



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

**DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA DE CAVERNAS**  
**EN LA PARROQUIA COTUNDO, CANTÓN ARCHIDONA**  
**PROVINCIA DE NAPO**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN TURISMO**

**AUTORA: JENNY PAOLA FLORES GUAÑO**

**DIRECTORA: Ing. CATALINA MARGARITA VERDUGO BERNAL**

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Jenny Paola Flores Guaño

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

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

Riobamba, 17 de mayo del 2023






**Jenny Paola Flores Guaño**

**0605181262**

**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 UNA RUTA TURÍSTICA DE CAVERNAS EN LA PARROQUIA COTUNDO, CANTÓN ARCHIDONA PROVINCIA DE NAPO**, realizado por la señorita: **JENNY PAOLA FLORES GUAÑO**, 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.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Sandra Patricia Miranda Salazar <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2023-05-17
Ing. Catalina Verdugo Bernal <b>DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2023-05-17
Ing. Carlos Renato Chávez Vásquez <b>ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2023-05-17

## **DEDICATORIA**

A mi madre, quien supo guiarme por el camino correcto desde el cielo, dándome fuerza y poder para seguir adelante y no rendirme ante los obstáculos, enseñándome a enfrentar las pruebas sin fallar en el camino. A mi Padre y hermanos, quienes han sido pilar fundamental en este proceso, creyó en mí y siempre dándome ejemplo de superación, humildad y sacrificio; enseñándome a no rendirme ante las adversidades y apreciar todo lo que tengo. Porque me hicieron querer tener éxito y ganar en la vida. Al Proyecto Geoparque Napo Sumaco y a mis Amigos por estar junto a mí alentándome a seguir con pie firme en cada momento, por ayudarme cuando lo necesito, por la importante participación en mi proyecto, por la ayuda que recibí y por todos los buenos momentos que compartimos.

Jenny

## **AGRADECIMIENTO**

Le doy Gracias a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi vida, por ser mi apoyo, mi luz y camino, por brindarme una vida llena de bendiciones, aprendizajes, experiencias y sobre todo por la felicidad.

A mi familia por su apoyo incondicional y constante, agradezco la confianza brindada de su parte, que sin duda en el trayecto de mi vida me han demostrado amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mis amigos que me motivaron para seguir adelante y cumplir este objetivo, gracias por su apoyo.

A mis Maestros y al proyecto Geoparque Napo Sumaco quienes transmitieron sus conocimientos, especialmente de la carrera y quienes me han ofrecido sabios consejos para lograr mis metas.

Jenny

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN.....	xviii
SUMMARY.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Justificación.....	4
1.3. Objetivos.....	5
1.3.1. <i>Objetivo general</i> .....	5
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	5

### CAPÍTULO II

<b>2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....</b>	<b>7</b>
2.1. Turismo.....	7
2.2. Turismo sostenible.....	7
2.2.1. <i>Tipos de turismo</i> .....	7
2.2.1.1. <i>Turismo de naturaleza</i> .....	7
2.2.1.2. <i>Ecoturismo</i> .....	8
2.2.1.3. <i>Turismo de aventura</i> .....	8
2.2.1.4. <i>Turismo rural</i> .....	9
2.2.1.5. <i>Turismo espeleológico</i> .....	9
2.3. Diagnóstico situacional.....	9
2.4. Diagnóstico turístico.....	10
2.4.1. <i>Diagnóstico por componentes</i> .....	10
2.4.2. <i>Sistema turístico</i> .....	11
2.5. Producto turístico.....	11
2.6. Ruta turística.....	12
2.6.1. <i>Tipos de rutas</i> .....	12

2.6.2.	<i>Estructura de la ruta turística</i> .....	12
2.7.	<b>Diseño de una ruta turística</b> .....	12
2.7.1.	<i>Pasos para el diseño de una ruta turística</i> .....	13
2.7.2.	<i>Paquetes turísticos</i> .....	13
2.8.	<b>Recurso turístico</b> .....	14
2.9.	<b>Atractivos turísticos</b> .....	14
2.9.1.	<i>Clasificación de atractivos turísticos</i> .....	14
2.9.1.1.	<i>Atractivos naturales</i> .....	14
2.9.1.2.	<i>Atractivos culturales</i> .....	15
2.9.2.	<i>Inventario de Atractivos Turísticos</i> .....	15
2.10.	<b>Jerarquización</b> .....	15
2.11.	<b>Cliente</b> .....	16
2.12.	<b>Estudio de mercado</b> .....	16
2.12.1.	<i>Análisis de la demanda</i> .....	16
2.12.1.1.	<i>Perfil general del consumidor a captar</i> .....	17
2.12.1.2.	<i>Muestreo</i> .....	17
2.12.1.3.	<i>Muestra</i> .....	17
2.12.1.4.	<i>Tamaño de la muestra</i> .....	17
2.12.1.5.	<i>Demanda insatisfecha</i> .....	18
2.12.1.6.	<i>Demanda potencial</i> .....	18
2.12.1.7.	<i>Competencia</i> .....	18
2.12.1.8.	<i>Confrontación Competencia-Demanda</i> .....	18
2.13.	<b>Marketing turístico</b> .....	19
2.13.1.	<i>4Cs del marketing MIX</i> .....	19
2.13.1.1.	<i>Cliente</i> .....	19
2.13.1.2.	<i>Costo</i> .....	19
2.13.1.3.	<i>Conveniencia</i> .....	20
2.13.1.4.	<i>Comunicación</i> .....	20
2.14.	<b>Viabilidad ambiental</b> .....	20
2.15.	<b>Viabilidad administrativo – legal</b> .....	20
2.16.	<b>Estudio económico</b> .....	21
2.17.	<b>Estudio financiero</b> .....	21
 <b>CAPÍTULO III</b>		
3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	22



## CAPÍTULO IV

<b>4.</b>	<b>RESULTADOS</b>	26
<b>4.1.</b>	<b>Determinar la viabilidad comercial del producto turístico</b>	26
<b>4.1.1.</b>	<b>Caracterización del área de estudio</b>	26
<b>4.1.1.1.</b>	<i>Datos generales del área de estudio</i>	26
<b>4.1.2</b>	<b>Componente físico</b>	26
<b>4.1.2.1.</b>	<i>Relieve</i>	26
<b>4.1.2.2.</b>	<i>Uso y cobertura del suelo</i>	27
<b>4.1.2.3</b>	<i>Información climática</i>	28
<b>4.1.2.4.</b>	<i>Flora</i>	29
<b>4.1.2.5.</b>	<i>Fauna</i>	34
<b>4.1.2.6.</b>	<i>Recursos Naturales Degradados</i>	35
<b>4.1.2.7.</b>	<i>Hidrología</i>	35
<b>4.1.2.8.</b>	<i>Amenazas o peligros</i>	36
<b>4.1.3.</b>	<b>Componente socio cultural</b>	37
<b>4.1.1.2.</b>	<i>Proyecciones demográficas</i>	37
<b>4.1.1.3.</b>	<i>Educación</i>	39
<b>4.1.1.4.</b>	<i>Salud</i>	39
<b>4.1.4.</b>	<b>Componente económico</b>	40
<b>4.1.4.1.</b>	<i>Trabajo y empleo</i>	40
<b>4.1.4.2.</b>	<i>Turismo</i>	41
<b>4.1.5.</b>	<b>Asentamientos humanos</b>	42
<b>4.1.5.1.</b>	<i>Densidad Poblacional</i>	42
<b>4.1.5.2.</b>	<i>Tenencia de vivienda</i>	43
<b>4.1.5.3.</b>	<i>Infraestructura y acceso a servicios básicos a la vivienda: cobertura de agua potable, electricidad, saneamiento y desechos sólidos</i>	43
<b>4.1.6.</b>	<b>Componente movilidad, energía y conectividad</b>	44
<b>4.1.6.1.</b>	<i>Redes viales</i>	44
<b>4.1.6.2.</b>	<i>Acceso a servicios de telecomunicaciones</i>	45
<b>4.1.7.</b>	<b>Componente político institucional y participación ciudadana</b>	46
<b>4.1.7.1.</b>	<i>Instrumentos de planificación y ordenamiento territorial vigentes o existentes en el gobierno autónomo descentralizado, así como el marco legal vigente</i>	46
<b>4.1.7.2.</b>	<i>Actores públicos, privados y sociedad civil</i>	48
<b>4.1.8.</b>	<b>Inventario de atractivos turísticos</b>	50
<b>4.1.9.</b>	<b>Estudio de mercado</b>	52
<b>4.1.9.1.</b>	<i>Análisis de los resultados del estudio de la demanda de los turistas nacionales</i>	52

4.1.9.2.	<i>Análisis de los resultados del estudio de la demanda de los turistas extranjeros</i> .....	64
4.1.9.3.	<i>Demanda potencial</i> .....	75
4.1.9.4.	<i>Análisis de la oferta</i> .....	76
4.1.9.5.	<i>Confrontación competencia vs demanda</i> .....	78
4.2.	<b>Estudio técnico del producto turístico</b> .....	78
4.2.1.	<i>Objetivo del producto turístico</i> .....	78
4.2.2.	<i>Tamaño del proyecto</i> .....	78
4.2.3.	<i>Capacidad operativa del proyecto</i> .....	79
4.2.4.	<i>Macro-localización</i> .....	79
4.2.5.	<i>Microlocalización</i> .....	79
4.2.6.	<i>Elaboración de paquetes</i> .....	80
4.2.6.1.	<i>Paquete</i> .....	80
4.2.6.2.	<i>Paquete</i> .....	83
4.2.7.	<i>Requerimientos</i> .....	87
4.2.7.1.	<i>Activos fijos</i> .....	87
4.2.7.2.	<i>Combustible</i> .....	87
4.2.7.3.	<i>Talento humano</i> .....	87
4.3.	<b>Plan mercadotécnico</b> .....	88
4.3.1.	<i>Cliente</i> .....	88
4.3.1.1.	<i>Diseño de la imagen o marca corporativa</i> .....	88
4.3.1.2.	<i>Logotipo</i> .....	88
4.3.2.	<i>Costo</i> .....	91
4.3.2.1.	<i>Estrategia 1. Promoción en la venta</i> .....	91
4.3.2.2.	<i>Estrategia 2. Actualización de precios</i> .....	91
4.3.2.3.	<i>Estrategia 3. Políticas de cobro y formas de pago</i> .....	91
4.3.3.	<i>Conveniencia</i> .....	92
4.3.3.1.	<i>Estrategia 1. Alianza con las principales entidades públicas y privadas</i> .....	92
4.3.3.2.	<i>Estrategia 2: Plan de comercialización</i> .....	92
4.3.4.	<i>Plan de comunicación</i> .....	93
4.3.4.1.	<i>Estrategia 1: Publicidad</i> .....	93
4.3.4.2.	<i>Requerimientos para el área comercial</i> .....	96
4.4.	<b>Viabilidad ambiental para el producto</b> .....	99
4.4.1.	<i>Identificación de los factores del entorno susceptible de recibir impactos</i> .....	99
4.4.2.	<i>Matriz de Lázaro Lagos</i> .....	101
4.4.2.1.	<i>Matriz de cuantificación</i> .....	102
4.4.3.	<i>Medidas de mitigación</i> .....	104
4.5.	<b>Estudio legal y administrativo</b> .....	105

4.5.1.	<i>Constitución Política del Ecuador</i>	105
4.5.2.	<i>Ley de turismo del Ecuador</i>	105
4.5.3.	<i>Ley orgánica de economía popular y solidaria para asociaciones</i>	106
4.5.4.	<i>Ley orgánica de economía popular y solidaria para asociaciones</i>	107
4.5.5.	<i>Requisitos para cumplir para la constitución de una operación</i>	109
4.5.6.	<i>Organigrama funcional de la asociación</i>	109
4.5.8.	<i>Requisitos para el registro de la organización</i>	110
4.5.9.	<i>Requisitos para el funcionamiento</i>	111
4.5.10.	<i>Misión</i>	111
4.5.11.	<i>Visión</i>	111
4.5.12.	<i>Políticas</i>	111
4.5.12.1.	<i>Obligaciones del personal</i>	111
4.5.12.2.	<i>Políticas de los visitantes</i>	112
4.5.12.3.	<i>Políticas para los guías</i>	112
4.5.13.	<i>Personal para la operación</i>	113
4.5.14.	<i>Presupuesto para el área administrativa</i>	115
4.5.14.1.	<i>Talento humano</i>	115
4.5.14.2.	<i>Materiales e insumos</i>	115
4.5.14.3.	<i>Activos fijos</i>	116
4.5.14.4.	<i>Activos diferidos</i>	116
4.6.	<b>Estudio económico- financiero</b>	116
4.6.1.	<i>Inversiones</i>	116
4.6.2.	<i>Usos y fuentes</i>	117
4.6.3.	<i>Cálculo de pago de la deuda</i>	118
4.6.4.	<i>Depreciación de activos fijos</i>	118
4.6.5.	<i>Amortización de activos diferidos</i>	118
4.6.6.	<i>Costos y gastos</i>	119
4.6.7.	<i>Presupuesto de ingresos</i>	119
4.6.8.	<i>Estados de resultados</i>	119
4.6.9.	<i>Flujo de caja</i>	120
4.6.10.	<i>Evaluación financiera</i>	120
4.6.10.1.	<i>Valor actual neto</i>	120
4.6.10.2.	<i>Tasa interna de retorno</i>	120
4.6.10.3.	<i>Relación beneficio-costos</i>	121
4.6.10.4.	<i>Periodo de recuperación del capital</i>	121

<b>CONCLUSIONES</b> .....	122
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	124
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 2-1:</b>	Ámbitos e información a recabar .....	10
<b>Tabla 2-2:</b>	Sistema turístico .....	11
<b>Tabla 2-3:</b>	Diseño de la ruta turística.....	13
<b>Tabla 3-1:</b>	Estratificación de la muestra .....	24
<b>Tabla 4-1:</b>	Datos generales del GAD Parroquial Rural de Cotundo .....	26
<b>Tabla 4-2:</b>	Relieve de la Parroquia Cotundo Parroquia Cotundo.....	27
<b>Tabla 4-3:</b>	Uso del suelo de la parroquia .....	28
<b>Tabla 4-4:</b>	Flora característica de la parroquia Cotundo.....	29
<b>Tabla 4-5:</b>	Fauna característica de la parroquia Cotundo .....	34
<b>Tabla 4-6:</b>	Aves representativas de la parroquia Cotundo .....	34
<b>Tabla 4-7:</b>	Degradación de los Recursos de la Parroquia Cotundo.....	35
<b>Tabla 4-8:</b>	Hidrología de la Parroquia Cotundo.....	35
<b>Tabla 4-9:</b>	Amenazas de la Parroquia Cotundo .....	37
<b>Tabla 4-10:</b>	Población por rangos de edad de la parroquia Cotundo .....	38
<b>Tabla 4-11:</b>	Personal de Salud de la parroquia Cotundo.....	39
<b>Tabla 4-12:</b>	PEA por rama de actividad de la parroquia Cotundo .....	40
<b>Tabla 4-13:</b>	Inventario de servicios turísticos de la parroquia Cotundo .....	42
<b>Tabla 4-14:</b>	Marco legal de la parroquia Cotundo .....	47
<b>Tabla 4-15:</b>	Instituciones y organizaciones presentes en la parroquia Cotundo .....	48
<b>Tabla 4-16:</b>	Resumen del inventario de atractivos presentes en la parroquia Cotundo .....	50
<b>Tabla 4-17:</b>	Tabla resumen de la encuesta realizada a los turistas nacionales que visitaron la parroquia Cotundo.....	62
<b>Tabla 4-18:</b>	Tabla resumen de la encuesta realizada a los turistas que visitaron la parroquia Cotundo .....	73
<b>Tabla 4-19:</b>	Determinación de la demanda potencial nacional .....	75
<b>Tabla 4-20:</b>	Determinación de la demanda potencial extranjeros .....	75
<b>Tabla 4-21:</b>	Proyección de la demanda potencial .....	75
<b>Tabla 4-22:</b>	Validación de Inventario de atractivos turísticos .....	76
<b>Tabla 4-23:</b>	Inventario de servicios turísticos de la parroquia Cotundo .....	77
<b>Tabla 4-24:</b>	Determinación de la demanda objetiva nacional.....	78
<b>Tabla 4-25:</b>	Capacidad operativa turistas.....	79
<b>Tabla 4-26:</b>	Paquete Usa Yaku .....	80
<b>Tabla 4-27:</b>	Costo del paquete .....	82
<b>Tabla 4-28:</b>	Paquete Yaku Machay.....	83

<b>Tabla 4-29:</b>	Costo del paquete .....	86
<b>Tabla 4-30:</b>	Activos fijos .....	87
<b>Tabla 4-31:</b>	Combustible .....	87
<b>Tabla 4-32:</b>	Mano de obra indirecta.....	87
<b>Tabla 4-33:</b>	Mano de otra directa.....	88
<b>Tabla 4-34:</b>	Figuras del logotipo.....	90
<b>Tabla 4-35:</b>	Plan de comercialización.....	92
<b>Tabla 4-36:</b>	Talento humano del área comercial.....	96
<b>Tabla 4-37:</b>	Materiales e insumos para el área comercial .....	97
<b>Tabla 4-38:</b>	Materiales de promoción y publicidad para el área comercial .....	97
<b>Tabla 4-39:</b>	Promoción y publicidad antes del funcionamiento .....	97
<b>Tabla 4-40:</b>	Promoción y publicidad durante el funcionamiento.....	98
<b>Tabla 4-41:</b>	Activos fijos para el área comercial .....	98
<b>Tabla 4-42:</b>	Activos diferidos para el área comercial .....	99
<b>Tabla 4-43:</b>	Matriz de Lázaro Lagos.....	101
<b>Tabla 4-44:</b>	Cuantificación de impactos .....	102
<b>Tabla 4-45:</b>	Matriz de mitigación de impactos .....	104
<b>Tabla 4-46:</b>	Requisitos para la constitución.....	110
<b>Tabla 4-47:</b>	Requisitos para el funcionamiento de la operadora de turismo.....	111
<b>Tabla 4-48:</b>	Talento humano.....	115
<b>Tabla 4-49:</b>	Materiales e insumos .....	115
<b>Tabla 4-50:</b>	Activos fijos .....	116
<b>Tabla 4-51:</b>	Activos diferidos .....	116
<b>Tabla 4-52:</b>	Inversiones .....	117
<b>Tabla 4-53:</b>	Usos y fuentes .....	117
<b>Tabla 4-54:</b>	Cuadro de pago de la deuda .....	118
<b>Tabla 4-55:</b>	Depreciación de activos fijos .....	118
<b>Tabla 4-56:</b>	Depreciación de activos fijos .....	118
<b>Tabla 4-57:</b>	Costos y gastos .....	119
<b>Tabla 4-58:</b>	Presupuesto de ingreso .....	119
<b>Tabla 4-59:</b>	Estados de resultados.....	119
<b>Tabla 4-60:</b>	Flujo de caja .....	120
<b>Tabla 4-61:</b>	Valor actual neto .....	120
<b>Tabla 4-62:</b>	Relación costo beneficio .....	121

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 2-1:</b>	Jerarquización de atractivos turísticos.....	16
<b>Ilustración 3-1:</b>	Jerarquización de atractivos turísticos.....	23
<b>Ilustración 4-1:</b>	Mapa de Relieve de la parroquia Cotundo .....	27
<b>Ilustración 4-2:</b>	Mapa Uso y cobertura del suelo de la parroquia Cotundo .....	28
<b>Ilustración 4-3:</b>	Mapa climático de la parroquia Cotundo .....	29
<b>Ilustración 4-4:</b>	Mapa Hidrográfico de la parroquia Cotundo .....	36
<b>Ilustración 4-5:</b>	Mapa de amenazas o peligros de la parroquia Cotundo.....	37
<b>Ilustración 4-6:</b>	Mapa de infraestructura vial de la parroquia Cotundo .....	45
<b>Ilustración 4-7:</b>	Estructura organizacional del Geoparque Napo Sumaco .....	49
<b>Ilustración 4-8:</b>	Procedencia .....	52
<b>Ilustración 4-9:</b>	<b>Edad.....</b>	<b>53</b>
<b>Ilustración 4-10:</b>	Género .....	53
<b>Ilustración 4-11:</b>	Ocupación .....	54
<b>Ilustración 4-12:</b>	Motivo de viaje.....	55
<b>Ilustración 4-13:</b>	Con quién viaja.....	56
<b>Ilustración 4-14:</b>	Duración del viaje .....	56
<b>Ilustración 4-15:</b>	Forma de pago.....	57
<b>Ilustración 4-16:</b>	Servicios le gustaría contar .....	58
<b>Ilustración 4-17:</b>	Medios de información.....	58
<b>Ilustración 4-18:</b>	Conoce Cotundo.....	59
<b>Ilustración 4-19:</b>	Realizaría ruta turística de cavernas .....	60
<b>Ilustración 4-20:</b>	Actividades que incluye la ruta de cavernas .....	60
<b>Ilustración 4-21:</b>	Cuanto estaría dispuesto a pagar .....	61
<b>Ilustración 4-22:</b>	Procedencia .....	64
<b>Ilustración 4-23:</b>	Edad.....	64
<b>Ilustración 4-24:</b>	Género .....	65
<b>Ilustración 4-25:</b>	Ocupación .....	66
<b>Ilustración 4-26:</b>	Motivo de viaje.....	66
<b>Ilustración 4-27:</b>	Con quién viaja.....	67
<b>Ilustración 4-28:</b>	Duración del viaje .....	68
<b>Ilustración 4-29:</b>	Forma de pago.....	68
<b>Ilustración 4-30:</b>	Servicios le gustaría contar .....	69
<b>Ilustración 4-31:</b>	Medios de información.....	70
<b>Ilustración 4-32:</b>	Conoce Cotundo.....	71

<b>Ilustración 4-33:</b> Realizaría ruta turística de cavernas .....	71
<b>Ilustración 4-34:</b> Actividades que incluye la ruta de cavernas .....	72
<b>Ilustración 4-35:</b> Cuanto estaría dispuesto a pagar .....	73
<b>Ilustración 4-36:</b> Macrolocalización .....	79
<b>Ilustración 4-37:</b> Microlocalización.....	80
<b>Ilustración 4-38:</b> Mapa de la ruta Usa Yaku .....	81
<b>Ilustración 4-39:</b> Mapa de la ruta Yaku Machay .....	85
<b>Ilustración 4-40:</b> Logotipo Uktu Supay .....	88
<b>Ilustración 4-41:</b> Página web .....	94
<b>Ilustración 4-42:</b> Página de Facebook.....	95
<b>Ilustración 4-43:</b> Tarjeta de presentación.....	95
<b>Ilustración 4-44:</b> Souvenirs.....	96
<b>Ilustración 4-45:</b> Organigrama funcional.....	109
<b>Ilustración 4-46:</b> Organigrama funcional.....	110
<b>Ilustración 4-47:</b> Manual de funciones del gerente general .....	113
<b>Ilustración 4-48:</b> Manual de funciones del promotor de ventas.....	113
<b>Ilustración 4-49:</b> Manual de funciones del Guía.....	114
<b>Ilustración 4-50:</b> Manual de funciones de la secretaría .....	114



## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** FICHA DE INVENTARIO

**ANEXO B:** ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES

**ANEXO C:** ENCUESTA PARA TURISTAS EXTRANJEROS

**ANEXO D:** RECOPIACIÓN DE INFORMACION EN EL TERRITORIO

## RESUMEN

El presente proyecto técnico planteo el diseño de una ruta turística en la parroquia Cotundo, para ello se utilizó una metodología aplicada llevada a cabo mediante técnicas de investigación bibliográfica y de campo. La viabilidad comercial se efectuó mediante la sistematización de información primaria y secundaria; en el análisis la demanda se utilizó la técnica de la encuesta. El estudio técnico estableció: localización, tamaño del proyecto, costos de suministros e insumos, elaboración y precio de paquetes. Se establecieron estrategias de mercado y comercialización tomando en cuenta las 4 variables del Marketing Mix. La factibilidad socioambiental se estableció mediante la matriz de Lázaro Lagos que determinó la línea base de las condiciones ambientales causa – efecto. Para identificar la viabilidad legal y administrativa se realizaron investigaciones de fuentes de información secundaria que contenga las leyes vigentes que rigen este tipo de actividades tanto para la operación como para el funcionamiento. El estudio económico - financiero del proyecto determinó el presupuesto de inversiones, fuentes de financiamiento, depreciación de activos fijos, gastos, ingresos, estado de resultados, flujo de caja. También, se elaboró el análisis financiero constituido por los indicadores Valor actual neto, Tasa interna de retorno, Relación costo beneficio. La viabilidad comercial del producto turístico determinó que existe una aceptación del 91% por turistas nacionales y 96% por extranjeros. Se diseñó 2 paquetes turísticos que serán comercializados por internet. El producto turístico será constituido como una asociación, además, es económica y financieramente rentable con base a los indicadores financieros: Valor Actual Neto de \$ 16922,1, Tasa interna de Retorno del 17%. Se concluye que el proyecto es comercial, técnico productivo, legal administrativo, socioambiental y económicamente viable. Se recomienda ejecutar el proyecto ya que permitirá el fortalecimiento y desarrollo turístico del cantón.

**Palabras clave:** < RUTA TURÍSTICA > <ACTIVIDADES TURÍSTICAS> <ANÁLISIS DE LA DEMANDA> <EVALUACIÓN ECONÓMICA> VALOR ACTUAL>



D.B. R.A.J.  
Ing. Guillermo Castillo



1121-DBRA-UTP-2023

## SUMMARY

This technical project aimed at the design of a tourist route in the Cotundo village, using an applied methodology carried out by means of bibliographic and field research techniques. The commercial feasibility was carried out through the systematization of primary and secondary information; in the analysis of the demand, the survey technique was used. The technical study established: the location, size of the project, costs of supplies and taking into account the 4 variables of the Marketing Mix. The socio-environmental feasibility was established using the Lázaro Lagos Matrix, which determined the baseline cause-effect environmental conditions. To identify the legal and administrative feasibility, research was conducted on secondary information sources containing the laws in force governing this type of activity for both operation and functioning. The economic-financial study of the project determined the investment budget, sources of financing, depreciation of fixed assets, expenses, income, income statement, and cash flow. A financial analysis was also prepared, showing the following indicators: net present value, internal rate of return, and cost-benefit ratio. The commercial viability of the tourism product determined that there is 91% acceptance by domestic tourists and 96% by foreigner. Two tourist packages were designed and will be marketed through the internet. The tourist product will be constituted as an association. In addition, it is economically and financially profitable based on the financial indicators: Net Present Value of \$16922.1, Internal Rate of Return of 17%. To sum up. The project is commercially, technically productive, legally administrative, socio-environmentally, and economically viable. It is recommended to implement the project as a strengthened development of tourism in the canton.

**Keywords:** < TOURIST ROUTE > < TOURIST ACTIVITIES > < DEMAND ANALYSIS >  
<ECONOMIC EVALUATION > < CURRENT VALUE >



Mgs. Cristina Chamorro O.  
DOCENTE INGLES TURISMO  
0604237172

## INTRODUCCIÓN

Las rutas turísticas son consideradas productos turísticos basados en un recorrido que es presentado con anterioridad y brinda una orientación a los consumidores sobre las actividades que llevarán a cabo en un destino. Las mismas están constituidas por un conjunto de elementos integrales que son ofertados turísticamente (Rodríguez, 2017).

Para generar una ruta turística se toma en cuenta las potencialidades turísticas de la zona, en el caso de la provincia de Napo las cavernas son un gran atractivo y pueden clasificarse en varios grupos según su origen ya que las cavernas están formadas de diferentes minerales y esto hace que se encuentren diferentes ecosistemas dentro de estas lo cual atrae a turistas de diferente índole.

Sabiendo que las rutas de cavernas son conocidos paisajes de mayor atracción para los visitantes, debido a su atracción misteriosa y a su interpretación de origen geológico de un territorio, también se expande su importancia a aspectos culturales de los pueblos y nacionalidades allí asentadas y una fuerte tendencia a incorporar procesos de desarrollo económico a través del turismo, permite realizar investigación sobre futuras intervenciones, todo ello como parte de un proceso de construcción social de un nuevo modelo de gestión en territorio denominado Geoparque Napo Sumaco.

En el cantón Archidona la mayor parte del territorio, se auto identifica como Kichwas, manteniendo sus rasgos culturales y conocimientos ancestrales, la parroquia Cotundo posee gran belleza escénica, sus altos índices de biodiversidad y su concerniente facilidad para el acceso, contribuyen a que se considere como un sitio con alto potencial turístico dando lugar a la posibilidad de crear una ruta turística.

Según investigaciones publicadas en la guía espeleológica de la provincia de Napo existen 35 cuevas y cavernas registradas. La mayoría de ellas se encuentran situadas en el cantón Archidona. Algunas de ellas son frecuentadas por visitantes que realizan turismo de aventura o espeleo turismo. Entre las más visitadas están las cavernas Jumandy, Usayacu, Sacha Runa, Aguayacu. Es por esta razón que el proyecto Geoparque Napo Sumaco es una iniciativa que surge de esfuerzos mancomunados, entre diversos actores locales de la provincia de Napo: gobiernos locales (provincial y municipales), comunidades aledañas al Geoparque, instituciones educativas y académicas, que se han propuesto sostener y cuidar el patrimonio geológico, natural y cultural circundante al Geoparque con el objetivo de obtener el reconocimiento internacional de la UNESCO (Geoparque Napo Sumaco, 2018).

Lo cual es necesario integrar nuevas modalidades de turismo a nivel ambiental, cultural, económico social, resaltando el turismo en diferentes áreas como el patrimonio geológico, si bien es cierto, no se sabe mucho de estos a nivel turístico.

El diseño de una ruta turística para la parroquia Cotundo, ayudará a vincular la oferta turística y permitirá la diversificación y el aprovechamiento sostenible de los recursos, generando así diversidad de alternativas para poder dinamizar la economía local del lugar.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema

Una de las razones que Ecuador es megadiverso es gracias a nuestra Amazonía que forma parte del más grande bosque húmedo tropical del planeta, lleno de magia, misterio y aventura. Teniendo una variedad de fauna y flora. Gran parte de ésta inmensa biodiversidad se encuentra en 4 la provincia de Napo por lo que constituye un verdadero paraíso para los amantes de la naturaleza, científicos y aventureros.

Napo se halla en la región Amazónica con un gran potencial turístico, los turistas pueden encontrar paisajes, cascadas, cavernas y ríos. Recorrer cada uno de sus cantones y comunidades, es una fascinante experiencia, en la cual el turista siente el contacto íntimo con la naturaleza. Sus ríos y cavernas brindan un abanico de oportunidades para el desarrollo del turismo de aventura. El cantón Archidona se destaca por el legado de sus antepasados, esculpido en las piedras, llamados petroglifos, son motivos complejos y abstractos modelados en enormes rocas volcánicas y una infinidad de cavernas exploradas y no exploradas todo esto podemos encontrar en las diferentes comunidades del cantón de la provincia de Napo.

Es importante tener en cuenta que las cavernas son el hogar de muchas especies de animales. Son rutas investigadas formadas de piedra de hace miles de años. Teniendo en cuenta que la parroquia Cotundo está formada por el conjunto geomorfológico de la Cordillera sub andina que constituye la terminación occidental de la gran llanura Amazónica al pie de la vertiente oriental, paralelo a la estribación de la cordillera oriental Andina, que la constituyen edificios volcánicos, colinas altas y relieves montañosos, entre otras con superficies irregulares (Gad Parroquial Cotundo, 2014).

La parroquia Cotundo posee un gran potencial turístico paisajístico y de aventura poseyendo un sin número de cavernas y cuevas registradas en la guía espeleológica publicada, las cuales no son visitadas en su totalidad por turistas debido a diversos factores como naturales, de accesibilidad y falta de conocimiento por parte de los visitantes ya que no se cuenta con un diseño de ruta adecuado para el mejor recorrido de los turistas.

Teniendo en cuenta que en la actualidad se ha visto un bajo nivel de turistas tanto nacionales como extranjeros debido a la situación de emergencia que pasamos a nivel mundial (covid-2019) es por esta razón que el desarrollo turístico se ha visto afectado, cabe recalcar que el descuido

de la población ha provocado que la infraestructura turística y servicios sean descuidados, provocando su pérdida con el paso del tiempo. También se ha notado que no existe un interés por parte de la población aledaña a los recursos turísticos, por su mantenimiento y cuidado, provocando un abandono de estos.

## **1.2. Justificación**

El diseño de una ruta turística de cavernas en la parroquia Cotundo, del cantón Archidona en la provincia del Napo, se fundamenta en el artículo 57 de la Constitución del Ecuador 2008 que manifiesta;

Art. 57. Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas el derecho a mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita, bajo este articulado se garantiza a la comunidad a utilizar tanto la superficie como la parte subterránea para emprender actividades turísticas (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008).

La importancia de realizar una ruta turística de cavernas es que mediante esta propuesta se darán a conocer las diferentes actividades, para incrementar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros, lo cual permitirá promover el desarrollo económico de la parroquia.

Por ello la creación de una ruta turística permitirá disponer de una forma diferente de hacer turismo, de forma que la visita a Cotundo sea atractiva que, a más de ser divertidas por su propia naturaleza, cuanta con distintos servicios complementarios, como alojamiento, alimentación entre otros.

Las nuevas modalidades de turismo como las rutas turísticas incluyen actividad, motivo, riesgo, desempeño, experiencia y medio ambiente está dirigido especialmente a personas jóvenes y apasionados por el deporte de aventura.

En la actualidad, el diseño de productos turísticos se convierte en una herramienta de planificación estratégica y operativa que permite enlazar los atractivos turísticos promoviendo la integración de atractivos, servicios, actividades y comunidades locales en la actividad turística.

El PLANDETUR 2030 está enfocado hacia la competitividad, la accesibilidad, la sostenibilidad, la inclusión y la innovación, y contempla los siguientes cinco campos contemplados como instrumento de planificación turística nacional: destinos y calidad, conectividad, seguridad turística, marketing y promoción, y fomento de la inversión. Estos campos de intervención son

concretos, pero se relacionan entre sí y se articulan con un planteamiento sistémico y holístico para alcanzar el desarrollo sostenible (Plan Nacional de Turismo 2030, 2020).

Para que la actividad turística se desarrolle de manera correcta, con el uso responsable de sus recursos, se requiere de la participación de autoridades, técnicos y poblaciones locales, trabajando participativamente por un bien común. En este contexto la parroquia de Cotundo cuenta con atractivos naturales y culturales muy llamativos, de los cuales sobresalen las cascadas, ríos, cavernas, cuevas, su gastronómica y sus eventos culturales considerados como potencial turístico que dan la oportunidad a desarrollar actividades de turismo de naturaleza, científico, aventura, cultural, gastronómico, entre otros (Mendoza et al, 2022).

A pesar de la diversidad de atractivos existentes en la parroquia Cotundo, esta no cuenta con rutas turísticas diseñadas técnicamente ni ofertadas a nivel local y nacional, debido a la falta de conocimiento por parte de la población local. Por lo que se pretende incentivar a la población local con el diseño de una ruta de cavernas y de esta manera aumentar la actividad turística pretendiendo poder ser esta una forma de generar economía, contribuyendo a la reactivación productiva (Lluga, 2021).

Teniendo en cuenta este contexto, el propósito es consolidar al territorio en un potencial turístico fomentando la actividad turística en la localidad, aprovechando de manera sostenible sus recursos naturales para la actividad de deportes de aventura, innovando su oferta turística, a través del diseño de una ruta turística de cavernas misma que beneficiará a la parroquia con el desarrollo sostenible del turismo que toma en cuenta las necesidades del turista actual con la participación de todos los involucrados.

### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1. Objetivo general***

Diseñar una ruta turística de cavernas en la parroquia Cotundo, cantón Archidona provincia de Napo.

#### ***1.3.2. Objetivos específicos***

- Determinar la viabilidad comercial de la ruta turística.
- Realizar el estudio técnico de la ruta turística.
- Definir estrategias de mercado y comercialización



- Elaborar el estudio socioambiental de la ruta turística
- Identificar la viabilidad legal y administrativa
- Realizar el estudio económico- financiero

## CAPÍTULO II

### 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

#### 2.1. Turismo

El turismo constituye una de las actividades con un crecimiento que repercute cada vez más favorablemente en el ámbito socioeconómico y cultural de un determinado país, lo que hace de él un sector clave para impulsar el desarrollo sostenible de los ciudadanos. El turismo se ha transformado en un sector en auge que favorece cada día a más personas (UNEMI, 2019).

