demanda total, potencial, insatisfecha y objetiva

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	COMPETENCIA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA
0	87 783	24 814	62 969	15 742

Realizado por: Andrade Willian, 2022

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

Co= Demanda potencial (87 783)

i= índice de crecimiento poblacional anual (1,5%)

n= años a proyectarse (1-5)

Tabla 26-4: Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	COMPETENCIA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA
0	87 783	24 814	62 969	15 742
1	89 100	25 186	63 914	15 978
2	90 437	25 564	64 873	16 218
3	91 793	25 947	65 846	16 461
4	93 170	26 337	66 833	16 708
5	94 568	26 732	67 836	16 959

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.2.2. Análisis de la oferta

La oferta de servicios de la hacienda Ganquis actualmente, es la producción de carne tipo Grass fed y embutidos artesanales. Al año la hacienda comercializa aproximadamente 50 toneladas de carne.

4.2.3. Estrategias de mercado

Una vez definidas las actividades y paquetes turísticos que se ofertarán dentro de la Hacienda Ganquis, se procede a definir estrategias de comercialización para dar a conocer este producto.

La Hacienda Ganquis en la actualidad cuenta con un logotipo de la actividad a la cual se dedica, el mismo se muestra a continuación:



Figura 1-4. Logotipo actual Hacienda Ganquis

Realizado por: Andrade Willian, 2022

El logotipo para dar a conocer el producto agroturístico de la Hacienda Ganquis, mantiene la sobriedad del diseño original, y será el propuesto a continuación:



Figura 2-4. Prototipo logotipo Hacienda Agroturística Ganquis

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Nombre: se mantiene el nombre de Hacienda Ganquis, se añade el tipo de turismo a realizarse en la misma en este agroturismo, por lo tanto, se fija el nombre de “Hacienda Agroturística Ganquis”.

Slogan: no se ha definido un slogan como tal, se expresa únicamente el año desde el cual ha sido conformada como Hacienda. Además, se añadió la provincia y país a la que pertenece.


Imagen: la imagen busca conservar el aspecto de la actividad anterior de la Hacienda, debido a que su principal actividad es la ganadería, se resaltaron los animales representativos que son los toros, se colocó además una cabaña que representa a la infraestructura existente. El fondo es de color blanco y las imágenes son de color gris, resaltando el nombre del producto con letras en color negro.

Estrategias: debido a que la Hacienda Ganquis, ha sido conocida por su actividad, de producción de carne y embutidos, se aprovechará las plataformas digitales existentes para dar a conocer el producto agroturístico.

Se publicitará la hacienda Ganquis a través de las plataformas digitales, subiendo fotografías del lugar y de turistas disfrutando de las actividades que ofrece la hacienda al menos una vez por semana, creando ofertas para personas que visiten las plataformas.

Tabla 27-4: Estrategias de publicidad

TIPO DE PUBLICIDAD		FUNCIONAMIENTO	OBJETIVO	MERCADO OBJETIVO	IMAGEN
Redes sociales	Facebook	Se utilizará la plataforma conocida como Facebook para dar a conocer los productos y servicios ofertados por la Hacienda Ganquis, la página se actualizará constantemente, mostrando paquetes, promociones, visitas, entre otras noticias de interés para los posibles visitantes.	Captar turistas nacionales y extranjeros que utilizan esta plataforma.	Turistas nacionales y extranjeros que utilizan esta plataforma	
	Instagram	De igual forma se utilizará la plataforma Instagram, en donde se posteará contenido relacionado con las actividades turísticas que se realicen en la Hacienda, se mostrará ubicación, contactos y detalles de paquetes y promociones, esta plataforma se la actualizará constantemente para dar que los seguidores, puedan visualizar esta información			

TIPO DE PUBLICIDAD		FUNCIONAMIENTO	OBJETIVO	MERCADO OBJETIVO	IMAGEN
Material pop	Camisetas y souvenirs	Las camisetas que serán utilizadas por los trabajos, permitirán a los visitantes identificar el logo de la Hacienda Agroturística Ganquis. Se trata de una camiseta blanca con el logotipo de la Hacienda en el centro, es de tipo unisex.	Captar turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo.	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo.	

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Las estrategias de publicidad planteadas para el producto agroturístico consisten en pautar a través de redes sociales, como Facebook e Instagram, sacando provecho a las páginas existentes y con las cuales se dio a conocer a la hacienda; además, se plantea la propuesta de diseñar material pop, en este caso camisetas con el logotipo de la hacienda agroturística, para llegar a los turistas a través de la imagen.

4.2.4. Requerimientos del Área Comercial

Tabla 28-4: Rol de pagos talento humano área comercial

TALENTO HUMANO	CANTIDAD	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	APORTE PERSONAL 9,45%	APORTE PATRONAL 11,15%	MENSUAL	GASTO ANUAL
Guía	2	\$430,23	\$35,85	\$35,85	\$40,66	\$47,97	\$413,31	\$9.919,38
Recepcionista	1	\$428,32	\$35,69	\$35,69	\$40,48	\$47,76	\$411,47	\$4.937,67
Cocinero polivalente	1	\$429,59	\$35,80	\$35,80	\$40,60	\$47,90	\$412,69	\$4.952,31
Mesero/a bilingüe	1	\$428,32	\$35,69	\$35,69	\$40,48	\$47,76	\$411,47	\$4.937,67
Camarera/o	1	\$428,32	\$35,69	\$35,69	\$40,48	\$47,76	\$411,47	\$4.937,67

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Tabla 29-4: Requerimientos Área Comercial

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
TALENTO HUMANO			
Guía	2	\$ 430,23	\$ 9.919,38
Recepcionista	1	\$ 428,32	\$ 4.937,67
Cocinero polivalente	1	\$ 429,59	\$ 4.952,31
Mesero/a bilingüe	1	\$ 428,32	\$ 4.937,67
Camarera/o	1	\$ 428,32	\$ 4.937,67
Subtotal			\$ 29.684,72
ACTIVOS FIJOS			
BIENES MUEBLES			
Muebles y Enseres			
Mesas	5	\$ 50,00	\$ 250,00
Sillas	20	\$ 20,00	\$ 400,00
Bancos	5	\$ 12,00	\$ 60,00
Vitrinas	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Mostradores	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Subtotal			\$ 2.510,00
Máquinas y Equipos			
Carpas	5	\$ 165,00	\$ 825,00
Cañas de pescar	10	\$ 45,00	\$ 450,00
Monturas	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
Equipo de cocina (cocina, refrigerador, microondas, vajilla, ollas, sartenes, cubiertos)	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Subtotal			\$ 12.275,00
Equipo de computo			
Computadora	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Subtotal			\$ 900,00
BIENES INMUEBLES			
Terreno			
Terreno	10000	\$ 8,00	\$ 80.000,00
Subtotal			\$ 80.000,00
Construcciones y Edificaciones			

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Área de parqueadero	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Baterías sanitarias	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Bar – Restaurante	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Área de comercialización de productos (Tienda)	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Subtotal			\$ 32.500,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
Capacitación	4 (trimestral)	\$ 200,00	\$ 800,00
Subtotal			\$ 800,00
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD			
Publicidad redes sociales	1	\$ 30,00	\$ 300,00
Material Pop (sublimados uniformes)	30	\$ 5,00	\$ 150,00
Subtotal			\$ 450,00
OTROS			
Productos de limpieza	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Extintores	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Subtotal			\$ 560,00
TOTAL:			\$159.319,72

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.3. Diseño técnico del producto agroturístico

4.3.1.1. Tamaño del proyecto

Tabla 30-4: Capacidad operativa del proyecto

AÑO	DEMANDA												
	OBJETIVA ANUAL	SEM	EST	RE	TRI	MES	TRE	MES	QUI	NCE	SEM	ANA	DÍA
0	15 742		7 871			3 936		1 312		605		303	43
1	15 978		7 989			3 995		1 332		615		307	44
2	16 218		8 109			4 055		1 352		624		312	44
3	16 461		8 231			4 115		1 372		633		317	45
4	16 708		8 354			4 177		1 392		643		321	46
5	16 959		8 479			4 240		1 413		652		326	46

Realizado por: Andrade Willian, 2022

La demanda objetiva para el primer año del producto agroturístico es de 15 978 turistas, se entiende, que se deberían atender a 44 personas por día, considerando que se brindará atención los días sábados y domingos, la hacienda agroturística atendería a 44 personas, lo que significa una demanda objetivo del 28,46%.

4.3.2. Capacidad aparente por cliente

Tabla 31-4: Proyección consumo aparente

AÑO	CLIENTES ANUALES	SEMESTRAL	MENSUAL	SEMANAL	DIARIA
0	6 728	3 364	449	129	18
1	6 829	3 415	455	131	19
2	7 036	3 518	469	135	19
3	7 357	3 678	490	141	20
4	7 808	3 904	521	150	21

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Se determinó el consumo aparente del producto agroturístico, teniendo como resultado para el año 0 un total de 6 728 visitantes al año, con una demanda diaria de 18 personas; mientras que para el cuarto año se espera una demanda anual de 7 808 visitantes al año.

Se elaboró el diseño técnico del producto agroturístico para la Hacienda Ganquis, en función de la infraestructura existente.

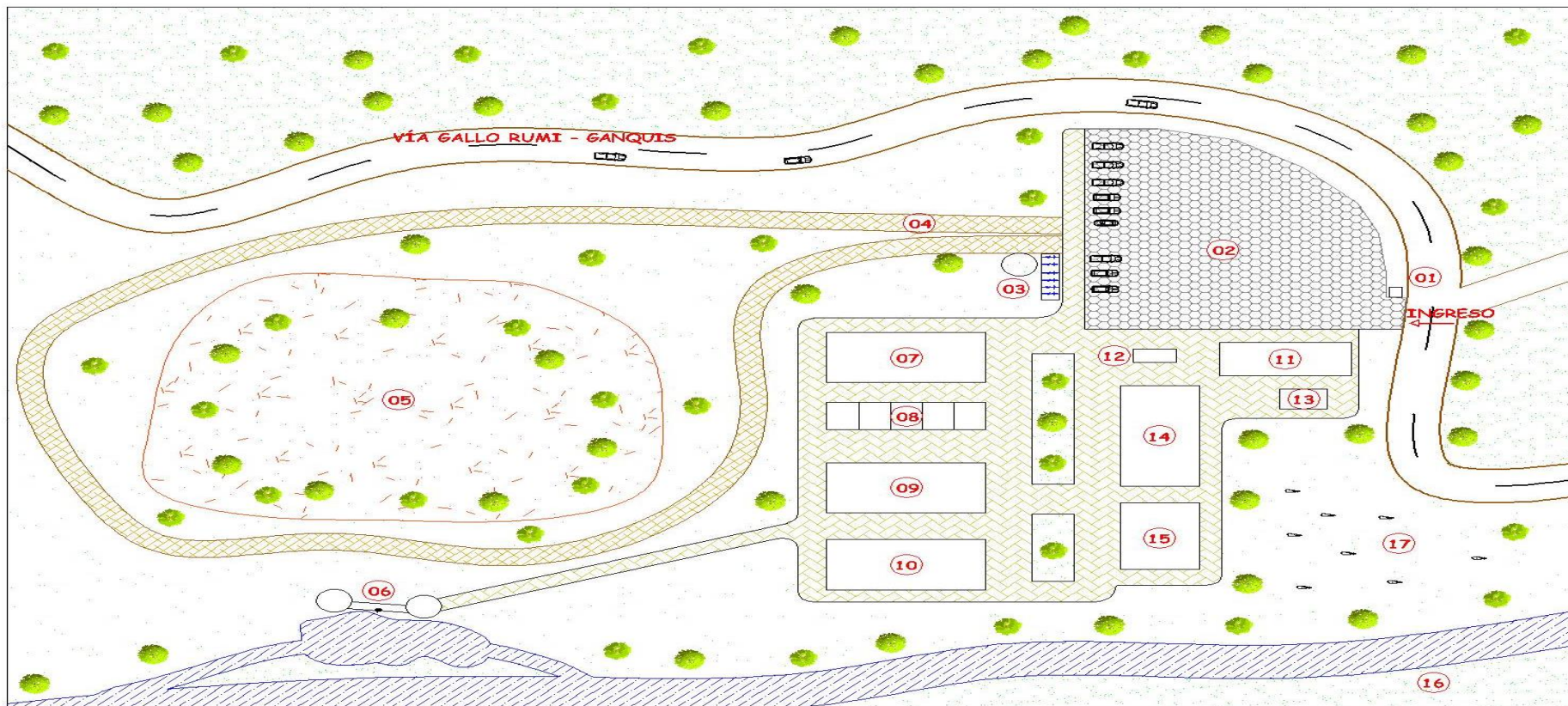


Figura 3-4. Diseño de la Infraestructura de la Hacienda Ganquis

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Tabla 32-4: Cuadro de leyenda Diseño de Infraestructura de la Hacienda Ganquis

CUADRO DE LEYENDA	
1	Garita de guardia
2	Parqueadero
3	Estación de Bicicletas
4	Ciclo ruta
5	Área de campamento
6	Zona de pesca
7	Bar – Restaurant
8	Zona BBQ
9	Cabañas Bloque A
10	Cabañas Bloque B
11	Oficinas, Área administrativa, primeros auxilios
12	Baterías sanitarias
13	Casa de empleados
14	Caballerías
15	Área de almacenamiento
16	Río Ganquis
17	Áreas verdes y potreros

Realizado por: Andrade Willian, 2022

La hacienda dispondrá elementos que facilitarán y mejorarán la estadía de sus visitantes, con la implementación de equipos y la adecuación de las instalaciones de la Hacienda Ganquis.