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el movimiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual con fines personales o comerciales / profesionales. A tales personas se les designa visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, algunas de las cuales implican gasto turístico. Es una industria dinámica y competitiva que requiere la capacidad de adaptarse constantemente a las necesidades y deseos cambiantes de los clientes, debido a que la satisfacción, la seguridad y el disfrute del cliente son particularmente el enfoque de las empresas turísticas. (Proaño, 2020, p. 17).

#### 2.2. Turismo sostenible

Según Alcívar (2022), la sostenibilidad del turismo consiste en el conjunto de actividades turísticas desarrolladas, basadas en el principio de gestión y actuación de tal manera que conserven de forma duradera la integridad ambiental, social y económica, además de los recursos culturales y medioambientales.

Todas las formas de turismo en todo tipo de destinos, incluido el turismo de masas y los diversos segmentos del turismo, deben cumplir con ciertas reglas para poder desarrollarse de manera sostenible. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, 2022).

##### 2.2.1. Tipos de turismo

###### 2.2.1.1. Turismo de naturaleza

Este tipo de turismo se halla vinculado con el turismo sostenible y el desarrollo, se caracteriza por el desenvolvimiento de actividades en hábitats naturales y su mayor acogida son las áreas

protegidas, reservas ecológicas, parques naturales, el ecoturismo, zonas rurales, el agroturismo etc., además la participación de la población dentro del área turística (Serrano, 2017, p. 23).

Para el Gobierno de México (2018, párr. 1) el turismo de naturaleza es el contacto directo entre el viajero y el entorno natural siendo esta la principal actividad recreativa, de interpretación promoviendo la actividad económica con el aprovechamiento de los recursos naturales siempre y cuando no genere un impacto negativo, el turismo de naturaleza es una estrategia

#### *2.2.1.2. Ecoturismo*

Según la (IUCN, 2005), el ecoturismo se define como: una modalidad turística que consiste en Viajar o visitar áreas naturales para disfrutar y apreciar la naturaleza (así como cualquier manifestación cultural del presente y del pasado), que promueva la conservación, tenga un bajo impacto de visitación y fomenta una participación activa y socioeconómicamente ventajosa de las poblaciones locales.

Según (TNC, 2010) los conceptos de ecoturismo, conservación y áreas protegidas están indisolublemente ligados.

#### *2.2.1.3. Turismo de aventura*

La ATTA, por sus siglas en inglés de Adventure Travel Trade Association, el turismo de aventura se define como un viaje que incluye actividades al aire libre, un entorno natural o cultural y una pernoctación mínima. Esta norma establece dos categorías fundamentales de turismo de aventura “duro” y “blando”. Actividades como escalar el Chimborazo caen en la primera categoría, mientras que expediciones, pesca, ciclismo y otras actividades caen en la segunda. (Canalis, 2015, párr. 6-7).

El turismo de aventura, entre otras cosas, se diferencia de opciones populares como sol y playa, cultural o de negocios porque, en ocasiones, suele haber un riesgo o una sensación de adrenalina que hacen de esta modalidad una opción poco común. convincente, por lo que se aconseja la práctica con personal calificado y los recursos necesarios para su ejecución (Entorno Turístico, 2016, párr. 1-2). Según las definiciones anteriores, el turismo de aventura está indisolublemente ligado al medio natural porque las actividades que se practican en esta modalidad se desarrollan en el exterior. Sin embargo, a diferencia del ecoturismo, el turismo de aventura no se centra en la naturaleza; más bien, utiliza la naturaleza como un medio para lograr su objetivo, que es crear una experiencia de acción y riesgo sin descuidar la sostenibilidad.

#### *2.2.1.4. Turismo rural*

El turismo rural es una actividad que tiene relación con el agroturismo, la cultura, etnia, el deporte, educación ambiental, actividades de aventura, investigaciones de tipo técnico científico, a la salud, la gastronomía, ecoturismo, etc., siendo su principal interés el campo y dando la oportunidad a los turistas de relacionarse con la naturaleza y conociendo nuevas modalidades de sabiduría ancestral (Peñañiel, 2019, p. 38).

Para Varisco (2019, p. 161), el turismo rural es la actividad económica la cual tiene enfoque en enfrentar la situación socioeconómica del medio rural, poniendo al turismo como principal alternativa para la generación de empleo y dinamización de la economía, mediante la relación e integración de dos formas o modos de vida, el urbano y lo rural, a través del intercambio de experiencias y la participación del visitante en las actividades agrarias con el fin de ligar al turista en el medio.

#### *2.2.1.5. Turismo espeleológico*

Según Jiménez (2019), el turismo espeleológico es una actividad que consiste en visitar cavidades subterráneas con fines recreativos, como cuevas o grutas, como una forma original y segura de descubrir que hay debajo de la tierra. De este modo, el espeleo turismo, como una forma particular de geoturismo, se refiere al turismo de naturaleza desarrollado en sistemas naturales subterráneos, como cuevas o cavernas. Así, el geoturismo, se ha definido más recientemente como “aquel que se centra especialmente en el paisaje y la geología de los destinos.

De esta forma, se explotan los atractivos turísticos de paisajes subterráneos, como las cavidades naturales mezclando las actividades al aire libre con paisajes poco comunes.

### **2.3. Diagnóstico situacional**

El diagnóstico situacional es un proceso de producción de conocimientos para la acción, una interacción dialógica entre los actores involucrados en la acción social, un modo de producir conocimientos de base útiles en la acción, un modo de producción de conocimientos colectivo y participativo, una racionalidad reflexiva para la toma de decisiones, una acción focalizada en temas significativos para los actores involucrados (Martínez, 2006).

## 2.4. Diagnóstico turístico

Es una investigación de campo que se realiza con el fin de conocer los problemas exactos, las necesidades, pero asimismo potencialidades de una comunidad, parroquia, cantón, una empresa, organización, u otro segmento (Muñoz, 2017, pp.3-7).

El diagnóstico turístico o estado de la situación actual, es el análisis de los elementos básicos que conforman la organización del territorio y el turismo. De igual forma, se puede mencionar que se entiende como la recopilación y el estudio de la información en un territorio con respecto a la oferta y la demanda de productos o servicios turísticos que se ejecutan en un determinado lugar. Tiene como objetivo, definir la condición del lugar o destino posterior a la planificación de la propuesta turística o el diseño de un producto turístico (Rogel, 2019).

### 2.4.1. Diagnóstico por componentes

El levantamiento de un diagnóstico territorial incluye el recabar información referente a los cinco ámbitos que se describen a continuación:

**Tabla 2-1:** Ámbitos e información a recabar

ÁMBITOS	INFORMACIÓN PARA RECABAR
<b>Biofísico</b>	Se describen los recursos naturales de los que depende la población y sus actividades.
<b>Socio cultural</b>	Análisis de la estructura, composición, dinámica de la población. También examina los patrones culturales y las identidades, así como la cantidad y el calibre de los servicios básicos y sociales disponibles.
<b>Económico</b>	análisis de las principales actividades económicas que se desarrollan en la zona y las conexiones entre los elementos productivos que sustentan el crecimiento económico. También describe los niveles de educación, especializaciones, habilidades y destrezas que posee la población económicamente activa del territorio.
<b>Asentamientos humanos</b>	Análisis de la distribución y ocupación de la población en el territorio.
<b>Movilidad, energía y conectividad</b>	Análisis de redes que articulan a la población con el medio físico y sus actividades.
<b>Político institucional y participación ciudadana</b>	Análisis de la capacidad institucional del GAD, así como de los distintos actores públicos y privados, para resolver conflictos, fomentar la cooperación entre iniciativas y promover la participación ciudadana.

Fuente: SEMPLADES (2013, p.8).

#### 2.4.2. Sistema turístico

El sistema turístico, por su parte, está constituido fundamentalmente por una serie de componentes interrelacionados entre sí que le permiten su funcionamiento e indisoluble vínculo con la vida de todos los pueblos. La organización del turismo se basa en cuatro elementos básicos, a saber: las atracciones y las actividades que de ellas se derivan, la infraestructura social, la fábrica de turismo y la superestructura. Todos estos elementos constituyen estímulos turísticos y se agregan a los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes (INPC, 2018, p. 20).

**Tabla 2-2:** Sistema turístico

SISTEMA TURÍSTICO	
<b>Demanda</b>	<b>Turistas.</b> Usuarios de servicios de calidad
<b>Producto</b>	Promoción, mercadéo, comercialización, operación
<b>Oferta</b>	<b>Superestructura.</b> Entidades responsables de la organización <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ámbito geográfico. OMT</li> <li>• Participación. MINTUR. Gobiernos locales, provinciales</li> <li>• Actividad: Público, comunidad</li> </ul>
	<b>Planta turística.</b> Equipamiento. (alojamiento, alimentación, otras) Instalaciones. (Montaña, agua, playa)
	<b>Infraestructura.</b> Agua, salubridad, energía, transporte
	<b>Atractivos turísticos.</b> Sitios naturales, culturales
<b>Territorio: Patrimonio natural, cultural</b>	

**Fuente:** Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2018, p. 20

#### 2.5. Producto turístico

Un producto turístico está compuesto por varios subproductos. Esos subproductos representan el legítimo valor añadido del producto constituido de una serie de recursos que los hacen atractivos (playas, clima agradable, etc.) y una serie de servicios y equipamientos que permiten al turista el disfrute de los recursos, dotados de infraestructuras turísticas adecuadas para que sus atractivos puedan ser disfrutados (López, 2015).

Así también García (2014, p.5), determina que producto turístico es; un conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante y que satisfacen sus necesidades”. El producto turístico incluye los atractivos del sitio turístico, así también las industrias “soporte” de la actividad turística. No solo se debe pensar como un producto en hotel, restaurante, recurso. Esto

debería tener un valor experiencial, incluida la recopilación de información, la planificación de viajes, la reserva, la ruta, el transporte, la interacción con los lugareños y más.

## **2.6. Ruta turística**

Se conoce como ruta turística a un itinerario estandarizado de lugares y actividades a realizar en un territorio bajo régimen, tiempo y duración de visita flexible. Las rutas son diseñadas entorno a un tema que puede ser histórico, social, artístico o paisajístico, permitiendo conocer y disfrutar al turista de una serie de recursos y atractivos comunes de forma organizada. El tema permitirá que exista coherencia por medio de un hilo conductor que da sentido al itinerario unir a distintos lugares, actividades y elementos que actúan sobre un destino turístico (Larrea, 2020).

### **2.6.1. Tipos de rutas**

Existen dos tipos de rutas turísticas: circulares y lineales. Las primeras, tienen un punto de partida y tienen atractivos naturales como paisajes haciendo paradas en puntos de interés. Las segundas, se puede decir que van como lo indica su nombre, en línea, y los destinos turísticos se encuentran ligados entre sí por medio de características en común (Larrea, 2020).

### **2.6.2. Estructura de la ruta turística**

Una ruta turística está destinada a la planificación de un producto turístico o varios productos que deben vincularse entre sí para compartir la oferta.

A continuación, se presentan cuatro pasos que permiten estructurar rutas turísticas a partir del modelo de diseño de producto:

- Análisis del destino
- Diseño
- Desarrollo e implementación
- Monitoreo

## **2.7. Diseño de una ruta turística**

Se entiende al diseño de una ruta turística, al acto de atravesar un territorio teniendo siempre un lugar de destino y un lugar de salida, a condición de que la misma sea de carácter complementario, atendiendo a los principios fundamentales de adaptabilidad, existencia de las infraestructuras

adecuadas, determinación de las condiciones de funcionamiento y colaboración con el debido proceso de planificación integral (De la Fuente, 2018).

### 2.7.1. Pasos para el diseño de una ruta turística

Para Guevara (2016), al momento de diseñar una ruta se considerarán, entre otros, los siguientes aspectos:

**Tabla 2-3:** Diseño de la ruta turística

DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA	
<b>Nombre categoría</b>	<b>o</b> El nombre recogerá los aspectos más relevantes por los cuales ésta se caracteriza, así por ejemplo “ruta de cavernas”, en este caso la categoría predominante es natural, aunque algunos de sus componentes podrían ser de orden cultural.
<b>Localización</b>	Vale la pena señalar sobre un plano con detalles precisos la localización de la ruta, este dato será de gran ayuda al momento de estructurar el guion
<b>Superficie extensión</b>	<b>y</b> Es conveniente contar con este elemento, pues será tomado en cuenta para el cálculo del tiempo en el que se desarrollará la ruta
<b>Puntos de entrada</b>	<b>de</b> Se debe señalar con exactitud las vías de acceso principales, así como, las alternativas. Se recomienda utilizar mapas actualizados
<b>Circulación interna</b>	En este punto ha de hacerse notar las posibles sub-rutas internas, que a su vez pueden tener cierto nivel de interés.
<b>Recursos visuales globales</b>	En este punto se recogerán los datos más relevantes de los recursos a ser visitados. Esta breve descripción también será de gran ayuda para la elaboración definitiva del guion.
<b>Patrones climáticos</b>	Se señalarán las características más relevantes del clima, así, por ejemplo, temperatura, precipitaciones, heliofanía (horas efectivas de sol), humedad relativa del aire, etc.
<b>Atractivos naturales</b>	Se hará referencia a: recursos biológicos, especies locales vegetales, especies locales animales
<b>Atractivos culturales</b>	Dependerá de cada caso, así: arquitectura moderna, arquitectura popular, agricultura tradicional, costumbres, etc.
<b>Atractivos de apoyo</b>	<b>de</b> En lo concerniente a: miradores, centros de interpretación, museos de sitio, etc.

Fuente: Turismo sustentable. Guevara (2016)

### 2.7.2. Paquetes turísticos

Según Rodríguez (2014, pág.51) Paquete turístico es el conjunto de servicios que incluyen al alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, que pueden o no incluir el transporte de aproximación que se venden a un precio global y que solo puede ser adquiridos en un solo acto de compra.



## **2.8. Recurso turístico**

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

- Sitios naturales: agrupa a los sitios geográficos que, por sus peculiaridades propias, tienen alta importancia y componen atractivos turísticos.
- Manifestaciones culturales. - se puede considerar a los diversos sitios y expresiones culturales de un determinado lugar o país, que datan de épocas ancestrales o más recientes y mismos que representan por ello una atracción en sí mismos (Manual para la Planificación de Productos Turísticos, 2014).

## **2.9. Atractivos turísticos**

Se define como todos los elementos tangibles y/o inmateriales modificables en el producto turístico y que tienen la capacidad de influir en la toma de decisiones del turista, haciendo que el proceso turístico fluya desde su lugar habitual de residencia hasta un territorio. Mientras que el recurso turístico consiste en cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que busque incentivar el desplazamiento siendo el eje principal la curiosidad o la posibilidad de poder realizar algún tipo de actividad sea esta física o intelectual (Secretaría de Turismo de España, 2015).

Según la (Organización Mundial de Turismo, 2010), son aquellos bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y buscan cumplir con las actividades de los turistas, y determina que, un recurso turístico compone la existencia de un conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a la predisposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de metamorfosis que hacen posible la actividad turística y satisfacer las necesidades de la demanda.

### ***2.9.1. Clasificación de atractivos turísticos***

Los atractivos turísticos se clasifican de la siguiente manera:

#### ***2.9.1.1. Atractivos naturales***

Este tipo de atractivos son creados por la naturaleza, lo que quiere decir que la acción humana no estuvo directamente involucrada en dicho proceso. Sin embargo, es un hecho que varias de estas

atracciones necesitan de la intervención humana para asegurar su preservación, mantenimiento y accesibilidad (Bertoni, 2005, p. 97).

### *2.9.1.2. Atractivos culturales*

Se consideran así los elementos en los que la acción del ser humano interfiere o ha interferido en el desarrollo histórico, o se justifican por motivos culturales o comerciales (Otero, 2000, p. 14).

Son aquellos que surgen y son parte de la sociedad y su cultura. Se puede evidenciar en obras de origen estético como en derivadas de la metodología y experimentación científica; en ambos elementos, pueden ser de antaño o actuales (MINTUR 2006).

### **2.9.2. *Inventario de Atractivos Turísticos***

El inventario de atractivos turísticos es un proceso mediante el cual se realiza un registro valorado de los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información el cual sirve de respaldo a la gestión, por su capacidad de contribuir con datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio proporcionando facilidades a la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico (Ministerio de Turismo, 2004, p.10).

## **2.10. Jerarquización**

La jerarquización es un proceso comparativo por el cual pasan los atractivos y el equipamiento turístico que pertenecen a un objeto de estudio, con los criterios seleccionados de una lista de evaluación, para conocer los efectos y separarlos según su nivel de importancia relativa (Solís, 2015, p. 26).

Además, el MINTUR (2018, pp. 14-15) señala que puede ser aplicada no sólo en los atractivos con una oferta determinada, sino también en los que no están operando o realizando sus actividades; este proceso se basa en la revisión de los términos planteados por la Organización de los Estados Americanos (OEA). La entidad citada anteriormente establece que los atractivos se jerarquizan siendo el nivel más bajo el recurso y el más alto la categoría IV

<b>Jerarquía IV</b>	•Atractivos con mayor importancia dentro del mercado turístico extranjero, capaz de atraer una mayor corriente de visitantes por sí solo.
<b>Jerarquía III</b>	•Abarca a los atractivos con rasgos únicos, los cuales atraen a los visitantes solos o en conjunto con otros atractivos históricos o patrimoniales
<b>Jerarquía II</b>	•Atractivos que por algún rasgo en especial, atraen la mirada de los visitantes que llegan por motivaciones diferentes, estos atractivos son más visitados por turistas nacionales.
<b>Jerarquía I</b>	•Engloba a los atractivos que no cuentan con lo necesario para llegar a un nivel alto, sin embargo, forman parte de un inventario de atractivos
<b>Recurso</b>	•Elemento de índole cultural o natural que no cuenta con ninguna infraestructura propia, motivo principal por el cual no se desarrolla en el ámbito turístico

**Ilustración 2-1:** Jerarquización de atractivos turísticos

Fuente: MINTUR (2018)

## 2.11. Cliente

Los clientes son empresas o personas con las cuales se hace negocios, son los miembros más importantes de la empresa. (Robbins, 2005, p.7).

Según Baquero (2007, p.45), el término cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a quienes dependen de él, en otros términos, los clientes son personas que tienen una necesidad en particular de un producto o servicio que la empresa puede satisfacer.

## 2.12. Estudio de mercado

Es la realización de recopilación, registro y análisis de datos relacionados con el sector del mercado en el que la empresa ofrece sus productos. Para dar su opinión sobre lo que sea necesario para superar las expectativas del cliente. Estos son los insumos iniciales de la mezcla de marketing (producto, precio, plaza, promoción) o marketing mix; que convierten en estrategias para incrementar participación en el mercado o buscar posicionamiento (García, 2006, p.6).

### 2.12.1. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda se entiende que es la determinación cuantitativa, basada en análisis históricos y pronósticos evolutivos, del tamaño de mercado requerido para el tipo de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, necesitamos entender el tamaño y volumen de la demanda, el poder adquisitivo de los clientes objetivo, el consumo medio por cliente las pautas de comportamiento de la demanda, etc. (Baca, 2010).

#### *2.12.1.1. Perfil general del consumidor a captar*

Una de las áreas más esclarecedoras y decisivas en un estudio de mercado es el perfil general del consumidor. Para solucionar este problema se suele utilizar el proceso de segmentación, que consiste principalmente en la agrupación de grandes grupos de consumidores que forman la demanda futura, potencial u objetivo. Para este grupo se utilizan cinco tipos de variables: socioeconómicas, geográficas, motivacionales, de hábito, de costo, de preferencia y de personalidad (Hernández, 2008).

#### *2.12.1.2. Muestreo*

Arboleda (2003, p.6), alude que muestreo; es una herramienta de investigación científica. Su función principal es determinar que parte de la realidad bajo estudio (población o universo) debe examinarse para sacar conclusiones sobre esa parte de la población.

El muestreo es el proceso de seleccionar un grupo de individuos de una población para estudiarla y poder describir la población en su conjunto (Ochoa, 2015, p.15).

#### *2.12.1.3. Muestra.*

En palabras de Monje (2011) se trata de una técnica empleada en estadística, absolutamente imprescindible en la investigación científica, para seleccionar los temas sobre los que aplicaremos las técnicas de investigación elegidas, según el enfoque en el que operen (cuantitativo, cualitativo o mixto), en gran parte de los proyectos de investigación. Se trata de un conjunto de actividades que se llevan a cabo para estudiar la distribución de algunos personajes en una población, universo o un grupo completo, a partir de la observación de una pequeña parte de la población en estudio.

#### *2.12.1.4. Tamaño de la muestra*

La constante búsqueda de la información se efectúa por medio de fuentes: primaria y secundaria, en orden contrapuesto, esto quiere decir que primero se efectúa la búsqueda de información bibliográfica y dependiendo de las necesidades que se presenten se enfoca en evaluar el tipo de información de campo que se ha buscado y obtenido. Para la obtención de la información inicial, se ha centrado en los tipos de variables a procesar (análisis de oferta y demanda), luego definiendo el universo y luego el patrón a determinar (Universidad de Guadalajara, 2023, pp34-37).

La muestra está determinada por la siguiente fórmula matemática:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

e = Error máximo aceptable 8%

p = Probabilidad de ocurrencia de un fenómeno (0,5)

q = Probabilidad de no ocurrencia del fenómeno (0,5)

z = Coeficiente de corrección del error

#### 2.12.1.5. *Demanda insatisfecha*

Se define como demanda insatisfecha a la demanda no está cubierta en su totalidad por el mercado y puede satisfacerse, al menos como parte del proyecto, ya que existe demanda insatisfecha debido a que la demanda excede la oferta. Es por ello que el diseño de la ruta turística apunta a satisfacer ese conjunto de individuos que ven insatisfechos sus gustos o exigencias en cuanto al disfrute del entorno turístico que la localidad ofrece (Monje, 2011).

#### 2.12.1.6. *Demanda potencial*

Se refiere a la demanda máxima que se consigue para un producto en particular bajo un conjunto de condiciones, y la probabilidad de que este producto tenga éxito en el mercado. Al realizar las investigaciones pertinentes acerca de las necesidades potenciales, es posible descubrir la receptividad de estas cosas (Nájera et al, 2021).

#### 2.12.1.7. *Competencia*

Se denomina competencia a un grupo de empresas que coinciden en un mismo nicho del mercado u ofrecen productos similares. Existen diferentes niveles de competencia dependiendo de las interacciones comerciales de las empresas en el mercado y dependiendo de si la competencia está arraigada en marcas, productos o necesidades, por lo general, la competencia origina una mayor oferta y surge de la repartición del mercado (Arturo, 2008, p.47).

#### 2.12.1.8. *Confrontación Competencia-Demanda*

La demanda insatisfecha se determina mediante la diferencia de la demanda potencial menos la demanda captada por la competencia (Arturo, 2008, p.7).

$$DI = DP - C$$

### **2.13. Marketing turístico**

El marketing es un intercambio continuo de información con los clientes en formas que educan, informan y construyen relaciones a lo largo del tiempo. El tiempo es importante porque solo con el tiempo se puede generar confianza. A través de la confianza, es como una comunidad orgánica construida en torno a productos y servicios y sus clientes tan entusiasmados con los productos se convierten en defensores, evangelistas leales, clientes frecuentes y, a menudo, amigos. El marketing es una excelente manera de identificar lo que atrae a las personas y las entusiasma con una marca (Sauce, 2015, p.25).

Según Ojeda (2017, p. 30), el marketing mix se puede definir como; la capacidad de escoger y combinar, de manera adecuada, las diferentes herramientas (también conocidos como variables, herramientas o elementos) de que dispone la empresa, en función de la información existente y con la finalidad de conseguir los objetivos empresariales dispuesto. McCarthy quien lo nombró la teoría de las cuatro “c” ya que usa cuatro variables, cuyas iniciales en el idioma inglés empiezan por “c”.

#### **2.13.1. 4Cs del marketing MIX**

##### **2.13.1.1. Cliente**

El marketing moderno se halla centrado en el estudio de las necesidades del consumidor, mas no en el producto. En la actualidad no se puede vender cualquier cosa que se produzca, sino sólo aquello que satisface una necesidad.

##### **2.13.1.2. Costo**

Se trata de comprender el costo que representa para el consumidor satisfacer ese deseo o esa necesidad. El consumidor decide donde comprar sin darle mucha importancia al precio ni a que el producto que busca se encuentre más barato en el otro extremo de la ciudad que en la tienda más cercana a su casa; es por ello por lo que se requiere estudiar los costos que están asociados (tiempo y esfuerzo) desde el momento en que se produce hasta que se adquiere el producto. Ahora lo que importa es comprar al menor costo no al menor precio.

#### *2.13.1.3. Conveniencia*

Establecer un nexo específico para la distribución de los productos en los sitios que sean los más convenientes para todos quienes intervienen en el proceso de adquisición o compra. Se debe tener en cuenta que el consumidor adquiere los productos en el lugar más accesible por lo que se podía decir que también la conveniencia equivale a accesibilidad.

#### *2.13.1.4. Comunicación*

Es esencial para poder mejorar la conexión entre oferentes y demandantes. La comunicación que en este momento establezcan las organizaciones con sus consumidores será primordial para la creación de un marketing de relaciones, en el cual se relacionen los intereses de los consumidores y proveedores con los de la organización. Ya no sólo se les informa a los clientes de la existencia de los nuevos productos, ahora se les pide su opinión acerca de ellos; las promociones se diseñan a en base a lo que el cliente comunica a través de sus adquisiciones o compras, las mismas que se registran en los sistemas de base de datos para futuros análisis (Sauce, 2015).

### **2.14. Viabilidad ambiental**

CONELEC (2010), en sus estudios ambientales de participación ciudadana detalla que es importante identificar y calificar los impactos derivados de las actividades del proyecto es, radica en la facilidad de visualizar e identificar el tipo, magnitud, importancia y trascendencia de dichos impactos; para ello se considera el uso de metodologías combinadas y basadas en la comparación de escenarios posibles a corto, mediano y largo plazo. Para la evaluación de impactos se considera una matriz causa-efecto, teniendo como referencia la matriz Lázaro Lago Pérez.

### **2.15. Viabilidad administrativo – legal**

Para desarrollar el plan de negocio, es necesario el establecimiento de un marco legal bien establecido, que incorpore toda la reglamentación solicitada para una adecuada implementación de este, con la finalidad de conocer cuáles son las normas que regulan en materia legal la actividad que se pretende desarrollar, desde su constitución y puesta en marcha, hasta la operación del proyecto en el momento en que se convierte en empresa.

Se comienza con la elaboración de la carta organizacional en la cual se establece la estructura de la organización y el perfil de los cargos por la que estará compuesta la empresa, determinando el recurso humano de carácter administrativo necesario para la operación del negocio; así como

algunos elementos suplementarios en su administración y que estimulan el desarrollo de la actividad del negocio tales como: estrategias motivacionales, plan de capacitaciones e inducciones, recompensas e incentivos, entre otros. Además, se incluyen algunos requerimientos de bienes los cuales serán utilizados por estas personas para su normal desempeño en la organización tales como muebles y equipos de oficina (Correa, 2010).

#### **2.16. Estudio económico**

Este estudio en especial cubre específicamente la cantidad de recursos financieros necesarios para ejecutar el proyecto antes de su inicio, así como la determinación del costo total requerido durante el tiempo de vida del proyecto (Luna, 2009, p.7). Uno de los factores básicos que determinan la viabilidad de los proyectos en sus análisis económicos. En todos los proyectos, determinados desde un punto de vista económico, se tienen tres factores monetarios importantes (Sendín, 2006, pp.8-10).

#### **2.17. Estudio financiero**

*“El análisis financiero es una herramienta que permite la comparación relativa de diferentes empresas y facilita la toma de decisiones de inversión, financiamiento, planes de acción, controles operativos, distribución de dividendos entre otros”* (León, 2009, p.23).

Según Anzil (2012, p.2), La investigación financiera es un elemento fundamental en la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva línea de negocio, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva fábrica de producción.



## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo de titulación se realizó en la parroquia Cotundo, perteneciente a la provincia de Archidona, está ubicada al nororiente del Ecuador, en la provincia de Napo es de tipo no experimental, que se llevó a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo a un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo.

Para el cumplimiento del primer objetivo: Determinar la viabilidad comercial del producto turístico, se estableció lo siguiente:

Diagnostico situacional: para efectuar la validación del diagnóstico situacional se revisó, analizó y sistematizo información primaria y secundaria en relación con los componentes de la parroquia:

- Componente Biofísico
- Componente Sociocultural
- Componente económico
- Asentamientos humanos
- Componente Político institucional y participación ciudadana
- Componente movilidad
- Componente Energía y conectividad

Inventario de atractivos turísticos: identificación y clasificación: con la utilización de la base de datos del GAD parroquial de Cotundo se identificaron atractivos que se encuentran registrados y, a través de salidas de campo y el uso de la ficha del Ministerio de Turismo (2017), se actualizó la jerarquía de estos. Una vez que se realizó la identificación los atractivos, se determinó si estos son turísticos, también, se estableció la categoría, tipo y subtipo a la que pertenecen cada uno de los atractivos identificados.

- Levantamiento de información primaria: se realizó el registro, identificación y clasificación en el territorio, para después complementar con entrevistas.
- Verificación con información secundaria: se realizó en la oficina con apoyo de información oficial nacional, bibliografía y otras fuentes documentales existentes.
- Ponderación y jerarquización: al realizar la ponderación y jerarquización a un atractivo, se define un conjunto de criterios en torno a los atributos mínimos que un atractivo debe tener para que logre convertirse en un producto turístico.

- Rangos de jerarquización de atractivos turísticos: La jerarquía se estableció a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y de acuerdo con los parámetros obtenidos se estableció el rango de jerarquía donde se ubica el atractivo.

Rangos	Jerarquía
•86 -100	•IV
•61 -85	•III
•36-60	•II
•11-35	•I

**Ilustración 3-1:** Jerarquización de atractivos turísticos  
Fuente: MINTUR (2018)

Para determinar el universo de estudio se tomó los registros de turistas que llegaron a la Parroquia Cotundo en el año 2022, registrando 3200 turistas nacionales y 2084 turistas extranjeros.

### Cálculo de la muestra

Para el cálculo muestral se utilizó la fórmula matemática probabilística para poblaciones finitas descrita a continuación.

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

p = 0,5 Probabilidad de ocurrencia

q = 0,5 Probabilidad de no ocurrencia

e = Margen de error 5%

z = Nivel de confianza 95%

$$n = \frac{N (p * q)}{(N - 1) * \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{5.284 (0,5 * 0,5)}{(5.283) * \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{1321}{7,543}$$

n= 355 encuestas

**Tabla 3-1: Estratificación de la muestra**

<b>Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Distribución de la muestra</b>
<b>Nacionales</b>	61%	217
<b>Extranjeros</b>	39%	138
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>355</b>

Elaborado por: Flores, J, 2023

### **Técnicas**

**Encuesta.** La técnica que se utilizó de acuerdo con el tipo de investigación realizada fue aplicada mediante la encuesta, usada como instrumento el cual está elaborada con preguntas definidas para el levantamiento de información de esta manera conocer los gustos y preferencias de la demanda. El instrumento utilizado fue el cuestionario de encuesta aplicado directamente en el lugar de los hechos.

**Tabulación.** Los resultados obtenidos son expuestos en gráficos con su respectivo análisis e interpretación.

Para el cumplimiento del segundo objetivo “Estudio técnico de la ruta turística” se fundó en lo siguiente:

- Macro y micro localización
- Establecer el tamaño del proyecto
- Disponibilidad de costos de suministros e insumos
- Elaboración de paquetes
- Precio de los paquetes

Para la ejecución del tercer objetivo “Definir estrategias de mercado y comercialización” se realizó en base a lo siguiente:

Se establecieron estrategias de mercado y comercialización por medio del cual se dará a conocer el producto en el mercado turístico, para lo cual se tomaron en cuenta los componentes del Marketing Mix:

- Cliente
- Costo
- Conveniencia
- Comunicación

Para la determinación del cuarto objetivo correspondiente a “Elaborar el estudio socioambiental de la ruta turística” se realizó con base en:

La utilización de la matriz de Lázaro Lagos que determina la línea base de las condiciones ambientales causa - efecto, y de esta manera se evaluaron los impactos biológicos, socioculturales y económicos y de acuerdo con los resultados obtenidos se establecieron medidas de mitigación.

Para el cumplimiento del quinto objetivo correspondiente a “Identificar la viabilidad legal y administrativa” del producto turístico se realizó con base en:

El establecimiento de la figura legal y los requerimientos necesarios establecidos en leyes para la operación del producto, posteriormente se estructuró un modelo de gestión para la administración del producto, brindando alternativas de operación, que trabajan sobre el marco legal de la Constitución Política del Ecuador, Ley de turismo y Ley de Economía Popular y Solidaria.

Para el cumplimiento del sexto objetivo “Realizar el estudio económico- financiero” se analizaron los componentes económicos y financieros

#### Análisis económico

- Presupuesto de inversiones
- Fuentes de financiamiento
- Depreciación de activos fijos
- Amortización de activos diferidos
- Estructura de gastos durante el funcionamiento del proyecto turístico
- Consumo aparente
- Ingresos
- Estado de resultados
- Flujo de caja

#### Análisis financiero

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

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. Determinar la viabilidad comercial del producto turístico

##### 4.1.1. Caracterización del área de estudio

###### 4.1.1.1. Datos generales del área de estudio

**Tabla 4-1:** Datos generales del GAD Parroquial Rural de Cotundo

Nombre del GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Cotundo
Localización	La parroquia Cotundo se encuentra, se encuentra localizada en la parte Sur del país, perteneciente al cantón Archidona de la provincia de Napo, la altitud de la parroquia va desde los 600 hasta los 5.680 m.s.n.m.
Fecha de creación de la parroquia	1 de febrero de 1967
Población	8.376 habitantes
Extensión	1.527, 567
Límites	Norte: Cantón quijos Sur: Cantón Tena Este: Provincia de Orellana Oeste: Provincia de pichincha y Cotopaxi
Rango altitudinal	600 m.s.n.m. (Rio Hollin) y 5.680 m.s.n.m. (Volcán

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cotundo, (2019, p. 8)

##### 4.1.2 Componente físico

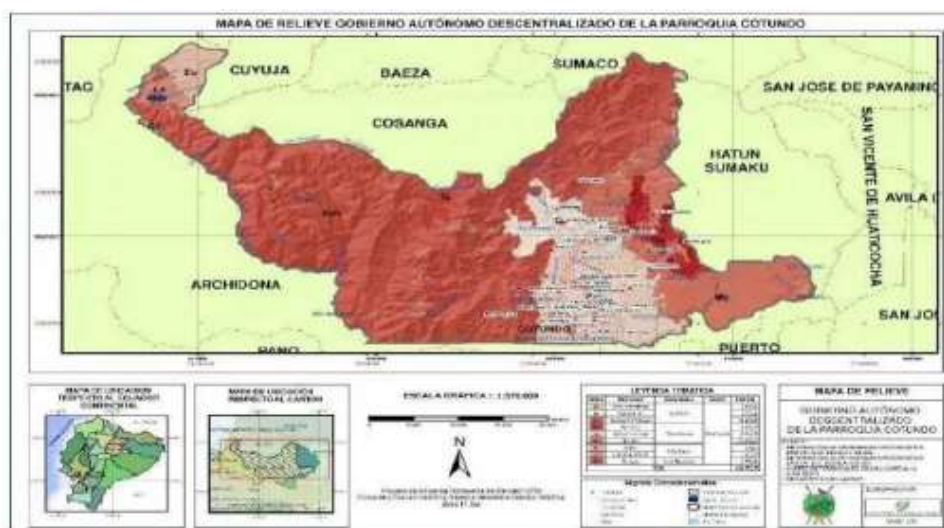
###### 4.1.2.1. Relieve

La parroquia Cotundo está formada por el conjunto geomorfológico de la Cordillera sub andina que constituye la terminación occidental de la gran llanura Amazónica al pie de la vertiente oriental, paralelo a la estribación de la cordillera oriental Andina, que la constituyen edificios volcánicos, colinas altas y relieves montañosos, entre otras con superficies irregulares. Estos relieves se han desarrollado sobre rocas sedimentarias cretácicas, las mismas que fueron deformadas y plegadas debido a la orogénesis andina. En cuanto a la actual dinámica en este conjunto se producen movimientos en masa, derrumbes, y erosión.

**Tabla 4-2:** Relieve de la Parroquia Cotundo Parroquia Cotundo

Meso relieve	Macro relieve	Relieve	Área (Hectáreas)
Edificios volcánicos	Cordillera	De Montaña	3.474,94
Colinas altas			6.332,11
Relieves montañosos			94.854,00
Vertientes	Píe de Monte		4.525,38
Colinas medianas			18.324,70
Mesetas			21.458,23
Glacis	Valle Glaciar		226,21
Llanura subglaciar			1.827,33
Terrazas	Valle Tectónico		1.733,84
<b>Total</b>			<b>152.756,75 Ha</b>

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cotundo, (2019, p. 21)



**Ilustración 4-1:** Mapa de Relieve de la parroquia Cotundo

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cotundo, 2019.

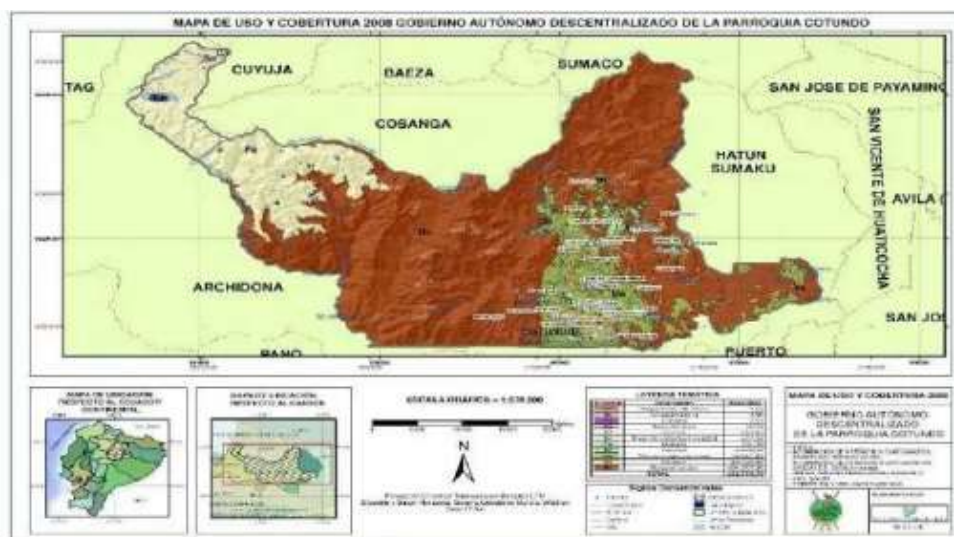
#### 4.1.2.2. Uso y cobertura del suelo

En la parroquia Cotudo encontramos alrededor de 800 chacras de 2.500 a 5.000 metros cuadrados por finca en la que podemos encontrar platas de cacao, café, guayusa como cultivos permanentes. Como cultivos estacionales encontramos yuca, maíz y plátano, los cuales son la base de la alimentación de la zona. Además de plantas medicinales, árboles frutales: guaba, morete, chonta, paso, avió, chirimoya. Además, podemos encontrar árboles maderables.

**Tabla 4-3:** Uso del suelo de la parroquia

Cobertura	Superficie (ha)	Porcentaje (%)
Vegetación arbustiva	2,69	0%
Infraestructura	3,55	0%
Cultivos	7,17	0%
Área poblada	14,18	0%
Glaciar	187,82	0%
Área sin cobertura	577,16	0%
Natural	735,2	0%
Pastizal	4.505,43	3%
Mosaico agropecuario	18.964,81	12%
Paramo	23.500,80	15%
Bosque nativo	104.257,95	68%
<b>TOTAL</b>	<b>152.756,75</b>	<b>100%</b>

Fuente: PDOT Cotundo, 2019: p. 28



**Ilustración 4-2:** Mapa Uso y cobertura del suelo de la parroquia Cotundo

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cotundo, 2019.

#### 4.1.2.3 Información climática

##### 4.1.2.3.1. Clima

Según el Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE, 2012), en el sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador Continental el territorio que abarca la parroquia Cotundo comprende: Bosque Húmedo Tropical (- de 600 m), Bosque muy húmedo tropical (de 600 a 800 m), Bosque muy húmedo pre montano (de 800 a 1000 m), Bosque pluvial pre montano (de 1000 a 1600 m), Bosque muy húmedo montano bajo (+ de 2000 m) y Bosque pluvial montano y paramo (entre 2800 y 3700 m).



**Ilustración 4-3:** Mapa climático de la parroquia Cotundo  
**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cotundo, 2019.

#### 4.1.2.3.2. Precipitación

Posee precipitaciones entre 4.000 y 5.000 mm, las lluvias en la región probablemente caen durante todo el año, aunque en menor cantidad en los meses julio y agosto. Debido a este patrón de la estación lluviosa, no existen meses ecológicamente secos en la zona.

#### 4.1.2.3.3. Temperatura

La parroquia Cotundo posee una temperatura promedio anual de 24 grados centígrados.

#### 4.1.2.4. Flora

En la parroquia Cotundo encontramos una gran variedad de recurso filogenético en la siguiente tabla se mencionan las especies más representativas de la parroquia.

**Tabla 4-4:** Flora característica de la parroquia Cotundo

N°	Nombre Científico	Nombre común
1	<i>Bixa orellana</i>	<b>Achiote</b>
2	<i>Acrocarpus fraxinifolius</i>	<b>Acrocarpus</b>
3	<i>Persea americana</i>	<b>Aguacate</b>
4	<i>Nectandra reticulata</i>	<b>Aguacatillo</b>
5	<i>Pleuranthodendron mexicanum</i>	<b>Ahuecador</b>
6	<i>Croton glabellus</i>	<b>Ajicillo</b>
7	<i>Neea sp</i>	<b>Ajo</b>
8	<i>Terminalia Cattapa</i>	<b>Almendra</b>
9	<i>Protium Columbianum</i>	<b>Anime</b>



10	<i>Piper auritum</i>	Anis
11	<i>Eugenia sp</i>	Arrayan
12	<i>Pterygota excelsa</i>	Bacao
13	<i>Ochroma pyramidale</i>	Balsa
14	<i>Huberodendron Patinoi</i>	Bambudo
15	<i>Abarema Macrodenia</i>	Bantano
16	<i>Cassia Moschata</i>	Barbasco
17	<i>Virola Sebifera</i>	Bracilargo
18	<i>Bunchosia Lanceolata</i>	Bunchosia
19	<i>Faramea sp.</i>	Cabo de hacha
20	<i>Cabralea Canjerana</i>	Cabralea
21	<i>Theobroma Cacao</i>	Cacao cultivado
22	<i>Theobroma Gileri</i>	Cacao de monte
23	<i>Xylosma Sp</i>	Cacho de venado
24	<i>Phithelephas aequatoriales</i>	Cade
25	<i>Faramea Occidentalis</i>	Café de montaña
26	<i>Chrysophillum Argenteum</i>	Caimitillo
27	<i>Pouteria Multifolia</i>	Caimito
28	<i>Calatola Costaricensis</i>	Calatola
29	<i>Celtis Schipii</i>	Camarón
30	<i>Guadua Angustifolia</i>	Caña Guadua
31	<i>Aspidosperma Sp</i>	Canalón
32	<i>Beilschmiedia Sp</i>	Canelo
33	<i>Ocotea Javitensis</i>	Canelo amarillo
34	<i>Swietenia Macrophylla</i>	Caoba Ahuano
35	<i>Platymiscium Pinnatum</i>	Caoba verdadera
36	<i>Virola Dixonii</i>	Caracoli
37	<i>Hirtella Mutisii</i>	Carbonero
38	<i>Sinchona Pubecens</i>	Cascarilla
39	<i>Castilla Elástica</i>	Caucho
40	<i>Pouteria Caimito</i>	Cauje
41	<i>Trichilia Sp</i>	Cedrillo
42	<i>Cedrela Odorata</i>	Cedro
43	<i>Guarea Grandifolia</i>	Cedro macho
44	<i>Ceiba pentandra</i>	Ceibo
45	<i>Género Especie</i>	Nombre Local
46	<i>Oenocarpus bataua</i>	Chapil
47	<i>Castilla tunu</i>	Chevin
48	<i>Baccharis sp</i>	Chilca
49	<i>Geonoma densa</i>	Childa
50	<i>Cinnamomum sp</i>	Chimbuza
51	<i>Pithecellobium lengitolium</i>	Chiparo
52	<i>Rollinia mucosa</i>	Chirimoya
53	<i>Ormosia macrocalyx</i>	Chocho
54	<i>Aiphanes carytifolia</i>	Chonta
55	<i>Astrocaryum standleyanum</i>	Chontilla

56	<i>Andira inermis</i>	<b>Chontillo</b>
57	<i>Cedrelinga catanaeformis</i>	<b>Chuncho</b>
58	<i>Spondias purpurea</i>	<b>Ciruelo</b>
59	<i>Brownea hertae</i>	<b>Clavellin</b>
60	<i>Viola duckei</i>	<b>Coco D.</b>
61	<i>Viola reidii</i>	<b>Coco R.</b>
62	<i>Cocos nucifera</i>	<b>Cocotero</b>
63	<i>Guarea macrophylla</i>	<b>Colorado M.</b>
64	<i>Guarea Kunthiana</i>	<b>Colorado Ma.</b>
65	<i>Tapura angulata</i>	<b>Comida de pava</b>
66	<i>Dacryodes copularis</i>	<b>Copal</b>
67	<i>Piper obligua</i>	<b>Cordoncillo</b>
68	<i>Talauma dixonii</i>	<b>Cucharillo</b>
69	<i>Parinari campestre</i>	<b>Cuero de sapo</b>
70	<i>Parkia multijuga</i>	<b>Cutanga</b>
71	<i>Poulsenia armata</i>	<b>Damagua</b>
72	<i>Enterolobium sp</i>	<b>Enterolobium</b>
73	<i>Triplaris cumingiana</i>	<b>Fernan Sanchez</b>
74	<i>Artocarpus altilis</i>	<b>Fruta de pan</b>
75	<i>Vochysia ferruginea</i>	<b>Goma</b>
76	<i>Inga carinata</i>	<b>Guaba de loro</b>
77	<i>Inga chocoensis</i>	<b>Guaba de anillo</b>
78	<i>Inga oerstediana</i>	<b>Guaba de bejuco</b>
79	<i>Inga sapindoides</i>	<b>Guaba de cajón</b>
80	<i>Inga jinicuil</i>	<b>Guaba J.</b>
81	<i>Inga leiocalycina</i>	<b>Guaba L</b>
82	<i>Inga nobilis</i>	<b>Guaba N.</b>
83	<i>Inga punctata</i>	<b>Guaba P.</b>
84	<i>Inga marginata</i>	<b>Guabillo</b>
85	<i>Inga sp</i>	<b>Guabo G.</b>
86	<i>Inga spectabilis</i>	<b>Guaba machetón</b>
87	<i>Albizia guachapele</i>	<b>Guachapelí</b>
88	<i>Anona muricata</i>	<b>Guanábana</b>
89	<i>Brugmansia sp</i>	<b>Guanto</b>
90	<i>Parkia balslevii</i>	<b>Guarango blanco</b>
91	<i>Parkia velutina</i>	<b>Guarango negro</b>
92	<i>Guarea glabra</i>	<b>Guarea</b>
93	<i>Cecropia obtusifolia</i>	<b>Guarumo</b>
94	<i>Psidium guianensis</i>	<b>Guayaba montaña</b>
95	<i>Psidium guajava</i>	<b>Guayaba (Fruta)</b>
96	<i>Eugenia sp2</i>	<b>Guayabillo</b>
97	<i>Caryodendron orinocoense</i>	<b>Guayabo de monte</b>
98	<i>Minquartia guianensis</i>	<b>Guayacán pechiche</b>
99	<i>Simarouba glauca</i>	<b>Guitarro</b>
100	<i>Gustavia pubescens</i>	<b>Gustavia</b>
101	<i>Ficus insipida</i>	<b>Higueron</b>

102	<i>Ficus tonduzii</i>	Higueroncillo
103	<i>Spondias mombin</i>	Hobo
104	<i>Licania macrocarpa</i>	Huevo de potro
105	<i>Jacaranda copaia</i>	Jacaranda
106	<i>Genipa americana</i>	Jagua
107	<i>Grios peruviana</i>	Jaguacheque
108	<i>Nectandra sp.</i>	Jigua
109	<i>Nectandra hihua</i>	Jigua amarilla
110	<i>Pleurothyrium tomiwahlii</i>	Jigua blanca
111	<i>Nectandra purpurea</i>	Jigua prieta
112	<i>Aniba Hostmanniana</i>	Jigua sancona
113	<i>Vochysia macrophylla</i>	Laguno
114	<i>Beilschimedia rohliana</i>	Lambardilla
115	<i>Bombax malabricum</i>	Lano
116	<i>Cordia alliodora</i>	Laurel
117	<i>Ficus aff. Petenensis</i>	Leche braba
118	<i>Leucaena sp</i>	Leucaena
119	<i>Citrus sp</i>	Limón
120	<i>Virola sp</i>	Lotería
121	<i>Symphonia globulifera</i>	Machare
122	<i>Rhroedia madruño</i>	Madroño
123	<i>Erythrina poeppigiana</i>	Mambla
124	<i>Calocarpum sapota</i>	Mamey
125	<i>Eschweilera sp</i>	Manglillo
126	<i>Caryodendron sp</i>	Maní de árbol
127	<i>Anacardium excelsum</i>	Marañón
128	<i>Aegiphila alba</i>	Margarito
129	<i>Calophyllum longifolium</i>	María
130	<i>Hyeronima alchornoides</i>	Mascarey A.
131	<i>Hyeronima chocoensis</i>	Mascarey CH.
132	<i>Coussapoa rotunda</i>	Matapalo
133	<i>Coussapoa villosa</i>	Matapalo C
134	<i>Ficus cf. Clusiifolia</i>	Matapalo F
135	<i>Sapium laurifolium</i>	Mata pescado
136	<i>Crecentia kujete</i>	Mate de montaña
137	<i>Browneacoccinea</i>	Mayo
138	<i>Gmelina arbórea</i>	Melina
139	<i>Miconia sp 1</i>	Miconia
140	<i>Matisia grandifolia</i>	Molinillo
141	<i>Matisia alchornaefolia</i>	Molino
142	<i>Heisteria macrophylla</i>	Monterillo
143	<i>Clarisia racemosa</i>	Moral bobo
144	<i>Maclura tinctoria</i>	Moral fino
145	<i>Citrus sinensis</i>	Naranja
146	<i>Calyptranthes plicata</i>	Naranjo de monte
147	<i>Muntingia calabura</i>	Niguito

148	<i>Schizolobium parahyba</i>	<b>Pachaco</b>
149	<i>Cespedecia spatulata</i>	<b>Pacora</b>
150	<i>Eutherpe edulis</i>	<b>Palma E.</b>
151	<i>Ireartella sp</i>	<b>Palma I.</b>
152	<i>Lepidocaryum sp</i>	<b>Palma L.</b>
153	<i>Mauritiella sp</i>	<b>Palma M.</b>
154	<i>Attalea colenda</i>	<b>Palma Real</b>
155	<i>Oenocarpus mapora</i>	<b>Palmito</b>
156	<i>Ireartea deltoidea</i>	<b>Pambil</b>
157	<i>Pouteria gigantea</i>	<b>Papa pango</b>
158	<i>Carica sp</i>	<b>Papaya de mico</b>
159	<i>Jacaratia spinosa</i>	<b>Papayuelo</b>
160	<i>Socratea exorrhiza</i>	<b>Patona</b>
161	<i>Apeiba membranaceae</i>	<b>Peine de mono</b>
162	<i>Pentagonia macrophylla</i>	<b>Pentagonia</b>
163	<i>Trichospermum galleoltii</i>	<b>Pichango</b>
164	<i>Amanoa anomata</i>	<b>Piedrita</b>
165	<i>Pelleciera rhizophora</i>	<b>Piñuelo blanco</b>
166	<i>Pterocarpus rohrii</i>	<b>Pterocarpus</b>
167	<i>Andira sp</i>	<b>Pulga</b>
168	<i>Dendropanax sp</i>	<b>Pumamaqui</b>
169	<i>Simarouba amara</i>	<b>Quemador</b>
170	<i>Posoqueria maxima</i>	<b>Rabito</b>
171	<i>Terminalia amazonia</i>	<b>Roble</b>
172	<i>Licania glauca</i>	<b>Sabroso</b>
173	<i>Lecythis ampla</i>	<b>Salero</b>
174	<i>Pithecellobium saman</i>	<b>Samán</b>
175	<i>Brusimun utile</i>	<b>Sande</b>
176	<i>Clarisia biflora</i>	<b>Sande macho</b>
177	<i>Croton sp</i>	<b>Sangre de drago</b>
178	<i>Otoba novogranatensis</i>	<b>Sangre de gallina</b>
179	<i>Trema integerrima</i>	<b>Sapan de paloma</b>
180	<i>Matisia soeengii</i>	<b>Sapote de monte</b>
181	<i>Matisia sp</i>	<b>Sapotillo</b>
182	<i>Salix humboldtiana</i>	<b>Sauce</b>
183	<i>Sorocea sarcocarpa</i>	<b>Sorocea</b>
184	<i>Swartzia ampifolia</i>	<b>Suarcia A.</b>
185	<i>Swartzia little</i>	<b>Swartzia L.</b>
186	<i>Zanthoxylum riedelianum</i>	<b>Tachuelo</b>
187	<i>Vochysia bracedinii</i>	<b>Tamburo</b>
188	<i>Carapa guianensis</i>	<b>Tangare G.</b>
189	<i>Carapa megistocarpa</i>	<b>Tangare M.</b>

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2015)

#### 4.1.2.5. Fauna

Las especies de animales característicos de la parroquia Cotundo se muestran a continuación:

**Tabla 4-5:** Fauna característica de la parroquia Cotundo

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE VULGAR
<b>MAMÍFEROS</b>	
<i>Sciurus spp.</i>	Ardilla
<i>Priodontes giganteus</i>	Armadillo
<i>Myoprocta exilis</i>	Chanchita
<i>Tapirus terrestres</i>	Danta, Tapir
<i>Dichotylis pecari</i>	Jabalí
<i>Pteronura brasiliensis</i>	Lobo de río
<i>Cuniculus paca</i>	Maja, Guanta
<i>Lagothrix lagothricha</i>	Mono
<i>Desmodus rotundus</i>	Murciélago
<i>Lutra sp</i>	Nutria
<i>Myrmecophaga tridac</i>	Oso hormiguero
<i>Chobepus didactylus</i>	Perico ligero
<i>Coendou bicolor</i>	Puerco espín
<i>Hidrochaeris hidrochaeris</i>	Ronsoco/Capibara
<i>Tayassu tajacu</i>	Sajino
<i>Pantera onca</i>	Tigre
<i>Leopardus pardalis</i>	Tigrillo, Ocelote
<i>Mazama Rufina</i>	Venado
<i>Didelphis marsupialis</i>	Zorro

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2015)

**Tabla 4-6:** Aves representativas de la parroquia Cotundo

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE VULGAR
<b>AVES</b>	
<i>Daptrius americanus</i>	Cacatao
<i>Piculus flavigula</i>	Carpintero
<i>Ocreatus underwoodi</i>	Colibrí
<i>Piaya cayana</i>	Chicuan
<i>Nyctibius grandis</i>	Filuco Gris
<i>Nyctibius griseus</i>	Filuco Rojizo
<i>Coragyps atratus</i>	Gallinazo
<i>Egretta thula</i>	Garza
<i>Harpia harpyja</i>	Gavilan Harpía
<i>Phaeprorne tapera</i>	Golondrina
<i>Tachycinata albiventer</i>	Golondrina Vientre blanco
<i>Ara macao</i>	Guacamayo Rojo
<i>Ara ararauna</i>	Guacamayo Azul
<i>Otus choliba</i>	Lanchina
<i>Ara severa</i>	Loro
<i>Ceryle torquata</i>	Martín Pescador
<i>Cacicus cela</i>	Paucar
<i>Mitu mitu</i>	Pava
<i>Ortalis guttana</i>	Pava Manacaraco
<i>Tinamus major</i>	Perdiz
<i>Opisthocomus hoazin</i>	Shansho
<i>Pshophia crepitans</i>	Trompetero
<i>Ramphastus cuvieri</i>	Tucán

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2015)

#### 4.1.2.6. Recursos Naturales Degradados

Las características biogeográficas de la parroquia Cotundo, hace que en su territorio exista una alta concentración recursos naturales y biodiversidad; sin embargo, su permanencia ha sido constantemente amenazada por actividades antrópicas poniendo en riesgo la subsistencia y regeneración de estos recursos.

**Tabla 4-7:** Degradación de los Recursos de la Parroquia Cotundo

Recursos	Descripción del recurso bajo presión (nombre común)	Causas de la degradación
<b>Flora</b>	Cedro, Canelo, Copal, Guayacán Pechiche.	Deforestación por apertura vías, líneas de transmisión y comercialización de la madera.
<b>Fauna</b>	Danta, Oso, Guatusa, Guanta, Gallo de la Peña.	Deforestación de su hábitat natural
<b>Agua</b>	Cuenca Hidrográfica del Río Jondachi	Uso del Agua para producción de Energía Eléctrica. Colonización de nuevos sectores sin planificación alguna. Cambio de cobertura vegetal por pastos para animales.
<b>Suelo</b>	Suelos destinados a actividades agropecuarias.	Erosión, contaminación del suelo por uso de pesticidas.

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2019)

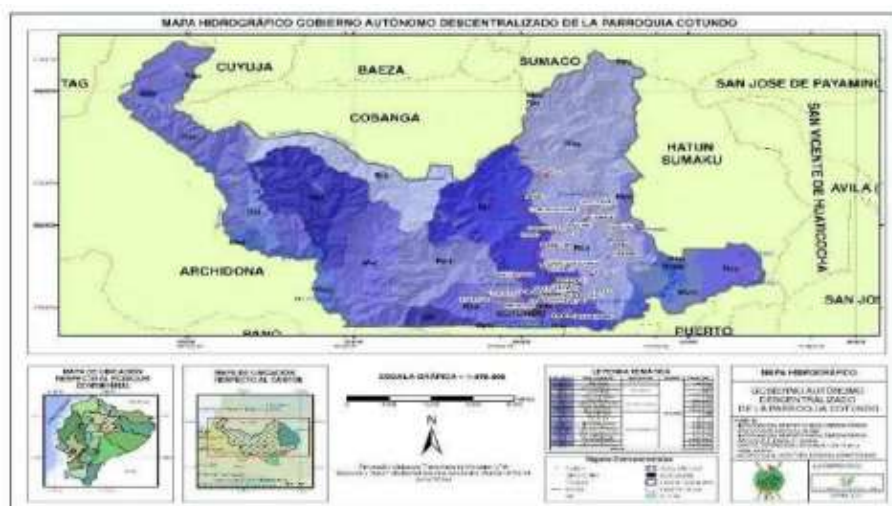
#### 4.1.2.7. Hidrología

La parroquia Cotundo se encuentra constituida por la cuenca del río Napo, 4 sub cuencas y 20 micro cuencas.

**Tabla 4-8:** Hidrología de la Parroquia Cotundo

Micro cuenca	Sub cuenca	Cuenca
<b>Río Suno</b>	Río Bueno	Río Napo
<b>Río Copa</b>	Río Coca	
<b>Río Arenillas</b>		
<b>Río Quijos</b>		
<b>Río Cosanga</b>		
<b>Río Encantado</b>	Río Jatunyacu	
<b>Río Claro</b>		
<b>Río Altoyacu</b>		
<b>Río Antisana</b>		
<b>Río Lushian</b>	Río Misahualli	
<b>Río Punio</b>		
<b>Río Hollín</b>		
<b>Río Ñachiyacu</b>		
<b>Río Chaloayacu</b>		
<b>Río Inchillaqui</b>		
<b>Río Calmitoyacu</b>		
<b>Río Misahualli</b>		
<b>Río Chontayacu</b>		
<b>Río Jodanchi</b>		
<b>Río Hollín Grande</b>		

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2019)



**Ilustración 4-4:** Mapa Hidrográfico de la parroquia Cotundo  
**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cotundo, 2019.

#### 4.1.2.8. Amenazas o peligros

La parroquia está expuesta a amenazas por escorrentías y deslizamientos que incluye derrumbe, caídas y flujo de materiales no consolidados. Los deslizamientos pueden activarse a causa de terremotos, erupciones volcánicas, suelos saturados por fuertes precipitaciones o por el crecimiento de aguas subterráneas y por el socavamiento de los ríos, a pesar de condiciones sumamente peligrosas, los deslizamientos se localizan en áreas relativamente pequeñas, pero pueden ser peligrosos por la frecuencia con que ocurren.

**Tabla 9-4:** Amenazas de la Parroquia Cotundo

Amenazas naturales	Ubicación	Ocurrencia	Prioridad
<b>Deslaves</b>	Pendientes pronunciadas en todo el territorio parroquial	Durante todo el año	Alta
<b>Escorrentías</b>	Todos los ríos y quebradas de la parroquia	Durante todo el año	Alta

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2019)



**Ilustración 4-5:** Mapa de amenazas o peligros de la parroquia Cotundo  
**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cotundo, 2019.

### 4.1.3. Componente socio cultural

#### 4.1.1.2. Proyecciones demográficas

La población de la parroquia Cotundo, según el INEC - Censo de Población y Vivienda 2010 es de 8.376 habitantes. Según la proyección efectuada por el INEC, en el 2015 habría una población de 9.832 habitantes, la cual se desarrolló sin considerar la población que se dividió al crearse la parroquia Hatun Sumaco que es de 2.489 habitantes, según la división que realizó el INEC basada en los sectores censales del Censo del 2010, por lo que le corresponde aproximadamente el 30% de la población del año 2010. Por eso si revisamos las proyecciones realizadas por el INEC, señala que la población de Cotundo desde el 2010 hasta el 2015 ha crecido en un 15%, por lo tanto, al sumarle este porcentaje a la población en la parroquia Cotundo que en el año 2010 fue de 5.887 habitantes, estimamos que al año 2015 esta población sería de aproximadamente de 6.770 habitantes y para el año 2020 sería de 11.093.

**Tabla 4-9:** Amenazas de la Parroquia Cotundo

Año	No. habitantes	Estimaciones sin Hatun Sumaco
2010	8,629	5,887
2011	8,861	
2012	9,100	
2013	9,342	
2014	9,586	
2015	9,832	6,770
2016	10,080	
2017	10,330	
2018	10,583	
2019	10,837	
2020	11,093	

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2019)



#### 4.1.1.2.1. Población y género

La parroquia Cotundo posee una población de 8.376 habitantes, de los cuales el 51% representan al género masculino y la diferencia, es decir el 49% representa al género femenino.

#### 4.1.1.2.2. Población por rangos de edad

En la parroquia Cotundo, la mayor parte de la población tiene entre 5 y 9 años. Otro grupo importante de edad es de 10 a 14 años, por lo que se evidencia una alta tasa de natalidad desarrollada en esta parroquia.

**Tabla 4-10:** Población por rangos de edad de la parroquia Cotundo

Grupos de edad	Total	Mujer	Hombre
<b>Menores a 1 año</b>	164	89	75
<b>de 1 a 4 años</b>	704	351	353
<b>de 5 a 9 años</b>	901	462	439
<b>de 10 a 14 años</b>	769	384	385
<b>de 15 a 19 años</b>	606	310	296
<b>de 20 a 24 años</b>	452	222	230
<b>de 25 a 29 años</b>	446	219	227
<b>de 30 a 34 años</b>	204	187	204
<b>de 35 a 39 años</b>	176	143	176
<b>de 40 a 44 años</b>	238	117	121
<b>de 45 a 49 años</b>	213	91	122
<b>de 50 a 54 años</b>	172	86	86
<b>de 55 a 59 años</b>	167	86	81
<b>de 60 a 64 años</b>	119	57	62
<b>de 65 a 69 años</b>	109	60	49
<b>de 70 a 74 años</b>	59	26	33
<b>de 75 a 79 años</b>	28	15	13
<b>de 80 a 84 años</b>	21	10	11
<b>de 85 a 89 años</b>	7	4	3
<b>de 90 a 94 años</b>	-	-	-
<b>de 95 a 99 años</b>	-	-	-
<b>Total</b>	<b>Total 5,887</b>	<b>Total 2,919</b>	<b>Total 2,966</b>

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2019)

#### 4.1.1.3. Educación

Según el Censo de población y vivienda del año 2010; en la parroquia Cotundo el 89,61 % de la población mayor a 15 años saben leer y escribir mientras que el 10,39% de la población no sabe leer y escribir.

Según los datos oficiales del INPC, de un 94% de asistencia a diferentes niveles de educación, el 42% asisten a la educación Básica, mientras la más baja se encuentra en la educación superior con 11,86% de asistencia.

El 88,96% de las personas que se consideran de la etnia indígena son alfabetos y el 11,04% no saben leer ni escribir. La tasa más alta de analfabetismo lo presenta las personas que se consideran de la etnia afroecuatoriana con un 25% mientras que un 75% saben leer y escribir. EL 95,51% de los habitantes mayores a 15 años que se consideran mestizos saben leer y escribir y el 4,49% no saben leer ni escribir.

#### 4.1.1.4. Salud

En la cabecera parroquial de Cotundo existe una Unidad Operativa del Ministerio de salud denominada Centro de Salud (CS Tipo A), el cual es un establecimiento del Sistema Nacional de Salud que atiende a una población de 2.000 a 10.000 habitantes, asignados o adscritos, presta servicios de prevención, promoción, recuperación de la salud, cuidados paliativos, atención médica, atención odontológica, enfermería y actividades de participación comunitaria; tiene farmacia/botiquín institucional; cumple con las normas de atención del Ministerio de Salud Pública. El Centro de Salud (CS Tipo A), atiende de 7H00 a 17:000 de domingo al lunes con el siguiente personal:

**Tabla 4-11: Personal de Salud de la parroquia Cotundo**

Personal de Salud	Nº
Medicos	4
Odontologos	2
Obstetra	1
Enfermera	2
Auxiliar de enfermería	2
Auxiliar de Farmacia	2

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2019, p. 74)

El establecimiento medico dota a los niños menores de 4 años medicamentos, vacunas y complemento alimentarios (mi papilla y mi bebida) y atención de emergencia. El número

promedio de pacientes atendidos por día es de 50 pacientes que por su condición requieren receta médica y atención por prevención 50 pacientes más. Los asentamientos que asisten al subcentro son: Centro Shiguango, Km 10, Cascabel, San Francisco, 20 de mayo, Nueva Esperanza, Paltacocha, San Antonio, Boaloma, Contundo Centro, Quindiurco, Mushuellacta, Las Peñas, Los Andes, Chimbiyacu, Sumaco de Cotundo, San Pedro de Azularga, se da cobertura a 22 asentamientos humanos.

#### **4.1.4. Componente económico**

##### **4.1.4.1. Trabajo y empleo**

De la información formal de los censos y de las reuniones realizadas se pudo demostrar que la mayor parte de la población de la parroquia Cotundo se dedica a las actividades agrícola, ganadera, silvicultura y pesca. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la parroquia Cotundo 2015 - 2019).

##### **4.1.4.1.1. Población económicamente activa (PEA)**

Según datos del Censo de Población y Vivienda, la parroquia Cotundo posee una población económicamente activa de 2.921 habitantes, de las cuales el 63% está compuesta por el sexo masculino y el 37% por el sexo femenino.

##### **➤ PEA por rama de actividad (10 años y más)**

De las 2.921 personas que conforman el PEA según el conforman el PEA según el Censo de población y Vivienda Censo de población y Vivienda, se clasifican por ramas de actividad, perteneciendo en un 67% a actividades agrícolas, ganadera, silvicultura y pesca, seguida por actividades no declaradas, el 5% de la población económicamente activa se dedican a actividades de enseñanza, el 17% de la PEA, se dedican a actividades como la a actividades como la industrias manufactureras (2%), construcción (1%), comercio al por mayor y menor (2%), transporte y almacenamiento (1%).

**Tabla 4-12: PEA por rama de actividad de la parroquia Cotundo**

<b>Ramas de actividad</b>	<b>PEA por rama de actividad</b>	<b>%</b>
<b>Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</b>	1949	67%
<b>Explotación de minas y canteras</b>	14	0%
<b>Industrias manufactureras</b>	49	2%

<b>Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado</b>	3	0%
<b>Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos</b>	2	0%
<b>Construcción</b>	43	1%
<b>Comercio al por mayor y menor</b>	47	2%
<b>Transporte y almacenamiento</b>	17	1%
<b>Actividades de alojamiento y servicio de comidas</b>	15	1%
<b>Información y comunicación</b>	4	0%
<b>Actividades financieras y de seguros</b>	0	0%
<b>Actividades de inmobiliarias</b>	0	0%
<b>Actividades profesionales, científicas y técnicas</b>	8	0%
<b>Actividades de servicios administrativos y de apoyo</b>	27	1%
<b>Administración pública y defensa</b>	48	2%
<b>Enseñanza</b>	148	5%
<b>Actividades de la atención de la salud humana</b>	41	1%
<b>Artes, entretenimiento y recreación</b>	1	0%
<b>Otras de actividades de servicios</b>	7	0%
<b>Actividades de los hogares como empleadores</b>	16	1%
<b>Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales</b>	0	0%
<b>No declarado</b>	338	12%
<b>Trabajador nuevo</b>	124	4%
<b>Total</b>	<b>2921</b>	<b>100%</b>

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2019, p. 119)

#### 4.1.4.2. Turismo

El turismo es una actividad que ha tomado gran importancia en el país, en la parroquia Cotundo existen sectores con alto potencial turística tanto natural como cultural, cabe mencionar que el turismo se relaciona con los aspectos biofísico, político, social, económico y ambiental lo cual beneficia a diversos sectores de la población, que de forma directa e indirecta participan para que los turistas disfruten de estos sitios. Para el diagnóstico se buscó información veraz de instituciones, además, de las reuniones realizadas con los habitantes de las comunidades se logró identificar los principales atractivos turísticos identificados en la parroquia.

#### 4.1.4.2.1. Oferta turística

La Parroquia Cotundo, está en capacidad de atender a unas 60 personas aproximadamente en cuanto a servicios de alimentación, sin embargo, los hechos resultan ser otros, ya que para los dueños de estos establecimientos el promedio de operación es únicamente el 41% que corresponde a la capacidad utilizada, es decir, los restaurantes existentes en la parroquia no operan a su máxima capacidad.

La parroquia de Cotundo cuenta con 3 establecimientos que ofrecen servicio de alojamiento, cuya capacidad es para 75 personas, los establecimientos reciben más de 10 turistas al mes, el precio de alojamiento va de \$10 a \$20 por noche

**Tabla 4-13:** Inventario de servicios turísticos de la parroquia Cotundo

Inventario de servicios turísticos				
Componente	Establecimiento		Capacidad	Localización
Alimentación	Restaurante Parque Turístico	Zoológico El Arca	30 personas	Parroquia Cotundo
	Restaurante Las Cascadas del río Hollín		30 personas	
Hospedaje	Cabaña cascada hollín		15 personas	
	Cabaña Huasquila Amazon Lodge		15 personas	
	Hostería Club del Oriente		45 personas	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2015-2019)

#### 4.1.5. Asentamientos humanos

De acuerdo con el PDOT (2015), la parroquia Cotundo cuenta con 45 asentamientos humanos, de los cuales 21 tienen personería jurídica, corresponde al 47% y el resto son asentamientos humanos son de hecho. Los asentamientos humanos tienen sus viviendas dispersas, se construyeron sin ninguna planificación, este fenómeno ha ocurrido los últimos 9 años, por la necesidad de construir viviendas cerca de sus fincas.