- **Garita de guardia:** la garita para guardia será el punto de identificación para los turistas que desean acceder a la Hacienda Agroturística, además, de que proporcionará seguridad a los mismos.
- **Parqueadero:** el parqueadero será de uso exclusivo para los visitantes.
- **Estación de bicicletas:** para las personas que disfrutan de este deporte, y aman la naturaleza se pondrá a disposición un parqueadero de bicicletas
- **Ciclo ruta:** se diseñó una ruta ciclística como parte de los servicios ofertados por la Hacienda
- **Área de campamento:** el área de campamento estará disponible para los turistas que deseen pernoctar en carpas, disfrutando de la naturaleza y el paisaje.
- **Zona de pesca:** la zona de pesca está destinada para la actividad de pesca deportiva que ofrece la Hacienda.

- **Bar Restaurante:** dentro del bar restaurante los turistas podrán disfrutar de la gastronomía tradicional de zona y la provincia, además de bebidas tradicionales y especiales para el clima.
- **Zona BBQ:** la zona BBQ, estará disponible para los turistas que deseen preparar sus alimentos, a partir de los productos cárnicos que ofrece la hacienda.
- **Cabañas Bloque A y B:** las cabañas están destinadas para los turistas que harán uso del servicio de alojamiento ofertado por la hacienda, estas estarán dispuestas en dos bloques que se les denominará Bloque A y Bloque B.
- **Oficinas, Área Administrativa, Primeros Auxilios:** se adecuarán oficinas destinadas para el área administrativa, además se implementará un lugar que brinde primeros auxilios a los turistas y personal que labora en la hacienda en el caso de requerir atención médica básica.
- **Baterías sanitarias:** las baterías sanitarias estarán a disposición de los turistas que visitan la Hacienda Ganquis.
- **Casa de empleados:** es el lugar destinado para que los trabajadores vivan y realicen sus actividades personales.
- **Caballerías:** debido a que la hacienda ofrece el servicio de cabalgatas, se contará con una infraestructura destinada especialmente para los animales.
- **Área de almacenamiento:** es el área destinada para guardar y almacenar materiales, implementos, herramientas, entre otros equipos necesarios para realizar las actividades de la Hacienda.
- **Río Ganquis:** el río Ganquis se encuentra dentro de la hacienda, por lo que lleva el mismo nombre, este atractivo de tipo natural permitirá a los visitantes disfrutar de la naturaleza.
- **Áreas verdes y potreros:** el potrero está destinado al ganado existente en la propiedad, y los espacios verdes son áreas que pueden ser utilizadas por los visitantes.

4.3.3. Requerimientos del área productiva

Se considera el personal necesario para las diversas áreas de la Hacienda Ganquis, los sueldos y salarios fijados son acorde a la tabla de remuneraciones sectoriales para el año 2021 del Ecuador, se analiza el costo mensual y anual.

Tabla 33-4: Rol de pagos talento humano área productiva

TALENTO HUMANO	CANTIDAD	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	APORTE PERSONAL 9,45%	APORTE PATRONAL 11,15%	MENSUAL	GASTO ANUAL
Encargado de vigilancia y seguridad	1	\$ 427,47	\$ 35,62	\$ 35,62	\$ 40,40	\$ 47,66	\$ 410,66	\$ 4.927,87
Trabajador de producción	1	\$ 433,16	\$ 36,10	\$ 36,10	\$ 40,93	\$ 48,30	\$ 416,12	\$ 4.993,47
Personal de jardinería	2	\$ 426,49	\$ 35,54	\$ 35,54	\$ 40,30	\$ 47,55	\$ 409,71	\$ 9.833,15
Personal de limpieza	2	\$ 427,89	\$ 35,66	\$ 35,66	\$ 40,44	\$ 47,71	\$ 411,06	\$ 9.865,43
Instructor de cabalgata y granja	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 40,16	\$ 47,39	\$ 408,28	\$ 4.899,40

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Tabla 34-4: Talento Humano requerido para operación de la Hacienda Ganquis

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
TALENTO HUMANO			
Encargado de vigilancia y seguridad	1	\$ 427,47	\$ 4.927,87
Trabajador de producción	1	\$ 433,16	\$ 4.993,47
Personal de jardinería	2	\$ 426,49	\$ 9.833,15
Personal de limpieza	2	\$ 427,89	\$ 9.865,43
Instructor de cabalgata y granja	1	\$ 425,00	\$ 4.899,40
Subtotal			\$ 34.519,33
ACTIVOS FIJOS			
BIENES MUEBLES			
Materiales e Insumos			
Escobas	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Trapeadores	10	\$ 3,50	\$ 35,00
Recogedores	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Fundas de basura	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Guantes	30	\$ 1,25	\$ 37,50
Desinfectantes	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Alcohol	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Perchas	4	\$ 45,00	\$ 180,00
Cajoneras	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Moscas	25	\$ 0,50	\$ 12,50
Indumentaria guardia de seguridad y trabajadores	15	\$ 30,00	\$ 450,00
Subtotal			\$ 705,00
Maquinaria y Equipo			
Rastrillo	12	\$ 6,00	\$ 72,00
Palas y azadones	24	\$ 12,00	\$ 288,00
Carreterillas	6	\$ 10,00	\$ 60,00
Podadora	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Subtotal			\$ 1.120,00
Muebles y enseres			
Mesas de comedor	10	\$ 700,00	\$ 7.000,00
Manteles	10	\$ 25,00	\$ 250,00

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Sillas de comedor	40	\$ 10,00	\$ 400,00
Camas	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
Colchones	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Juego de sábanas y cubre colchón	5	\$ 55,00	\$ 275,00
Almohadas	15	\$ 8,00	\$ 120,00
Silla	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Escritorio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Contenedores de basura	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Estación de Bicicletas	1	\$ 270,00	\$ 270,00
Subtotal			\$ 10.265,00
BIENES INMUEBLES			
Terreno			
Terreno	8000	\$ 8,00	\$ 64.000,00
Subtotal			\$ 64.000,00
Construcciones y Edificaciones			
Cabañas	2	\$ 25.000,00	\$ 50.000,00
Zona BBQ	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00
Piscina para pesca	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Garita de seguridad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Ciclo ruta	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Área de camping	3900	\$ 12,00	\$ 46.800,00
Caballerizas	3000	\$ 12,00	\$ 36.000,00
Área de almacenamiento	500	\$ 12,00	\$ 6.000,00
Casa de empleados	300	\$ 12,00	\$ 3.600,00
Área de alimentación	300	\$ 12,00	\$ 3.600,00
Subtotal			\$152.100,00
OTROS			
Señalización informativa (señales indicativas como flechas entre otros, rótulos nombres de áreas)	30	\$ 10,00	\$ 300,00
Subtotal			\$ 300,00
TOTAL:			\$263.009,33

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.3.4. Estructura de paquetes agroturísticos

De acuerdo con la disponibilidad de tiempo de los turistas para quedarse en la Hacienda Ganquis, se definieron paquetes con diversas actividades, en el caso de no adquirir el paquete completo.

Las actividades definidas en los paquetes se establecieron de acuerdo a las preferencias de los encuestados y el costo del paquete será por persona por día.

A continuación, se muestran 3 paquetes, el primero diseñado con actividades para ser realizadas en 1 día y dos paquetes que muestran actividades a realizar en 2 días, con diferentes opciones para pernoctar en la Hacienda.

Tabla 35-4: Paquete No 1

PAQUETE No 01		
	Grado de dificultad: Fácil	Duración: 1 día
HORA	ACTIVIDADES	COSTO
08:30	Salida de la ciudad de Riobamba hacia la parroquia San Juan	
09:00	Llegada de los turistas a la hacienda Ganquis	
09:30	Recorrido ciclístico	\$1,50
12:00	Fotografía turística	\$ 1,50
12:30	Almuerzo	\$ 3,00
14:00	Caminata por el sector	\$ -
15:00	Siembra de árboles	\$1,50
16:00	Alimentación de animales de granja (caballos)	\$1,50
17:00	Visita tienda de productos Hacienda	\$ -
18:00	Fogata y leyendas tradicionales	\$ -
18:30	Salida de la hacienda Ganquis	
Precio Bruto		\$ 9,00
Ganancia 15%		\$ 1,35
IVA 12%		\$ 1,24
Pecio Neto		\$ 11,59
Precio de Venta		\$ 12,00
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrada a la hacienda ● Áreas verdes ● Parqueadero y estación de bicicletas 	

No Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ● Comidas y bebidas extras ● Ropa de montaña ● Gastos adicionales por compra de souvenirs, entre otros
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> ● Documentos personales para identificación y registro ● Certificado de vacunación contra COVID 19 ● Ropa cómoda y abrigada ● Cámara fotográfica

Realizado por: Andrade Willian, 2022

El paquete N 1 está formado por actividades que se pueden realizar en un día, y el costo por persona es de \$ 12,00 dólares incluido IVA, las actividades inician a las 9:30 de la mañana con un recorrido ciclístico por la hacienda Ganquis, el tiempo destinado para esta actividad es de una hora y media, se continua con la actividad de fotografía turística a las 12 del día la actividad tendrá una duración de media hora, a las 12:30 se ha programado el almuerzo, para continuar con una caminata por el sector a las 14:00, está caminata tiene una duración de 1 hora, por lo tanto, a las 15:00 se continua con la actividad de siembra de árboles de igual forma esta actividad tendrá una duración de una hora, a las 17:00 los turistas podrán visitar la tienda de venta de productos de la hacienda, finalmente a las 18:00 horas se realizará una fogata en donde se contarán leyendas tradicionales, esta actividad no tiene una duración establecida.

Tabla 36-4: Paquete No 2

PAQUETE No 02			
	Grado de dificultad: Medio	Duración: 2 días	
HORA	ACTIVIDADES	COSTO	
08:30	Salida de la ciudad de Riobamba hacia la parroquia San Juan		
09:00	Llegada de los turistas a la hacienda Ganquis		
Día 1	09:30	Recorrido ciclístico	\$ 1,50
	12:30	Fotografía turística	\$ 1,50
	13:00	Pesca deportiva	\$ 4,00
	14:00	Almuerzo	\$ 3,00
	15:30	Siembra de árboles y plantas nativas	\$ 1,50
	17:00	Cabalgata	\$ 5,00
	18:00	Armado de carpas	\$ 5,00
	19:00	Fogata y leyendas tradicionales	\$ -
	21:00	Descanso	\$ -

Día 2	07:30	Desayuno	\$ 2,50
	09:00	Trekking (cerro Ganquis)	\$ 8,00
	11:30	Avistamiento de aves	\$ -
	12:30	Visita al río Ganquis	\$ -
	13:30	Parrillada en área BBQ	\$ -
	16:30	Alimentación de animales de granja	\$ 1,50
	17:30	Visita tienda de productos de la Hacienda	\$ -
18:30	Salida de la hacienda Ganquis		
Precio Bruto			\$ 31,50
Ganancia 15%			\$ 4,73
IVA 12%			\$ 4,35
Precio Neto			\$ 40,58
Precio de Venta			\$ 41,00
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrada a la hacienda ● Áreas verdes ● Parqueadero y estación de bicicletas 		
No Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ● Comidas y bebidas extras ● Ropa de montaña ● Gastos adicionales por compra de souvenirs, entre otros ● Alimentos para parrillada en zona BBQ 		
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> ● Documentos personales para identificación y registro ● Certificado de vacunación contra COVID 19 ● Ropa cómoda y abrigada ● Cámara fotográfica ● Carpas 		

Realizado por: Andrade Willian, 2022

El paquete N 2 consta de actividades para ser realizadas en dos días, dentro de este paquete se ofrece la opción de dormir en carpas, el costo por persona es de \$ 41,00 dólares, las actividades inician a las 9:30 de la mañana con un recorrido ciclístico por la hacienda Ganquis, el tiempo destinado para esta actividad es de una hora y media, se continua con la actividad de fotografía turística a las 12 del día la actividad tendrá una duración de media hora, a las 13:00 se continua con la actividad de pesca deportiva, se ha programado el almuerzo a las 14:00, para continuar a las 15:30 con la siembra de árboles de igual forma esta actividad tendrá una duración de una hora, a las 16:30 los turistas podrán disfrutar de una cabalgata por la hacienda, finalmente a las 18:00 horas se procede con el armado de carpas y posteriormente se realizará una fogata en donde se

contarán leyendas tradicionales, está actividad no tiene una duración establecida, todo esto se llevará a cabo en el primer día. Las actividades del siguiente día inician a las 7:30 de la mañana con el desayuno, a las 9:00 se continua con la actividad de Trekking en el cerro Ganquis, está actividad tendrá una duración de dos horas y media, se continúa con la actividad de avistamiento de aves a las 11:30, está actividad tendrá una duración de una hora, a las 12:30 los turistas visitarán el río Ganquis, a las 13:30 se realizará una parrillada por lo que se prevé una duración de 3 horas para luego continuar con la actividad de alimentación de animales de granja que tendrá una duración de una hora, finalmente a las 17:30 podrán visitar la tienda de productos de la hacienda Ganquis.