##### 4.1.5.1. Densidad Poblacional

En la parroquia Cotundo, según datos del censo 2010 y restándole los sectores censales de la parroquia Hatun Sumaco, existe una densidad poblacional de 3,86 habitantes por cada kilómetro cuadrado, lo que demuestra que existe una población altamente dispersa en este cantón.

#### *4.1.5.2. Tenencia de vivienda*

En la parroquia Cotundo existen 1.606 viviendas, de las cuales el 73% es propia de la familia es decir no tiene deudas por la vivienda. El 13% de las viviendas que la parroquia Cotundo han sido heredadas, regaladas o donadas especialmente por familiares cercanos. El 9% del total de las viviendas han sido prestadas o cedidas por lo que no se consideran propias ni heredadas. El 3% de las viviendas son arrendadas. El 1% en ambos casos del total de las viviendas es propia y la están pagando y el otro 1% es por servicios.

#### *4.1.5.3. Infraestructura y acceso a servicios básicos a la vivienda: cobertura de agua potable, electricidad, saneamiento y desechos sólidos*

##### **Abastecimiento de agua**

El agua del 50% de las viviendas de la parroquia Cotundo, proviene de la red pública, el 37% proviene del río, vertiente, acequia o canal que por lo general se denomina agua entubada sin ningún tipo de tratamiento, el 6% de agua utilizada en las viviendas proviene del pozo construido por la familia y el 7 % proviene del agua lluvia que es almacenada en tanques de agua y baldes grades que están en las viviendas.

##### **Alcantarillado**

El 35% de las viviendas cuentan con un tipo de servicios higiénico o escusado conectado a un pozo ciego, el 27% no posee, el 14% de las viviendas tienen pozo séptico, el 8% de las viviendas ocupadas descargan sus excretas en los ríos o quebradas, el 8% de las viviendas están conectadas a red pública de alcantarillado y finalmente, el 8% de las viviendas ocupadas descargan sus excretas en las letrinas.

##### **Recolección de basura**

El 72,9% de las comunidades han sido atendidas con el servicio de recolección de la basura, el mismo que es realizado por el Municipio de Archidona, el 12,5% de las comunidades no tienen este servicio por ello arrojan la basura a un terreno baldío y el 14,6% de las comunidades arrojan sus desechos sólidos a las quebradas.

##### **Energía eléctrica**

En la parroquia Cotundo el 81% de las viviendas han accedido al sistema de servicio público de electricidad y el 18% no poseen ningún tipo de energía eléctrica en sus hogares porque sus viviendas se encuentran alejadas a las zonas pobladas o su capacidad de pago no les permite acceder a este servicio.

#### **4.1.6. Componente movilidad, energía y conectividad**

##### **4.1.6.1. Redes viales**

Las redes viales de Cotundo le corresponden del corredor arterial E45 (TRONCAL DEL ORIENTE) que une con las ciudades de Baeza, Quito, El Chaco y Nueva Loja; a través de la Hollín-Loreto Coca, une a los poblados de las provincias de Napo, Orellana, Sucumbíos. La infraestructura vial en la parroquia Cotundo es predominante los senderos con el 62% que unen a las comunidades ya sean entre ellas o a las vías asfaltadas y empedradas; seguidamente con el 14% encontramos las vías con hormigón que es la vía de la Troncal Amazónica, con el 14 % encontramos a los caminos empedrados (tercer orden) los caminos empedrados conectan especialmente a la cabecera parroquial y carpeta asfáltica (primer orden) que representa el 9% del total de la infraestructura vial, A nivel comunal el 52% de los accesos hacia las comunidades de la parroquia Cotundo se hallan lastrados, el 31 % de las vías son asfaltadas o de hormigón y el 17% de los accesos hacia las comunidades son chaquiñanes o senderos.

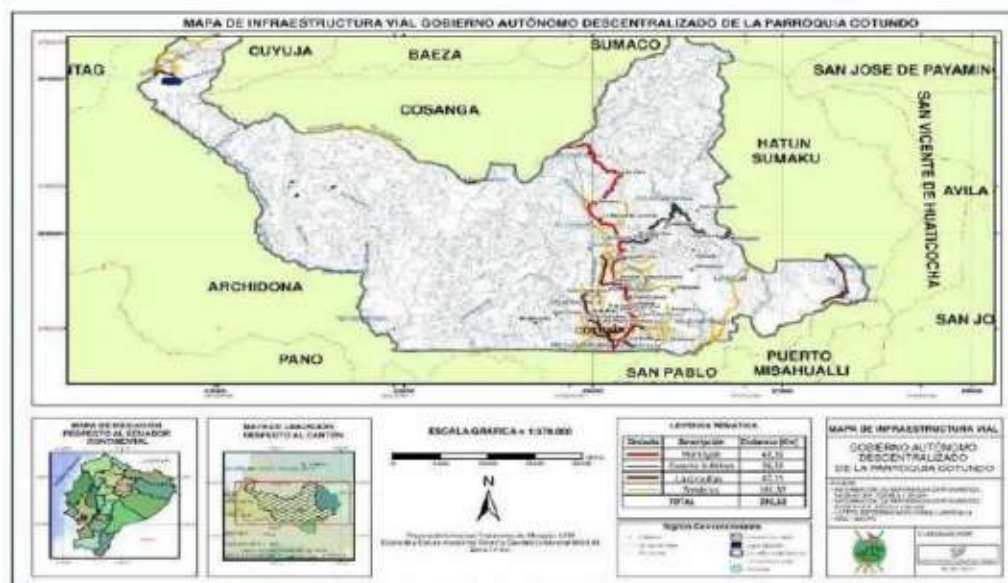
##### **Sistemas de transporte**

**Cotundo – Vía Baeza:** Mondayacu, Huamachuco, Pushiguayacu, Jodanchi, Sociedad Libre, 5 de Octubre, La Merced de Jodanchi, Santa Elena de Guacamayos, Los Andes, Rumiñahui, San Pedro de Azularga, Santa Teresita, San Roque, Centro Wamacurco, Huasquilla, San Roque.

**Cotundo – Vía Coca:** (a partir del Km 24) San Pedro de Azularga Uvillasyacu, Pungarayacu, Pachakutik, y Machangara.

##### **Frecuencias transporte interprovincial**

Para el servicio de transporte de buses lo brinda la cooperativa de Transporte Interprovincial Expreso Napo, cuya sede se encuentra en la ciudad de Archidona, haciendo recorridos desde la ciudad de Tena hasta la cabecera parroquial de Cotundo y sus comunidades.



**Ilustración 4-6:** Mapa de infraestructura vial de la parroquia Cotundo  
**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Cotundo, 2019.

#### 4.1.6.2. Acceso a servicios de telecomunicaciones

##### **Telefonía fija**

Según los datos del INEC, del Censo de Población y Vivienda 2010, indica que el 92% de las viviendas ocupadas no poseen servicio telefónico convencional es decir de 14 de las 47 comunidades de la parroquia Cotundo incluida la cabecera parroquial acceden a la telefonía fija.

##### **Telefonía móvil**

En el caso de telefonía móvil de 41 de las 47 comunidades de la parroquia Cotundo incluida la cabecera parroquial tienen acceso a la señal de la telefonía móvil.

##### **Radio**

44 de las 47 comunidades de la parroquia Cotundo, incluida la cabecera parroquial tienen acceso a la cobertura radial especialmente de radios locales como las emisoras: Radio Arco Iris, Olímpica, Radio Líder.

##### **Televisión**

33 de las 47 comunidades de la parroquia Cotundo, incluida la cabecera parroquial tienen acceso a la cobertura televisiva, especialmente de radios locales como ALLY TV, GAMA TV



### **Servicio de internet**

Según los datos del INEC, del Censo de Población y Vivienda 2010, indica que el 2 % de las viviendas tienen cobertura de internet, por lo tanto, el 98% no posee servicio de internet en sus viviendas. Si comparamos con el promedio cantonal el porcentaje de acceso a internet de la parroquia Contundo está por debajo del promedio cantonal el cual es del 6,98%.

#### **4.1.7. Componente político institucional y participación ciudadana**

##### *4.1.7.1. Instrumentos de planificación y ordenamiento territorial vigentes o existentes en el gobierno autónomo descentralizado, así como el marco legal vigente*

### **Norma legal Vigente**

La Planificación y Ordenamiento Territorial vigentes están amparados en las siguientes normativas:

Que, el Art. 28 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas prescribe la conformación de los Consejos de Planificación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, en tanto que en su artículo 29 define sus funciones, lo cual guarda concordancia con lo dispuesto en el artículo 304 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, lo cual es necesario regular mediante el presente acto normativo.

Que, el artículo 299 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización prevé que “La ley y la normativa que adopte cada órgano legislativo de los gobiernos autónomos descentralizados establecerá las disposiciones que garanticen la coordinación interinstitucional de los planes de desarrollo.” Por su parte, el artículo 300 dispone en forma imperativa que: “Los consejos de planificación participativa de los gobiernos autónomos descentralizados participarán en el proceso de formulación, seguimiento y evaluación de sus planes y emitirán resolución favorable sobre las prioridades estratégicas de desarrollo como requisito indispensable para su aprobación ante el órgano 198 legislativo correspondiente.”

### **Instrumentos de planificación y ordenamiento territorial vigentes o existentes en el gobierno autónomo descentralizado Parroquial, así como el marco legal vigente**

Actualmente está vigente el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial realizado en el año 2011.

La Formulación del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012-2020 del Cantón Archidona; parte del análisis pormenorizado de las disposiciones constitucionales y legales vigentes que orientan la acción planificadora en el Ecuador. Instituciones como la secretaria

nacional de Planificación y la Asociación de Municipalidad del Ecuador; han desarrollado metodologías e instrumentos que facilitan la planificación por Sistemas: SocioCultural, Económico-Productivo, Biofísico-Ambiental y Político-Institucional dispuestas en el artículo el artículo 275 de la Constitución; las mismas que 275 de la Constitución.

### Marco legal de la planificación en el Ecuador

**Tabla 4-14:** Marco legal de la parroquia Cotundo

<b>Instancia</b>	<b>Artículo relacionado</b>	<b>Normativa legal</b>
<b>Constitución política del 2008</b>	Art. 275	El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.
	Art. 280	El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.
	Art. 340	El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.
<b>Código de finanzas públicas</b>	Art. 41	Los planes de desarrollo son las directrices principales de los gobiernos autónomos descentralizados respecto de las decisiones estratégicas de desarrollo en el territorio. Éstos tendrán una visión de largo plazo, y serán a través del ejercicio de sus competencias asignadas por la Constitución de la República y las Leyes, así como de aquellas que se les transfieran como resultado del proceso de descentralización.
	Art. 43	Los planes de ordenamiento territorial son los instrumentos de la planificación del desarrollo que tienen por objeto el ordenar, compatibilizar y armonizar las decisiones estratégicas de desarrollo respecto de los asentamientos humanos, las actividades económico-productivas y el manejo de los recursos naturales en función de las cualidades territoriales, a través de la definición de lineamientos para la materialización del modelo territorial de largo plazo, establecido por el nivel de gobierno respectivo.
<b>Código orgánico de organización territorial autonomías y</b>	Art. 4	Fines de los Gobiernos Autónomos Descentralizados el desarrollo planificado participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir.;

<b>descentralización. (COOTAD).</b>	Art. 31	Elaborar y ejecutar el plan regional de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial; de manera coordinada con la planificación nacional, provincial, cantonal y parroquial; y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de metas establecidas.
	Art. 42	En concordancia con las disposiciones del Código de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización (COOTAD), los planes de desarrollo de los gobiernos autónomos descentralizados deberán contener, al menos, lo siguiente: Diagnóstico Propuesta Modelo de Gestión Los planes de desarrollo de los gobiernos autónomos descentralizados considerarán los objetivos de los de los niveles superiores e inferiores de gobierno.

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2015-2019)

#### 4.1.7.2. Actores públicos, privados y sociedad civil

### Instituciones Públicas, Organizaciones Presentes

**Tabla 4-15:** Instituciones y organizaciones presentes en la parroquia Cotundo

Institución	Interés	Recursos
<b>Tenencia política</b>	Control social desde el Gobierno	Humano, infraestructura y financieros
<b>Junta de Agua Potable</b>	Dotación de agua para consumo humano para el centro de Cotundo	Humano y financiero
<b>Compañía de taxis “Valle Sagrado de Cotundo”.</b>	Servicio de transporte	Humano y vehículos
<b>Registro Civil</b>	Servicio Civil	Humanos y tecnológicos
<b>Subcentro de salud</b>	Servicio de salud	Humanos, Infraestructura y tecnológicos
<b>Liga Deportiva Parroquial</b>	Actividades deportivas	Humanos, infraestructura, financieros
<b>UPC - Cotundo</b>	Protección Ciudadana	Humanos, infraestructura, financieros.
<b>Asociación Maquita Kushun</b>	Cuidado a niños (financiados por MIES-INFA)	Humanos y financieros
<b>Centro El Arca</b>	Turismo	Infraestructura, Económicos
<b>AGIP - Petroecuador</b>	Transporte de petróleo	Infraestructura, humanos, tecnológicos y financieros
<b>Unidades educativas</b>	Educación inicial Educación primaria Educación media	Infraestructura, humanos, tecnológicos y financieros
<b>Academias</b>	Educación artesanal	Infraestructura, humanos, tecnológicos y financieros
<b>Clubes Deportivos</b>	Actividad deportiva	Humanos
<b>Asociación de ganaderos</b>	Ganadería	Humanos, financieros

<b>Club de damas de Cotundo</b>	Ayuda Social	Humanos
<b>Bancos Comunitarios</b>	Crédito	Humanos y financieros
<b>Asociación de Mujeres Amarun</b>	Alimentación típica	Infraestructura, humanos y financieros
<b>Asociación de Mujeres Artesanas Yacha Rumi</b>	Producción y venta de artesanías	Infraestructura, humanos y financieros

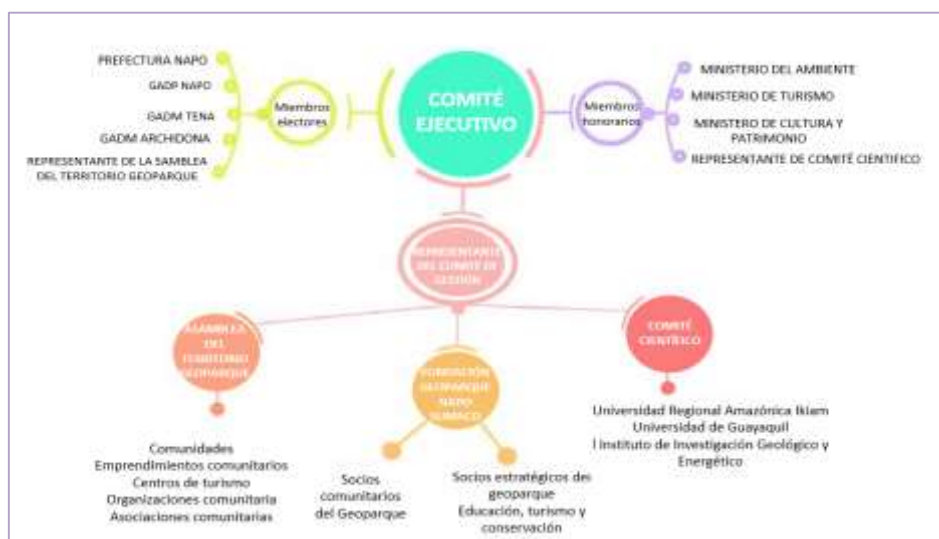
Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cotundo, (2015-2019)

### Organización de la parroquia Cotundo

El centro administrativo y político de la parroquia se localiza en la cabecera parroquial Cotundo. Ahí se encuentra el Gobierno Parroquial y la Tenencia Política, que representa el ejecutivo en la parroquia. La distribución dispersa de los poblados y la poca conectividad vial, influye en la capacidad organizativa de las comunidades y dificulta además la gestión del Gobierno Parroquial al interior del territorio.

### Organización del Geoparque Napo Sumaco

El comité de gestión del Geoparque Napo Sumaco delegan representantes al comité ejecutivo liderado por la Prefectura de la Provincia de Napo. Este comité ejecutivo es el órgano facultado para la toma de decisiones dentro del territorio, y reúne a las autoridades y voces claves, los cuales participan como miembros dirimientes y honorarios, éstos últimos sólo con derecho a voz. Las reuniones se realizan dos veces al año, la primera para aprobar la planificación y la segunda para revisar el avance de la misma.



**Ilustración 4-7:** Estructura organizacional del Geoparque Napo Sumaco

Fuente: Plan maestro del Geoparque Napo- Sumaco, 2021

#### 4.1.8. Inventario de atractivos turísticos

La validación de los atractivos turísticos se realizó con base en información primaria e información secundaria, tomando en cuenta el PDOT de la parroquia Cotundo, además, se aplicó la Metodología del Ministerio de Turismo “Manual de Atractivos Turísticos 2018”. La parroquia Cotundo cuenta con 39 atractivos de los cuales 28 son atractivos naturales y 11 son atractivos culturales de los cuales 3 pertenecen a la jerarquía II y 36 a la jerarquía I se detallan en la siguiente Tabla.

**Tabla 4-16:** Resumen del inventario de atractivos presentes en la parroquia Cotundo

N°	Nombre del atractivo	Ubicación	Tipo	Sub tipo	Jerarquía	
					PDOT Cotundo	Año 2023 Actualizada
<b>Categoría: Atractivos naturales</b>						
1	EL Gran cañon	Cotundo	Fenómeno geológico	Cañón	III	II
2	Chikillu Elefante	Cotundo	Fenómeno espeleológico	Cueva o caverna	III	I
4	Guacamayos	Comunidad Mercedes de Jodanchi	Montaña	Cordillera	III	I
5	Templo, ceremonia	Cotundo	Fenómeno espeleológico	Cueva o caverna	III	I
6	Amarum Pakcha	Cotundo	Ríos	Cascada	II	II
7	Narupa	Cotundo	Ríos	Cascada	II	I
8	Mirador de la virgen Guacamayos	Los Guacamayos	Montaña	Desfiladero	II	I
9	Cascada Sacha Waysa	Cotundo	Ríos	Cascada	II	I
10	Valle Sagrado de Cotundo	Cotundo	Montaña	Valle	III	I
11	La mica	Reserva Ecológica Antisana	Ambiente Lacustre	Laguna	II	I
12	Cascada Chonta Yacu	Cotundo	Ríos	Cascada	I	I
13	Cavernas Jumandy	Archidona Cotundo	Aguas subterráneas	Manantial de agua mineral	II	II
14	Cascada Hollín	Cotundo	Fenómeno Estesiológico	Cascada	II	I
15	Pungara	Pungarayacu vía a Loreto	Ambiente Lacustre	Laguna	II	I
16	Mondayacu	Comunidad de cascabel	Rio	Vado	III	I

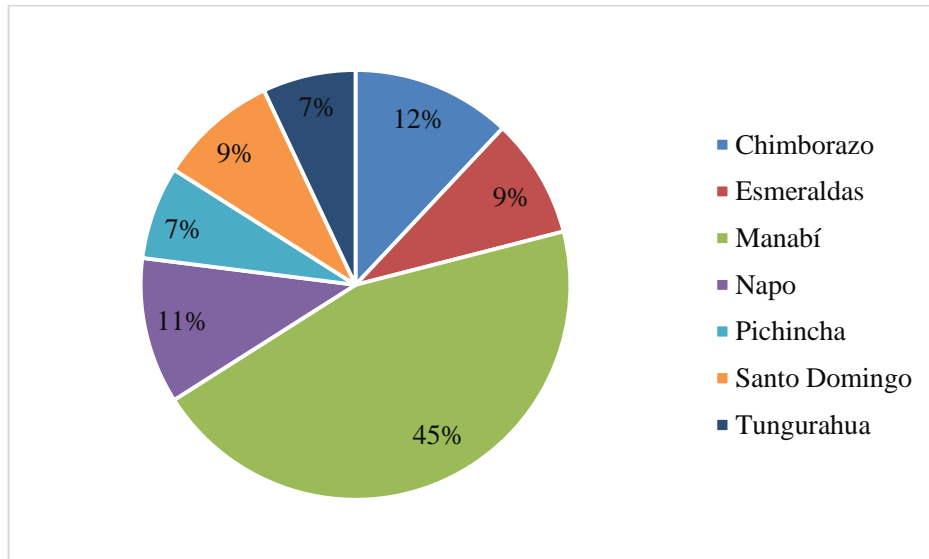
17	Huasquila	Comunidad Huasquila	Rio	Vado	II	I
18	Shiguamgo	Comunidad de las peñas	Rio	Rápidos	II	I
19	Mutun	Comunidad de las peñas	Rio	Rápidos	II	I
20	Osayacu	Comunidad Jodanchi Kn18	Rio	Cascada	II	I
21	Jondachi	Comunidad Jodanchi Kn18	Rio	Cascada	II	I
22	Genoveva	Complejo turístico Genoveva Km26	Rio	Cascada	II	I
23	Uchutikan	Los guacamayos familia Haro	Rio	Cascada	II	I
24	Matiri	Mundayacu vía a Cotundo	Fenómeno estesiológico	Caverna	II	I
25	Uktu Supay	Km 18	Fenómeno estesiológico	Caverna	II	I
26	Usayacu	Km 17	Fenómeno Estesiológico	Caverna	I	I
27	Amaru Huasi	Comunidad Rumiñahui	Fenómeno Estesiológico	Caverna	II	I
28	Armallu Huasi	Comunidad Rumiñahui	Fenómeno Estesiológico	Caverna	II	I
<b>Categoría: Atractivos culturales</b>						
29	Balle de los petroglifos	Cotundo Boa Loma Km12	Históricas	Sitio Arqueológico	II	I
30	Santuario de la virgen del Quinche	Misión Josefina	Históricas	Arquitectura religiosa	II	I
31	Arte en Pita	San Pedro de chimbiyacu	Etnográficas	Artesanías	II	I
32	Pirograbados en Madera	Narupa km 24	Etnográficas	Artesanías	II	I
33	Patio de comidas Amarun Rumi	Frente al GAD Parroquial	Etnográficas	Canidas y bebidas	II	I
34	Comunidad 15 de octubre	Frente al GAD Parroquial	Etnográficas	Danza	II	I
35	Centro de rescate de vida Silvestre El Arca	Salida de Cotundo	Rescate y técnicas científicas	Zoológico	II	I
36	Fiestas de la Virgen del Quinche	Cotundo 21 de noviembre	Acontecimientos Programados	Fiestas	II	I
37	Parroquialización de Cotundo	2 de febrero	Acontecimientos Programados	Fiestas	II	I
38	Conteo Navideño de aves	Diciembre sector Guacamayos	Acontecimientos Programados	Eventos deportivos	II	I
39	Parteras Amupakin	Cotundo	Acervo cultural y popular	Medicina ancestral	II	I

Realizado por: Flores, J, 2023.

#### 4.1.9. Estudio de mercado

##### 4.1.9.1. Análisis de los resultados del estudio de la demanda de los turistas nacionales

#### Procedencia

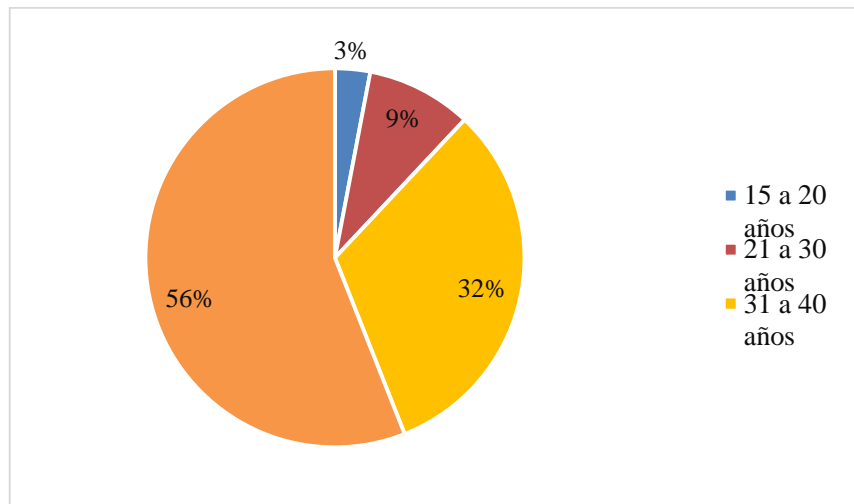


**Ilustración 4-8:** Procedencia

Realizado: Flores, J, 2023

Referente a la procedencia de las personas que visitaron la parroquia Cotundo, la mayor parte de personas arribaron de la provincia de Manabí en el porcentaje del 45 %, seguido de los turistas de las provincias de Chimborazo y Napo con el 12% y 11%. La promoción turística de la ruta de cavernas debería apuntar sus esfuerzos a las personas que proceden de las provincias mencionadas en el gráfico, sin dejar de lado acciones para captar nuevas demandas para el producto, lo cual servirá para dinamizar la economía del sector, mediante ingresos económicos que ayudarán al desarrollo de la parroquia.

## Edad

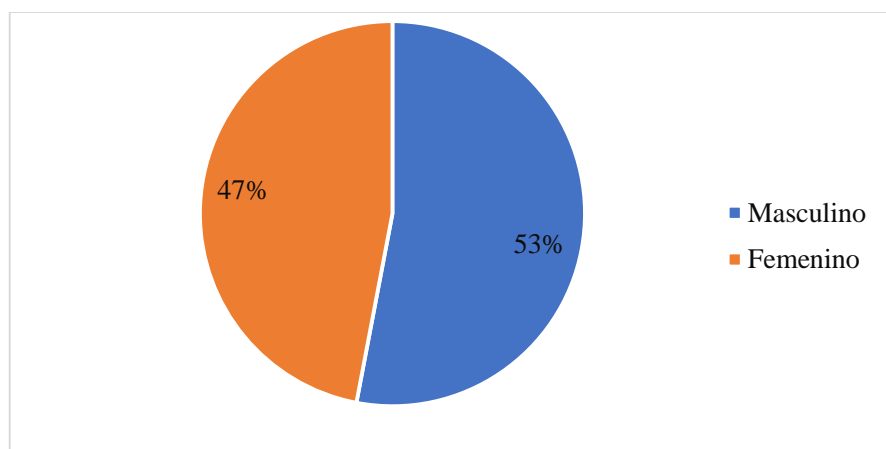


**Ilustración 4-9: Edad**  
Realizado por: Flores, J, 2023

En cuanto a la edad del grupo encuestado, el 56 % corresponde al grupo etario de 31-40 años, el 32 % de 41 a 50 años, 3 % de 15 a 20 años de edad, finalmente el 9 % 21 a 30 años.

La promoción de la ruta turística debe tomar en consideración la edad del turista que en mayor número ha visitado la parroquia, sin dejar de involucrar a la población adulta y joven para que acuda a recorrer la ruta, lo cual servirá para planificar la promoción de la ruta enfocando a estos grupos de edades.

## Género



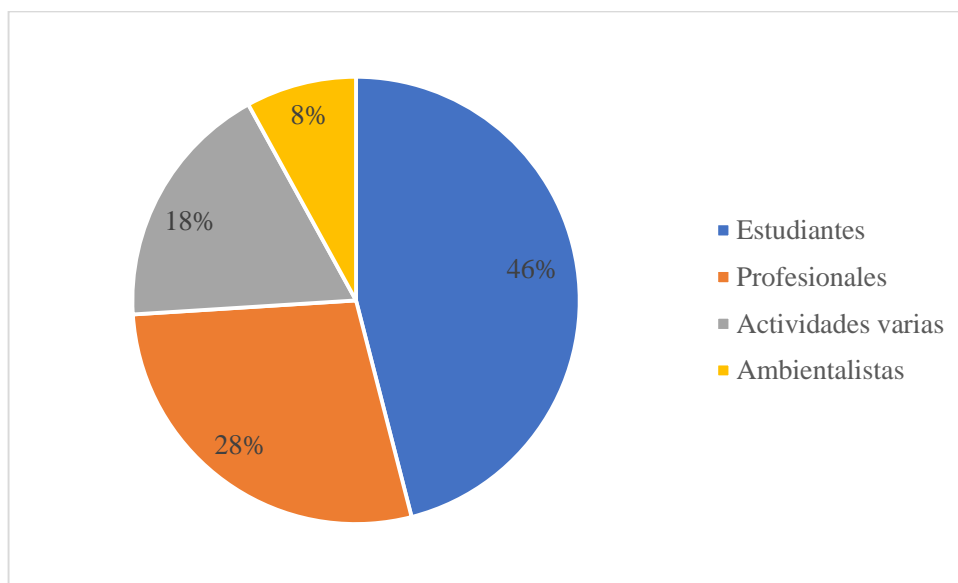
**Ilustración 4-10: Género**  
Realizado por: Flores, J, 2023.



Al referirnos al género 115 personas que equivale al 53 % es masculino, 93 correspondiente al 43 %, es de género femenino.

Por considerar a los visitantes respecto al género en cantidades relativamente iguales, la planificación de la difusión de la ruta no segmentará acciones promocionales para cada género, sino en general, esta información se utilizará para realizar los paquetes promocionales.

#### 4.1.9.1.1. Ocupación

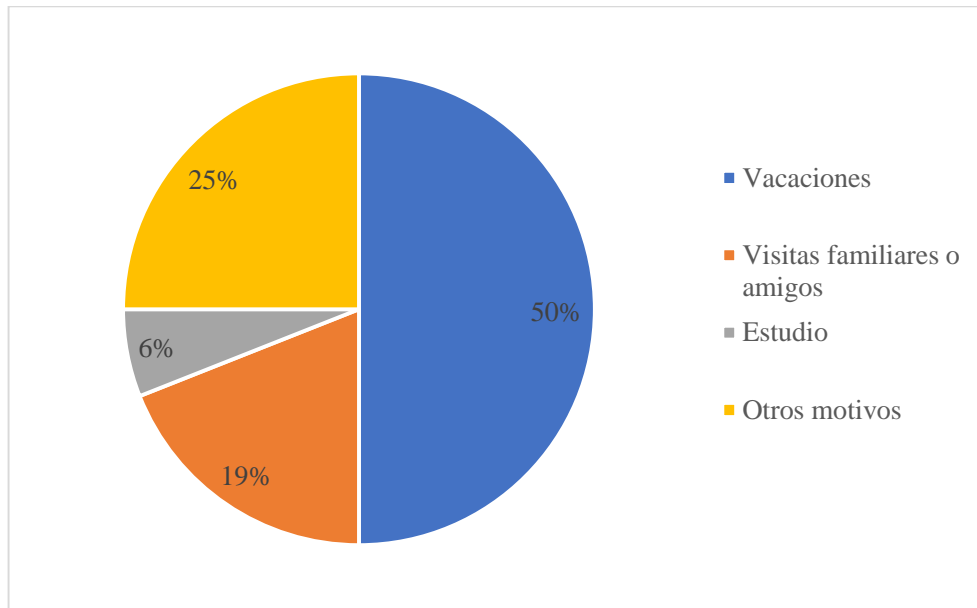


**Ilustración 4-11:** Ocupación  
Elaborado por: Flores, J, 2023

A los encuestados se les requirió información sobre su ocupación, el 46 % de los visitantes fueron estudiantes, el 28 % profesionales en diferentes áreas, el 18 % personas dedicadas a actividades varias y el 8 % son ambientalistas.

La planificación de la ruta turística debe considerar fidelizar a este grupo de profesionales que en mayor cantidad a visitado la parroquia, ofertando diferentes promociones, sin embargo, es necesario dirigir esfuerzos para captar a los otros grupos de visitantes, esta información será útil para diseñar acciones publicitarias segmentando los grupos de profesionales.

#### 4.1.9.1.2. Motivo de viaje



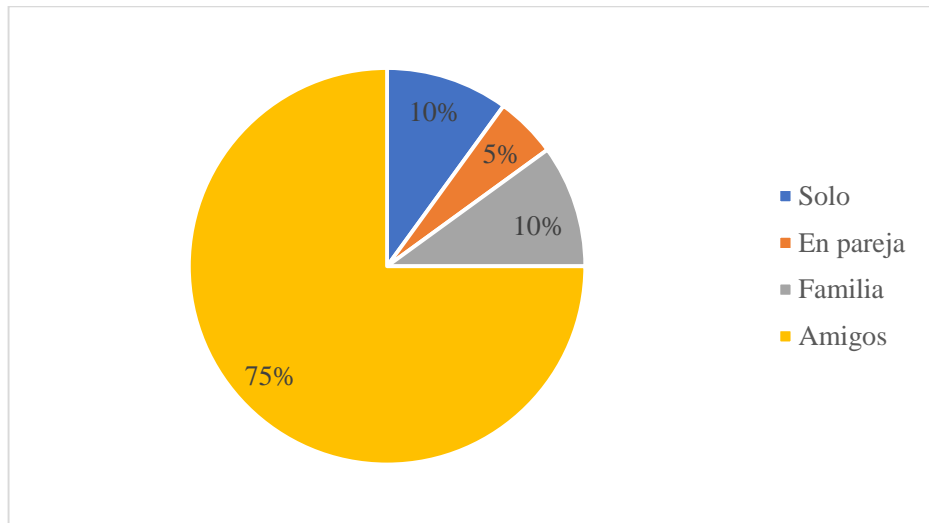
**Ilustración 4-12:** Motivo de viaje

Elaborado por: Flores, J, 2023

En referencia al motivo por el cual viajan, 109 personas que corresponde al 50 % de la población viajan por vacaciones, 54 que equivale al 25 % viaja por diversos motivos, 41 correspondiente al 19 % viaja por visitar a los familiares, y el 6 % son estudiantes.

Los administradores de la ruta han procurado incrementar la afluencia de turistas que vienen por vacaciones, ofertando un recorrido de ruta de cavernas que incluya diversas actividades, sin olvidar a los que asisten por otros motivos a quienes se debe tratar de captar mediante ofertas con algún valor agregado como 2 x 1 en cierta época del año, por ejemplo, lo cual va a servir para que la ruta de cavernas vaya siendo un destino obligado para todos quienes visitan Archidona.

#### 4.1.9.1.3. Con quién viaja



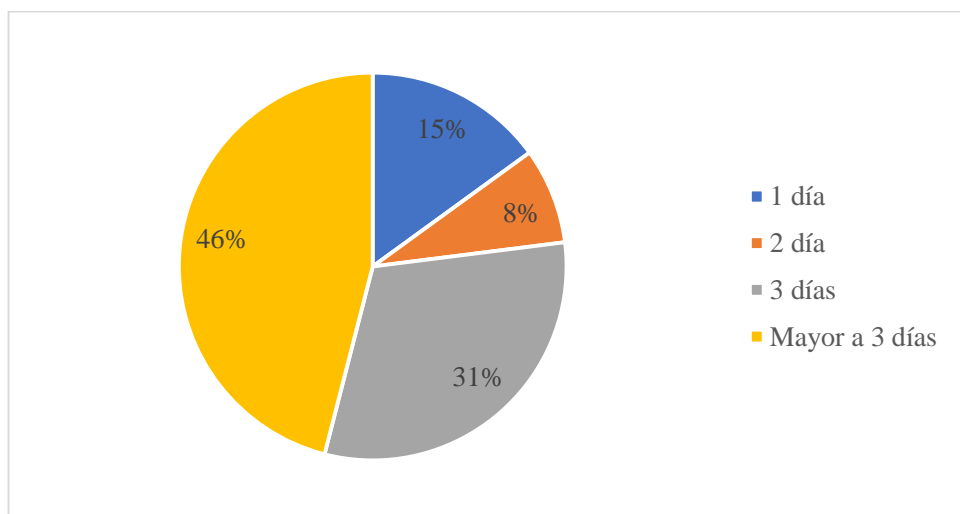
**Ilustración 4-13:** Con quién viaja

Elaborado por: Flores, J, 2023

En cuanto a con quien viajan, 163 personas que corresponde al 75 % viajan con amigos, seguido de los que viajan solos que equivale al 10 %, a continuación, está el grupo que viaja en pareja y finalmente los que hacen viajes en familia.

La planificación de los paquetes promocionales deberá tomar en consideración al grupo que viaja entre amigos, a quienes se les debe atraer con promociones y descuentos para grupos, sin embargo, el grupo que viaja solo, en pareja y amigo suma un número considerable que se debe convertir de debilidad en fortaleza, lo cual va a permitir que Cotundo tenga afluencia de todo tipo de visitantes, lo cual va a ayudar al desarrollo socio económico de la parroquia.

#### 4.1.9.1.4. Duración de viaje



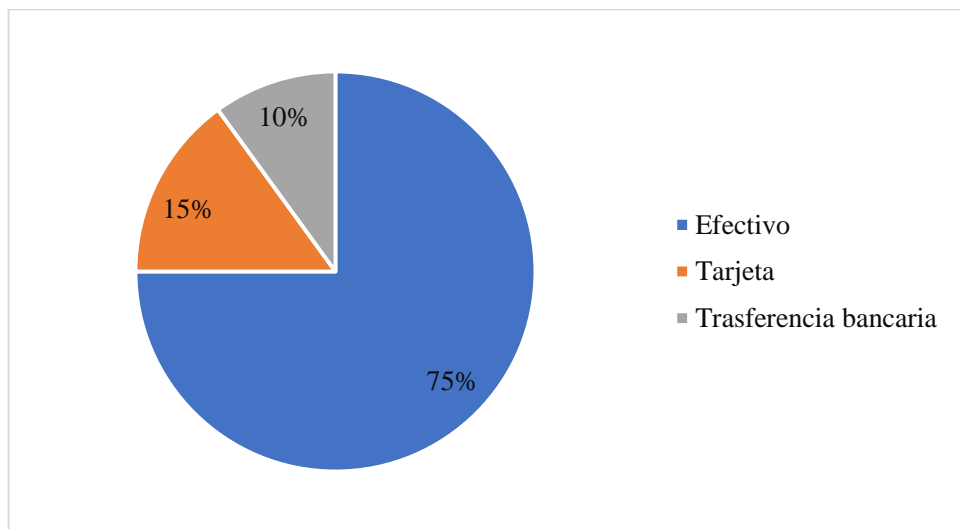
**Ilustración 4-14:** Duración del viaje

Elaborado por: Flores, J, 2023

Al preguntar sobre la duración de los viajes, 100 personas equivalente al 46 % lo hacen por más de tres días, 67 que corresponde al 31 % lo hace por tres días, 33 que es igual al 15 % visita por 1 día y finalmente el 8 % lo hace por dos días.

La administración de la ruta realizará un catastro de los turistas, con variables como las que se han previsto en este instrumento, de forma que a quienes visitan por 3 o más días, contactarles permanentemente para ofertarles promociones y descuentos en los paquetes de viaje, Mientras más días se queden los turistas, se dinamiza de mayor forma la economía del lugar al que visiten, razón por la cual es necesario realizar un adecuado proceso de socialización de los recursos con que cuenta la parroquia utilizando medios masivos de información.

#### 4.1.9.1.5. Forma de pago

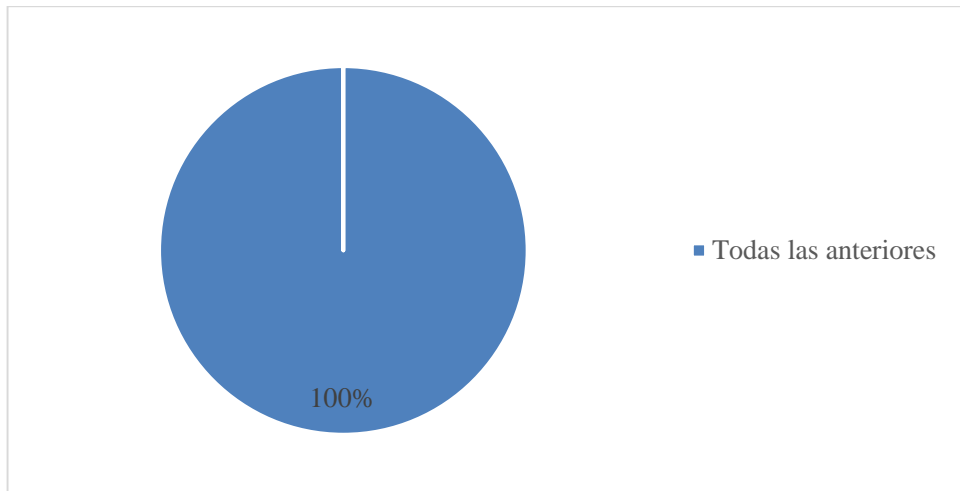


**Ilustración 4-15:** Forma de pago  
Elaborado por: Flores, J, 2023

La pregunta de investigación fue cual es el medio que utiliza para pagar los servicios prestados, 163 personas equivalente al 75 %, refiere que sufraga sus gastos con efectivo, 32 que corresponde al 15 % lo hace con tarjeta y 28 que es igual al 10 % paga mediante transferencia bancaria.

Ofertar descuentos a quienes realicen sus pagos en efectivo sin dejar de lado que la era actual obliga a utilizar medios electrónicos de pago, el pago en efectivo permite la circulación permanente del dinero en la comunidad, situación que ayudará a fortalecer la economía de Cotundo.

#### 4.1.9.1.6. Servicios con los que le gustaría contar

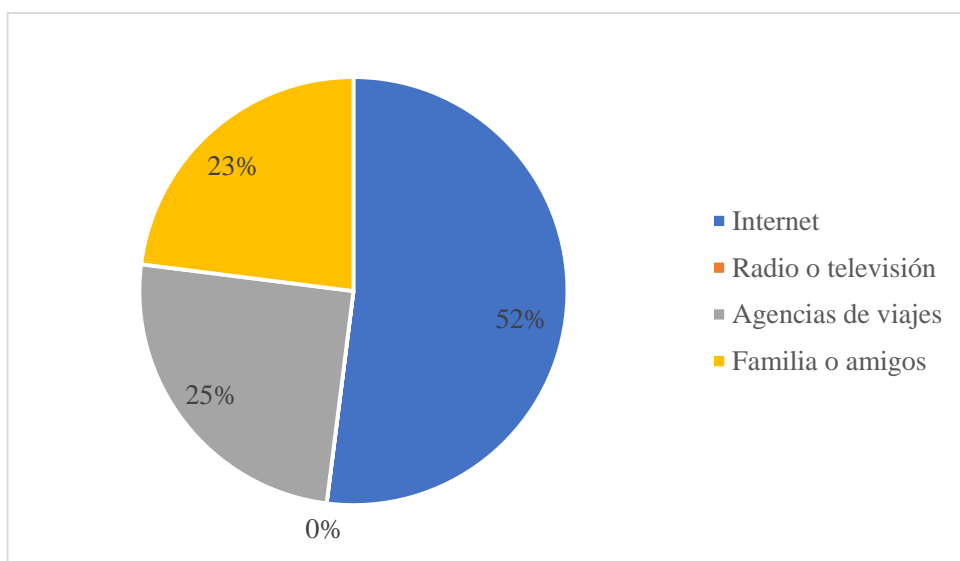


**Ilustración 4-16:** Servicios le gustaría contar  
Elaborado por: Flores Jenny 2023

Al referirse que servicios le gustaría que le ofreciesen durante la visita 217 personas equivalente al 100 % afirma que requiere alimentación, hospedaje, transporte y guianza.

La promoción y publicidad de la ruta de cavernas tomará especial atención al grupo que requiere todos los servicios, en sus folletos y otros medios publicitarios incluirá los servicios que dispone como tipo de transporte hora de salida y llegada entre otros, que llegue gente que utilice todos los servicios servirá para que los recursos provenientes del turismo generen desarrollo.

#### 4.1.9.1.7. Medios de información

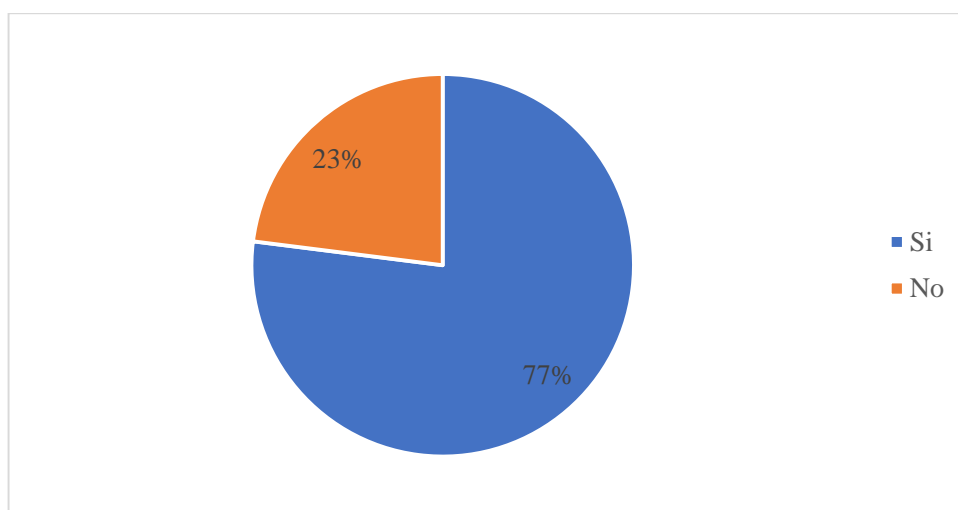


**Ilustración 4-17:** Medios de información  
Elaborado por: Flores, J, 2023

Al preguntar a los encuestados cual es el medio por el cual se informa de las ofertas turísticas existentes, 113 personas que equivale al 52 % lo hace por la internet, 54 correspondiente al 25 % lo hace visitando agencias de viajes y 50 que equivale al 23 % se informa por medio de familiares y amigos.

La administración de la ruta turística de cavernas creará su página de Facebook y otras redes sociales para captar a los turistas que buscan formas de hacer turismo en la internet. Sin olvidar que medios como la radio y la televisión son importantes para informarse de destinos turísticos, el plan publicitario considerará también a esta fuente de comunicación, esto servirá para incrementar la afluencia de visitantes tanto nacionales como extranjeros a la parroquia.

#### 4.1.9.1.8. Conoce la parroquia Cotundo



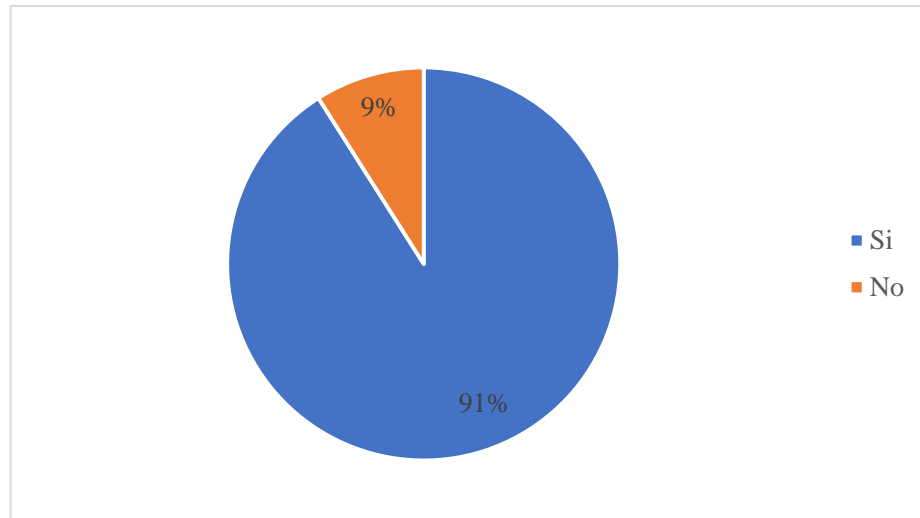
**Ilustración 4-18:** Conoce Cotundo

Elaborado por: Flores, J, 2023

Se preguntó a los encuestados si conoce la parroquia Cotundo en el Cantón Archidona, 167 personas que equivale al 77 % no lo conoce, 49 correspondiente al 23 % si conoce.

Es imperativo que la planificación de la ruta, considere que los visitantes que llegan a Archidona no conocen Cotundo, es en este grupo donde se debe trabajar con un plan publicitario técnico y bien dirigido para captar mayor afluencia de turistas, esto servirá para masificar el conocimiento de la ruta por parte de los usuarios.

#### 4.1.9.1.9. Realizaría ruta turística de cavernas



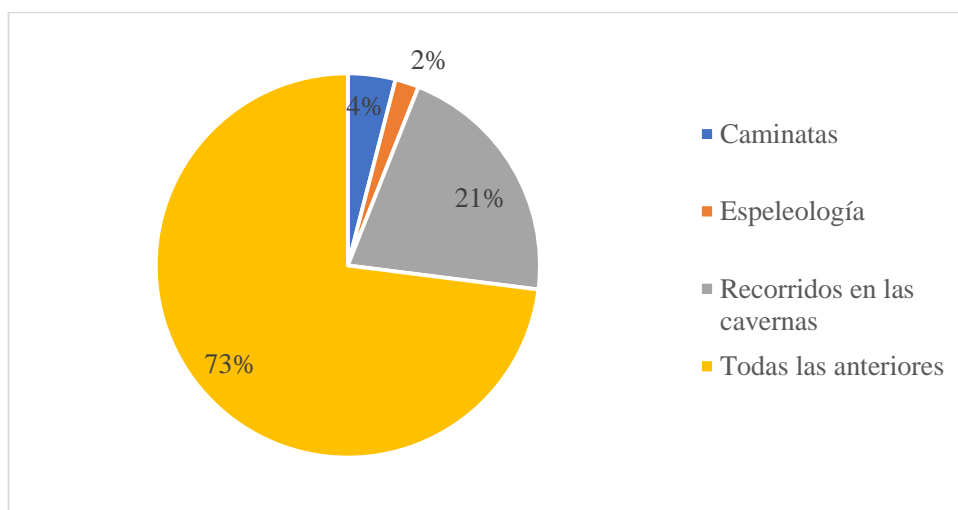
**Ilustración 4-19:** Realizaría ruta turística de cavernas

Elaborado por: Flores, J, 2023

Referente a si les agradaría realizar una ruta turística de cavernas, 198 personas equivalente al 91 %, afirma que, si está dispuesto, 20 que corresponde al 9 % no considera necesario realizarlo.

Se debe tomar en consideración a este grupo en la difusión de la ruta de cavernas, porque constituirá un ingreso importante para la población, porque con la afluencia turística se mejorará social y económicamente el sector al cual se desea promocionar.

#### 4.1.9.1.10. Actividades que incluye la ruta de cavernas



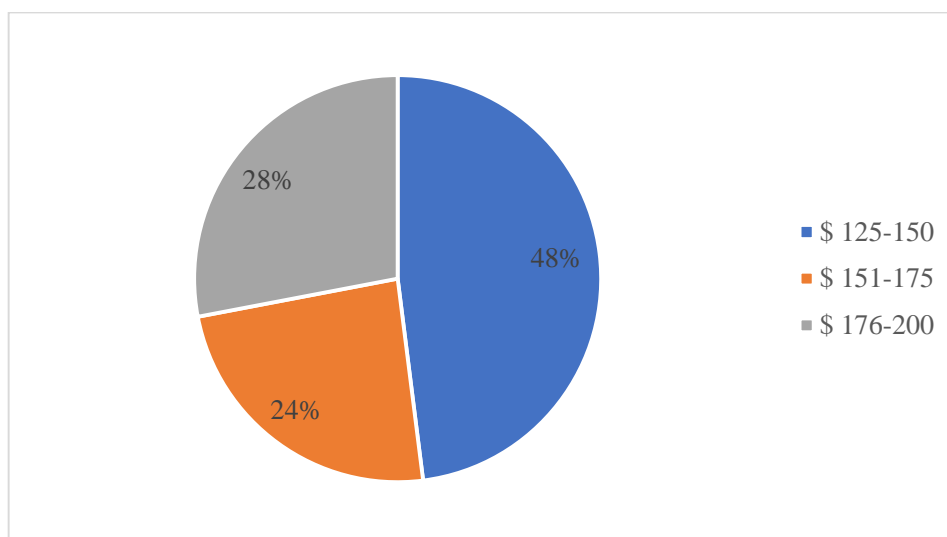
**Ilustración 4-20:** Actividades que incluye la ruta de cavernas

Elaborado por: Flores, J, 2023

A los interesados en hacer turismo de cavernas, se les ofertó algunas alternativas como caminatas, espeleología y recorridos por las cavernas, a 158 personas equivalente al 73 % le gustaría realizar todas las actividades propuestas, al 21 % le gusta hacer recorridos por las cavernas únicamente y al 2 % además hacer caminatas.

Los administradores de la ruta de cavernas tienen el conocimiento de que a los visitantes les agrada realizar todas las actividades propuestas, la ruta considera varias actividades hasta llegar a visitar las cavernas de la comunidad de Cotundo.

#### 4.1.9.1.11. *Cuanto estaría dispuesto a pagar*



**Ilustración 4-21:** Cuanto estaría dispuesto a pagar

**Elaborado por:** Flores, J, 2023

En lo que se refiere a la cantidad que estaría dispuesto a pagar por estos servicios, 104 personas correspondiente al 48 %, pagaría un valor entre 125 a 150 dólares, 52 equivalente al 24 % pagaría entre 151 a 175 dólares finalmente, 61 personas que es igual al 28 % cancelarían de 176 a 200 dólares.

Los costos que se cobrarán por el recorrido de la ruta turística de cavernas, tomar en cuenta el valor que están dispuestos a sufragar los visitantes en su visita a Cotundo, sin dejar de considerar los otros estratos que están dispuestos a pagar más, entonces se harían planes diferenciados, esto permitirá ofertar varias opciones para que el usuario escoja la que más se ajusta a sus disponibilidades.



4.1.9.1.12. Resumen de la encuesta realizada a los turistas nacionales

**Tabla 4-17:** Tabla resumen de la encuesta realizada a los turistas nacionales que visitaron la parroquia Cotundo

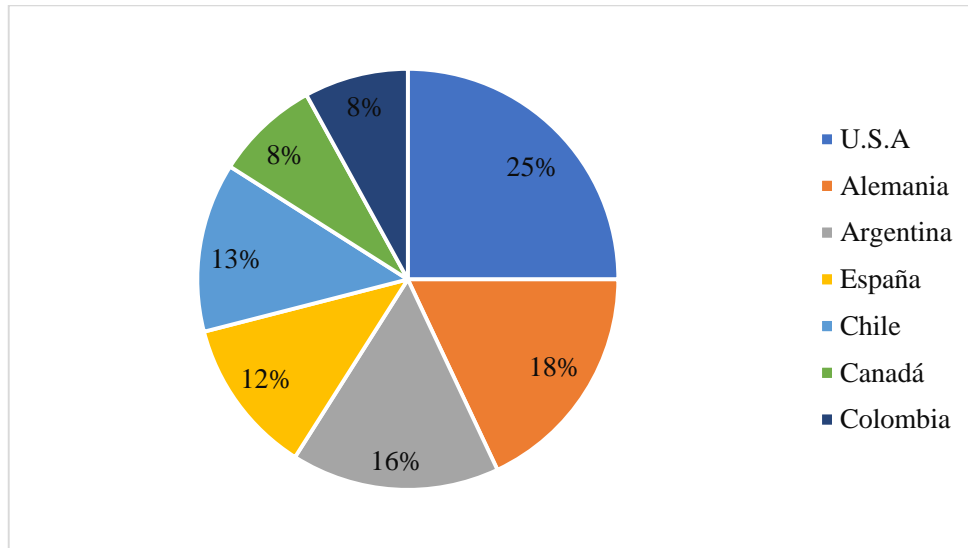
<b>Lugar de procedencia (provincia)</b>	
<b>Chimborazo</b>	9 %
<b>Esmeraldas</b>	6 %
<b>Manabí</b>	42 %
<b>Napo</b>	9 %
<b>Pichincha</b>	3 %
<b>Santo Domingo</b>	6 %
<b>Tungurahua</b>	3 %
<b>Del exterior (Francia, Estados Unidos, Colombia, Alemania, Chile, Italia)</b>	22 %
<b>Edad</b>	
<b>15-20 años</b>	0 %
<b>21-30 años</b>	16 %
<b>31-40 años</b>	72 %
<b>41-50 años</b>	9 %
<b>51-60 años</b>	3 %
<b>más de 60 años</b>	0 %
<b>Género</b>	
<b>Masculino</b>	53 %
<b>Femenino</b>	47 %
<b>Ocupación</b>	
<b>Empleado público</b>	8 %
<b>Empleado privado</b>	8 %
<b>Estudiante</b>	25 %
<b>Otro</b>	59 %
<b>¿Cuál es el principal motivo por el que usted realiza sus viajes?</b>	
<b>Vacaciones</b>	50 %
<b>Visita a familiares o amigos</b>	19 %
<b>Estudio</b>	6 %
<b>Otros motivos</b>	25 %
<b>¿Con quién viaja?</b>	
<b>Solo</b>	10 %
<b>En pareja</b>	5 %
<b>Familia</b>	10 %
<b>Amigos</b>	75 %
<b>¿Cuál es la duración de sus viajes?</b>	
<b>1 día</b>	15 %
<b>2 días</b>	8 %
<b>3 días</b>	31 %
<b>Mayor a 3 días</b>	46 %
<b>¿Cuál es la forma de pago que realiza?</b>	
<b>Efectivo</b>	75 %
<b>Tarjeta</b>	15 %
<b>Trasferencia Bancaria</b>	10 %

<b>¿Durante su visita con que servicios le gustaría contar?</b>	
Alimentación	0 %
Hospedaje	0 %
Trasporte	0 %
Guianza	0 %
Todas las anteriores	100 %
<b>¿Por qué medios se informa usted antes de viajar a su destino?</b>	
Internet	52 %
Radio o televisión	0 %
Agencia de viajes	25 %
Familia o amigos	23 %
<b>¿Conoce usted la parroquia Cotundo en la Cantón Archidona perteneciente a provincia de Napo?</b>	
Sí	23 %
No	77 %
<b>¿Le gustaría realizar una ruta turística en las cavernas del Cantón Archidona?</b>	
Sí	91 %
No	9 %
<b>¿Qué actividades le gustaría que incluya la ruta turística de cavernas?</b>	
Caminatas	4 %
Espeleología	2 %
Recorridos en las cavernas	21 %
Todas las anteriores	73 %
<b>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por paquete por persona para realizar estas actividades que incluya guías especializados, materiales y equipo calificado, transporte, alimentación y hospedaje?</b>	
\$ 125-150	48 %
\$151-175	24 %
\$ 176- 200	28 %

Elaborado por: Flores, J, 2023

#### 4.1.9.2. Análisis de los resultados del estudio de la demanda de los turistas extranjeros

##### Procedencia

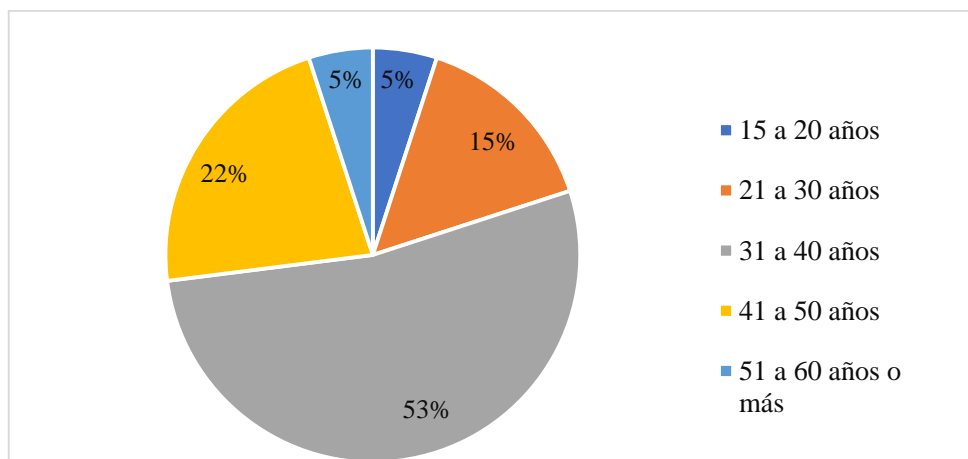


**Ilustración 4-22: Procedencia**

Realizado: Flores, J, 2023

Referente a la procedencia de los turistas extranjeros que visitaron la parroquia Cotundo, la mayor parte de personas son procedentes de U.S.A (25%), Alemania (18%), Argentina (16%), España y Chile. Por lo cual la difusión turística de la ruta de cavernas debe enfocar sus esfuerzos a los turistas que proceden de los países mencionados, sin dejar de lado acciones para captar nuevas demandas para el producto, lo cual contribuirá a dinamizar la economía del sector, mediante ingresos económicos que ayudarán al desarrollo de la parroquia.

##### Edad



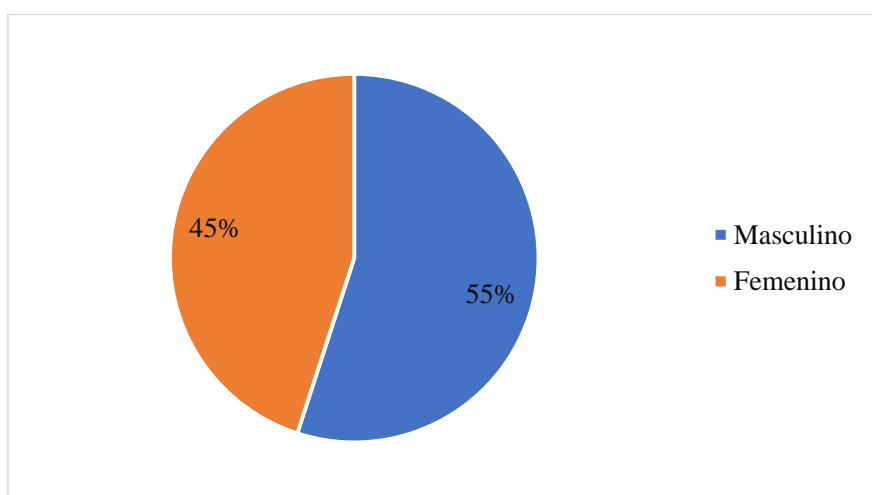
**Ilustración 4-23: Edad**

Realizado por: Flores, J, 2023

En cuanto a la edad del grupo encuestado, el 58 % corresponde al grupo de 31-40 años, el 22 % de 41 a 50 años, 15 % de 21 a 30 años de edad, finalmente el 5 % 15 a 20 años.

La promoción de la ruta turística debe tomar en consideración la edad del turista que en mayor número ha visitado la parroquia, sin dejar de involucrar a la población adulta y joven, lo cual servirá para planificar la promoción de la ruta enfocando a estos grupos de edades, además se debe establecer facilidades y condiciones adecuadas para el desarrollo óptimo de la actividad turística.

### **Género**

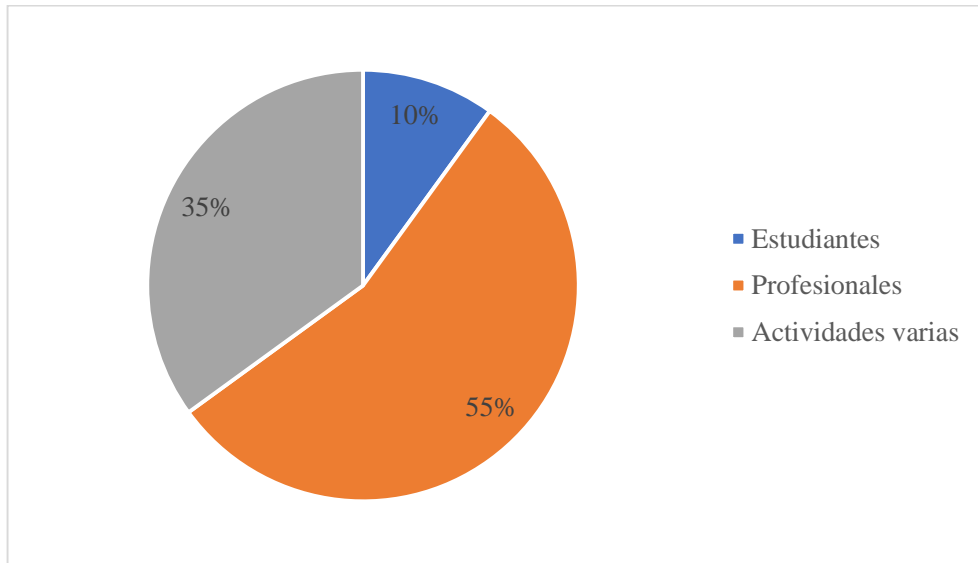


**Ilustración 4-24: Género**  
Realizado por: Flores, J, 2023

De los turistas extranjeros encuestados el 55 % corresponde al género masculino, y el 45 % al género femenino.

Por considerar a los visitantes respecto al género en cantidades relativamente iguales, la planificación de la difusión de la ruta no segmentará acciones promocionales para cada género, más bien será inclusivo para ambos segmentos de mercado, esta información se utilizará para realizar los paquetes promocionales.

## Ocupación

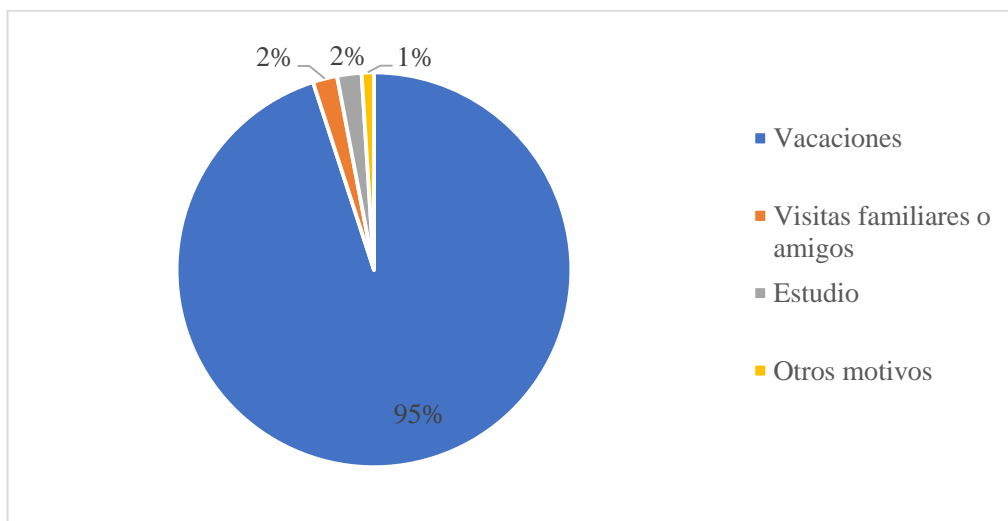


**Ilustración 4-25: Ocupación**  
Elaborado por: Flores, J, 2023

A los encuestados se les requirió información sobre su ocupación, el 55 % son profesionales, el 35 % se dedican a actividades variadas, el 10 % personas son estudiantes.

La planificación de la ruta turística debe considerar fidelizar a este grupo de profesionales que en mayor cantidad visitado la parroquia, ofertando diferentes promociones, sin embargo, es necesario dirigir esfuerzos para captar otros grupos de visitantes, esta información será útil para diseñar acciones publicitarias segmentando los grupos de profesionales.

## Motivo de viaje



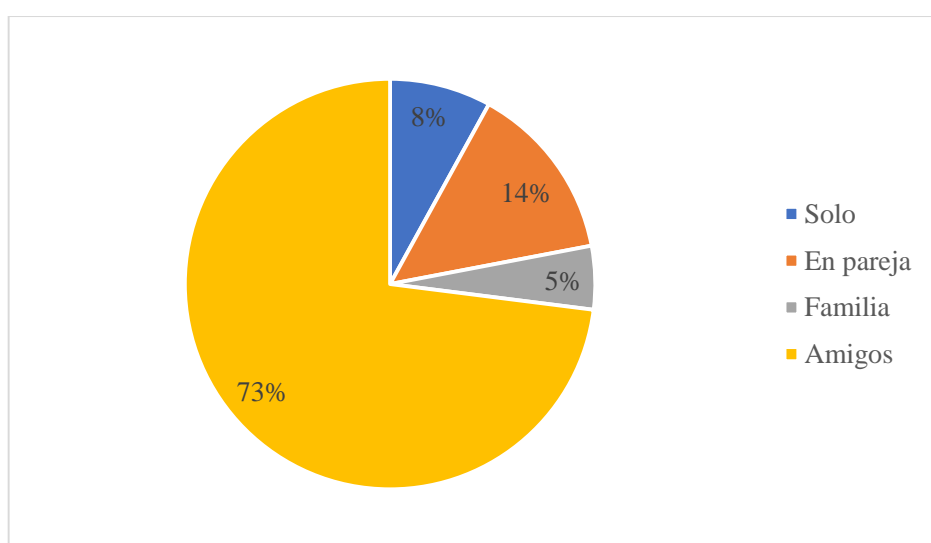
**Ilustración 4-26: Motivo de viaje**

Elaborado por: Flores, J, 2023

En referencia al motivo por el cual viajan, los encuestados mencionaron que lo realizan por vacaciones (95%) en mayor porcentaje, y el otro 5% restante lo realiza por visitar a amigos, estudio y otros motivos.

Los administradores de la ruta han procurado incrementar la afluencia de turistas que vienen por vacaciones, ofertando un recorrido de ruta de cavernas que incluya diversas actividades, sin olvidar a los que asisten por otros motivos a quienes se debe tratar de captar mediante ofertas con algún valor agregado como 2 x 1 en cierta época del año, por ejemplo, lo cual va a servir para que la ruta de cavernas vaya siendo un destino obligado para todos quienes visitan Cotundo.

### Con quién viaja



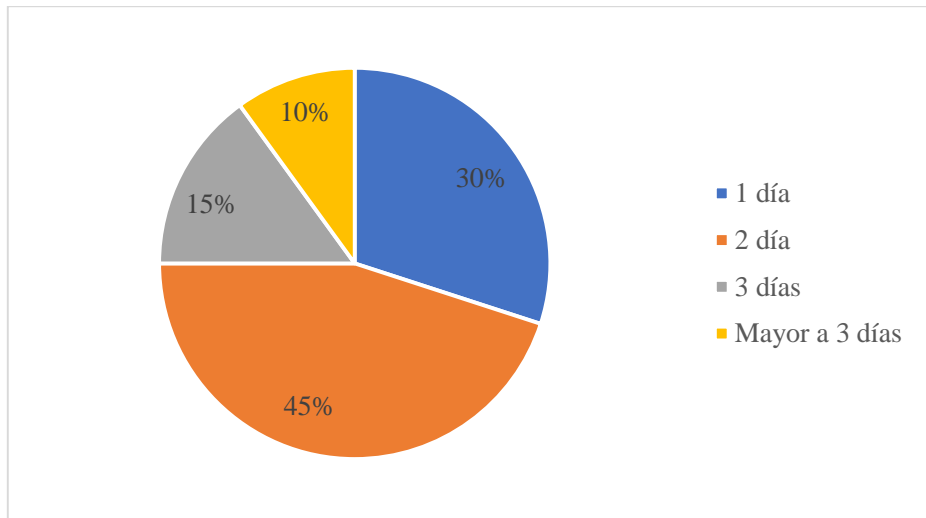
**Ilustración 4-27:** Con quién viaja

Elaborado por: Flores, J, 2023

En cuanto a con quien viajan, las personas encuestadas indicaron que viajan con un grupo de amigos (73 %), en pareja (14 %), solo (8 %) y en menor porcentaje (5 %) con la familia.

La planificación de los paquetes promocionales deberá tomar en consideración al grupo que viaja entre amigos, a quienes se les debe incentivar el viaje con promociones y descuentos para grupos, sin embargo, el grupo que viaja solo, en pareja y familia suma un número considerable que se debe convertir de debilidad en fortaleza, lo cual va a permitir que Cotundo tenga afluencia de todo tipo de visitantes, lo cual va a ayudar al desarrollo socio económico de la parroquia.