Tabla 37-4: Paquete No 3

PAQUETE No 03			
Grado de dificultad: Medio		Duración: 2 días	
HORA	ACTIVIDADES	COSTO	
08:30	Salida de la ciudad de Riobamba hacia la parroquia San Juan		
09:00	Llegada de los turistas a la hacienda Ganquis		
Día 1	09:30	Recorrido ciclístico	\$ 1,50
	12:30	Fotografía turística	\$ 1,50
	13:00	Pesca deportiva	\$ 4,00
	14:00	Almuerzo	\$ 3,00
	15:30	Siembra de árboles y plantas nativas	\$ 1,50
	17:00	Cabalgata	\$ 5,00
	18:00	Registro en cabañas e instalación en habitaciones	\$ 15,00
	19:00	Fogata y leyendas tradicionales	\$ -
	21:00	Descanso	\$ -
Día 2	07:30	Desayuno	\$ 2,50
	09:00	Trekking (cerro Ganquis)	\$ 8,00
	11:30	Avistamiento de aves	\$ -
	12:30	Visita al río Ganquis	\$ -
	13:30	Parrillada en área BBQ	\$ -
	16:30	Alimentación de animales de granja	\$ 1,50
	17:30	Visita tienda de productos de la Hacienda	\$ -
18:30	Salida de la hacienda Ganquis		
Precio Bruto		\$ 41,50	
Ganancia 15%		\$ 6,23	

IVA 12%		\$ 5,73
Pecio Neto		\$ 53,46
Precio de Venta		\$ 54,00
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrada a la hacienda ● Áreas verdes ● Parqueadero y estación de bicicletas 	
No Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ● Comidas y bebidas extras ● Ropa de montaña ● Gastos adicionales por compra de souvenirs, entre otros ● Alimentos para parrillada en zona BBQ 	
Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> ● Documentos personales para identificación y registro ● Certificado de vacunación contra COVID 19 ● Ropa cómoda y abrigada ● Cámara fotográfica 	

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Por último, el paquete N 3, consta de actividades para ser realizadas en dos días, en esta opción se ofrece el servicio de alojamiento en las cabañas de la hacienda, por lo tanto, el costo por persona es de \$ 54,00 dólares, las actividades inician a las 9:30 de la mañana con un recorrido ciclístico por la hacienda Ganquis, el tiempo destinado para esta actividad es de una hora y media, se continua con la actividad de fotografía turística a las 12 del día la actividad tendrá una duración de media hora, a las 13:00 se continua con la actividad de pesca deportiva, se ha programado el almuerzo a las 14:00, para continuar a las 15:30 con la siembra de árboles de igual forma esta actividad tendrá una duración de una hora, a las 16:30 los turistas podrán disfrutar de una cabalgata por la hacienda, finalmente a las 18:00 horas se procede con el registro en las cabañas e instalación en las habitaciones, posteriormente se realizará una fogata en donde se contarán leyendas tradicionales, esta actividad no tiene una duración establecida, todo esto se llevará a cabo en el primer día. Las actividades del siguiente día inician a las 7:30 de la mañana con el desayuno, a las 9:00 se continua con la actividad de Trekking en el cerro Ganquis, esta actividad tendrá una duración de dos horas y media, se continúa con la actividad de avistamiento de aves a las 11:30, esta actividad tendrá una duración de una hora, a las 12:30 los turistas visitarán el río Ganquis, a las 13:30 se realizará una parrillada por lo que se prevé una duración de 3 horas para luego continuar con la actividad de alimentación de animales de granja que tendrá una duración de una hora, finalmente a las 17:30 podrán visitar la tienda de productos de la hacienda Ganquis

4.3.5. Análisis de Costos

El análisis de costos permitió conocer el valor por paquete que se oferta dentro de la Hacienda Agroturística Ganquis, de acuerdo al análisis de la demanda, se establecieron grupos de hasta 5 personas.

Tabla 38-4: Análisis de costos

RANGOS POR PAX						
	CANTIDAD	VALOR POR PAX	Individual 1	Parejas 2	Grupal 3	Familiar 5
Costos Generales						
Guianza	1	\$10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$10,00	\$ 10,00
Total costos generales			\$ 10,00	\$ 10,00	\$10,00	\$ 10,00
Costos individuales por PAX						
Desayuno	1	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Cabalgatas	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Trekking	2	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Fotografía turística	1	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Camping	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Pesca deportiva	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Avistamiento de aves	1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ciclismo	1	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Hospedaje	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$15,00	\$ 15,00
Almuerzo	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Total costos individuales por PAX			\$ 45,50	\$ 45,50	\$45,50	\$ 45,50
Costos totales						
Costos generales			\$ 10,00	\$ 5,00	\$ 3,33	\$ 2,00
Costos individuales por PAX			\$ 45,50	\$ 45,50	\$45,50	\$ 45,50

Costo Total			\$ 55,50	\$ 50,50	\$48,53	\$ 47,50
Gastos de administración (10%)			\$ 5,55	\$ 5,05	\$ 4,85	\$ 4,75
Gastos de depreciación (5%)			\$ 2,78	\$ 2,53	\$ 2,43	\$ 2,38
Precio bruto			\$ 63,83	\$ 58,08	\$55,81	\$ 54,63
Utilidad 15%			\$ 9,57	\$ 8,71	\$ 8,37	\$ 8,19
Precio neto			\$ 73,40	\$ 66,79	\$64,18	\$ 62,82
			\$ 74,00	\$ 67,00	\$65,00	\$ 63,00

Realizado por: Andrade Willian, 2022

El costo del producto turístico por persona tendrá un valor de \$ 74,00 dólares, si se adquiere el paquete en pareja el valor será de \$ 67,00 dólares por persona, en el caso de grupos (3 personas) en valor por persona es de \$ 65,00 dólares, finalmente si se trata del paquete familiar (5 personas) el valor por persona será de \$ 63,00 dólares.

4.4. Estudio administrativo legal

La Hacienda Ganquis actualmente está conformada como una hacienda ganadera, dedicada a la producción de cortes finos de carne. Su propietario es el Sr. Santiago Andrade, cuenta con una extensión de 200 hectáreas.

4.4.1. Fundamentación legal

Tabla 39-4: Análisis legal

LEY	ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN
Constitución de la República del Ecuador	Artículo 74	“Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan un buen vivir”
	Artículo 395 del segundo capítulo sobre Biodiversidad y Recursos Naturales	Hace referencia a que el Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación,

		ejecución y control de toda actividad que genera impactos ambientales
Reglamento turístico	Artículo 12 literal c2	Define a las haciendas turísticas como los establecimientos que ofrecen alojamiento turístico, cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje, está ubicado dentro de parajes naturales. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculados con la comunidad local; permite el contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar servicios complementarios
Reglamento general de la actividad turística	Sección 7. Art. 31.- Complejos vacacionales.	Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.
Ley de economía popular y solidaria	Sección 1 de las Organizaciones del Sector Comunitario, en el artículo 15	El conjunto de organizaciones vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la ley

Fuente: Asamblea Nacional del Ecuador 2008, Ministerio de Turismo, 2016, p. 9, Asamblea Nacional del Ecuador, 2011

La hacienda Ganquis se constituirá como una empresa privada tipo sociedad anónima, y bajo el Reglamento General de Actividades turísticas del Ecuador se ubicará como un complejo vacacional.

4.4.2. Requisitos legales

Para la constitución de la empresa se necesita realizar los siguientes trámites:

a) Registro único del contribuyente

- Formulario RUC lleno con los datos de la compañía.
- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Original y copia del nombramiento del representante legal de la compañía.
- Original y copia de la cedula de ciudadanía del representante legal.
- Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

b) Patente municipal

- Formulario de patente de actividades económicas (Son 2 y se debe comprar en la ventanilla de venta de especies valoradas N 14: \$2.00).
- Original y copia de la cedula y papeleta de votación.
- Original y copia del RUC.
- Copia permiso de cuerpo de bomberos.
- Copia del acta de Constitución de la empresa.
- Copia de la carta del impuesto predial del local donde funciona el negocio.
- En caso de inscripción para obtener la patente para personas jurídicas por primera vez, deben presentar:
 - Formulario de declaración de patentes, original y copia. 190
 - Escritura de constitución de la compañía original y copia.
 - Original y copia de la resolución de la superintendencia de compañías.
 - Copia de la cedula de ciudadanía.

c) Permiso sanitario

- Categorización (locales nuevos) otorgado por el área de control sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

4.4.3. Organigrama

Se presenta a continuación el organigrama funcional para la Hacienda Ganquis.

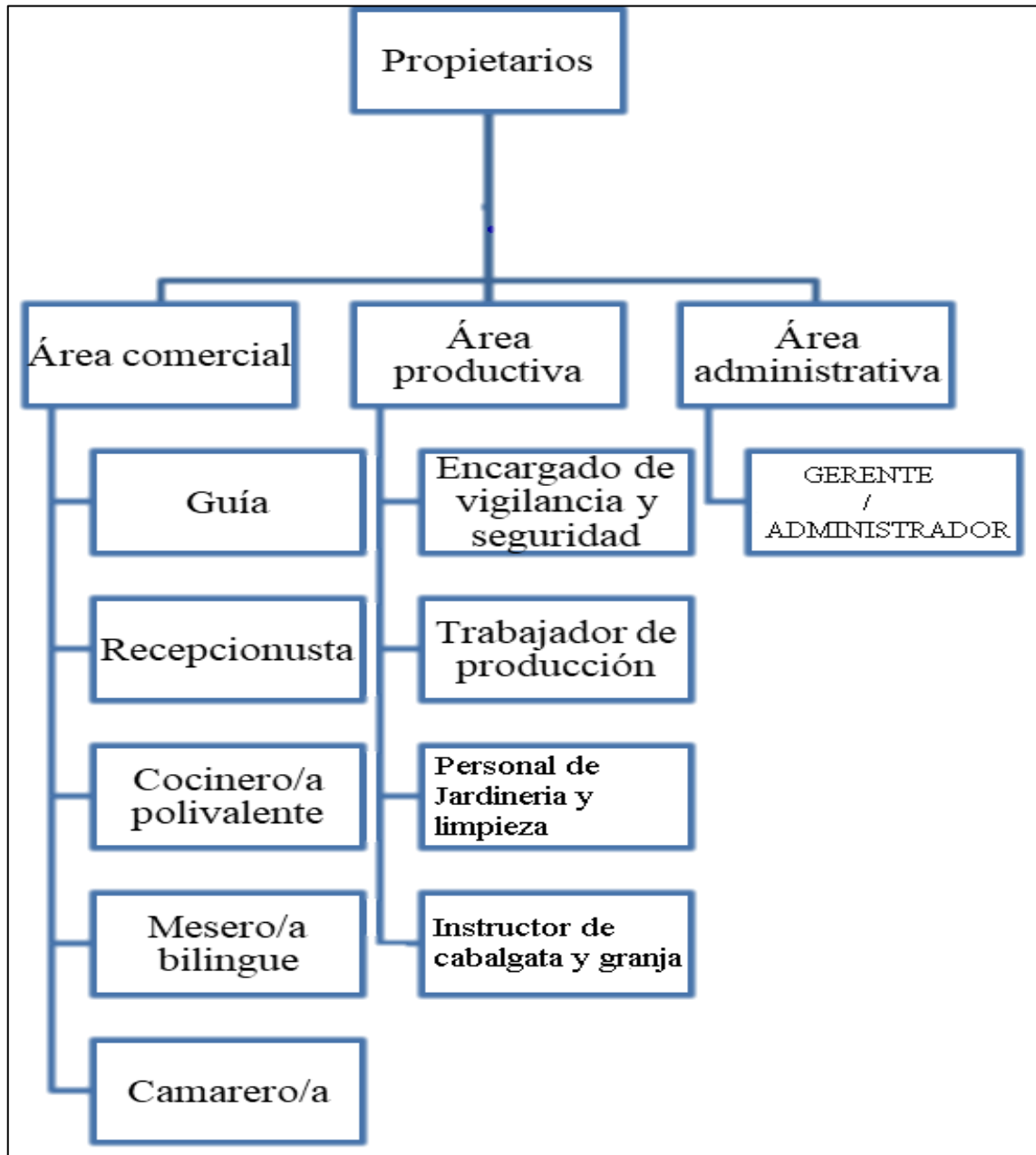


Figura 4-4. Organigrama funcional de la Hacienda Ganquis

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.4.4. Manual de cargos y funciones

Una vez definido el organigrama funcional, se procede a determinar el perfil de las funciones que deben desempeñar los trabajadores dentro de la Hacienda Ganquis.