## Duración de viaje



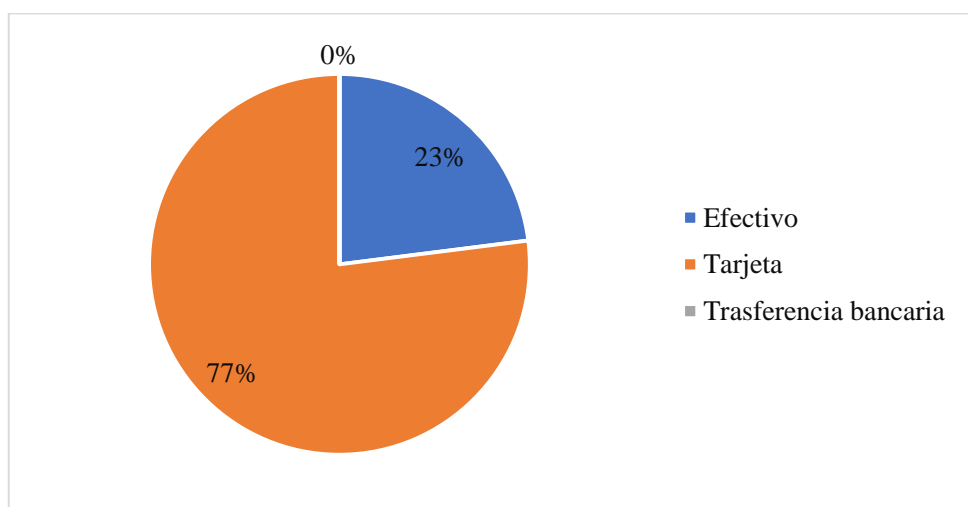
**Ilustración 4-28:** Duración del viaje

Elaborado por: Flores, J, 2023

Al preguntar sobre la duración de los viajes, 164 personas equivalente al 46 % lo hacen por más de tres días, 110 que corresponde al 31 % lo hace por tres días, 53 que es igual al 15 % visita por 1 día y finalmente el 8 % lo hace por dos días.

La administración de la ruta realizará un catastro de los turistas, con variables como las que se han previsto en este instrumento, de forma que a quienes visitan por 3 o más días, contactarles permanentemente para ofertarles promociones y descuentos en los paquetes de viaje, Mientras más días se queden los turistas, se dinamiza de mayor forma la economía del lugar al que visiten, razón por la cual es necesario realizar un adecuado proceso de socialización de los recursos con que cuenta la parroquia utilizando medios masivos de información.

## Forma de pago



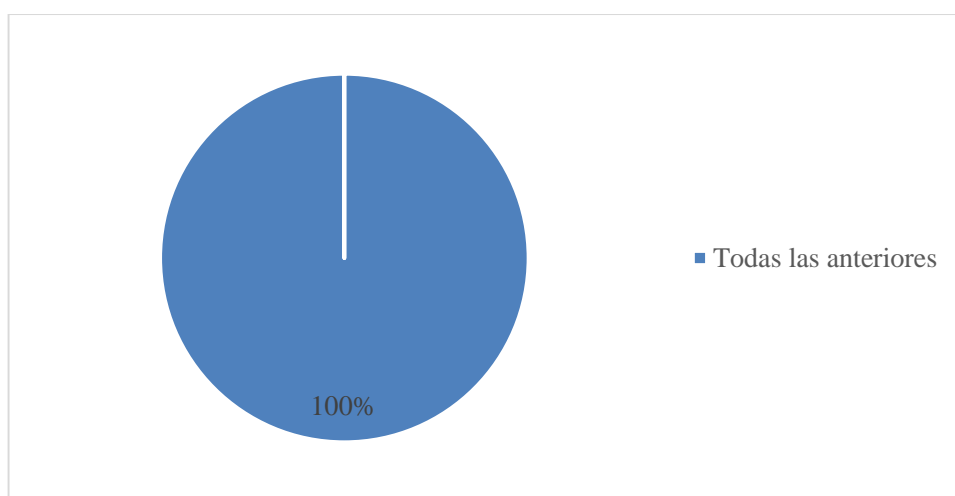
**Ilustración 4-29:** Forma de pago

Elaborado por: Flores, J, 2023

La pregunta de investigación fue cual es el medio que utiliza para pagar los servicios prestados, 266 personas equivalente al 75 %, refiere que sufraga sus gastos con efectivo, 53 que corresponde al 15 % lo hace con tarjeta y 36 que es igual 10 % paga mediante transferencia bancaria.

Ofertar descuentos a quienes realicen sus pagos en efectivo sin dejar de lado que la era actual obliga a utilizar medios electrónicos de pago, el pago en efectivo permite la circulación permanente del dinero en la comunidad, situación que ayudará a fortalecer la economía de Cotundo.

#### **Servicios con los que le gustaría contar**



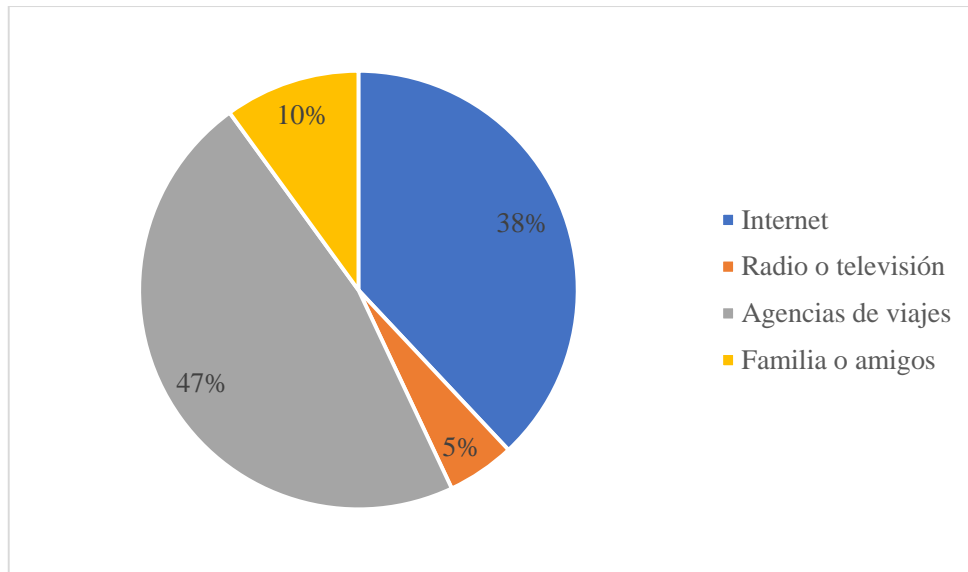
**Ilustración 4-30: Servicios le gustaría contar**  
Elaborado por: Flores Jenny 2023

Al referirse que servicios le gustaría que le ofreciesen durante la visita, la totalidad de los encuestados correspondiente al 100 % afirma que requiere alimentación, hospedaje, transporte y Guianza.

La promoción y publicidad de la ruta de cavernas tomará especial atención al grupo que requiere todos los servicios, en sus folletos y otros medios publicitarios incluirá los servicios que dispone como tipo de transporte hora de salida y llegada entre otros, que llegue gente que utilice todos los servicios servirá para que los recursos provenientes del turismo generen desarrollo.



## Medios de información



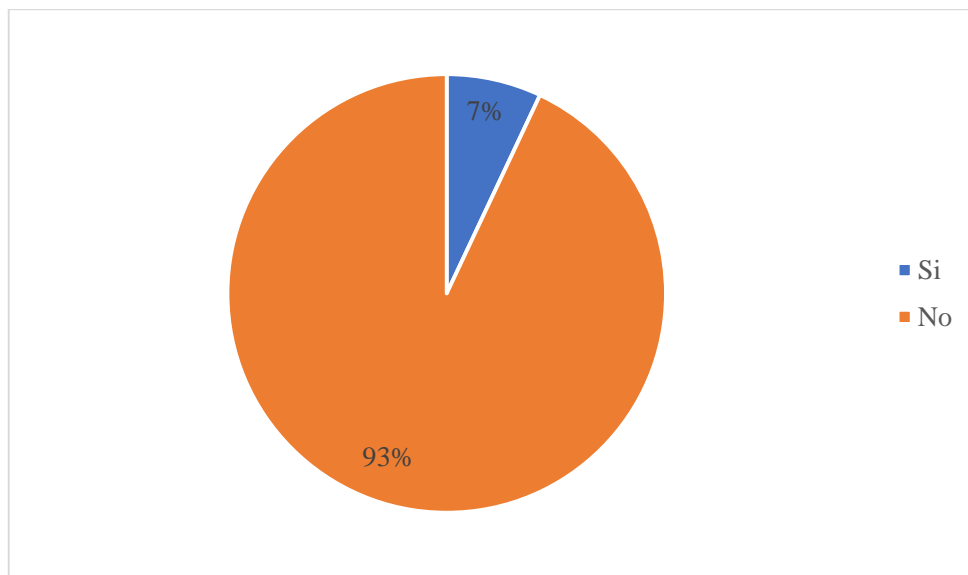
**Ilustración 4-31:** Medios de información

Elaborado por: Flores, J, 2023

Al preguntar a los encuestados cual es el medio por el cual se informa de las ofertas turísticas existentes, el 47% menciona que lo realiza mediante agencias de viaje, debido a la confiabilidad existente, el 38% se informa mediante internet, por la facilidad a la información actualizada y la evaluación que se puede realizar en diversas plataformas, es resto de encuestados lo realiza mediante familiares y radio y televisión.

La administración de la ruta turística de cavernas creará su página de Facebook y otras redes sociales para captar a los turistas que buscan formas de hacer turismo en la internet. Sin olvidar que medios como la radio y la televisión son importantes para informarse de destinos turísticos, el plan publicitario considerará también a esta fuente de comunicación, esto servirá para incrementar la afluencia de visitantes tanto nacionales como extranjeros a la parroquia.

### Conoce la parroquia Cotundo

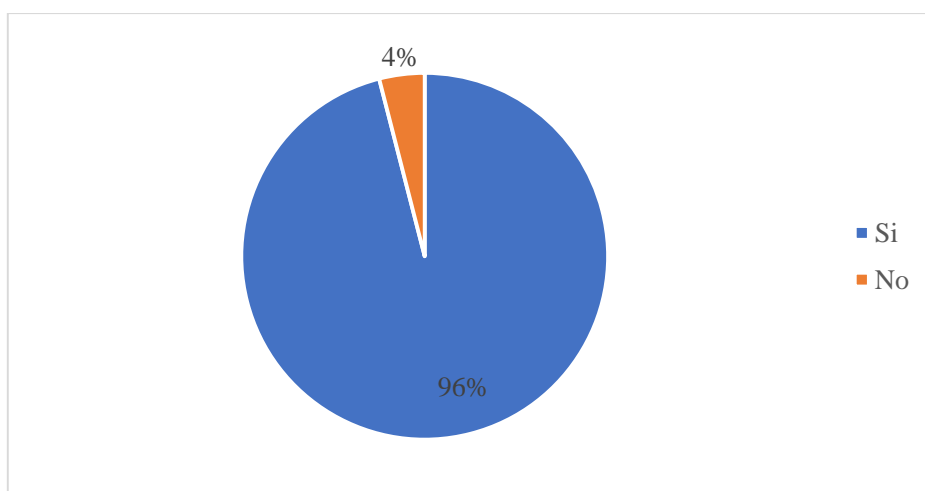


**Ilustración 4-32:** Conoce Cotundo

Elaborado por: Flores, J, 2023

Se preguntó a los encuestados si conoce la parroquia Cotundo en el Cantón Archidona, el 93 % no conoce la parroquia pero estarían dispuesto a destinar tiempo para recorrer el área y solamente el 7% conoce la parroquia esto debido a que ya han visitado anteriormente con familia y amigos. Es imperativo que la planificación de la ruta, considere que los visitantes que llegan a Archidona no conocen Cotundo, es en este grupo donde se debe trabajar con un plan publicitario técnico y bien dirigido para captar mayor afluencia de turistas, esto servirá para masificar el conocimiento de la ruta por parte de los usuarios.

### Realizaría ruta turística de cavernas

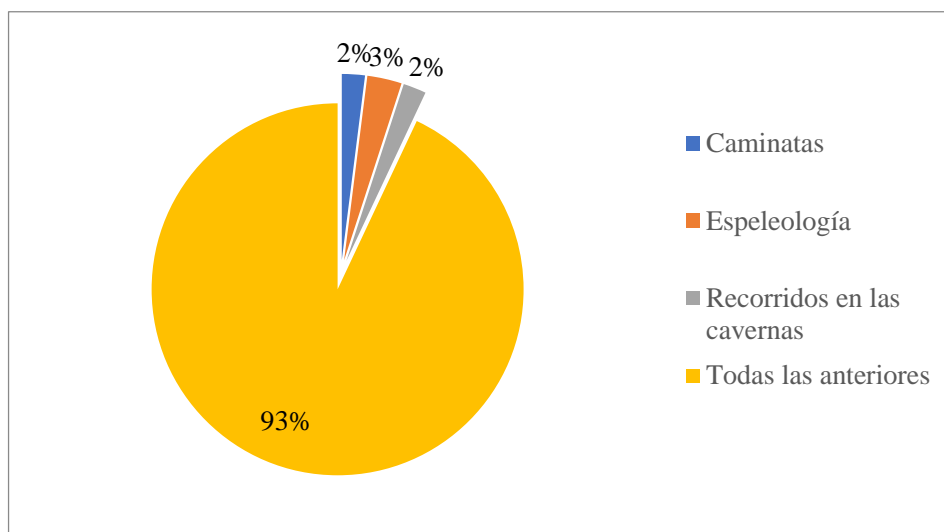


**Ilustración 4-33:** Realizaría ruta turística de cavernas

Elaborado por: Flores, J, 2023

Referente a si les agradaría realizar una ruta turística de cavernas, los turistas extranjeros encuestados manifestaron que les gustaría conocer (96 %) las cavernas existentes en la parroquia Cotundo siempre y cuando haya las garantías de seguridad para poder realizarlas, mientras que el 4% de los encuestados manifestaron que se les dificultaría por problemas de salud que presentan. Se debe tomar en consideración a este grupo en la difusión de la ruta de cavernas, porque constituirá un ingreso importante para la población, porque con la afluencia turística se mejorará social y económicamente el sector al cual se desea promocionar.

#### Actividades que incluye la ruta de cavernas

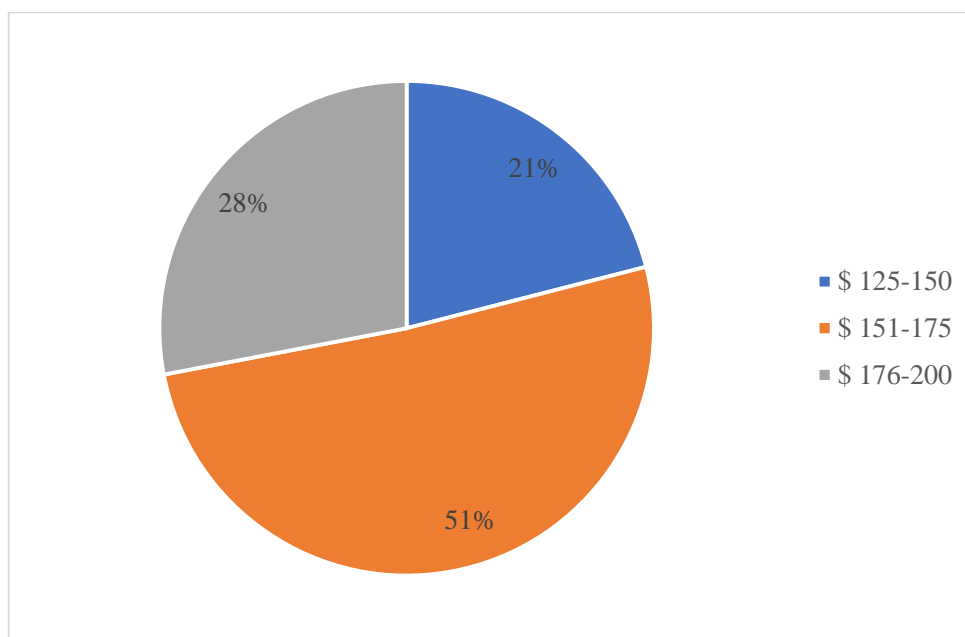


**Ilustración 4-34:** Actividades que incluye la ruta de cavernas  
Elaborado por: Flores, J, 2023

A los interesados en hacer turismo de cavernas, se les ofertó algunas alternativas como caminatas, espeleología y recorridos por las cavernas, el 93 % de los turistas extranjeros encuestados le gustaría realizar todas las actividades propuestas, al 2 % le gusta hacer recorridos por las cavernas únicamente y al 2 % además hacer caminatas por comunidades aledañas.

Los administradores de la ruta de cavernas tienen el conocimiento de que a los visitantes les agradaría realizar todas las actividades propuestas, la ruta considera varias actividades hasta llegar a visitar las cavernas de la comunidad de Cotundo.

### Cuanto estaría dispuesto a pagar



**Ilustración 4-35:** Cuanto estaría dispuesto a pagar

Elaborado por: Flores, J, 2023

En lo que se refiere a la cantidad que estaría dispuesto a pagar por estos servicios, al 51 %, estaría dispuesto a pagar un valor entre 151 a 175 dólares, el 28 % pagaría entre 176 a 200 dólares finalmente y finalmente el 21 % de los encuestados pararía entre 125 a 150 dólares, por realizar el corrido por la ruta de las cavernas donde se incluyan varios servicios de hospedaje, alimentación y guianza.

Los costos que se cobrarán por el recorrido de la ruta turística de cavernas, tomar en cuenta el valor que están dispuestos a sufragar los visitantes en su visita a Cotundo, sin dejar de considerar los otros estratos que están dispuestos a pagar más, entonces se harían planes diferenciados, esto permitirá ofertar varias opciones para que el usuario escoja la que más se ajusta a sus disponibilidades.

### Resumen de la encuesta realizada

**Tabla 4-18:** Tabla resumen de la encuesta realizada a los turistas que visitaron la parroquia Cotundo

Perfil del turista extranjero	
Procedencia	
U.S.A	25%
Alemania	18%
Argentina	16%
España	12%

<b>Chile</b>	13%
<b>Canadá</b>	8%
<b>Colombia</b>	8%
<b>Edad</b>	
<b>15 a 20 años</b>	5%
<b>21 a 30 años</b>	15%
<b>31 a 40 años</b>	53%
<b>41 a 50 años</b>	22%
<b>51 a 60 años o más</b>	5%
<b>Género</b>	
<b>Masculino</b>	55%
<b>Femenino</b>	45%
<b>Ocupación</b>	
<b>Estudiantes</b>	10%
<b>Profesionales</b>	55%
<b>Actividades varias</b>	35%
<b>¿Cuál es el principal motivo por el que usted realiza sus viajes?</b>	
<b>Vacaciones</b>	95%
<b>Visita a familiares o amigos</b>	2%
<b>Estudio</b>	2%
<b>Otros motivos</b>	1%
<b>¿Con quién viaja?</b>	
<b>Solo</b>	8%
<b>En pareja</b>	14%
<b>Familia</b>	5%
<b>Amigos</b>	73%
<b>¿Cuál es la duración de sus viajes?</b>	
<b>1 día</b>	30%
<b>2 días</b>	45%
<b>3 días</b>	15%
<b>Mayor a 3 días</b>	10%
<b>¿Cuál es la forma de pago que realiza?</b>	
<b>Efectivo</b>	23%
<b>Tarjeta</b>	77%
<b>Trasferencia Bancaria</b>	0%
<b>¿Durante su visita con que servicios le gustaría contar?</b>	
<b>Alimentación</b>	0 %
<b>Hospedaje</b>	0 %
<b>Trasporte</b>	0 %
<b>Guianza</b>	0 %
<b>Todas las anteriores</b>	100 %
<b>¿Por qué medios se informa usted antes de viajar a su destino?</b>	
<b>Internet</b>	38%
<b>Radio o televisión</b>	5%
<b>Agencia de viajes</b>	47%
<b>Familia o amigos</b>	10%
<b>¿Conoce usted la parroquia Cotundo en la Cantón Archidona perteneciente a provincia de Napo?</b>	

Sí	7%
No	93%
<b>¿Le gustaría realizar una ruta turística en las cavernas del Cantón Archidona?</b>	
Sí	96%
No	4%
<b>¿Qué actividades le gustaría que incluya la ruta turística de cavernas?</b>	
Caminatas	2%
Espeleología	3%
Recorridos en las cavernas	2%
Todas las anteriores	93%
<b>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por paquete por persona para realizar estas actividades que incluya guías especializados, materiales y equipo calificado, transporte, alimentación y hospedaje?</b>	
\$ 125-150	21%
\$151-175	51%
\$ 176- 200	28%

Elaborado por: Flores, J, 2023

#### 4.1.9.3. Demanda potencial

Para la determinación de la demanda potencial se consideró en base al porcentaje de turistas encuestados que desean visitar las cavernas de la parroquia Cotundo.

**Tabla 4-19:** Determinación de la demanda potencial nacional

<b>Demanda potencial</b>
<b>DP= 3200 * 91%</b>
<b>DP= 2912</b>

Elaborado por: Flores, J, 2023.

**Tabla 4-20:** Determinación de la demanda potencial extranjeros

<b>Demanda potencial</b>
<b>DP= 2084 * 96%</b>
<b>DP= 2000</b>

Elaborado por: Flores, J, 2023.

#### Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda potencial para turistas nacionales y extranjeros se realizó utilizando la fórmula del incremento compuesto, para 5 años.

**Tabla 4-21:** Proyección de la demanda potencial

<b>Proyección de la demanda potencial</b>				
<b>N</b>	<b>Año</b>	<b>Turistas nacionales</b>	<b>Turistas extranjeros</b>	<b>Total</b>
<b>0</b>	2022	2912	2000	4912
<b>1</b>	2023	2953	2028	4981
<b>2</b>	2024	2994	2056	5050

3	2025	3036	2085	5121
4	2026	3079	2114	5193
5	2027	3122	2144	5266

Elaborado por: Flores, J, 2023.

#### 4.1.9.4. Análisis de la oferta

##### Oferta actual

La parroquia Cotundo aún no cuenta con productos turísticos desarrollados, por lo que actualmente el turismo en la parroquia es una actividad que se realiza en pequeña escala.

##### Atractivos turísticos

La parroquia Cotundo cuenta con una variedad de atractivos turísticos que podrían transformar la oferta de turismo convencional en un turismo comunitario para la parroquia, entre los atractivos turísticos encontramos los siguientes por medio de la ficha de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo 2018 catalogándose de la siguiente manera:

**Tabla 4-22:** Validación de Inventario de atractivos turísticos

N°	Nombre del atractivo	Tipo	Sub tipo	Jerarquía	
				PDOT Cotundo	Año 2023 Validada
1	EL Gran cañon	Fenómeno geológico	Cañón	III	II
2	Chikillu Elefante	Fenómeno espeleológico	Cueva o caverna	III	I
4	Guacamayos	Montaña	Cordillera	III	I
5	Templo, ceremonia	Fenómeno espeleológico	Cueva o caverna	III	I
6	Amarum Pakcha	Ríos	Cascada	II	II
7	Narupa	Ríos	Cascada	II	I
8	Mirador de la virgen Guacamayos	Montaña	Desfiladero	II	I
9	Cascada Sacha Waysa	Ríos	Cascada	II	I
10	Valle Sagrado de Cotundo	Montaña	Valle	III	I
11	La mica	Ambiente Lacustre	Laguna	II	I
12	Cascada Chonta Yacu	Ríos	Cascada	I	I
13	Cavernas Jumandy	Aguas subterráneas	Manantial de agua mineral	II	II
14	Cascada Hollín	Fenómeno Estesiológico	Cascada	II	I
15	Pungara	Ambiente Lacustre	Laguna	II	I
16	Mondayacu	Río	Vado	III	I
17	Huasquila	Río	Vado	II	I
18	Shiguamgo	Río	Rápidos	II	I

19	Mutun	Rio	Rápidos	II	I
20	Osayacu	Rio	Cascada	II	I
21	Jondachi	Rio	Cascada	II	I
22	Genoveva	Rio	Cascada	II	I
23	Uchutikan	Rio	Cascada	II	I
24	Matiri	Fenómeno estesiológico	Caverna	II	I
25	Uktu Supay	Fenómeno estesiológico	Caverna	II	I
26	Usayacu	Fenómeno Estesiológico	Caverna	I	I
27	Amaru Huasi	Fenómeno Estesiológico	Caverna	II	I
28	Armallu Huasi	Fenómeno Estesiológico	Caverna	II	I
29	Balle de los petroglifos	Históricas	Sitio Arqueológico	II	I
30	Santuario de la virgen del Quinche	Históricas	Arquitectura religiosa	II	I
31	Arte en Pita	Etnográficas	Artesanías	II	I
32	Pirograbados en Madera	Etnográficas	Artesanías	II	I
33	Patio de comidas Amarun Rumi	Etnográficas	Canidas y bebidas	II	I
34	Comunidad 15 de octubre	Etnográficas	Danza	II	I
35	Centro de rescate de vida Silvestre El Arca	Rescate y técnicas científicas	Zoológico	II	I
36	Fiestas de la Virgen del Quinche	Acontecimientos Programados	Fiestas	II	I
37	Parroquialización de Cotundo	Acontecimientos Programados	Fiestas	II	I
38	Conteo Navideño de aves	Acontecimientos Programados	Eventos deportivos	II	I
39	Parteras Amupakin	Acervo cultural y popular	Medicina ancestral	II	I

Elaborado por: Flores, J, 2023

## Servicios turísticos (catastro)

**Tabla 4-23:** Inventario de servicios turísticos de la parroquia Cotundo

Inventario de servicios turísticos		
Componente	Establecimiento	Capacidad
Alimentación	Restaurante Parque Turístico Zoológico El Arca	30 personas
	Restaurante Las Cascadas del rio Hollin	30 personas
Hospedaje	Cabaña cascada hollín	15 personas
	Cabaña Huasquila Amazon Lodge	15 personas
	Hostería Club del Oriente	45 personas

Elaborado por: Flores, J, 2023



#### 4.1.9.5. Confrontación competencia vs demanda

No existe una competencia directa debido a que no existe productos turísticos similares a los que se pretende implementar.

#### **Demanda objetiva**

Fórmula:

$$\mathbf{DO = DI * CM}$$

**DO** = Demanda objetiva

**DI** = Demanda insatisfecha

**Tabla 4-24:** Determinación de la demanda objetiva nacional

<b>Demanda objetiva</b>
<b>DO = DI * CM</b>
<b>DO = 4912 * 10%</b>
<b>DO = 491</b>

Elaborado por: Flores, J, 2023.

Se pretende captar el 10% de los turistas mismo que corresponde a 491 personas.

## **4.2. Estudio técnico del producto turístico**

### **4.2.1. Objetivo del producto turístico**

A través de la difusión de los atractivos de la parroquia, el diseño del producto turístico tiene como objetivo lograr un desarrollo sostenible y con ello generar una fuente de ingresos para los involucrados en el proyecto, así como para la población en general. También estimula el flujo de turistas en el área de estudio.

### **4.2.2. Tamaño del proyecto**

Para la parroquia Cotundo se ha establecido un paquete turístico de uno y dos días, que incluye una variedad de actividades como visitar ríos, bosques, cascadas e iglesias para aprovechar al máximo el tiempo disponible.

#### 4.2.3. Capacidad operativa del proyecto

**Tabla 4-25:** Capacidad operativa turistas

Año	Turistas	Semestre	Trimestre	Mensual	Semanal	Diario
2024	498	249	124	41	10	1
2025	505	252	126	42	10	1
2026	512	256	128	43	10	1
2027	519	260	130	43	10	1
2028	526	263	132	44	10	1

Elaborado por: Flores, J, 2023.

#### 4.2.4. Macro-localización



**Ilustración 4-36:** Macrolocalización

Elaborado por: Flores, J, 2023.

#### 4.2.5. Microlocalización

El presente proyecto se implementará en la provincia de Napo, Cantón Archidona, parroquia Cotundi, mismo que se encuentra delimitado por las coordenadas (UTM, WGS 84, zona 18 S) correspondiente a 188391.51m Este, 9899768.53 m Sur y 800 msnm.



**Ilustración 4-37:** Microlocalización

Elaborado por: Flores, J, 2023

#### 4.2.6. Elaboración de paquetes

##### 4.2.6.1. Paquete

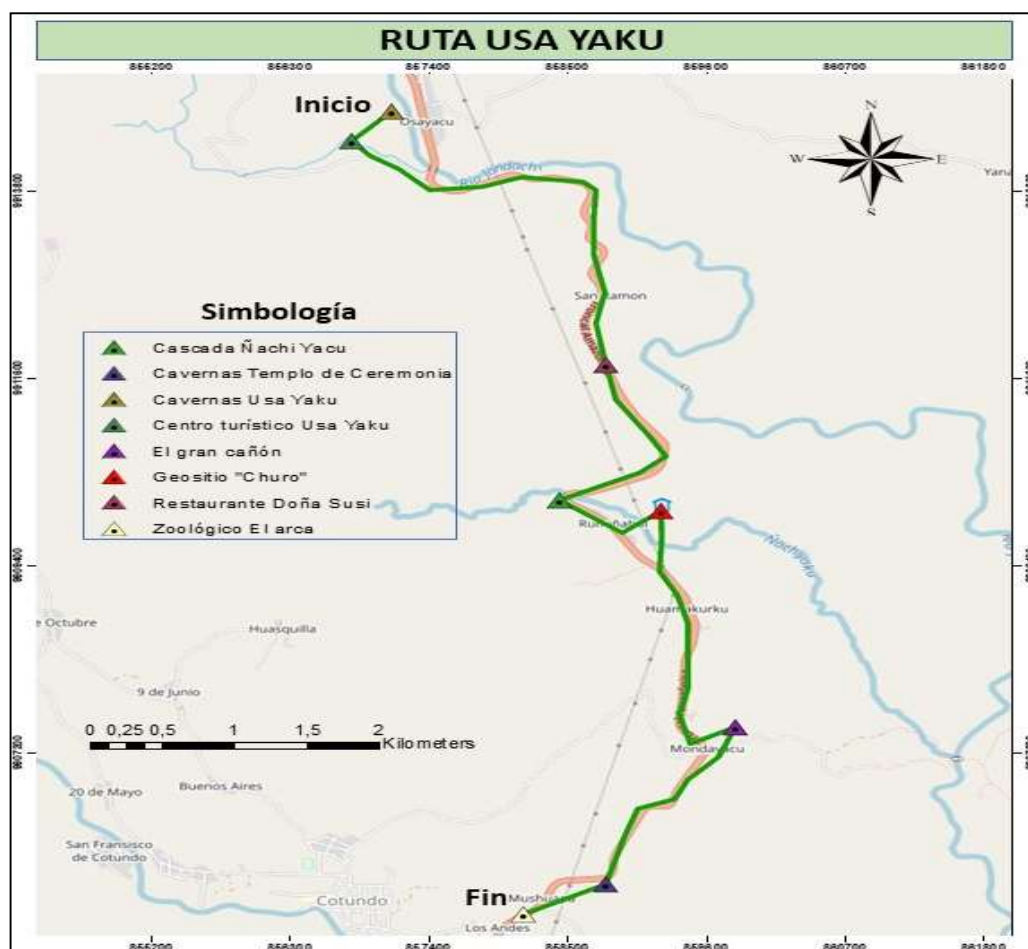
**Tabla 4-26:** Paquete Usa Yaku

PAQUETE USA YAJU					
<b>Tiempo de duración</b>	1 día	<b>Atractivos</b>			
<b>Tipo</b>	Cultural y naturaleza	Cavernas Usa Yaku	Centro turístico Usa Yaku	Geositio "Churo"	Cavernas Templo de Ceremonia
			Cascada Ñachi Yacu	El gran cañón	Zoológico El arca
<b>Requerimientos para la visita</b>	1. Cédula de identidad o pasaporte. 2. Bloqueador solar, gorra, gafas, ropa cómoda, zapatos de trekking		<b>Prohibiciones y comportamiento</b>	1. Evitar arrojar basura 2. Seguir al grupo 3. Acatar las indicaciones del guía 4. No consumir drogas	
<b>Actividades</b>	Trekking, observación de flora y fauna.				
ITINERARIO					
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>			<b>Lugar</b>	
07h30	Transfer desde el poblado de Cotundo			Parroquia Cotundo	
07h45-08h15	Desayuno en el restaurante "Doña Susi"				
08h30-09h25	Visita a las cavernas Usa Yaku (relato sobre las formaciones)				
09h30-11h00	Traslado en vehículo hasta el centro turístico Usa Yaku				
11h00-11h30	Visita al atractivo Ñachi Yacu				

<b>11h30-12h00</b>	Almuerzo	
<b>12h20-13h00</b>	Recorrido por el Geositio "Churo" (fotografía, observación de flora y fauna)	
<b>14h20-15h00</b>	Visita al atractivo El gran cañón (fotografía y descripción)	
<b>15h00-16h00</b>	Recorrido por las cavernas Templo de Ceremonia (descripción e historia)	
<b>16h00 – 17h00</b>	Zoológico El arca y despedida del grupo	
<b>OTROS</b>		
<b>Incluye en el paquete</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 refrigerio</li> <li>- Refrigerios, kit de primeros auxilios y agua.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 desayuno</li> <li>- Transporte en todo el recorrido</li> <li>- Guianza</li> <li>- Almuerzo</li> </ul>
<b>No incluye en el paquete</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades no descritas</li> <li>- Alimentos o bebidas no especificadas</li> </ul>	

Elaborado por: Flores, J, 2023.

### Mapa de la ruta



**Ilustración 4-38:** Mapa de la ruta Usa Yaku

Elaborado por: Flores, J, 2023.

### Análisis de costos

**Tabla 4-27:** Costo del paquete

Costo del Tour	Rangos Pax	Rangos Pax	Rangos Pax	Rangos Pax
	1	5	10	20
<b>Costos Generales del tour</b>				
Guia	40	40	40	40
<b>Total, costos generales</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>
<b>Costos Individuales por pax</b>				
Desayuno	4	4	4	4
Almuerzo	4	4	4	4
Alquiler de binoculares	3	3	3	3
Refrigerio	3	3	3	3
Bebidas	2	2	2	2
<b>Total, costo individual por pax</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
<b>Totales</b>				
Costos Generales	40	40	40	40
Costos Individuales	16	16	16	16
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>56</b>	<b>56</b>	<b>56</b>
<b>Costo total individual</b>	<b>56</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>18</b>
<b>Gastos depreciación y publicidad 5%</b>	<b>2,8</b>	<b>1,2</b>	<b>1</b>	<b>0,9</b>
<b>Gastos administrativos 10%</b>	<b>5,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2</b>	<b>1,8</b>
<b>Precio Neto</b>	<b>64,4</b>	<b>27,6</b>	<b>23</b>	<b>20,7</b>
<b>Rango de utilidad 15%</b>	<b>9,66</b>	<b>4,14</b>	<b>3,45</b>	<b>3,11</b>
<b>Sub total</b>	<b>74,06</b>	<b>31,74</b>	<b>26,45</b>	<b>23,81</b>
<b>Precio de venta al final</b>	<b>74</b>	<b>32</b>	<b>26</b>	<b>24</b>

Elaborado por: Flores, J, 2023.

4.2.6.2. Paquete

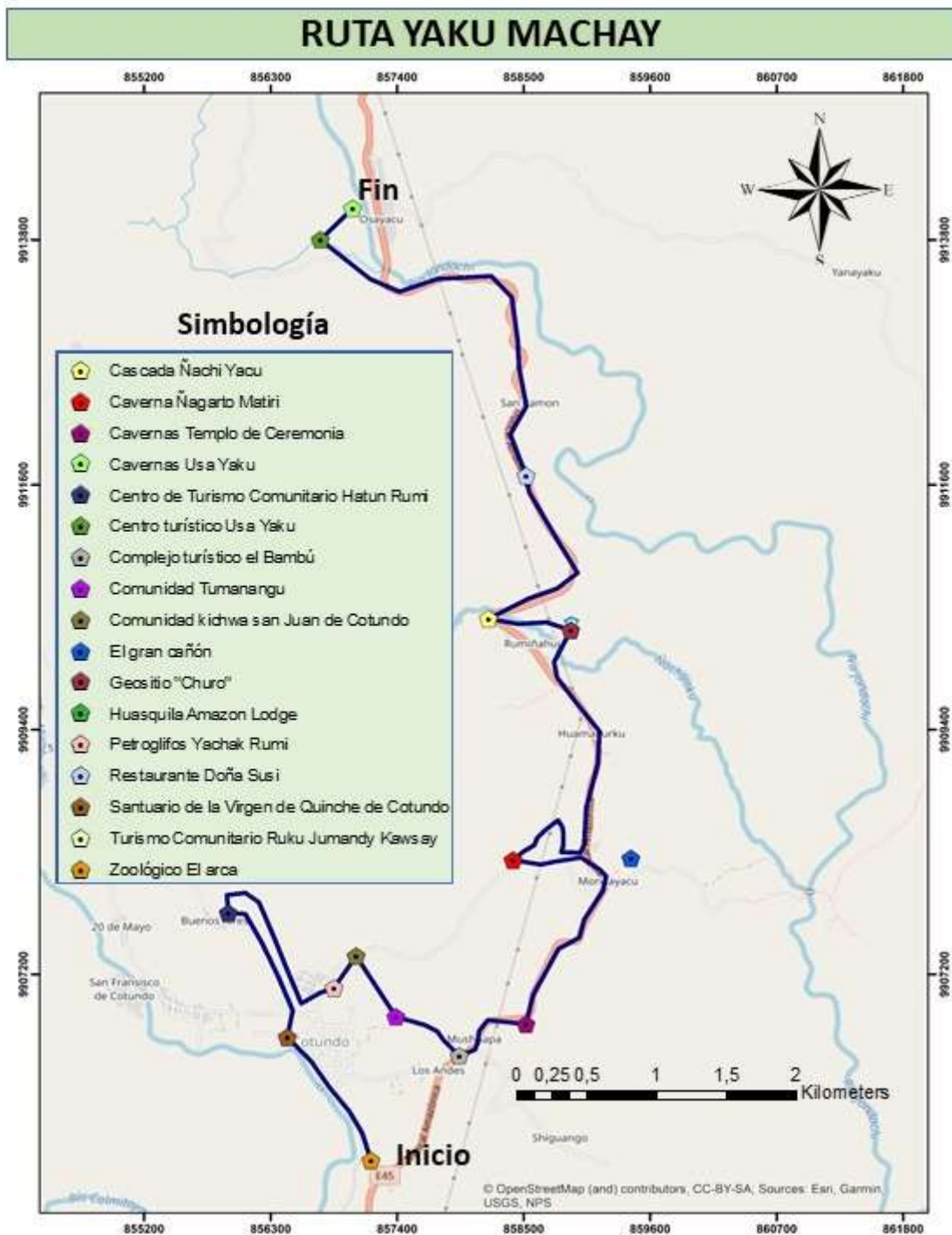
**Tabla 4-28:** Paquete Yaku Machay

Yaku Machay					
Tiempo de duración	2 días	Atractivos			
<b>Tipo</b>	Cultural y Naturaleza	Zoológico El arca	Centro de turismo comunitario Hatun Rumi	Comunidad Kichwa San Juan de Cotundo	Cavernas Templo ceremonial
		Santuario de la virgen del Quinche de Cotundo	Petroglifos Yachak Rumi	Comunidad Tumanangu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caverna Lagarto Matiri</li> <li>• Geositio Churo</li> <li>• Cascada Ñachi Yacu</li> <li>• Centro turístico Usa Yaku</li> <li>• Cavernas Usa Yaku</li> </ul>
<b>Requerimientos para la visita</b>	1. Cédula de identidad o pasaporte. 2. Bloqueador solar, gorra, gafas, ropa cómoda, zapatos trekking	<b>Prohibiciones y comportamiento</b>		1. Evitar arrojar basura 2. Seguir al grupo 3. Acatar las indicaciones del guía. 4. No consumir sustancias alucinógenas	
<b>Actividades</b>	Observación de flora y fauna, camina y fotografía				
<b>ITINERARIO</b>					
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>			<b>Lugar</b>	
<b>DÍA 1</b>					
<b>07h30</b>	Transfer desde el poblado de Cotundo			Parroquia Cotundo	
<b>07h45-08h15</b>	Desayuno en el centro del poblado de Cotundo				
<b>08h20-09h30</b>	Visita y recorrido por el zoológico el Arca				
<b>09h50-10h30</b>	Visita Santuario de la virgen del Quinche de Cotundo				
<b>11h45-12h30</b>	Recorrido por el centro de turismo comunitario Hatun Rumi				
<b>12h30-13h00</b>	Almuerzo				

<b>13h20-14h00</b>	Visita al atractivo petroglifos Yachak Rumi	
<b>14h20-14h50</b>	Recorrido por la comunidad Kichwa San Juan de Cotundo donde se podrá realizar fotografía y observación de flora	
<b>16h00</b>	Recorrido por la comunidad Tumanangu	
<b>18h00-18h45</b>	Cena	
<b>19h00</b>	Descanso	
<b>DÍA 2</b>		
<b>07h00-08h00</b>	Desayuno	Parroquia Cotundo
<b>09h00-10h00</b>	Cavernas Templo ceremonial (fotografía, observación de flora y fauna)	
<b>11h00-12h00</b>	Visita a la caverna Lagarto Matiri	
<b>12h00-13h30</b>	Almuerzo	
<b>14h45-15h15</b>	Recorrido por el Geosítio Churo	
<b>15h20-15h35</b>	Visita a la cascada Ñachi Yacu	
<b>15h40 – 17h00</b>	Visita al centro turístico Usa Yaku y cavernas Usa Yaku	
<b>17h30</b>	Retorno al pueblo de Cotundo y despedida del grupo	
<b>OTROS</b>		
<b>Incluye en el paquete</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 refrigerios</li> <li>- 1 merienda</li> <li>- Transporte en el recorrido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guianza</li> <li>- 2 desayuno</li> </ul>
<b>No incluye en el paquete</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades no descritas</li> <li>- Alimentos o bebidas no especificadas</li> </ul>	

Elaborado por: Flores, J, 2023.

## Mapa de la ruta



**Ilustración 4-39:** Mapa de la ruta Yaku Machay

Elaborado por: Flores, J, 2023.



## Análisis de costos

**Tabla 4-29:** Costo del paquete

Costo del Tour	Rangos Pax	Rangos Pax	Rangos Pax	Rangos Pax
	1	5	10	20
<b>Costos Generales del tour</b>				
Guia	80	80	80	80
<b>Total, costos generales</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>
<b>Costos Individuales por pax</b>				
Desayuno	8	8	8	8
Almuerzo	8	8	8	8
Hospedaje	20	20	20	20
Alquiler de binoculares	3	3	3	3
Refrigerio	5	5	5	5
Bebidas	3	3	3	3
<b>Total, costo individual por pax</b>	<b>47</b>	<b>47</b>	<b>47</b>	<b>47</b>
<b>Totales</b>				
Costos Generales	80	80	80	80
Costos Individuales	47	47	47	47
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>127</b>	<b>127</b>	<b>127</b>
<b>Costo total individual</b>	<b>127</b>	<b>63</b>	<b>55</b>	<b>51</b>
Gastos depreciación y publicidad 5%	6,35	3,15	2,75	2,55
Gastos administrativos 10%	12,7	6,3	5,5	5,1
<b>Precio Neto</b>	<b>146,05</b>	<b>72,45</b>	<b>63,25</b>	<b>58,65</b>
<b>Rango de utilidad 15%</b>	<b>21,91</b>	<b>10,87</b>	<b>9,49</b>	<b>8,80</b>
<b>Sub total</b>	<b>167,96</b>	<b>83,32</b>	<b>72,74</b>	<b>67,45</b>
<b>Precio de venta al final</b>	<b>168</b>	<b>83</b>	<b>73</b>	<b>67</b>

Elaborado por: Flores, J, 2023.

#### 4.2.7. Requerimientos

##### 4.2.7.1. Activos fijos

**Tabla 4-30:** Activos fijos

Denominación	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Terreno (m <sup>2</sup> )	15	\$30,00	\$450,00
Oficina (m <sup>2</sup> )	15	\$450,00	\$6750,00
<b>Muebles y enseres</b>			<b>\$118,00</b>
Mesa	1	\$60,00	\$60,00
Sillas	6	\$8,00	\$48,00
Tacho de basura	1	\$10,00	\$10,00
Carpas de camping (dobles)	10	\$88,00	\$880,00
<b>Maquinaria y equipos</b>			<b>\$29500,00</b>
Vehículo (Kingwin para 17 personas)	1	\$28000,00	\$28000,00
GPS	1	\$750,00	\$750,00
Teléfono convencional	1	\$50,00	\$50,00
Televisor	1	\$400,00	\$400,00
Radios de comunicación	3	\$100	\$300
<b>Equipos de oficina</b>			<b>\$850,00</b>
Computadora portátil	1	\$850,00	\$850,00

Elaborado por: Flores, J, 2023.

##### 4.2.7.2. Combustible

**Tabla 4-31:** Combustible

Denominación	Cantidad diaria	Costo diario	Costo mensual	Costo total anual
Gasolina	2 galones	5,10	\$153	\$1836,00
<b>Total</b>				<b>\$1836,00</b>

Elaborado por: Flores, J, 2023.

##### 4.2.7.3. Talento humano

#### Mano de obra indirecta

**Tabla 4-32:** Mano de obra indirecta

Denominación	Cantidad	Remuneración individual sin aporte	Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11.15%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Costo anual
Chofer	1	\$450	\$42,52	\$50,17	\$450	\$425	\$6367,7
<b>Total</b>							<b>\$6367,7</b>

Elaborado por: Flores, J, 2023.

## Mano de obra directa

**Tabla 4-33:** Mano de otra directa

Denominación	Cantidad	Remuneración individual sin aporte	Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11.15%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Costo anual
Guía de turismo	1	\$600	\$56,7	\$66,9	\$600	\$425	\$8348,6
<b>Total</b>							<b>\$8348,6</b>

Elaborado por: Flores, J, 2023.

### 4.3. Plan mercadotécnico

#### 4.3.1. Cliente

##### 4.3.1.1. Diseño de la imagen o marca corporativa

La identidad corporativa de la ruta turística se creó a través de una identidad visual diferenciadora, que le permitirá posicionarse en el mercado.

##### 4.3.1.2. Logotipo

###### Nombre

*Uktu Supay*, hace referencia a una de las cavernas más representativas del sitio.

###### Slogan

**“La puerta a un mundo nuevo”**: se enfoca en las aventuras que se puede experimentar al realizar las diferentes actividades de la ruta turística.



**Ilustración 4-40:** Logotipo Uktu Supay  
Elaborado por: Flores, J, 2023.

## **Gama cromática**

**Verde:** El verde más destacado significa natural, es el color de la naturaleza, y se ha creado una conexión muy fuerte entre estas dos palabras. Entonces cuando hablamos de áreas verdes, nos referimos a áreas naturales. Respecto a la naturaleza, también simboliza la vida, la fertilidad, el crecimiento y la salud. El verde es fresca, vida y renacimiento, en oposición al marchitamiento y la muerte. Además, da una sensación de seguridad y nos hace sentir tranquilos. Esto es así por dos motivos: uno es porque somos animales y nuestro lugar es la naturaleza, asociamos este color con el hogar. Otra razón es que el verde es un color intermedio, el neutro perfecto entre los dos extremos del espectro.

**Negro:** El negro representa elegancia y distinción. Se utiliza para vestir y marcar tendencia en muchos eventos importantes, además, representa la duda y el misterio. Es capaz de impartir curiosidad al mismo tiempo que genera un estado de miedo. También simboliza poder y autonomía, y muchas marcas lo utilizan en publicidad. En este caso lo utilizamos ya que representa con la oscuridad, es decir la ausencia de luz de las cavernas.

**Celeste:** representa los recursos hídricos que posee el destino turístico, además, este color simboliza paz, frescor, relajación y libertad, ayuda a la persona a llegar la meditación de una manera más rápida ya que simboliza seguridad. Además, se lo vincula con el lado racional y con la inteligencia.

**Rojo:** Suele representar riqueza, lujo o soberanía. En el pasado, el rojo era signo de pertenencia a la nobleza, nobleza o clase alta, ya que era un tinte importado que solo podían comprar los ricos y poderosos hoy en día, las personas importantes todavía usan este color para mostrar su superioridad. Además, este color también significa y está asociado al fuego, por eso muchas veces representa calor, energía, deseo e incluso prohibición, por lo que suele aparecer en símbolos de advertencia porque llama mucho la atención.




**Naranja:** El color naranja representa energía, alegría, atracción, creatividad, fuerza de voluntad, éxito, ambición, ánimo y generosidad. Reúne la alegría del amarillo y el vigor del rojo. Es un color muy cálido que inspira la creatividad y tiene un efecto energizante, vibrante, extrovertido y desinhibido sin llegar a ser agresivo como el rojo. Es la palabra perfecta para hablar con los jóvenes porque connota aventura, optimismo, confianza en uno mismo y sociabilidad. Se puede utilizar para llamar la atención debido a su alto nivel de visibilidad.

**Violeta:** El poder, la nobleza, el lujo, la ambición, la sabiduría, la creatividad, la independencia y la dignidad están representados por este color, que se encuentra a medio camino entre la

estabilidad del azul y la energía del rojo. Debido a que es un color relacionado con la realeza connota riqueza y extravagancia. El color violeta se puede utilizar en la publicidad dirigida a las mujeres debido a que posee la capacidad para despertar sentimientos románticos y nostálgicos, también, a productos o servicios relacionados con ciencia ficción, magia y misterio. Al ser un color poco presente en la naturaleza, tiene cierta aura mágica.

## Figuras

**Tabla 4-34:** Figuras del logotipo

	<p><b>Círculo:</b> representa la tierra y la humanidad, además, representa a la tierra fértil, ríos y vertientes que posee el lugar, que es la base fundamental de la parroquia y su fuente de vida</p>
	<p><b>Círculos de colores:</b> simboliza la magia de los recursos naturales (cavernas) en donde se pueden observar las formaciones de estalactitas y estalagmitas de color amber, murciélagos y objetos petrificadas.</p>
	<p><b>Hoja:</b> representa la gran diversidad de la flora existente en el territorio donde funcionará el producto turístico.</p>

Elaborado por: Flores, J, 2023

### **Estrategia 1. Determinar el valor diferencial de la ruta turística**

El producto turístico se ha diseñado basado en los datos que han sido obtenidos a partir del estudio de mercado específicamente en las preferencias del perfil de los turistas, los cuales se encuentran atraídos por tener experiencias nuevas permitiendo así al producto:

- Ofrecer servicios de calidad
- Establecer una relación recíproca entre las personas, la naturaleza, la cultura y sus tradiciones.
- Explicar y apreciar los diversos atractivos naturales y culturales.
- Mostrar a la parroquia Cotundo como un destino turístico con potencial regional, nacional e internacional.
- Involucrar y animar a los residentes locales de la parroquia a participar de este proyecto con la finalidad de generar ingresos económicos adicionales para sus hogares.

### **Estrategia 2. Conservación del área para el desarrollo de la ruta.**

Uno de los ámbitos más relevantes del producto turístico es incitar al respeto y valoración de los recursos tanto naturales como culturales, con el fin de mantener la armonía entre el turista y el poblador local:

- Crear una buena relación entre el poblador local y el turista tomando actitudes de relación armónica.
- Generar conciencia en el visitante, con la creación de normas de comportamiento dirigido al turista, con ello se preverá y disminuirá posibles impactos culturales y naturales.

#### **4.3.2. Costo**

##### *4.3.2.1. Estrategia 1. Promoción en la venta*

Con el objetivo de incentivar la compra del producto turístico es necesario implementar estrategias de venta basadas en descuentos o regalías a turistas, esto incentivará las ventas ya sea a corto o mediano plazo, además se establecerá una mejora de la percepción de la marca logrando con ello tener más reconocimiento y posicionamiento el mercado

- Descuentos en temporadas bajas o fechas especiales.
- Porcentaje de descuento a personas que realicen menciones en redes sociales.
- Gratuidad a una persona en grupos de más de 10 pax.
- Incluir cupones de descuento
- Descuentos a grupos de personas, empresas e instituciones educativas
- Premiar la antigüedad

##### *4.3.2.2. Estrategia 2. Actualización de precios*

La actualización de precios es uno de los aspectos más importantes que se deben tomar en cuenta, debido a que pueden variar con el tiempo o temporada, además se debe tomar en cuenta los servicios ofertados y la competencia.

- El costo de los paquetes se actualizará anualmente

##### *4.3.2.3. Estrategia 3. Políticas de cobro y formas de pago*

Se han establecido un conjunto de normas y procedimientos que especifican, en forma detallada, la manera en la que serán manejados los cobros y pagos de los clientes:

#### **Reservaciones**

- Los depósitos se deben efectuar únicamente en la cuenta bancaria oficial de la operadora.
- Para confirmar la reserva, el cliente deberá depositar el 50% con previa anticipación.
- Adjuntar comprobante de pago al correo de la empresa y espera la confirmación.

## Cancelaciones

- Al cancelar con una semana de anticipación se realizará el reembolso total del costo pagado en la reservación.
- En el caso de que el turista cancele la reserva del producto con menos de una semana de anticipación, se le reembolsará solamente el 50% del valor del paquete.
- Por los servicios ofrecidos en los paquetes que no fueren cumplidos por circunstancias de la naturaleza no se realizará devoluciones.

### 4.3.3. Conveniencia

#### 4.3.3.1. Estrategia 1. Alianza con las principales entidades públicas y privadas

Establecer acuerdos, alianzas con el instituto de Técnico del Tena, Universidades, Unidades Educativas, Operadoras de Turismo, con el fin de fomentar la actividad turística en la localidad formando parte de la cadena de turismo.

#### 4.3.3.2. Estrategia 2: Plan de comercialización

Una vez analizado el segmento de mercado y estructurado los productos turísticos que se llevaran a cabo en la parroquia Cotundo, se deberá buscar la forma de posicionarse en el mercado a través de los canales de distribución. Sean estos de manera directa del productor al consumidor e indirecta a través de la promoción y publicidad.

**Tabla 4-35:** Plan de comercialización.

Canales	Táctica	Política de funcionamiento	Target
<b>Objetivo</b>	<b>Aumentar la demanda turística</b>		
<b>Directo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación y promoción del producto en ferias turísticas y eventos relacionados al turismo.</li> <li>- Presentación y venta de paquetes turísticos a organizaciones, instituciones y gremios públicos y privados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar información turística clara y precisa entre el promotor y el cliente.</li> <li>- Brindar información turística clara entre el promotor y representante de la entidad.</li> <li>- Entregar material publicitario con información concisa y clara respecto al producto turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Turistas nacionales de las provincias de Napo, Pastaza, Pichincha y turistas extranjeros.</b></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación y venta en un local autorizado a turistas que visitan el cantón.</li> <li>- Presentación y venta de paquetes turísticos en la página web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registrar reservaciones y sugerencias acerca del producto turístico.</li> <li>- Facilitar información concisa del producto a través del internet.</li> </ul>	
<b>Indirecto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alianzas estratégicas con medios de comunicación, agencias de viajes, tour operadoras de las ciudades Tena, Archidona y Puyo.</li> <li>- Alianzas estratégicas con lodge, hosterías, hoteles, hostales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Invitar a medios de comunicación para dar a conocer la oferta turística de la parroquia.</li> <li>- Establecer acuerdos y convenios de beneficio mutuo en forma de pago, comisiones, reservación y cancelación.</li> <li>- Entrega de material promocional parroquial, afiches, trípticos, entre otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representantes de medios de comunicación.</li> <li>- Agencias y tours operadoras de las ciudades de Tena, Archidona, Puyo</li> <li>- Lodge, hosterías, hoteles, hostales, unidad de turismo del Tena</li> </ul>

#### **4.3.4. Plan de comunicación**

##### **4.3.4.1. Estrategia 1: Publicidad**

La publicidad es sumamente importante para el producto turístico debido a que ayuda al posicionamiento de la marca, se efectuó por medio del internet y otros medios publicitarios, los cuales se crearon a través del análisis de la demanda turística.

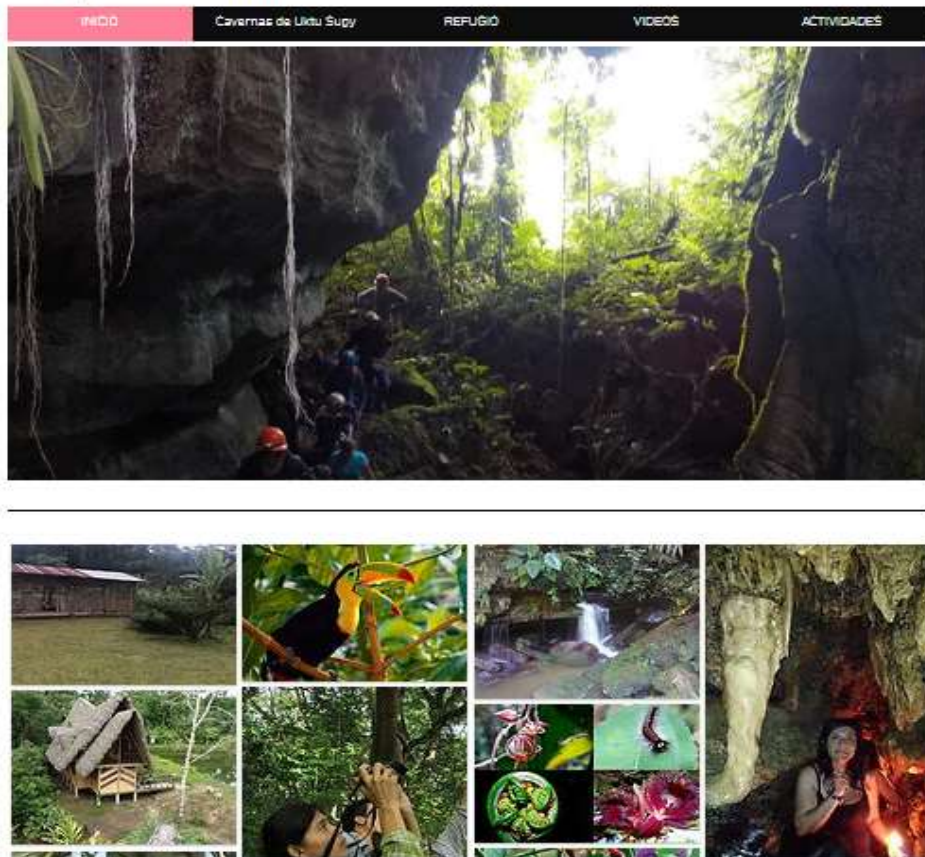
##### **Página web**

La página web ofrece la posibilidad de crear espacios donde se pueda interactuar permanentemente con los objetivos de la empresa a través de sus comentarios, consultas y sugerencias, adicionalmente, con herramientas especializadas, se puede analizar el comportamiento de los usuarios cuando visitan tu sitio web lo cual permitirá mejorar la página de manera frecuente.





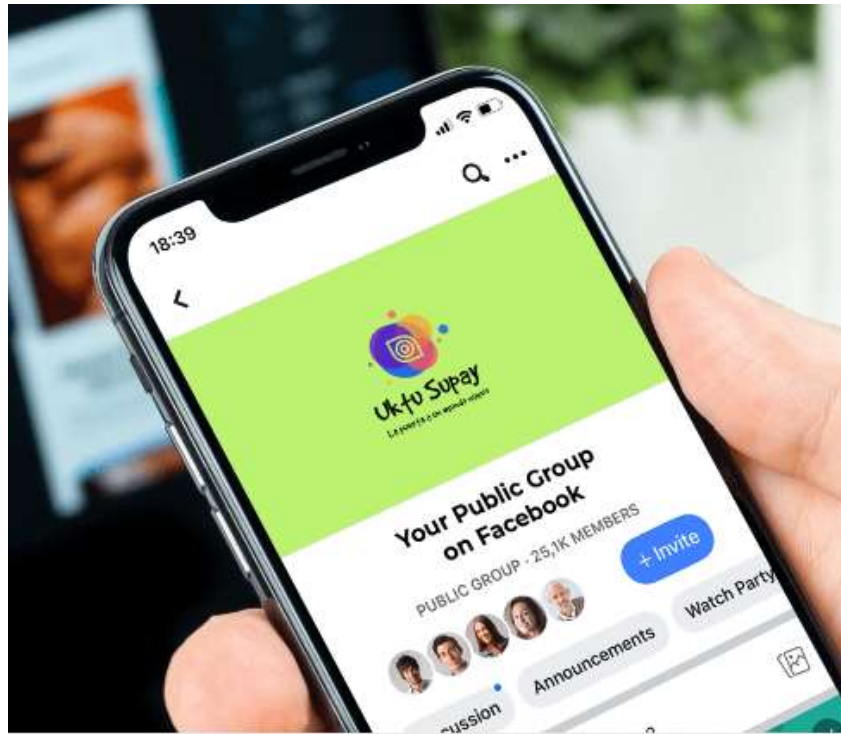
"La puerta a un mundo nuevo"



**Ilustración 4-41:** Página web  
Realizado por: Flores, J, 2023

## Redes sociales

La creación de una página en las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, ayuda a cumplir con la misión de llegar con más facilidad a una gran cantidad de usuarios, ya que hay aproximadamente más de 2 mil millones de usuarios activos mensuales en las redes sociales, facilitará una conexión más directa con los consumidores, debido a la rápida difusión de la información, el fandom puede estar al tanto de las diferentes actividades que se realizan en tiempo real, compartir sus experiencias, así como comentar y recomendar a otros usuarios de la plataforma.



**Ilustración 4-42:** Página de Facebook  
Realizado por: Flores, J, 2023

### **Tarjeta de presentación**

La creación de tarjetas de presentación es muy útil, ya que presenta al cliente los datos más importantes del producto turístico, permitiendo la identificación y fortalecimiento de la imagen de la empresa.



**Ilustración 4-43:** Tarjeta de presentación  
Realizado por: Flores, J, 2023.

## Souvenirs

Los souvenirs son una parte importante de los viajes, ya que no solo crean recuerdos del viaje, sino que también son un elemento publicitario. Se distribuirá en festividades importantes del estado y provincia, y también se distribuirá a los consumidores de productos turísticos.



**Ilustración 4-44:** Souvenirs

Realizado por: Flores, J, 2023

### 4.3.4.2. Requerimientos para el área comercial

#### Talento humano

**Tabla 4-36:** Talento humano del área comercial

Denominación	Cantidad	Gasto mensual sin aporte	Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Gasto Anual
Agente de ventas y publicidad	1	\$500,00	\$47,25	\$55,75	\$500,00	\$425,00	\$7028
<b>Total</b>							\$7028

Elaborado por: Flores, J, 2023.

La remuneración del agente de ventas y publicidad se basa en el salario único de los trabajadores del sector público, teniendo en cuenta el aporte personal de 9,45% y el aporte patronal de 11,15% según lo establecido en el IESS.

## Materiales e insumos

**Tabla 4-37:** Materiales e insumos para el área comercial

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Corrector liquido	2	\$0,80	\$1,60
Resaltador	3	\$0,60	\$1,80
Caja de Lápices	1	\$4,00	\$4,00
Caja de esferos	2	\$5,90	\$11,80
Caja de grapas	1	\$1,25	\$1,25
Borradores de lápiz	5	\$0,25	\$1,25
Cajas de clips	2	\$0,75	\$1,50
Cinta adhesiva	3	\$0,50	\$1,50
Carpeta-archivador	2	\$3,50	\$7,00
Resma papel bond	6	\$3,00	\$18,00
Toner de tinta	1	\$25,00	\$25,00
Libreta	10	\$1,25	\$12,50
<b>Total</b>			<b>\$87,20</b>

Realizado por: Flores, J, 2023.

## Materiales de promoción y publicidad

**Tabla 4-38:** Materiales de promoción y publicidad para el área comercial

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Tarjetas de presentación	2000	\$0,08	\$160,00
<b>Total</b>			<b>\$160,00</b>

Realizado por: Flores, J, 2023.

## Promoción y publicidad antes del funcionamiento

**Tabla 4-39:** Promoción y publicidad antes del funcionamiento

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Anuncios web	120	\$4,00	\$480,00
Redes sociales	2	\$40,00	\$80,00
<b>Total</b>			<b>\$560,00</b>

Realizado por: Flores, J, 2023.

El gasto total corresponde a la promoción y publicidad de dos meses antes de la ejecución del proyecto

### Promoción y publicidad durante el funcionamiento

**Tabla 4-40:** Promoción y publicidad durante el funcionamiento

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Anuncios web	104	\$5,00	\$520,00
Redes sociales	12	\$15,00	\$180,00
<b>Total</b>			<b>\$700,00</b>

Realizado por: Flores, J, 2023.

### Activos fijos

**Tabla 4-41:** Activos fijos para el área comercial

Tipo	Denominación	Cantidad	Gasto unitario	Inversión
<b>Terreno</b>	Terreno (m <sup>2</sup> )	15	\$30,00	\$450,00
<b>Construcciones y edificaciones</b>	Oficina (m <sup>2</sup> )	15	\$450,00	\$6750,00
<b>Muebles y enseres</b>	Cuadros decorativos	4	\$25,00	\$100,00
	Papelera	1	\$15,00	\$15,00
	Porta clips	1	\$1,00	\$1,00
	Estantería	2	\$65,00	\$130,00
	Sillas	2	\$20,00	\$40,00
	Alfombra	1	\$25,00	\$25,00
	Tapete	2	\$7,00	\$14,00
	Tacho basura	4	\$8,00	\$32,00
	Archivador	1	\$60,00	\$60,00
	Juego de muebles	1	\$600,00	\$600,00
	Esquinero	1	\$40,00	\$40,00
	Revistero	1	\$80,00	\$80,00
	Escritorio	1	\$130,00	\$130,00
	Sillón giratorio	2	\$100,00	\$200,00
<b>Maquinaria y equipos</b>	Cafetera	1	\$30,00	\$30,00
	Reloj de pared	1	\$15,00	\$15,00
	Dispensador de agua	1	\$25,00	\$25,00

	Teléfono convencional	1	\$60,00	\$60,00
	Grapadora	1	\$4,00	\$4,00
	Perforadora	1	\$4,00	\$4,00
	Celular	1	\$350,00	\$350,00
	Televisor 4k de 50 pulgadas	1	\$650,00	\$650,00
	Flash memory 32gb	2	\$18,00	\$36,00
<b>Equipo de computo</b>	Computadora	1	\$800,00	\$800,00
	Impresora multifuncional	1	\$400,00	\$400,00
<b>Total</b>				<b>\$7.066,00</b>

Realizado por: Flores, J, 2023.

## Activos diferidos

**Tabla 4-42:** Activos diferidos para el área comercial

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
Tarjetas de presentación antes	1000	\$0,08	\$80,00
Capacitación al personal antes	1	\$800,00	\$800,00
Estudio de mercado	1	\$700,00	\$700,00
Estudio técnico	1	\$1.500,00	\$1.500,00
<b>Total</b>			<b>\$3.080,00</b>

Realizado por: Flores, J, 2023.

## 4.4. Viabilidad ambiental para el producto

A través de la matriz de Lázaro Lagos se determinaron los impactos negativos y positivos, que podría conllevar las actividades durante la operación turística del proyecto.

### 4.4.1. Identificación de los factores del entorno susceptible de recibir impactos

Las siguientes variables han sido identificadas como las más vulnerables a los impactos ambientales.

**Aire:** Debido a las actividades realizadas en el lugar, a la transportación de los turistas en vehículos hacia los atractivos, el aire es uno de los factores más susceptibles a sufrir impactos estos generan la emanación de CO<sub>2</sub> y causan un efecto negativo sobre el entorno.

**Suelo:** Este factor es afectado por el tránsito de los turistas hacia los senderos, la realización de actividades como caminatas y ciclismo, ya que causa compactación del suelo, además, por la contaminación por desechos sólidos.

**Agua:** Este factor se encuentra alterado debido a la contaminación por desechos sólidos.

**Flora y fauna:** Estos factores son muy importantes para la realización de un turismo sostenible, ya que son los que se van a mostrar a los turistas, por lo que se perturbará a especies del lugar, además la limpieza de los senderos provocará un menor impacto en la vegetación.

**Paisaje:** Es un componente crucial para el crecimiento de la industria del turismo porque permite a los visitantes apreciar el hermoso paisaje del área mientras interactúan con los lugareños y disfrutan de la diversidad de los ecosistemas.

**Socio-económico:** Dado que posibilitará la creación de fuentes de empleo para el sector en las diversas actividades de la operación turística, este factor está íntimamente relacionado con el desarrollo del proyecto y la calidad de vida de la población.

#### 4.4.2. Matriz de Lázaro Lagos

**Tabla 4-43:** Matriz de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES									IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Operación	2. Tránsito de	3. Recorrido de turistas por	4. Visita a	5. Caminatas	6. Observación	7. Adecuación	8. Camping	9. Educación		1. Naturaleza	2. Magnitud	3.	4. Certeza	5. Tipo	6.	7. Duración	8. Tiempo en	9. Considerado	10.
<b>A. AIRE</b>	X	X								Emisión de gases contaminantes	(-)	1	1	C	Pr	1	2	C	N	<b>4</b>
<b>B. SUELO</b>	X	X	X	X	X	X				Compactación del suelo	(-)	1	2	D	Pr	2	2	C	S	<b>6</b>
	X		X	X	X	X		X		Contaminación por desechos orgánicos e Inorgánicos	(-)	1	2	C	Pr	2	3	C	S	<b>7</b>
<b>C. AGUA</b>	X		X					X		Contaminación	(-)	1	2	C	A c	2	1	M	S	<b>5</b>
	X					X				Disminución de fuentes hídricas	(-)	2	2	C	Sc	2	1	M	S	<b>7</b>
<b>D. FLORA Y FAUNA</b>	X		X			X	X	X		Pérdida de flora	(-)	1	2	D	Pr	2	2	M	S	<b>6</b>
	X		X	X		X		X		Perturbación de la fauna	(-)	1	2	D	Pr	1	2	C	S	<b>5</b>
									X	Conservación de las especies de flora y fauna	(+)	2	2	C	Pr	2	2	M	S	<b>8</b>
<b>E. SOCIO ECONÓMICO</b>	X		X	X	X	X		X		Aumento de turismo en la zona	(+)	2	3	C	Pr	2	2	L	S	<b>10</b>
									X	Sensibilización de turistas	(+)	1	3	D	Sc	2	3	M	S	<b>9</b>
	X		X							Intercambio cultural	(+)	3	2	C	Pr	2	3	C	S	<b>11</b>
	X									Dinamización de la economía local	(+)	2	3	D	Pr	1	2	M	S	<b>9</b>
	X		X	X	X	X	X	X		Creación de fuentes de trabajo	(+)	3	3	C	Pr	2	3	M	S	<b>14</b>
<b>F. PAISAJE</b>	X		X	X	X	X		X		Generación y eliminación de basura	(-)	1	1	C	Pr	1	1	C	S	<b>4</b>
	X		X							<b>Modificación del entorno</b>	(-)	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>I</b>	<b>P</b> <b>r</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>L</b>	<b>S</b>	<b>3</b>

Realizado por: Flores, J, 2023.



4.4.2.1. Matriz de cuantificación

**Tabla 4-44:** Cuantificación de impactos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES									Total (+)	Total (-)	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9			
<b>A</b>	-4	-4								-	8	<b>8</b>
<b>B</b>	-6,- 7	-6	-6,- 7	-6,-7	-6,- 7	-6,-7		-7		-	78	<b>78</b>
<b>C</b>	-5,-7		-5			-7		-5		-	29	<b>29</b>
<b>D</b>	-6,-5		-6,- 5	-5		-6,-5	-6	-6,- 5	+8	8	55	<b>63</b>
<b>E</b>	+10+11+9 +14		+10, +11, +14	+10, +14	+10, +14	+10, +14	+14	+10, +14	+ 9	198	-	<b>198</b>
<b>F</b>	-3,- 4		-3,-4	-3	-3	-3		-3		-	26	<b>26</b>
<b>Total (+)</b>	44		35	24	24	24	14	24	17	206		
<b>Total (-)</b>	47	10	36	21	16	34	6	26			196	
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>10</b>	<b>71</b>	<b>45</b>	<b>40</b>	<b>58</b>	<b>20</b>	<b>50</b>	<b>17</b>			<b>402</b>

Realizado por: Flores, J, 2023

Se pudo determinar que las actividades que poseen más beneficios para el proyecto son: la operación turística con valor positivo de 44, seguidamente por el recorrido de los turistas por los senderos 35, con un valor positivo de 24 se hallan la caminata, cabalgata, observación de flora y fauna y camping, posteriormente continua con la educación ambiental con un valor de 17 y para finalizar con la adecuación de senderos y señalética con un valor positivo de 14.