Tabla 40-4: Funciones y Requerimientos del personal de la Hacienda Ganquis

GERENTE
Funciones: Será el encargado de elaborar informes, oficios y documentos necesarios para la operación de la Hacienda Ganquis, mantener una relación pertinente con subalternos y autoridades superiores, controlar el correcto funcionamiento de las operaciones de la hacienda y coordinar las actividades que se llevarán a cabo con los propietarios de la hacienda.
Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de gerente deberá contar con un título de tercer nivel o cuarto nivel y experiencia en cargos similares, y conocer sobre las operaciones que realiza la hacienda, actividades de turismo y contabilidad.
ADMINISTRADOR
Funciones: Es la persona encargada del correcto cumplimiento de las actividades y operaciones de la Hacienda Ganquis.
Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de secretaria deberá contar con un título de tercer nivel o cuarto nivel y experiencia en cargos similares, y conocer sobre las operaciones que realiza la hacienda, actividades de turismo y contabilidad.
SECRETARIA
Funciones: Será la encargada de elaborar informes, oficios y documentos necesarios para la Hacienda Ganquis, mantener una relación pertinente con subalternos y autoridades superiores, recibir, registrar, emitir, archivar y emitir correspondencia y documentación de la hacienda bajo previa revisión y autorización.
Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de secretaria deberá contar con un título de tercer nivel o experiencia en cargos similares, y conocer sobre las operaciones que realiza la hacienda, actividades de turismo y contabilidad.
CONTADOR/A:
Funciones: Será la encargada de elaborar informes, oficios y documentos necesarios para llevar de forma correcta las finanzas de la Hacienda Ganquis, deberá mantener una relación pertinente con subalternos y autoridades superiores, recibir, registrar, emitir, archivar y emitir documentaciones contables de la hacienda bajo previa revisión y autorización.
Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de secretaria deberá contar con un título de tercer nivel relacionado a las áreas administrativas, banca o finanzas y/o experiencia en cargos similares, y conocer sobre las operaciones que realiza la hacienda, actividades de turismo y contabilidad.
ENCARGADO DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA:
Funciones: Es el encargado de proporcionar vigilancia, protección y seguridad a los turistas que visitan la hacienda Ganquis, además deberá tomar las medidas de bioseguridad al ingreso a la hacienda.

Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de secretaria deberá contar con un título mínimo de bachiller o experiencia en cargos similares, y conocer sobre las operaciones que realiza la hacienda, conocimiento sobre seguridad, protección y vigilancia.

TRABAJADORES:

Funciones: Serán los encargados de las actividades de ganadería, alimentación y cuidado de los animales de la hacienda, entre otras actividades de relevancia para el cuidado y mantenimiento de los espacios de la hacienda.

Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de trabajadores u operarios, deberá contar con un título mínimo de bachiller o experiencia en cargos similares, conocer sobre actividades de ganadería, jardinería, limpieza entre otros.

GUÍA:

Funciones: Será el encargado de brindar el servicio de guianza a los turistas que visitan la hacienda, dará a conocer tradiciones, leyendas, e información sobre los atractivos existentes en el lugar.

Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de guía deberá contar con un título de tercer nivel o experiencia en cargos similares, conocer la zona, dominar el idioma inglés y kichwa.

RECEPCIONISTA:

Funciones: Es la persona encargada de recibir a los turistas que desean hospedarse en la Hacienda Ganquis, registrarlos y asignarles una habitación, además debe mantener una relación pertinente con subalternos y autoridades superiores, recibir, registrar, emitir, archivar y emitir correspondencia y documentación de la hacienda bajo previa revisión y autorización.

Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de recepcionista deberá contar con un título de tercer nivel en áreas administrativas o experiencia en cargos similares, y conocer sobre las operaciones que realiza la hacienda, actividades de hotelería y turismo, contabilidad, atención al cliente.

COCINERO/A:

Funciones: Será el encargado/a de preparar los alimentos y bebidas que se servirán en la Hacienda Ganquis.

Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de secretaria deberá contar con un título de tercer nivel como chef o experiencia en cargos similares, y conocer sobre las operaciones que realiza la hacienda, alimentación, atención al cliente, preparación de alimentos.

MESERO/A:

Funciones: Es la persona encargada de brindar el servicio a los turistas que visiten el restaurant de la Hacienda Ganquis,

Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de mesero/a deberá contar con un título mínimo de bachiller o experiencia en cargos similares, y conocer sobre las operaciones que

realiza la hacienda, actividades de turismo, mesero polivalente, atención al cliente, de preferencia que sepa el idioma inglés.

CAMARERO/A:

Funciones: Será la encargada de mantener las habitaciones acondicionadas para que puedan ser utilizadas por los huéspedes de la Hacienda Ganquis, deberá encargarse de la limpieza y orden de las habitaciones.

Requerimientos: Para poder cumplir con el cargo de camarera/o deberá contar con un título mínimo de bachiller o experiencia en cargos similares, y conocer sobre las operaciones que realiza la hacienda, hotelería y turismo.

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.4.5. Requerimientos del área administrativa

Tabla 41-4: Requerimientos del área administrativa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
TALENTO HUMANO			
Gerente	1	\$ 418,06	\$ 4.819,40
Administrador	1	\$ 443,72	\$ 5.115,20
Secretaria/o	1	\$ 407,76	\$ 4.700,66
Contador/a	1	\$ 414,11	\$ 4.773,86
Subtotal:			\$ 19.409,12
ACTIVOS FIJOS			
BIENES MUEBLES			
Muebles y enseres			
Escritorios	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
Sillas para escritorios	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Archivadores	5	\$ 180,00	\$ 900,00
Sillas	3	\$ 90,00	\$ 270,00
Subtotal:			\$ 2.670,00
Equipo de computo			
Computadora	4	\$ 650,00	\$ 2.600,00
Impresora	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Subtotal:			\$ 3.100,00
Suministros de oficina			
Resma de papel	4	\$ 30,00	\$ 120,00

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Grapadora	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Perforadora	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Carpetas archivadoras	30	\$ 2,00	\$ 60,00
Esferos	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Grampas	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Calculadora	4	\$ 12,00	\$ 48,00
Subtotal:			\$ 280,00
BIENES INMUEBLES			
Terreno			
Terreno	2000	\$ 8,00	\$ 16.000,00
Subtotal			\$ 16.000,00
Construcciones y Edificaciones			
Área Administrativa	2000	\$ 12,00	\$ 24.000,00
Subtotal:			\$ 24.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
Patentes y permisos (Permiso MINTUR, Bomberos y Municipal)		\$ 250,00	\$ 250,00
Subtotal:			\$ 250,00
OTROS			
Servicios básicos			
Agua	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Luz	1	\$ 25,00	\$ 300,00
Teléfono	1	\$ 15,00	\$ 180,00
Internet	1	\$ 40,00	\$ 480,00
Subtotal:			\$ 1.320,00
TOTAL			\$ 67.029,12

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.5. Estudio económico financiero para la implementación del producto agroturístico

4.5.1. Evaluación económica

4.5.1.1. Inversión

Tabla 42-4: Inversión del proyecto agroturístico

INVERSIONES	
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN
ACTIVOS FIJOS	\$401.720,00
Terreno	\$160.000,00
Construcciones y Edificaciones	\$208.600,00
Maquinaria y Equipos	\$ 13.395,00
Equipo de computo	\$ 4.000,00
Muebles y Enseres	\$ 15.445,00
Suministro de oficina	\$ 280,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.230,00
Capacitación	\$ 800,00
Patentes y Permisos	\$ 250,00
Gasto Publicidad	\$ 180,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 88.668,16
Sueldos y Salarios	\$ 83.613,16
Materiales e Insumos	\$ 935,00
Servicios Básicos	\$ 1.320,00
Contingencias	\$ 2.500,00
Otros	\$ 300,00
TOTAL	\$ 491.618,16

Realizado por: Andrade Willian, 2022

De acuerdo con el análisis realizado se estima una inversión de \$ 491.618,16 dólares para la implementación y ejecución del producto agroturístico.

4.5.1.2. Fuentes de financiamiento - cálculo del pago de la deuda

Tabla 43-4: Fuentes de financiamiento

FUENTES			
DESCRIPCIÓN	USOS	RECURSOS PROPIOS	FINANCIAMIENTO
ACTIVOS FIJOS	\$401.720,00	\$213.600,00	\$188.120,00
Terreno	\$160.000,00	\$160.000,00	
Construcciones y Edificaciones	\$208.600,00	\$ 53.600,00	\$155.000,00
Maquinaria y Equipos	\$ 13.395,00		\$ 13.395,00
Equipo de computo	\$ 4.000,00		\$ 4.000,00
Muebles y Enseres	\$ 15.445,00		\$ 15.445,00
Suministro de oficina	\$ 280,00		\$ 280,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.500,00	\$ 700,00	\$ 800,00
Capacitación	\$ 800,00		\$ 800,00
Patentes y Permisos	\$ 250,00	\$ 250,00	
Gasto Publicidad	\$ 450,00	\$ 450,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 88.998,16	\$ 2.585,00	\$ 86.413,16
Sueldos y Salarios	\$ 83.613,16		\$ 83.613,16
Materiales e Insumos	\$ 1.265,00	\$ 1.265,00	
Servicios Básicos	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	
Contingencias	\$ 2.500,00		\$ 2.500,00
Otros	\$ 300,00		\$ 300,00
TOTAL	\$ 491.618,16	\$ 216.285,00	\$275.333,16
PORCENTAJE	100%	44%	56%

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Debido a que la hacienda Ganquis cuenta con infraestructura existente, se estima que el valor de los recursos propios es de \$ 216.285,00 dólares, por lo tanto, se busca un financiamiento de \$ 275.333,16 dólares.

Una vez determinadas el valor del financiamiento, para cubrir el valor de la deuda se considera un préstamo por parte de una entidad bancaria, en este caso se trata de BanEcuador.



Figura 5-4. Simulador de crédito BanEcuador

Fuente: Ban Ecuador, 2022

Se procedió a realizar el cálculo de la deuda, los parámetros considerados para el financiamiento son los siguientes:

Capital: \$ 275.333,16

Tasa de interés: 10,21%

Plazo: 5 años

Se planteó cancelar la deuda de inversión en un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 10,21% mensual, teniendo el pago de la deuda de la siguiente manera:

Tabla 44-4: Cálculo del pago de la deuda

AÑO	CAPITAL PRÉSTAMO	CAPITAL A PAGARSE	SALDO	INTERÉS	CUOTA
1	\$ 275.333,16	\$ 55.066,63	\$ 220.266,53	\$ 30.974,98	\$ 86.041,61
2	\$ 220.266,53	\$ 55.066,63	\$ 165.199,90	\$ 24.779,98	\$ 79.846,62
3	\$ 165.199,90	\$ 55.066,63	\$ 110.133,26	\$ 18.584,99	\$ 73.651,62
4	\$ 110.133,26	\$ 55.066,63	\$ 55.066,63	\$ 12.389,99	\$ 67.456,62
5	\$ 55.066,63	\$ 55.066,63	\$-	\$ 6.195,00	\$ 61.261,63

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.5.1.3. Depreciación de activos fijos

Tabla 45-4: Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS					
DENOMINACIÓN	VALOR DEL BIEN	VALOR DEPRECIACIÓN POR LEY	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN DEL PROYECTO	VALOR DEL SALVAMENTO
Terreno	\$ 160.000,00				
Maquinaria y equipos	\$ 13.395,00	10	\$ 1.339,50	\$ 6.697,50	\$ 6.697,50
Construcciones y edificaciones	\$ 208.600,00	20	\$ 10.430,00	\$ 52.150,00	\$ 156.450,00
Muebles y enseres	\$ 15.445,00	10	\$ 1.544,50	\$ 7.722,50	\$ 7.722,50
Equipo de computo	\$ 4.000,00	2	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00	\$-
TOTAL	\$ 401.440,00		\$ 15.314,00	\$ 70.570,00	\$ 170.870,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA					
		1	2	3	4
Depreciación acumulada		\$ 15.314,00	\$ 30.628,00	\$ 43.942,00	\$ 57.256,00
					5
					\$ 70.570,00

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.5.1.4. Depreciación de activos diferidos

Tabla 46-4: Depreciación de activos diferidos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS						
DENOMINACIÓN	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacitación	\$ 800,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00
Patentes y permisos	\$ 250,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Promoción y Publicidad	\$ 450,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00
TOTAL	\$1.500,00	\$300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.5.1.5. Estructura de costos y gastos

Tabla 47-4: Estructura de costos y gastos

DENOMINACIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Costos de Producción	\$1.265,00	\$1.290,30	\$1.316,11	\$1.342,43	\$1.369,28	\$1.396,66
Materiales e Insumos	\$1.265,00	\$1.290,30	\$1.316,11	\$1.342,43	\$1.369,28	\$1.396,66
Gastos de Administración	\$85.463,16	\$102.486,42	\$119.543,87	\$134.636,19	\$149.764,07	\$164.928,23
Sueldos y Salarios	\$83.613,16	\$85.285,42	\$86.991,13	\$88.730,95	\$90.505,57	\$92.315,69
Servicios Básicos	\$1.320,00	\$1.346,40	\$1.373,33	\$1.400,79	\$1.428,81	\$1.457,39
Depreciaciones		\$15.314,00	\$30.628,00	\$43.942,00	\$57.256,00	\$70.570,00
Patentes y Permisos	\$250,00	\$255,00	\$260,10	\$265,30	\$270,61	\$276,02
Suministros de oficina	\$280,00	\$285,60	\$291,31	\$297,14	\$303,08	\$309,14
Gastos en ventas	\$450,00	\$459,00	\$468,18	\$477,54	\$487,09	\$496,84
Promoción y publicidad	\$450,00	\$459,00	\$468,18	\$477,54	\$487,09	\$496,84
Costos Financieros	\$26.745,88	\$21.396,70	\$16.047,53	\$10.698,35	\$5.349,18	\$-
Intereses bancarios	\$26.745,88	\$21.396,70	\$16.047,53	\$10.698,35	\$5.349,18	\$-
Total	\$113.924,04	\$125.632,43	\$137.375,69	\$147.154,51	\$156.969,62	\$166.821,73

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.5.1.6. Estructura de ingresos

Tabla 48-4: Estructura de ingresos

DENOMINACIÓN	Costo por pax	0	1	2	3	4	5
Demanda		15742	15978	16218	16461	16708	16959
Precio paquete 1	\$ 12,00	5038	5113	5190	5268	5347	5427
Subtotal 1		\$ 60.450,59	\$ 61.357,34	\$ 62.277,70	\$ 63.211,87	\$ 64.160,05	\$ 65.122,45
Precio paquete 2	\$ 41,00	5352	5433	5514	5597	5681	5766
Subtotal 2		\$ 219.448,22	\$ 222.739,94	\$ 226.081,04	\$ 229.472,26	\$ 232.914,34	\$ 236.408,06
Precio paquete 3	\$ 54,00	5352	5433	5514	5597	5681	5766
Subtotal 3		\$ 289.029,36	\$ 293.364,80	\$ 297.765,27	\$ 302.231,75	\$ 306.765,23	\$ 311.366,71
TOTAL		\$ 568.928,17	\$ 577.462,09	\$ 586.124,02	\$ 594.915,88	\$ 603.839,62	\$ 612.897,21

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.5.1.7. Estado de resultados

Tabla 49-4: Estado de resultados

DENOMINACIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 568.928,17	\$ 577.462,09	\$ 586.124,02	\$ 594.915,88	\$ 603.839,62	\$ 612.897,21
Costos de producción	\$ 83.000,00	\$ 83.200,00	\$ 83.400,00	\$ 83.600,00	\$ 83.800,00	\$ 84.000,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 485.928,17	\$ 494.262,09	\$ 502.724,02	\$ 511.315,88	\$ 520.039,62	\$ 528.897,21
Gastos administrativos	\$ 85.463,16	\$ 102.486,42	\$ 119.543,87	\$ 134.636,19	\$ 149.764,07	\$ 164.928,23
Gastos en ventas	\$ 45.750,00	\$ 45.750,00	\$ 45.750,00	\$ 45.750,00	\$ 45.750,00	\$ 45.750,00
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 354.715,01	\$ 346.025,67	\$ 337.430,15	\$ 330.929,69	\$ 324.525,55	\$ 318.218,98
Gastos financieros	\$ 28.111,52	\$ 22.489,21	\$ 16.866,91	\$ 11.244,61	\$ 5.622,30	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 326.603,49	\$ 323.536,45	\$ 320.563,24	\$ 319.685,09	\$ 318.903,24	\$ 318.218,98
Impuestos 12%	\$ 39.192,42	\$ 38.824,37	\$ 38.467,59	\$ 38.362,21	\$ 38.268,39	\$ 38.186,28
UTILIDAD ANTES DE REPARTICIÓN DE UTILIDAD	\$ 287.411,07	\$ 284.712,08	\$ 282.095,65	\$ 281.322,88	\$ 280.634,85	\$ 280.032,70
Utilidad 15%	\$ 43.111,66	\$ 42.706,81	\$ 42.314,35	\$ 42.198,43	\$ 42.095,23	\$ 42.004,91
UTILIDAD NETA	\$ 244.299,41	\$ 242.005,27	\$ 239.781,30	\$ 239.124,44	\$ 238.539,63	\$ 238.027,80

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.5.1.8. Flujo de caja

Tabla 50-4: Flujo de caja

DENOMINACIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversiones	\$ 491.618,16					
Valor de Salvamento						\$ 170.870,00
Capital de trabajo						\$ 86.413,16
Utilidad Neta		\$ 242.005,27	\$ 239.781,30	\$ 239.124,44	\$ 238.539,63	\$ 238.027,80
Depreciaciones		\$ 15.314,00	\$ 30.628,00	\$ 43.942,00	\$ 57.256,00	\$ 70.570,00
Flujo de caja	\$-491.618,16	\$ 257.319,27	\$ 270.409,30	\$ 283.066,44	\$ 295.795,63	\$ 308.597,80
Factor de actualización	1	0,91	0,82	0,75	0,68	0,62
Flujo de caja actual	\$-491.618,16	\$ 234.160,53	\$ 221.735,63	\$ 212.299,83	\$ 201.141,03	\$ 191.330,63
TOTALES:		\$ 491.479,80	\$ 492.144,93	\$ 495.366,28	\$ 496.936,65	\$ 499.928,43

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.5.2. Evaluación financiera

4.5.2.1. Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del VAN se consideró la tasa de interés del 6,75% que BanEcuador usa para las inversiones realizadas.

Tabla 51-4: Cálculo del VAN

VAN	\$ 1.325.340,84
------------	-----------------

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.5.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 52-4: Cálculo del TIR

TIR	11%
------------	-----

Realizado por: Andrade Willian, 2022

4.5.2.3. Relación Beneficio/Costo

La relación beneficio costo del proyecto es de \$ 3,62, lo que significa que por cada dólar invertido se tendrá una rentabilidad de \$ 2,62 dólares.

4.5.2.4. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 53-4: Periodo de recuperación del capital

AÑO	0	1	2	3	4	5
Inversión	\$ 491.618,16					
Flujo de caja		\$ 257.319,27	\$ 270.409,30	\$ 283.066,44	\$ 295.795,63	\$ 308.597,80
Flujo de caja acumulado	\$ 491.618,16	\$ 234.298,89	\$ 504.708,20	\$ 787.774,64	\$1.083.570,27	\$1.392.168,06

Realizado por: Andrade Willian, 2022

Se espera la recuperación del capital al segundo año de funcionamiento del proyecto.

CONCLUSIONES

- Con la evaluación del potencial turístico de Hacienda Ganquis, se ha identificado la existencia de 2 atractivos de tipo natural como son el cerro y el río Ganquis, por lo tanto, la aplicación de productos agroturísticos permitirá vincular la zona con actividades turísticas, aprovechando los atractivos naturales, culturales e infraestructurales propios de la hacienda.
- La investigación de mercado identificó el perfil de los turistas que visitarán la Hacienda Ganquis y concluyó que habrá una mayor afluencia de turistas nacionales e internacionales, con una demanda objetivo de 15742 turistas.
- A través del diseño técnico de productos agroturísticos, se identificaron áreas a implementar en la infraestructura existente, tales como cabalgatas, pesca, caminatas, camping, hospedaje, gastronomía, fotografía turística, ciclismo, etc., que no tuvieron mayor impacto, se considera que en esencia también se determinan los requisitos para las áreas comercial, productiva y administrativa de la hacienda, estableciendo 3 paquetes con duración de 1 y 2 días.
- Se concluyó que la implementación de este producto agroturístico en Hacienda Ganquis requirió una inversión de \$ 491.618,16 dólares, la cual se amortizaría en el primer año, con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 11% y se espera recuperar la inversión del proyecto pasado los cinco años de funcionamiento.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda una investigación a largo plazo sobre la satisfacción de los visitantes, las preferencias de actividad para promover el desarrollo y la innovación de la hacienda Ganquis.
- Conservar los recursos naturales, culturales y de infraestructura de la hacienda Ganquis y permitir que los propietarios utilicen estos recursos para contribuir al desarrollo económico y social de la parroquia y la provincia, además, utilizar esta investigación para promover la hacienda Ganquis como un destino turístico competitivo a nivel local, provincial y nacional y promover su desarrollo.
- Gestionar recursos con entidades privadas para el desarrollo del producto agroturístico para la hacienda Ganquis.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, S. “Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud”. *Salud en Tabasco* [en línea], 2005, (México) 11(1-2), pp. 333-338. [Consulta: 25 febrero 2022]. ISSN: 1405-2091. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>.

ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR. *Constitución de la república del Ecuador* [en línea]. Quito-Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador, 2008. [Consulta: 29 noviembre 2021]. Disponible en: www.lexis.com.ec.

ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR. *Ley orgánica de economía popular y solidaria* [en línea]. Quito-Ecuador: República del Ecuador, 2011, pp. 13-16. [Consulta: 13 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf>.

BALDEÓN, M. Turismo de aventura para diversificar la oferta en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo (Proyecto de graduación) (Ingeniería) [en línea]. Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, Carrera de Gestión Turística y Hotelera. Riobamba-Ecuador. 2018, p. 60. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4745/1/UNACH-EC-FCP-GEST-TUR-2018-0004.pdf>.

DELGADO, A. Diseño de un producto turístico para la parroquia Chupianza, cantón Santiago, provincia Morona Santiago (Trabajo de titulación) (Ingeniería) [en línea]. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba-Ecuador. 2019, p. 2. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/13172/1/23T0759.pdf>.

FEDERACIÓN DE ENSEÑANZA DE CC.OO DE ANDALUCÍA. “Difusión Publicitaria”. *Temas para la educación* [en línea], 2011, (España) 1(14), pp. 1-10. [Consulta: 25 febrero 2022]. ISSN: 1989-4023. Disponible en: <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd8442.pdf>.

GAD SAN JUAN. *Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la Parroquia San Jua.* [en línea]. San Juan-Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado de San Juan, 2020, pp. 20-106. [Consulta: 17 noviembre 2021]. Disponible en: https://www.gadsanjuanchimborazo.gob.ec/reports/pdot_2021.pdf.

GADM RIOBAMBA. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Riobamba* [en línea]. Riobamba-Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, 2015, pp. 10-59. [Consulta: 30 noviembre 2021]. Disponible en: <http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip/AnexoS/PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL CON RESOLUCIONES.pdf>.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE CHIMBORAZO. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020-2030* [en línea]. Riobamba-Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo, 2019, pp. 161-335. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://chimborazo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/1.-PDOT-Provincial.pdf>.

GUERRERO, V.; & SANTACRUZ, A. Estudio de mercados, administrativo y legal, para la constitución de un centro de acopio de productos agrícolas en el Municipio de Puerto Wilches (Santander) (Trabajo de grado) (Especialista) [en línea]. Universidad Industrial de Santander, Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas, Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, Especialización en Evaluación y Gerencia de Proyectos Bucaramanga. Bucaramanga-Colombia. 2016, p. 26. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/165080.pdf>.

INSTITUTO SUPERIOR DEL MEDIO AMBIENTE. *Ecoturismo: Diseño y Comercialización de productos* [en línea]. Madrid-España: Instituto Superior del Medio Ambiente, 2019, p. 2. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: https://www.ismedioambiente.com/wp-content/uploads/2019/04/Dossier-ECT_G.pdf.

KAUFMANN, F. Diseño técnico de producto [en línea]. Tupungato-Argentina: Slideshare, 2016 [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://es.slideshare.net/flaviokaufmann1/diseo-tnico-de-producto>.

KUTSCHERA, S. *9 tendencias de viajes que impulsarán la industria de turismo en 2019* [blog]. Trekk Blog, 2018. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.treksoft.com/es/blog/9-tendencias-viajes-que-impulsaran-industria-turismo-2019>.

MENDOZA, L. *Identificación del comportamiento social de los jóvenes universitarios respecto a la exploración del cuerpo de la mujer, el sexo y la violencia en la publicidad de Guatemala* [en línea]. Ciudad de Guatemala-Guatemala: Universidad de Itsmo, 2004, pp. 2-4. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2004/10394.pdf>.

MINISTERIO DE TURISMO. *Ley de Turismo* [en línea]. Quito-Ecuador: Ministerio de Turismo, 2020, p. 4. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/2020-Ley-de-Turismo.pdf>.

MINISTERIO DE TURISMO. *Manual de Atractivos Turísticos* [en línea]. Quito-Ecuador: Ministerio de Turismo, 2018, pp. 13-115. [Consulta: 14 diciembre 2021]. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>.

MINISTERIO DE TURISMO. *Plan Nacional de Turismo 2030* [en línea]. Quito-Ecuador: Ministerio de Turismo, 2019, p. 60. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf.

MINISTERIO DE TURISMO. *Reglamento de alojamiento turístico* [en línea]. Quito-Ecuador: Ministerio de Turismo, 2016, p. 9. [Consulta: 13 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>.

MINISTERIO DE TURISMO. *Visitas a las Áreas Naturales Protegidas del Ecuador. Áreas Naturales del Ecuador* [en línea]. Quito-Ecuador: Ministerio de Turismo, 2021. [Consulta: 7 enero 2022]. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/areas-naturales-del-ecuador>.

MONTALVÁN, H. Estudio económico financiero y evaluación económico financiera para la creación de una empresa de comercialización y venta de activos extraordinarios (Tesis) (Administración) [en línea]. Universidad Rafael Landívar, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Administración de Empresas. Ciudad de Guatemala-Guatemala. 2004, p. 10. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Montalvan-Hector.pdf>.

MORILLO, M. “Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación”. *Visión Gerencial* [en línea], 2011, (Venezuela) 1(1), pp. 135-158. [Consulta: 13 diciembre 2021]. ISSN: 1317-8822. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Panorama del turismo internacional* [en línea]. Madrid-España: Organización Mundial del Turismo, 2019, p. 23. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421237>.

PÉREZ, D.; & PÉREZ, I. *El Producto. Concepto y Desarrollo* [en línea]. Madrid-España: EOI Escuela de Negocios, 2006, pp. 7-8. [Consulta: 16 diciembre 2021]. Disponible en: <https://www.eoi.es/es/file/18658/download?token=ehkRjzqW>.

PÉREZ, J.; & GARDEY, A. *Definición de agroturismo: Qué es, Significado y Concepto* [en línea]. Definicion.de, 2017. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://definicion.de/agroturismo>.

RIVERAS, M.; & RODRÍGUEZ, L. *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario* [en línea]. Córdoba-España: Universidad de Córdoba, 2012, p. 51. [Consulta: 21 enero 2022]. ISBN: 978-84-695-4429-7. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=525510>.

ROMERO, G.; et al. “Mora: ¿fuente de ingresos para productores y comercializadores? Un enfoque desde el análisis de la dinámica del mercado de las familias de la ciudad de Riobamba. Estudio de caso: parroquia El Altar, Ecuador”. *European Scientific Journal, ESJ* [en línea], 2017, (Ecuador) 13(7), pp. 399-410. [Consulta: 25 febrero 2022]. ISSN: 18577881. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/315976353_Mora_Fuente_De_Ingresos_Para_Productores_Y_Comercializadores_Un_Enfoque_Desde_El_Analisis_De_La_Dinamica_Del_Mercado_De_Las_Familias_De_La_Ciudad_De_Riobamba_Estudio_De_Caso_Parroquia_El_Altar_Ecuador.

SAETEROS, A.; et al. “Turismo sustentable y los diferentes enfoques y herramientas para su medición”. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* [en línea], 2019, (España) 17(5), pp. 901-914. [Consulta: 25 febrero 2022]. ISSN: 01607383. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/881/88165933011/html/>.

SÁNCHEZ, M. “El concepto diseño en el taller de diseño: reflexiones teóricas”. *Insigne visual* [en línea], 2012, (México) 1(4), pp. 1-9. [Consulta: 25 febrero 2022]. ISSN: 2007-3151. Disponible en: <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/insigne/article/viewFile/1408/1026>.

SAWAKINOME. *Diferencia entre ecoturismo y turismo de naturaleza* [en línea]. Sawakinome, 2019. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://es.sawakinome.com/articles/travel/difference-between-ecotourism-and-nature-tourism.html>.

SECRETARÍA DE TURISMO. *Cómo desarrollar un proyecto de Ecoturismo* [en línea]. México D.F.-México: Secretaría de Turismo, 2004, p. 52. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2016/08/Como-desarrollar-un-proyecto-ecoturistico.pdf>.


UNIVERSIDAD DE LOS ANDES. *Diseño* [en línea]. Bogotá-Colombia: Departamento de Diseño, 2018. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://uniandes.smartcatalogiq.com/es-ES/2019/Catalogo/School-of-Architecture-and-Design/Design-Degree>.

UNWTO. *Definiciones de Turismo* [en línea]. Madrid-España: Organización Mundial del Turismo, 2019a. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>.

UNWTO. *Glosario de términos de turismo* [en línea]. Madrid-España: Organización Mundial del Turismo, 2019b. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.

UPPINK, L.; & SOSHKIN, M. *The Travel & Tourism Competitiveness Report* [en línea]. World Economic Forum, 2019, p. 9. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf.

VANEGA, J.; & JARQUÍN, E. Las estrategias de mercado como un medio de crear competitividad en pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el municipio de Matagalpa (Seminario de graduación) (Licenciatura) [en línea]. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. Matagalpa-Nicaragua. 2010, p. 10. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://repositorio.unan.edu.ni/5653/1/6163.pdf>.


Ing. Cristian Castillo



ANEXOS

ANEXO A: FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
Código del atractivo:	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	0	0	1		
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo				
1. DATOS GENERALES																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																			
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																			
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia							
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número		2.7 Transversal					
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales) Click						2.10 Altura (manm)							
2.11 Información del administrador																			
a. Tipo de Administrador:									b. Nombre de la Institución:										
c. Nombre del Administrador:									d. Cargo que ocupa:										
e. Teléfono / Celular:									f. Correo Electrónico:										
Observaciones:																			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																			
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																			
a. Clima:						b. Temperatura(°C):						c. Precipitación Pluviométrica (mm):							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																			
a. Cultura <input type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>						c. Aventura <input type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																			
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																			
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención													
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro	Especificar								
Libre <input type="checkbox"/>	0.00	0.00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto									
Restringido <input type="checkbox"/>	0.00	0.00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto									
Pagado <input type="checkbox"/>	0.00	0.00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto									

d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:	Efectivo <input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>	Deposito Bancario <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>	
e. Precio:	Desde 0.00 Hasta 0.00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>		
g. Meses recomendables de visita:							
Observaciones:							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (¿Que presente condiciones mínimas de servicios):		todo					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	0 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0.00 h/min	d. Coordenadas (pueden ser estimadas):	Lat: 0	Long: 0	
Observaciones:							
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>							
		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	todo	
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	todo	
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	todo	
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto /Muelle de partida	todo	Estado	Puerto /Muelle de Llegada	todo	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto /Muelle de partida	todo		Puerto /Muelle de Llegada	todo	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto /Muelle de partida	todo		Puerto /Muelle de Llegada	todo	
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buzeta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Mototaxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Bateo <input type="checkbox"/>	j. Casca <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación /terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Día	Semana	Mensual	Eventual		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>				
Observaciones:							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U) <input type="checkbox"/>	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mal <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							

c. De recreo y descanso	Senderos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. Deportes	Baños sanitarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:											
5.2 Complementarios a la actividad turística (M) 11											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>						
Alquiler y venta de equipo especializado		<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado		<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input type="checkbox"/>
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique: texto					Especifique: texto						
Observaciones:											
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>											
5.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>											
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:											
5.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)											
5.1.1.1 Naturales (M)				5.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)							
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	g. Actividades agrícolas y ganaderas		<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería		<input type="checkbox"/>		
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales		<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huasquerías		<input type="checkbox"/>		
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia		<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento		<input type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente		<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana		<input type="checkbox"/>		
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social		<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo		<input type="checkbox"/>		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
Observaciones:											
5.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>											
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:											
5.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)											
5.2.1.1 Naturales (M)				5.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)							
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	g. Actividades agrícolas y ganaderas		<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería		<input type="checkbox"/>		
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales		<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huasquerías		<input type="checkbox"/>		
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia		<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento		<input type="checkbox"/>		
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente		<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana		<input type="checkbox"/>		
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social		<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo		<input type="checkbox"/>		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:									
Observaciones:											

6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>									
a. Declarante:			b. Denominación:			c. Fecha de declaración:		c. Alcance:	
Observaciones:									
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA							SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>				
Agua: <input type="checkbox"/>					Agua: <input type="checkbox"/>				
Especifique:					Especifique:				
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>					Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>				
Especifique:					Especifique:				
Saneamiento: <input type="checkbox"/>					Saneamiento: <input type="checkbox"/>				
Especifique:					Especifique:				
Disposición de desechos: <input type="checkbox"/>					Disposición de desechos: <input type="checkbox"/>				
Especifique:					Especifique:				
Otros servicios:									
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>									
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M	
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de atractivos turísticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de sitio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem direccional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas rurales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de sitio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de direccionamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Letras informativas <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Narrativas de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	0	Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	0			
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>	0	Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>	0			
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>	0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>	0			
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>	0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>	0			
Otros	<input type="checkbox"/>	0	Otros	<input type="checkbox"/>	0			
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada	<input type="checkbox"/>	0	texto					
b. Policía nacional	<input type="checkbox"/>	0	texto					
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	0	texto					
d. Otra	<input type="checkbox"/>	0	texto					
Observaciones:								
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>			
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>			
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			
Observaciones:								
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>								
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones:								
7.6 Multimenazgas (M) <input type="checkbox"/>								
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>		
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Agujetas <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>		
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento		texto	Nombre del documento	texto	Año de elaboración	0
Observaciones:								
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES <input type="checkbox"/>								
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? <input type="checkbox"/>					SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Año de elaboración: 2016			
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD/S)? <input type="checkbox"/>					SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:			

c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:					
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>					
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>									
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>									
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pista deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones:									
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>									
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>
Observaciones:									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>									
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Ciclismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de aves	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>
Observaciones:									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>									
9.2.1 Tangibles e Intangibles <input type="checkbox"/>									
a. Recorrido guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>				
d. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	e. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	f. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>				
g. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	h. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>				
j. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	k. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	l. Fotografía	<input type="checkbox"/>				
m. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	n. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	o. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>				
p. Convivencia	<input type="checkbox"/>	q. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>				
Observaciones:									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>					
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)									
¿ Existe un plan de promoción turística cantonal?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:					
¿ El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>						
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción						
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:							
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:							
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:							
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:							

e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto			
Observaciones:			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SA <input type="checkbox"/>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>	Años de registro: 0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:	
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	texto	Número de visitantes: 0
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>	texto	Número de visitantes: 0
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
	Llegadas mensuales	Total Anual	Llegadas mensuales
Ciudades de origen	texto	0	0
	texto	0	0
	texto	0	0
Observaciones:			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave:		Contacto:	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes: 0	Fines de semana: 0	Días feriados: 0	Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
12. RECURSO HUMANO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SA <input type="checkbox"/>			
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo: 0		d. Número de personas especializadas en turismo: 0	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M):	
g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M):			
Primaria: 0	Secundaria: 0	Primeros Auxilios: 0	Hospitalidad: 0
Inglés: 0	Alemán: 0	Francés: 0	Italiano: 0
Tercer Nivel: 0	Cuarto Nivel: 0	Atención al Cliente: 0	Gastronomía: 0
Otro: texto	Sensibilización de capacidades: 0	Otro: texto	Chino: 0
Observaciones:			
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)			

14. ANEXOS**a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)**

--	--

Fuente:

c. Ubicación gráfica del Atractivo

--

Fuente:

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

ANEXO B: ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO EN LA HACIENDA “GANQUIS”

ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO EN LA HACIENDA "GANQUIS".

Estimado/a:

Agradecemos su colaboración en esta encuesta, ya que la información brindada será de gran ayuda para la creación de un producto agro turístico para la Hacienda "Ganquis", en la parroquia San Juan, provincia de Chimborazo.

1. ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?

- € menor de 15 años
- € 20-30 años
- € 31-40 años
- € 41-50 años
- € 51 o más años

2. Género

- € Masculino
- € Femenino
- € Otro

3. Estado civil

- € Soltero/a
- € Casado/a
- € Divorciado/a
- € Viudo/a
- € Unión libre

4. Estado laboral

- € Estudiante
- € Empleado Público
- € Jubilado
- € Ama de casa
- € Empleado privado
- € Otro

5. Normalmente usted viaja con:

- € Solo
- € Familia
- € Pareja
- € Amigos
- € Otro

6. ¿Cuál es el motivo de su viaje normalmente?

- € Trabajo/Negocios
- € Vacaciones
- € Estudios
- € Otro

7. ¿Por qué medio obtiene información turística? (varias opciones)

- € Redes sociales
- € Televisión
- € Radio
- € Puntos de información turística
- € Amigos/Familiares
- € Otro

8. ¿Cuándo viaja hace uso de una agencia de viajes?

- € Si
- € No

9. ¿Estaría usted interesado en la implementación de una Hacienda agroturística en la parroquia San Juan?

- € Si
- € No

10. ¿Qué actividades de entretenimiento le gustaría realizar en la Hacienda Ganquis? (Varias Opciones)

- € Cabalgatas
- € Trekking o Excursionismo
- € Fotografía turística
- € Agroturismo
- € Ciclismo
- € Camping
- € Pesca deportiva
- € Avistamiento de aves
- € Otro

11. ¿Qué actividades relacionadas a la producción agroecológica le gustaría realizar?

- € Caminatas por el sector y las parcelas agroturística
- € Siembra de árboles y plantas nativas
- € Degustar los productos cárnicos que ofrece la Hacienda

12. ¿Qué servicios le gustaría que existan en la Hacienda Agroturística "Ganquis" de la parroquia San Juan? (Varias opciones)

- € Alimentación
- € Hospedaje
- € Tienda de venta de productos
- € Otro

13. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a quedarse en la Hacienda "Ganquis" de la parroquia San Juan?

- € 1 día
- € 2 días
- € más de 3 días

14. ¿Qué tipo de paquetes le gustaría que oferte la Hacienda Ganquis?

- € Individuales
- € para parejas
- € Grupales (3 personas)
- € Familiares (hasta 5 personas)

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona/por día, si existiera el servicio de alimentación, guianza y hospedaje en la Hacienda Ganquis de la parroquia San Juan?

- € 40- 50 USD
- € 50 - 60 USD
- € 60 - 70 USD
- € Más de 70 USD

ANEXO C: SIMULADOR DE CRÉDITO BANECUADOR



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	<i>PYME</i>		
Destino	<i>Activo Fijo</i>	Tasa Nominal (%)	<i>9.76</i>
Sector Económico	<i>N/A</i>	Tasa Efectiva (%)	<i>10.21</i>
Facilidad	<i>Asociaciones</i>	Monto (USD)	<i>44,810.00</i>
Tipo Amortización	<i>Cuota Decreciente</i>	Plazo (Años)	<i>5</i>
Forma de Pago	<i>Mensual</i>	Fecha Simulación	<i>2022-02-12</i>

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema.

No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo		Interés	Cuota
0	44810.00			
1	44063.17	746.83	364.45	1111.29
2	43316.33	746.83	358.38	1105.21
3	42569.50	746.83	352.31	1099.14
4	41822.67	746.83	346.23	1093.07
5	41075.83	746.83	340.16	1086.99
6	40329.00	746.83	334.08	1080.92
7	39582.17	746.83	328.01	1074.84
8	38835.33	746.83	321.93	1068.77

9	38088.50	746.83	315.86	1062.69
10	37341.67	746.83	309.79	1056.62
11	36594.83	746.83	303.71	1050.55
12	35848.00	746.83	297.64	1044.47
13	35101.17	746.83	291.56	1038.40
14	34354.33	746.83	285.49	1032.32
15	33607.50	746.83	279.42	1026.25
16	32860.67	746.83	273.34	1020.17
17	32113.83	746.83	267.27	1014.10
18	31367.00	746.83	261.19	1008.03
19	30620.17	746.83	255.12	1001.95
20	29873.33	746.83	249.04	995.88
21	29126.50	746.83	242.97	989.80
22	28379.67	746.83	236.90	983.73
23	27632.83	746.83	230.82	977.65
24	26886.00	746.83	224.75	971.58
25	26139.17	746.83	218.67	965.51
26	25392.33	746.83	212.60	959.43
27	24645.50	746.83	206.52	953.36
28	23898.67	746.83	200.45	947.28
29	23151.83	746.83	194.38	941.21
30	22405.00	746.83	188.30	935.13
31	21658.17	746.83	182.23	929.06
32	20911.33	746.83	176.15	922.99
33	20164.50	746.83	170.08	916.91
34	19417.67	746.83	164.00	910.84
35	18670.83	746.83	157.93	904.76
36	17924.00	746.83	151.86	898.69
37	17177.17	746.83	145.78	892.62
38	16430.33	746.83	139.71	886.54
39	15683.50	746.83	133.63	880.47
40	14936.67	746.83	127.56	874.39
41	14189.83	746.83	121.48	868.32
42	13443.00	746.83	115.41	862.24

43	12696.17	746.83	109.34	856.17
44	11949.33	746.83	103.26	850.10
45	11202.50	746.83	97.19	844.02
46	10455.67	746.83	91.11	837.95
47	9708.83	746.83	85.04	831.87
48	8962.00	746.83	78.97	825.80
49	8215.17	746.83	72.89	819.72
50	7468.33	746.83	66.82	813.65
51	6721.50	746.83	60.74	807.58
52	5974.67	746.83	54.67	801.50
53	5227.83	746.83	48.59	795.43
54	4481.00	746.83	42.52	789.35
55	3734.17	746.83	36.45	783.28
56	2987.33	746.83	30.37	777.20
57	2240.50	746.83	24.30	771.13
58	1493.67	746.83	18.22	765.06
59	746.83	746.83	12.15	758.98
60	0.00	746.83	6.07	752.91

ANEXO D: FOTOS DE LA HACIENDA GANQUIS







ANEXO E: FICHA TÉCNICA DE ATRACTIVOS DEL CERRO GANQUIS

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																			
Código del atractivo:	0	6	0	1	3	0	A	N	0	1	0	2	0	1	0	0	1		
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo				
1. DATOS GENERALES																			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																			
CERRO GANQUIS																			
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo									
ATRACTIVOS_NATURALES					MONTAÑAS					MEDIA MONTAÑA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																			
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia									
CHIMBORAZO					RIOCANBA					SAN JUAN									
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal									
GANQUIS					NA			NA		NA									
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (metros)									
-1.399004					-78.873006					3.600									
2.11 Información del administrador																			
a. Tipo de Administrador:					b. Nombre de la Institución:					c. Nombre del Administrador:									
DUEÑO					HACIENDA GANQUIS					SANTIAGO ANDRADE									
d. Cargo que ocupa:					e. Teléfono / Celular:					f. Correo Electrónico:									
DUEÑO					0995041014														
Observaciones:																			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																			
3.1 Características climatológicas																			
a. Clima:					b. Temperatura (°C):					c. Precipitación Pluviométrica (mm):									
FRÍO					6					1462									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																			
a. Cultura					b. Naturales					c. Aventuras									
<input type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																			
a. Primitivo			b. Primitivo			c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano							
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>							
3.4 Ingreso al atractivo (U)																			
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención														
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y festivos		Solo días hábiles		Otro		Especificar:							
Libre		0.00	0.00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		Libre <input type="checkbox"/>							
Restringido		0.00	0.00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		Libre <input type="checkbox"/>							
Pagado		0.00	0.00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		Libre <input type="checkbox"/>							
d. Maneja un sistema de reservas:				e. Forma de Pago:															
<input type="checkbox"/>				Efectivo	Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Crédito					Transferencia Bancaria			Cheque		
				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
f. Precio:		Desde	Hasta	g. Meses recomendables de visita:															
		0.00	0.00																
Observaciones: NO SE TENE HORARIO YA QUE LA HACIENDA ES PRIVADA, SOLO INGRESA EL DUEÑO CON FAMILIARES.																			

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	NO	SI
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):						RIOBAMBA			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		43,5 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		1:15 hrs	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat: -1.881076	Long: -78.677460
Observaciones:									
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado		
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>	M	a. Primer orden	0	0	0	terco			
		b. Segundo orden	0	0	0	terco			
		c. Tercer orden	-1.592332, -78.881228	-1.592332, -78.881228	4,21	TERRA, VEGETACION	Regular		
Observaciones: A ESTARECURSO SE PUEDE LLEGAR SOLO EN CABALLO O CARRANDO YA QUE NO EXISTE CAMINO PARA LLEGAR A EL.									
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	U	Marítimo	Puerto / Muelle de partida	terco	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	terco	Estado	
		Lacustre	Puerto / Muelle de partida	terco		Puerto / Muelle de Llegada	terco		
		Fluvial	Puerto / Muelle de partida	terco		Puerto / Muelle de Llegada	terco		
Observaciones:									
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>				
Observaciones:									
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>				
g. Lancha <input checked="" type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>				
m. Helicóptero <input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique							
Observaciones: SE LLEGA EN VEHICULO PRIVADO HASTA LA HACIENDA.									
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>									
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual				
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Accesibilidad motriz <input checked="" type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input checked="" type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input checked="" type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>						
Observaciones:									
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>		Mala <input checked="" type="checkbox"/>				
Observaciones: NO EXISTE NINGUN TIPO DE SEÑALIZACION.									

c. De recreo y descanso	Senderos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Deportes	Baños sanitarios	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones:									
5.2 Complementarios a la actividad turística (M) 11									
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>				
Aguilar y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>	Aguilar y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>		
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>			Otro	<input type="checkbox"/>				
Especifique: texto					Especifique: texto				
Observaciones:									
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>									
5.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>									
a. Conservado	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
5.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
5.1.1.1 Naturales (M)			5.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión	<input checked="" type="checkbox"/>		a. Actividades agrícolas y ganaderías	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>		d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huasquerías	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales	<input checked="" type="checkbox"/>		g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>		j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>		m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>		Especifique:						
Observaciones:									
5.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>									
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
5.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
5.2.1.1 Naturales (M)			5.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión	<input type="checkbox"/>		a. Actividades agrícolas y ganaderías	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>		d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huasquerías	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>		g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>		j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>		m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>		Especifique:						
Observaciones:									

6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>										
a. Declarante:			b. Denominación:			c. Fecha de declaración:		c. Alcance:		
Observaciones:										
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA								SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>										
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>					
Agua: <input type="checkbox"/>					Agua: <input type="checkbox"/>					
Especifique:					Especifique:					
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>					Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>					
Especifique:					Especifique:					
Saneamiento: <input type="checkbox"/>					Saneamiento: <input type="checkbox"/>					
Especifique:					Especifique:					
Disposición de desechos: <input type="checkbox"/>					Disposición de desechos: <input type="checkbox"/>					
Especifique:					Especifique:					
Otros servicios:										
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>										
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado				
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M		
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Pictograma de atractivos culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Pictograma de actividades turísticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Pictograma de servicios de apoyo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Pictogramas de restricción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Tótem de atractivos turísticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Tótem de sitio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Tótem direccional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
En áreas rurales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Pictograma de atractivos culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Pictograma de actividades turísticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Pictograma de servicios de apoyo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Pictogramas de restricción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Señales turísticas de aproximación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Panel informativo de atractivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Mesas interpretativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Tótem de sitio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Tótem de direccionamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	letra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Letras informativas <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Otros <input type="checkbox"/>	texto							<input type="checkbox"/>
Observaciones:									
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica	Cantidad	0				
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud		0				
Dispensario médico		0	Dispensario médico		0				
Botiquín de primeros auxilios		0	Botiquín de primeros auxilios		0				
Otros		0	Otros		0				
Observaciones:									
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>									
a. Privada	Detalle	texto							
b. Policía nacional		texto							
c. Policía metropolitana /Municipal		texto							
d. Otra		texto							
Observaciones:									
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>				
Teléfono (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a Internet (M) <input type="checkbox"/>			Teléfono (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a Internet (M) <input type="checkbox"/>		
Fija	Línea telefónica	Fibra óptica	Fija	Línea telefónica	Fibra óptica				
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	Móvil	Satélite	Redes inalámbricas				
Satélite	Telefonía móvil			Satélite	Telefonía móvil				
Observaciones:									
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>									
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:									
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>									
Deslaves		Sismos		Erupciones volcánicas		Incendios forestales			
Sequía		Inundaciones		Aguajes		Tsunami			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		Institución que elaboró el documento:		Nombre del documento:		Año de elaboración:			
<input type="checkbox"/>		texto		texto		0			
Observaciones:									

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	NO	SA					
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016							
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S)?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:							
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:							
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	NO	SA					
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>									
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>									
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>	e. Surf	<input type="checkbox"/>
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>	i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	q. Bananas flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:									
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>									
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:									
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>									
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Ciclismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>
k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	m. Observación de aves	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:									
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>									
9.2.1 Tangibles e Intangibles <input type="checkbox"/>									
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>				
d. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	e. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	f. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>				
g. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	h. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>				
j. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	k. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	l. Fotografía	<input type="checkbox"/>				
m. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	n. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	o. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>				
p. Convivencia	<input type="checkbox"/>	q. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto				
Observaciones:									

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO										SI	NO	SI															
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)																											
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?										SI	NO	Especifique:															
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?										SI	NO																
Medio Promocional			Dirección y nombre de los medios promocionales						Periodicidad de la promoción																		
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>		URL:																								
b. Red Social	<input type="checkbox"/>		Nombre:																								
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>		Nombre:																								
d. Material POP	<input type="checkbox"/>		Nombre:																								
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>		Nombre:																								
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>		Nombre:																								
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>		Nombre:																								
h. Otro	<input type="checkbox"/>		Nombre:																								
Observaciones:																											
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)										SI	NO	Especifique: texto															
Observaciones:																											
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	NO	SI															
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>																											
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?										SI	NO	Tipo: Digital	Papel	Años de registro	0												
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?										SI	NO	Frecuencia de los reportes:															
c. Temporalidad de visita al atractivo																											
Alta (meses)		<input type="checkbox"/>	Especifique	texto						Número de visitantes	0																
Baja (meses)		<input type="checkbox"/>		texto							0																
d. Llegada de turistas																											
<input type="checkbox"/> Turista nacional				Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero				Llegadas mensuales		Total Anual													
Ciudades de origen		texto		0		0		Países de origen		texto		0		0													
		texto		0		0				texto		0		0													
		texto		0		0				texto		0		0													
Observaciones:																											
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>																											
Nombre del Informante Clave:						Contactos:																					
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>						Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>																					
Lunes a viernes		0		Fines de semana		0		Días feriados		0		Permanente		<input type="checkbox"/>		Estacional		<input type="checkbox"/>		Esporádica		<input type="checkbox"/>		Inexistente		<input type="checkbox"/>	
Observaciones:																											

12. RECURSO HUMANO SI NO SI

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 0		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M): <input type="checkbox"/>	
g. Número de personas que manejan algún idioma (M): <input type="checkbox"/>			
Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/>	Hospitalidad <input type="checkbox"/>
Tercer Nivel <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	Atención al Cliente <input type="checkbox"/>	Guianza <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/> todo		Sensibilización de discapacitados <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> todo
Inglés <input type="checkbox"/>		Alemán <input type="checkbox"/>	
Francés <input type="checkbox"/>		Italiano <input type="checkbox"/>	
Chino <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/> texto	

Observaciones:

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

DESDE ESTE PUNTO PODEMOS OBSERVAR AL NEVADO CHIMBORAZO, COMO PRINCIPAL FOCO ATRACTIVO.

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente:

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente:

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:			
Apellido y Nombre	ANDRADE WILLIAN	Apellido y Nombre	CASTILLO DANNY	Apellido y Nombre	
Institución	ESPOCH	Institución	ESPOCH	Institución	
Cargo	ESTUDIANTE	Cargo	PROFESOR	Cargo	
Correo Electrónico	WANDRADE93@HOTMAIL.COM	Correo Electrónico	danny.castillo@esPOCH.edu.ec	Correo Electrónico	
Teléfono	987892342	Teléfono	987712497	Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	10/1/2022	Fecha	10/1/2022	Fecha	

ANEXO F: FICHA TÉCNICA DE ATRACTIVOS DEL RÍO GANQUIS

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	0	0	0	1	3	0	A	N	0	4	0	1	0	1	0	0	1	
	Chimborazo				Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
RIO GANQUIS																		
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo								
ATRATIVOS_NATURALES					RÍOS					RÍO								
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																		
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia								
CHIMBORAZO					RIOBAMBA					SAN JUAN								
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número			2.7 Transversal					
Ganquis					N/A					N/A			N/A					
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)								
-1.590707					-78.881874					3.500								
2.11 Información del administrador																		
a. Tipo de Administrador: DUEÑO					b. Nombre de la Institución: HACIENDA GANQUIS													
c. Nombre del Administrador: SANTIAGO ANDRADE					d. Cargo que ocupa: DUEÑO													
e. Teléfono /Celular: 0995041014					f. Correo Electrónico:													
Observaciones:																		
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																		
3.1 Características climatológicas (-)																		
a. Clima: FRIO					b. Temperatura(°C): 8					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1462								
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																		
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input type="checkbox"/>								
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico ✓																		
a. Prístino <input type="checkbox"/>					b. Primitivo <input type="checkbox"/>					c. Rústico Natural <input checked="" type="checkbox"/>					d. Rural <input type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>	

3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Tipo de ingreso	b. Horario de Atención		c. Atención				
	Ingreso	Salida	Todos los días	Fin de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar
Libre <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
Restringido <input checked="" type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EL DEBIDO CUIDO VISTA EL LUGAR EN DONDE SE ENCUENTRA
Pagado <input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>		e. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>	Depósito Bancario <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>
f. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00				Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	
g. Meses recomendables de visita:							
Observaciones: POR EL MOMENTO LA HACENDA SIGUE SENDO PRIVADA YA QUE NO CUENTA CON NINGUN SERVICIO TURISTICO PARA OFRECER							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): RIOBAMBA							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 43,5 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:13 h/min		d. Coordenadas (pueden ser decimales): Lat: -1.681009 Long: -78.677400			
Observaciones:							
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>							
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	-1.681094, -78.677277	-1.537622, -78.839476	37	ASFALTO	Buena
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	
		c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>	-1.537622, -78.839476	-1.592380, -78.881383	13,3	TIERRA	Mala
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>	Punto /Muelle de partida: texto	Estado	Punto /Muelle de Llegada: texto	Estado	
		Lacustre <input type="checkbox"/>	Punto /Muelle de partida: texto		Punto /Muelle de Llegada: texto		
		Fluvial <input type="checkbox"/>	Punto /Muelle de partida: texto		Punto /Muelle de Llegada: texto		
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buzeta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Mototaxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Bairo <input type="checkbox"/>	j. Casca <input checked="" type="checkbox"/>	k. Ascén <input type="checkbox"/>	l. Ascóneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro	Especifique					
Observaciones: NO HAY UNBUS QUE LO DEJE EN LA COMUNIDAD PERO LOS BUSES QUE VIAJAN A GUARANDA SON LOS QUE LO DEJAN MAS CERCA A LA COMUNIDAD DE AHÍ SE INGRESA CAMINANDO O EN VEHICULOS QUE VAYAN HACIA LA COMUNIDAD.							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación /terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad motriz <input checked="" type="checkbox"/>		b. Accesibilidad visual <input checked="" type="checkbox"/>		c. Accesibilidad auditiva <input checked="" type="checkbox"/>		d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones:							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>	
				Mal <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SA <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería <input type="checkbox"/>	0	0	0
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:				Observaciones:			
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0
Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0
Bares <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:				Observaciones:			
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados	
Mayoristas <input checked="" type="checkbox"/>		0		Mayoristas <input checked="" type="checkbox"/>		0	
Internacionales <input checked="" type="checkbox"/>		0		Internacionales <input checked="" type="checkbox"/>		0	
Operadoras <input checked="" type="checkbox"/>		0		Operadoras <input checked="" type="checkbox"/>		0	
Observaciones:				Observaciones:			
Gula <input checked="" type="checkbox"/>	Local <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>	Nacional Especializado <input type="checkbox"/>	Cultura <input type="checkbox"/>	0		
				Aventura <input type="checkbox"/>	0		
Observaciones:				Observaciones:			

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>										
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal		Estado (U)		
						S	N	S	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Info-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardia	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torneos de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Torneos de vigilancia para actividades	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baneros sanitarios	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otro <input type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones:										
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>										
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>					
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>		Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>		Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>		Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>				
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>				
Especifique: <input type="text"/>					Especifique: <input type="text"/>					
Observaciones:										
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO						SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>		
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Atendido <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>						
Observaciones:										
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)										
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antropicos / Antropogénicos (M)					
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>		a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>						
b. Humedad <input type="checkbox"/>		d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Incapacidad <input type="checkbox"/>						
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>						
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>		j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>						
e. Clima <input type="checkbox"/>		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>						
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:									
Observaciones:										

6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Conservado <input type="checkbox"/>		b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>			c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>			d. Deteriorado <input type="checkbox"/>		
Observaciones: EN EL ENTORNO SE ACREADO PARCELAS PARA QUE EL GANADO PUEDA MANTENERSE										
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)										
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antropicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión <input type="checkbox"/>		b. Humedad <input type="checkbox"/>		a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>		b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>		c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>		
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>		d. F flora/fauna <input type="checkbox"/>		d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>		e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>		f. Huasvarías <input type="checkbox"/>		
e. Clima <input type="checkbox"/>		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>		h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>		i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>		
Otro <input type="checkbox"/>		Especifique:		j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>		l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>		
				n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>		o. Vandalismo <input type="checkbox"/>				
Observaciones:										
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>										
a. Declarante:			b. Denominación:			c. Fecha de declaración:		d. Alcance:		
Observaciones:										
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>										
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>										
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>					
Agua: <input type="checkbox"/>					Agua: <input type="checkbox"/>					
Especifique:					Especifique:					
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>					Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>					
Especifique:					Especifique:					
Saneamiento: <input type="checkbox"/>					Saneamiento: <input type="checkbox"/>					
Especifique:					Especifique:					
Disposición de desechos: <input type="checkbox"/>					Disposición de desechos: <input type="checkbox"/>					
Especifique:					Especifique:					
Otras cosas:										
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>										
7.2.1 Ambiente		7.2.2 Tipo		7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
				a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	D	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>		Pictograma de atractivos naturales		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Pictograma de atractivos culturales		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Pictograma de actividades turísticas		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Pictograma de servicios de apoyo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Pictogramas de restricción		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Tótem de atractivos turísticos		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Tótem de sitio		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Tótem direccionales		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Letras informativas	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Narrativas de conciliación		0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética temática de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Otros: texto

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>		
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	0	Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	0
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>	0	Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>	0
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>	0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>	0
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>	0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>	0
Otros:	<input type="checkbox"/>	0	Otros:	<input type="checkbox"/>	0

Observaciones:

7.4 Seguridad (M)

a. Privada	<input type="checkbox"/>	texto
b. Policía nacional	<input type="checkbox"/>	texto
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	texto
d. Otros	<input type="checkbox"/>	texto

Observaciones:

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)

a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>		
Telefonia (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonia (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonia móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonia móvil <input type="checkbox"/>	

Observaciones:

Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>				
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>	De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>				
Observaciones:				
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>				
Quelava <input type="checkbox"/>	Sismo <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Agujeros <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento: <input type="text" value="Instituto de Turismo de Chile"/>	Nombre del documento: <input type="text" value="Plan de contingencia"/>	Año de elaboración: <input type="text" value="2016"/>	
Observaciones:				
B. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>				
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: <input type="text" value="2016"/>		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD/S)? <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones:				
B. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>				
B.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>				
B.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>				
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parascifing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banos flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> <input type="text" value="todo"/>
Observaciones:				
B.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>				
a. Ala Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/> <input type="text" value="todo"/>	
Observaciones:				
B.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>				
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>
k. Pícaro <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de aves <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/> <input type="text" value="todo"/>	
Observaciones:				
B.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>				
B.2.1 Tangibles e Intangibles <input type="checkbox"/>				
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>		
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>		
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	í. Exhibición de piezas, maquetas, obras, etc., originales <input type="checkbox"/>	j. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>		

g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>	
n. Danzinería	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto	
Observaciones:						
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO				SI	<input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>	
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)						
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:						
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>						
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción		
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:				
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
Observaciones:						
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto						
Observaciones:						
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)				SI	<input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>	
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>						
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Año de registro: 0						
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:						
c. Temporalidad de visita al atractivo						
Año (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto		Número de visitantes: 0	
Día (meses)	<input type="checkbox"/>		texto		0	
d. Llegada de turistas						
Ciudades de origen	<input type="checkbox"/>	Turista nacional		<input type="checkbox"/>	Turista extranjero	
	texto	Llegadas mensuales: 0	Total anual: 0	texto	Llegadas mensuales: 0	Total Anual: 0
	texto	0	0	texto	0	0
	texto	0	0	texto	0	0
Observaciones:						
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>						
Nombre del Informante Clave:				Contacto:		
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>		
Lunes a viernes: 0	Fines de semana: 0	Días feriados: 0	Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Espontánea <input type="checkbox"/>	Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:						

12. RECURSO HUMANO SI NO SI

a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 0		d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 0	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M): <input type="checkbox"/>	
Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Primeros Auxilios <input type="checkbox"/>	Hospitalidad <input type="checkbox"/>
Tercer Nivel <input type="checkbox"/>	Cuarto Nivel <input type="checkbox"/>	Atención al Cliente <input type="checkbox"/>	Guianza <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	todo <input type="checkbox"/>	Sensibilización de discapacitados <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Inglés <input type="checkbox"/>		Alemán <input type="checkbox"/>	
Francés <input type="checkbox"/>		Italiano <input type="checkbox"/>	
Chino <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	

Observaciones:

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Este río cuenta con una punza única ya que sus cuencas bajan desde el nevado Chimborazo.

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente:

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente:

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	ANDRADE WILLIAN	Apellido y Nombre
Institución	ESPOCH	Apellido y Nombre
Cargo	ESTUDIANTE	Institución
Correo Electrónico	wandrade93@hotmail.com	Cargo
Teléfono	987892342	Correo Electrónico
Firma	987712497	Teléfono
Fecha	10 de enero del 2022	Firma
		Fecha



epoch

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: 16 / 09 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Willian Daniel Andrade Espinoza
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Recursos Naturales
Carrera: Turismo
Título a optar: Licenciado en Ecoturismo
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz


Ing. Cristhian Castillo



1835-DBRA-UTP-2022