Está claro que la operación turística es la actividad que ocasiona mayor impacto en el medio ambiente con un valor de 47, continuando con el recorrido de los turistas por el sendero con 36, la observación de flora y fauna con un valor negativo de 34, la actividad de camping con un valor de 26, seguidamente por visita a comunidades con un valor de 21, el tránsito de vehículos con un valor negativo de 10 y para finalizar la adecuación de senderos y señalética con 6 puntos.

#### 4.4.3. Medidas de mitigación

**Tabla 4-45:** Matriz de mitigación de impactos

Componente	Estrategias	Tipo	Responsable	Frecuencia	Precio	Observaciones
<b>Aire</b>	Precaver la contaminación del aire por quema de los desechos	Preventivo	Guía	Todo el año	\$ 400	Dar las indicaciones respectivas a las normas de comportamiento y restricciones que poseen las personas al momento de llevar a cabo el recorrido de la ruta
<b>Suelo</b>	Impulsar campañas de reforestación con plantas nativas	Preventivo	Administración del complejo turístico	1 vez al año	\$ 1000	Realizar convenios con viveros forestales con el objetivo de que nos colaboren con plantas nativas a un menor costo
<b>Agua</b>	Impulsar campañas de educación ambiental sobre la importancia del cuidado del recurso agua y de sus fuentes	Preventivo	Administración del complejo turístico	Durante la actividad	\$ 200	Dar las indicaciones adecuadas a los turistas antes, durante y después en el desarrollo de cada una de las actividades.
<b>Flora y fauna</b>	Sensibilizar a los turistas sobre la importancia, cuidado y protección de especies de flora y fauna en general	Preventivo	Guía	Durante la actividad	\$ 300	Mencionar las normas de conducta en la ruta que se deben cumplir
<b>Socio económico</b>	Generación de emprendimientos locales como estrategia para la dinamización de la economía	Preventivo	Administración del complejo turístico	Dos veces al año	\$ 1000	Se centrará en las mujeres como eje principal
<b>Paisaje</b>	Dar consejos a los turistas para evitar contaminar el medioambiente en el día a día mediante sencillos cambios en las actividades diarias.	Preventivo	Guía	Durante la actividad	\$ 100	Se tratará temáticas como; reducir el consumo de fundas plásticas. Usar bombillas led que son de bajo consumo.

Realizado por: Flores, J, 2023.

## **4.5. Estudio legal y administrativo**

### ***4.5.1. Constitución Política del Ecuador***

Los artículos 21, 23, 52, 74, 264 de la Constitución Política del Ecuador; declara que todas las personas tienen derecho a crear y conservar su identidad cultural, a conocer la memoria histórica de su cultura, a utilizar y transmitir su propia expresión cultural como campo de discusión, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad (Constitución del Ecuador, 2008).

### ***4.5.2. Ley de turismo del Ecuador***

Establece que, el turismo es la práctica de actividades relacionadas con el desplazamiento de personas a lugares distintos a su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente (Art. 2).

Las actividades turísticas son realizadas por una persona natural o jurídica que se obliga a prestar servicios regulares remunerados para las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas
- Transporte
- Operación
- La intermediación, agencia de servicios turísticos y organización de eventos (Art. 5).

Para poder ejercer las actividades turísticas se requiere la obtención del Registro de Turismo y la Licencia anual de funcionamiento.

El Registro confiere a la inscripción del prestador de Servicios Turísticos por vez única en el Ministerio de Turismo, en el registro se establecerá la clasificación y categoría. (Art. 8 y 9).

Mediante el Ministerio de Turismo se promoverán y se fomentarán todas las formas existentes de turismo, en particular el turismo social y turismo receptivo en tanto se llevan a cabo los proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas e instituciones privadas incluyendo las comunidades indígenas y campesinas locales (Ley de Turismo, 2014).

Los municipios y gobiernos provinciales se encuentran en la capacidad de realizar la implementación de incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo y turismo interno, restaurar los activos históricos, culturales y naturales de la región a la que pertenece la circunscripción. Por consiguiente,

el empresario que venda o preste servicios turísticos de los mencionados en esta Ley se halla civilmente a cargo de los eventuales contratiempos que ocasione a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. De la misma manera, está a cargo de los actos de descuido de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones asociadas con la empresa que brinda el servicio (Ley de Turismo, 2014).

Los consumidores de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y manifestar su descontento con el Centro de Protección al Turista. El centro deberá tener enlace inmediato con la policía nacional, defensoría del pueblo, los municipios, los centros de información turística y las embajadas acreditadas en Ecuador que han expresado interés de interconexión. A través de este centro de visitantes se buscarán soluciones directas a los conflictos (MINTUR, 2014).

#### ***4.5.3. Ley orgánica de economía popular y solidaria para asociaciones***

Para la operación del producto se ha visto necesario la constitución la a asociación, la cual se detalla los requisitos a continuación.

##### De las Organizaciones del Sector Asociativo

Art. 18.- Sector Asociativo. – Constituyen un conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales que tengan actividades económicas productivas similares o complementarias, orientadas a la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios legal y socialmente necesarios, y al autoabastecimiento de materias primas, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros. bienes. o comercializar su producción en forma conjunta e independiente de conformidad con los principios de esta ley (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2018).

Art. 19.- Estructura Interna. – La forma de administración y organización de las asociaciones constará en sus estatutos, los cuales deberán prever la existencia de un órgano de gobierno como autoridad suprema; directivo y de control interno el organismo de control interno, órgano administrativo; mismo que deberán tener representación legal, todos ellos son elegidos por mayoría absoluta, sujetos a responsabilidad, rotación y remoción del cargo. La unificación y el funcionamiento de los órganos de gobierno y control de las organizaciones del sector del asociativo se regularán de conformidad con lo dispuesto en esta ley, teniendo en cuenta las características y su naturaleza (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2018).

Art. 20.- Capital Social. - El capital de estas instituciones está compuesto por las cuotas de aceptación no reembolsables de sus accionistas y el excedente del ejercicio. En cuanto a los inmuebles adquiridos por donación, no podrán ser distribuidos en caso de su disolución y se mantendrán para los fines sociales de la donación (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2018).

La constitución de la asociación Turística Uktu Supay establecida en el ámbito asociativo indica que es un conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales que realizan actividades económicas productivas similares o complementarias para la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios legales, mismos que son socialmente necesarios, para el autoabastecimiento de materias primas, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes o la comercialización de su producción en forma uniforme y autónoma. Por medio de esta denominación de “asociatividad” se procederá a crear una operadora de turismo mediante la cual permitirá administrar las rutas, desde un nivel directivo, administrativo, comercial y productivo propuestas para el estudio.

#### ***4.5.4. Ley orgánica de economía popular y solidaria para asociaciones***

De las Organizaciones del Sector Asociativo

Art. 18.- Sector Asociativo. – Constituyen un conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales que tengan actividades económicas productivas similares o complementarias, orientadas a la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios legal y socialmente necesarios, y al autoabastecimiento de materias primas, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros. bienes. o comercializar su producción en forma conjunta e independiente de conformidad con los principios de esta ley (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2018).

Art. 19.- Estructura Interna. – La forma de administración y organización de las asociaciones constará en sus estatutos, los cuales deberán prever la existencia de un órgano de gobierno como autoridad suprema; directivo y de control interno el organismo de control interno, órgano administrativo; mismo que deberán tener representación legal, todos ellos son elegidos por mayoría absoluta, sujetos a responsabilidad, rotación y remoción del cargo. La unificación y el funcionamiento de los órganos de gobierno y control de las organizaciones del sector del asociativo se regularán de conformidad con lo dispuesto en esta ley, teniendo en cuenta las características y su naturaleza (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2018).

Art. 20.- Capital Social. - El capital de estas instituciones está compuesto por las cuotas de aceptación no reembolsables de sus accionistas y el excedente del ejercicio. En cuanto a los inmuebles adquiridos por donación, no podrán ser distribuidos en caso de su disolución y se mantendrán para los fines sociales de la donación (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2018).

La constitución de la asociación Turística Uktu Supay establecida en el ámbito asociativo indica que es un conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales que realizan actividades económicas productivas similares o complementarias para la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios legales, mismos que son socialmente necesarios, para el autoabastecimiento de materias primas, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes o la comercialización de su producción en forma uniforme y autónoma. Por medio de esta denominación de “asociatividad” se procederá a crear una operadora de turismo mediante la cual permitirá administrar las rutas, desde un nivel directivo, administrativo, comercial y productivo propuestas para el estudio.

Los requisitos legales para constituir una Operadora de Turismo son los siguientes:

- El formulario de solicitud se enviará a la autoridad correspondiente del Ministerio de Turismo, que registra las actividades a realizar por la empresa.
- Copia certificada del acta de constitución de la sociedad debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes de la persona jurídica solicitante, en la que figure como objeto la prestación de servicios turísticos de: operación y venta.
- Declaración de activos fijos, para la declaración del uno por mil.
- Copia certificada del representante legal
- Hoja de vida, de los ejecutivos y nómina del personal administrado. En caso de que el representante legal de la empresa no cuente con título universitario o experiencia continua de 6 años o más a nivel de gerencia turística, las empresas de viajes y las operadoras turísticas deben designar residentes permanentes que cumplan con los requisitos de formación en este tipo de negocio turístico y tengan al menos 6 años de experiencia a nivel gerencial, título universitario en gestión turística o equivalente. (MINTUR, 2014).

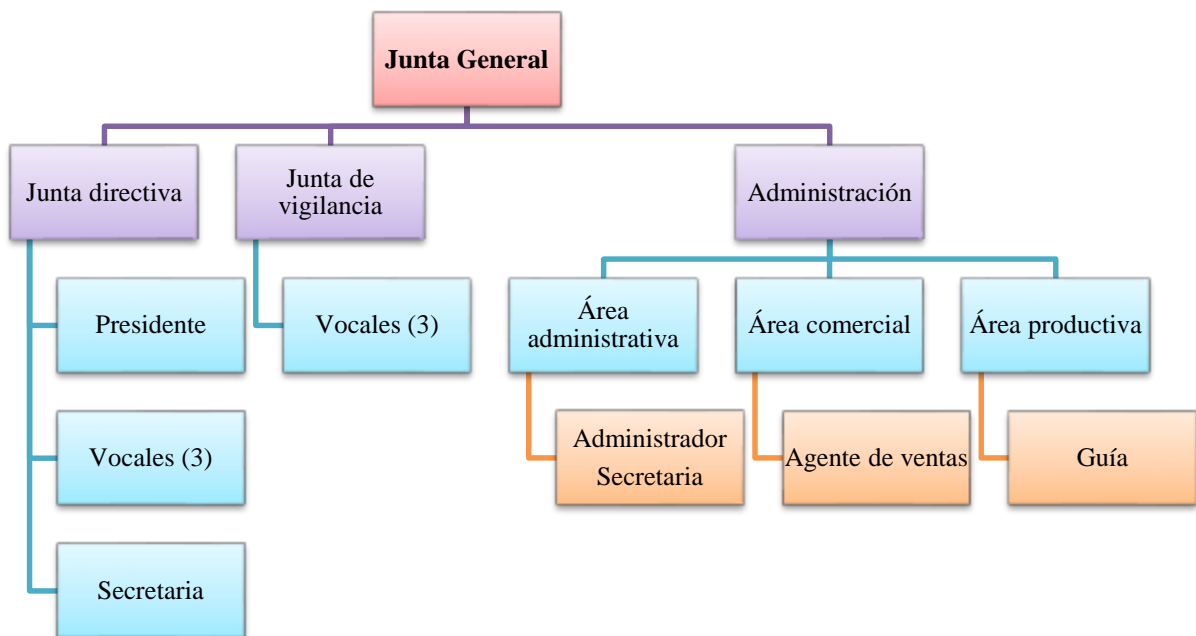
#### 4.5.5. Requisitos para cumplir para la constitución de una operación

Los requisitos para la prestación del servicio. - Se refieren a los requisitos básicos que deben cumplirse para la adecuada atención al turista y, además, para dar garantía la prestación de los servicios conforme a la ley (MINTUR, 2014).

Son los siguientes:

- Infraestructura (cuando aplique), equipamiento, accesorios y equipos mínimos para el progreso de cada modalidad de turismo.
- Plan de mantenimiento y reposición de materiales, accesorios, equipos, equipamiento e infraestructura.
- Formulario de "Descargo de Responsabilidad y Asunción de Riesgos".
- Medios de transporte apropiados para la operación turística que cumplan con la regulación de la Agencia Nacional de Tránsito.
- Guías especializados para todas las modalidades turísticas (MINTUR, 2014).

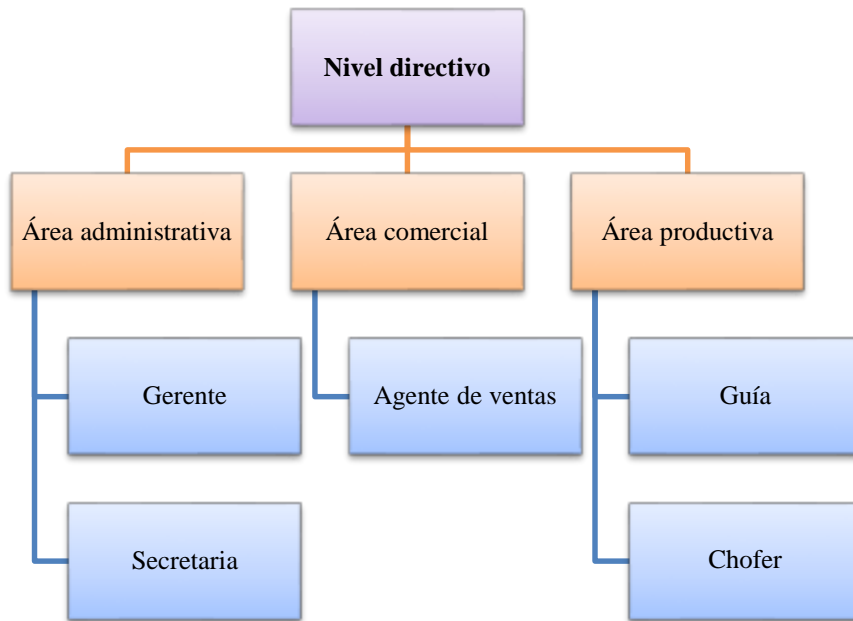
#### 4.5.6. Organigrama funcional de la asociación



**Ilustración 4-45:** Organigrama funcional  
Realizado por: Flores, J, 2023



#### 4.5.7. Organigrama funcional para una operadora



**Ilustración 4-46:** Organigrama funcional  
Realizado por: Flores, J, 2023

#### 4.5.8. Requisitos para el registro de la organización

**Tabla 4-46:** Requisitos para la constitución

Requisitos para el registro	Costo anual
Solicitud de constitución	\$50,00
Reserva de denominación	\$20,00
Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores	\$5,00
Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma	\$5,00
Estatus social en dos ejemplares	\$10,00
Certificado de depósito del aporte del capital social inicial, por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, efectuado preferentemente, en una cooperativa de ahorro y crédito.	\$400,00
<b>Total</b>	<b>\$490,00</b>

Realizado por: Flores, J, 2023

#### 4.5.9. *Requisitos para el funcionamiento*

**Tabla 4-47:** Requisitos para el funcionamiento de la operadora de turismo

Requisitos para el funcionamiento	Gasto anual
Registro único de turismo	\$ 5,00
Licencia única anual de funcionamiento	\$ 45,00
Permiso de funcionamiento	\$ 3,00
Certificado de salud	\$ 10,00
Copias de cédula y certificado de votación	\$ 1,00
Copia de RUC	\$ 1,00
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	\$ 10,00
<b>Total</b>	<b>\$ 75,00</b>

Realizado por: Flores, J, 2023

#### 4.5.10. *Misión*

Fortalecer la dinámica turística local, además de contribuir a la protección del patrimonio cultural y natural, y promover el uso sostenible de los recursos turísticos presentes en la parroquia, a través del desarrollo del entorno turístico que tiene como objetivo crear una experiencia inolvidable para visitantes, además, el objetivo es generar ingresos económicos para mejorar la calidad de vida de los involucrados en el proyecto.

#### 4.5.11. *Visión*

Ser un tour operador que brinda servicios de alta calidad, enfocándose en la protección y cuidado del medio ambiente, y asegurando actividades turísticas experienciales con la finalidad de lograr la satisfacción del cliente.

#### 4.5.12. *Políticas*

##### 4.5.12.1. *Obligaciones del personal*

- Prestación de servicios, de forma regular y continua, de conformidad con el contrato o relación correspondiente.
- Mantener una relación amistosa y respetuosa con los turistas.
- Vestirse apropiadamente de acuerdo con las actividades que esté desarrollando.
- Mantener la armonía con los compañeros en el trabajo.
- Trabajo en equipo y coordinación con los compañeros

- No ingerir alcohol, drogas o cualquier otra sustancia durante las horas de trabajo
- Cumplir con las reglas basadas en la puntualidad, la responsabilidad y la finalización de las tareas encomendadas.
- Resolver los problemas de los turistas con gracia y amabilidad.
- No llevarse las pertenencias de los turistas.

#### 4.5.12.2. *Políticas de los visitantes*

- El registro de los turistas debe realizarse con su cédula o pasaporte de viaje según sea el caso.
- Evitar extraer especies animales y vegetales.
- Está terminantemente prohibido grafitear, escribir en rocas y árboles
- Evite tomar bebidas alcohólicas u otra sustancia.
- El camino debe mantenerse limpio, si se genera basura, los visitantes deben guardarla o tirarla en un basurero.
- Respetar las disposiciones del guía.

#### 4.5.12.3. *Políticas para los guías*

- Conocimiento de técnicas narrativas turísticas.
- Debe poseer conocimientos básicos de historia general de la parroquia
- Facilitar respuesta inmediata a las inquietudes de los visitantes
- Certificación nacional como guía nativo
- Dominio del idioma inglés
- Proporcionar cualquier forma de apoyo requerido por la gerencia.

#### 4.5.13. Personal para la operación

DATOS	
Área	Cargo
Administrativa	Gerente General
<p><b>Funciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, dirigir y controlar las operaciones con el fin de dar cumplimiento de los objetivos propuestos a corto mediano y largo plazo.</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir las disposiciones emanadas de las leyes y reglamentos impuestas por la Junta de Accionistas, política administrativa y financiera.</li> <li>• Preparar el plan operativo anual.</li> <li>• Requerir a la Junta de Accionistas el contratación y remoción de trabajadores de acuerdo con la ley.</li> <li>• Informar a la Junta de Accionistas sobre el estado de la empresa turística.</li> <li>• Fijar turnos y horarios de trabajo.</li> <li>• Analizar el presupuesto de los proyectos.</li> </ul>	
<p><b>Requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en administración, contabilidad, finanzas, turismo o ambiente.</li> <li>• Habilidades de negocio</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año.</li> </ul>	

**Ilustración 4-47:** Manual de funciones del gerente general

Realizado por: Flores, J, 2023

DATOS	
Área	Cargo
Comercial	Promotor de ventas
<p><b>Funciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Afianzar alianzas estratégicas con agencias de viaje y operadoras de turismo</li> <li>• Comercialización de los productos turísticos</li> <li>• Vender el producto a los consumidores potenciales.</li> <li>• Control de calidad de los productos</li> <li>• Atención continua al cliente, una vez que ya ha sido captado.</li> <li>• Realizar promoción y difusión de los servicios que ofrece la operadora de turismo.</li> <li>• Encargado de las relaciones públicas de la entidad.</li> <li>• Compartir información necesaria de forma clara y de manera oportuna al cliente.</li> <li>• Establecer promociones de los productos.</li> </ul>	
<p><b>Requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en en administración de empresas, marketing, contabilidad y turismo.</li> <li>• Habilidades de negocio</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año.</li> </ul>	

**Ilustración 4-48:** Manual de funciones del promotor de ventas

Realizado por: Flores, J, 2023

DATOS	
Área	Cargo
Productiva	Guía
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener el buen comportamiento de los turistas.</li> <li>• Socializar a los turistas sobre las normas de seguridad del área.</li> <li>• Guianza en las rutas establecidas</li> </ul>	
Requisitos	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenas relaciones humanas</li> <li>• Licencia de guía nativo</li> <li>• Inglés (Medio)</li> <li>• Habilidades de negocio</li> <li>• Facilidad de palabra</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año.</li> <li>• Dinámico</li> <li>• Facilidad de trabajar en grupo</li> <li>• Conocimiento en manejo de grupos.</li> </ul>	

**Ilustración 4-49:** Manual de funciones del Guía  
Realizado por: Flores, J, 2023

DATOS	
Área	Cargo
Productiva	Guía
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar oficios o documento que requiera de la empresa.</li> <li>• Archivar, manejar y mantener actualizada toda documentación existente de la empresa.</li> <li>• Atender e informar al público.</li> <li>• Reservar y vender los productos turísticos.</li> <li>• Asistir al contador para el cierre de caja diario.</li> <li>• Reservar prestadores de servicio a tiempo.</li> </ul>	
Requisitos	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenas relaciones humanas</li> <li>• Licencia de guía nativo</li> <li>• Inglés (Medio)</li> <li>• Habilidades de negocio</li> <li>• Facilidad de palabra</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año</li> <li>• Facilidad de trabajar en grupo</li> <li>• Conocimiento en manejo de grupos</li> </ul>	

**Ilustración 4-50:** Manual de funciones de la secretaria  
Realizado por: Flores, J, 2023

Mantener un grupo de trabajo colaborativo enfocado a brindar actividades turísticas de calidad será una prioridad, basado en la sinergia entre los actores de la parroquia que son fundamentales en la toma de decisiones y manteniendo de la actividad turística, además, lo que se requiere es el involucramiento de las mujeres sea primordial, teniendo en cuenta los principios de igualdad de género.

#### 4.5.14. Presupuesto para el área administrativa

##### 4.5.14.1. Talento humano

**Tabla 4-48:** Talento humano

Denominación	Cantidad	Remuneración	Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Gasto Anual
<b>Gerente general</b>	1	\$700,00	\$66,15	\$78,05	\$700,00	\$ 425,00	\$9669,2
<b>Secretario/a</b>	1	\$450,00	\$42,52	\$50,17	\$450,00	\$425,00	\$6845,6
<b>Total</b>							<b>\$16514,8</b>

Realizado por: Flores, J, 2023

##### 4.5.14.2. Materiales e insumos

**Tabla 4-49:** Materiales e insumos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
<b>Servicios Básicos</b>	1	\$100	\$1200
<b>Resma papel bond</b>	5	\$3,50	\$17,50
<b>Caja de lápiz</b>	15	\$0,25	\$3,75
<b>Borradores</b>	10	\$0,25	\$2,00
<b>Caja de esferos</b>	3	\$7,20	\$21,60
<b>Caja de grapas</b>	12	\$1,50	\$18,00
<b>Carpeta-archivador</b>	2	\$3,50	\$7,00
<b>Etiquetas memoria</b>	3	\$0,70	\$2,10
<b>Cinta adhesiva</b>	4	\$0,50	\$2,00
<b>Cajas de clips</b>	2	\$0,50	\$1,00
<b>Toner de tinta</b>	4	\$60	\$240
<b>Corrector liquido</b>	3	\$0,80	\$2,40
<b>Resaltadores</b>	3	0,80	\$2,40
<b>Total</b>			<b>1519,75</b>

Realizado por: Flores, J, 2023

4.5.14.3. *Activos fijos*

**Tabla 4-50:** Activos fijos

Tipo	Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
<b>Terreno</b>	Terreno (m2)	10	\$30,00	\$300,00
<b>Construcciones y edificaciones</b>	Oficina	10	\$220,00	\$2200,00
<b>Maquinaria y equipos</b>	Reloj de pared	1	\$15,00	\$15,00
	Dispensador de agua	1	\$30,00	\$30,00
	Perforadora	1	\$10,00	\$10,00
	Grapadora	1	\$5,00	\$5,00
	Calculadora	1	\$10,00	\$10,00
	Teléfono convencional	1	\$40,00	\$40,00
<b>Equipo de computo</b>	Computadora	1	\$800,00	\$800,00
	Impresora multifuncional	1	\$200,00	\$200,00
<b>Muebles y enseres</b>	Alfombra	1	\$50,00	\$50,00
	Cuadros decorativos	4	\$20,00	\$80,00
	Archivador	1	\$70,00	\$70,00
	Sillas	5	\$20,00	\$100,00
	Escritorio	1	\$100,00	\$100,00
<b>Total</b>				<b>\$6090,00</b>

Realizado por: Flores, J, 2023

4.5.14.4. *Activos diferidos*

**Tabla 4-51:** Activos diferidos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
<b>Selección del personal</b>	1	\$300,00	\$300,00
<b>Capacitación al personal antes</b>	1	\$1500,00	\$1500,00
<b>Total</b>			<b>\$1.800,0</b>

Realizado por: Flores, J, 2023

**4.6. Estudio económico- financiero**

**4.6.1. Inversiones**

Para determinar el rubro de las inversiones se tomó en cuenta las áreas; comercial, administrativa y productiva que constituye en proyecto.

**Tabla 4-52: Inversiones**

Inversiones	INVERSIÓN
Vehículo	29000,00
Terreno	3000,00
Construcciones y edificaciones	16750,00
Maquinaria y equipos	3264,00
Muebles y enseres	1859,00
Equipos de computo	2650,00
Activos diferidos	
Patentes y licencias	75,00
Mitigación ambiental	3000,00
Selección del personal	300,00
Capacitación	1500,00
Constitución	490,00
Promoción y publicidad (antes)	1560,00
Gastos financieros	6217,53
Capital de trabajo	
Mano de obra directa	2782,87
Mano de obra indirecta	6367,70
Sueldos y salarios	23542,80
Publicidad	980,00
Servicios básicos	1200,00
Materiales e insumos	1991,25
<b>Total</b>	<b>106530,15</b>
Vehículo	29000,00

Realizado por: Flores, J, 2023.

**4.6.2. Usos y fuentes****Tabla 4-53: Usos y fuentes**

Inversiones	Inversión propia	Préstamo	Total
Activos fijos		56523,00	56523,0
Terreno		3000,00	3000,00
Construcciones y edificaciones		16750,00	16750
Equipos y maquinaria		3264	3264
Muebles y enseres		1859,00	1859,00
Equipo de computo		2650,00	2650,00
Vehículo		29000	29000
Activos diferidos	10142,53	3000	13142,53
Constitución	490		490
Patentes y licencias	75		75
Mitigación ambiental		3000,00	3000,00
Selección del personal	300		300
Capacitación	1.500		1500
Promoción y publicidad (antes)	1560		1560
Gastos financieros	6217,53		6217,53
Capital de trabajo	36864,6		36864,6
Mano de obra directa	2782,87		2782,866667
Mano de obra indirecta	6367,7		6367,7
Sueldos y salarios	23542,8		23542,8
Servicios básicos	1200		1200
Publicidad	980,00		980
Materiales e insumos	1991,3		1991,3
<b>Total</b>	<b>47007,1</b>	<b>59523</b>	<b>106530,1</b>

Realizado por: Flores, J, 2023.



#### 4.6.3. Cálculo de pago de la deuda

Para determinar el cálculo de cuanto de interés se debe pagar en base al dinero que se pedirá como préstamo al BAN Ecuador, se realizó con la calculadora de préstamos de esta institución misma que dio como resultado que el porcentaje de interés será del 11%.

**Tabla 4-54:** Cuadro de pago de la deuda

Año	Préstamo pagar	Capital a pagar	Interés	Cuota anual	Saldo
2023	59523,00	11904,60	6547,53	18452,13	47618,40
2024	47618,40	11904,60	5238,02	17142,62	35713,80
2025	35713,80	11904,60	3928,52	15833,12	23809,20
2026	23809,20	11904,60	2619,01	14523,61	11904,60
2027	11904,60	11904,60	1309,51	13214,11	0,00
<b>Total</b>		59523,00	19642,59	79165,59	

Realizado por: Flores, J, 2023.

#### 4.6.4. Depreciación de activos fijos

**Tabla 4-55:** Depreciación de activos fijos

Activo	Valor del bien	Depreciación por la ley (Años)	Depreciación anual	Depreciación por uso en el proyecto(5 años)	Valor de salvamento
Equipos de computo	2650,00	3	883,33	2650,00	0,00
Maquinaria y equipos	3264,00	10	326,40	1632,00	1632,00
Muebles y enseres	1859,00	10	185,90	929,50	929,50
Vehículo	29000,00	5	5800,00	29000,00	0,00
Construcciones y edificaciones	16750,00	20	837,50	4187,50	12562,50
<b>Total</b>	53523,00		8033,13	40165,67	15124,00

Realizado por: Flores, J, 2023.

#### 4.6.5. Amortización de activos diferidos

**Tabla 4-56:** Depreciación de activos fijos

Activos diferidos	2023	2024	2025	2026	2027
<b>13142,53</b>	2628,51	2628,51	2628,51	2628,51	2628,51

Realizado por: Flores, J, 2023.

#### 4.6.6. Costos y gastos

**Tabla 4-57:** Costos y gastos

Denominación	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Costos de producción</b>					
<b>Mano de obra directa</b>	8348,6	8473,8	8600,9	8730,0	8860,9
<b>Mano de obra indirecta</b>	6367,7	6463,2	6560,2	6658,6	6758,4
<b>Combustible</b>	1836,0	1863,5	1891,5	1919,9	1948,7
<b>SUB TOTAL 1</b>	16552,3	16800,6	17052,6	17308,4	17568,0
<b>Gastos Administrativos</b>					
<b>Sueldos y salarios</b>	16514,8	16762,5	17014,0	17269,2	17528,2
<b>Servicios básicos</b>	1200,0	1218,0	1236,3	1254,8	1273,6
<b>Depreciaciones</b>	8033,1	8033,1	8033,1	8033,1	8033,1
<b>Materiales e insumos</b>	1904,8	1933,3	1962,3	1991,8	2021,6
<b>Permisos para el funcionamiento</b>	490,0	497,4	504,8	512,4	520,1
<b>SUB TOTAL 2</b>	28142,7	28444,3	28750,5	29061,3	29376,7
<b>Gastos comerciales</b>					
<b>Sueldos y salarios</b>	7028,0	7133,4	7240,4	7349,0	7459,3
<b>Materiales e insumos</b>	86,5	87,8	89,1	90,5	91,8
<b>Promoción y publicidad</b>	980,0	994,7	1009,6	1024,8	1040,1
<b>SUB TOTAL 3</b>	1066,5	1082,5	1098,7	1115,2	1131,9
<b>Gastos financieros</b>					
<b>Interés durante el funcionamiento</b>	5238,0	3928,5	2619,0	1309,5	0,0
<b>SUB TOTAL 4</b>	5238,0	3928,5	2619,0	1309,5	0,0
<b>TOTAL</b>	50999,5	50255,9	49520,8	48794,4	48076,6

Realizado por: Flores, J, 2023.

#### 4.6.7. Presupuesto de ingresos

**Tabla 4-58:** Presupuesto de ingreso

Denominación	Precio	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Un día</b>	74,00	20330	20615	20903	21196	21493
<b>Dos días</b>	165	68695,23	52324	53057	53800	54553
		89025	72939	73961	74996	76046

Realizado por: Flores, J, 2023.

#### 4.6.8. Estados de resultados

**Tabla 4-59:** Estados de resultados

Denominación	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Ventas</b>	89025,5	72939,4	73960,5	74996,0	76045,9
<b>Costo de producción</b>	16552,3	16800,6	17052,6	17308,4	17568,0

<b>Utilidad bruta</b>	72473,2	56138,8	56907,9	57687,6	58477,9
<b>Gastos administrativos</b>	28142,7	28444,3	28750,5	29061,3	29376,7
<b>Gastos comerciales</b>	1066,5	1082,5	1098,7	1115,2	1131,9
<b>Gastos financieros</b>	5238,0	3928,5	2619,0	1309,5	0,0
<b>Utilidades antes de impuestos</b>	38026,0	22683,4	24439,7	26201,6	27969,3
<b>Impuestos(25%)</b>	9506,5	5670,9	6109,9	6550,4	6992,3
<b>Utilidades antes de repartición de utilidades</b>	28519,5	17012,6	18329,8	19651,2	20977,0
<b>Repartición de tilidades(15%)</b>	4277,9	2551,9	2749,5	2947,7	3146,5
<b>Utilidad neta</b>	24241,6	14460,7	15580,3	16703,5	17830,4

Realizado por: Flores, J, 2023.

#### 4.6.9. Flujo de caja

**Tabla 4-60:** Flujo de caja

Denominaciones	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Inversiones</b>	106530,15					
<b>Recuperación del capital de trabajo</b>						36864,6
<b>Valor del salvamento</b>						15124,0
<b>Depreciaciones</b>		8033,13	8033,133333	8033,133333	8033,133333	8033,1
<b>UTILIDAD NETA</b>		24241,6	14460,7	15580,3	16703,5	17830,4
<b>Flujo de caja neta</b>	106530,15	32275	22494	23613	24737	77852

Realizado por: Flores, J, 2023.

#### 4.6.10. Evaluación financiera

##### 4.6.10.1. Valor actual neto

**Tabla 4-61:** Valor actual neto

VAN						
Rubro	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Flujo de caja</b>	-105420,1	32275	22494	23613	24737	77852
<b>VAN</b>	16922,1					

Realizado por: Flores, J, 2023.

El VAN permite actualizar los cobros y pagos que generará un proyecto o inversión, esto con el fin de conocer cuánto se va a ganar o perder en base a la inversión, en el caso de este proyecto el VAN es de 16922,1 dólares.

##### 4.6.10.2. Tasa interna de retorno

Se tendrá una tasa de rentabilidad del 17%.

4.6.10.3. *Relación beneficio-costo*

**Tabla 4-62:** Relación costo beneficio

Rubro	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Flujo de caja</b>	-106530	32275	22494	23613	24737	77852
<b>Factor de actualización</b>	1,00	0,9	0,8	0,7	0,6	0,6
<b>Flujo de caja actualizado</b>	-106530,15	28816,7	17931,9	16807,6	15720,6	44175,4
		Sumatorias	46748,6	63556,2	79276,8	123452,2
<b>RBC</b>	1,16					

Realizado por: Flores, J, 2023.

La relación beneficio/costo que tendrá el proyecto es 1,16 es decir que por cada dólar que se invierta en el proyecto, se recuperará 0,16 centavos de dólar.

4.6.10.4. *Periodo de recuperación del capital*

Los 106530 dólares por invertirse según la tabla anterior serán recuperados en los primeros cinco años del desarrollo del proyecto, lo que permitirá el desarrollo adecuado del proyecto.

## CONCLUSIONES

Determinar la viabilidad comercial del producto turístico, permitió identificar que existen carencias en relación con la planta turística, debido a que la ganadería y agricultura es la actividad principal a la que se dedican los pobladores, es por ello que existen falencias en el servicio que se brinda a los turistas que visitan la parroquia, además, adolece del servicio de agua potable y el turismo se encuentra poco desarrollado, además, se pudo identificar que la parroquia Cotundo cuenta con 39 atractivos de los cuales 28 son atractivos naturales y 11 son atractivos culturales de los cuales 3 pertenecen a la jerarquía II y 36 a la jerarquía I, el estado de los atractivos se encuentran conservados, esto a consecuencia del poco conocimiento de la ubicación de los mismos.

El estudio de mercado realizado y considerado como base fundamental para el desarrollo de este proyecto, señala que tuvo el 91% de aceptación por parte de los turistas nacionales y 96% de los turistas extranjeros, además, se logró identificar el perfil del turista y por consiguiente sus gustos y preferencias, obteniendo como resultado una demanda objetiva de 491, información que se consideró indispensable para el diseño de los paquetes turísticos enfocados a las necesidades de los turistas.

Se diseñó el producto turístico denominado “Uktu Supay, la puerta a un nuevo mundo”, está conformado por dos paquetes turísticos “Usa Yaju” de un día y “Yaku Machay” de dos días, los cuales fueron diseñados de acuerdo con los requerimientos de los turistas, los cuales fueron obtenidos de las encuestas aplicadas, dichos paquetes integran la oferta de atractivos, servicios y actividades a realizarse en la parroquia, lo cual permitirá al turista tener acceso y disfrute del patrimonio natural y cultural.

Se establecieron estrategias de comercialización se trabajó con las 4 c de marketing mix para lo cual se ha empleado diferentes medios de publicitarios tanto en redes sociales como en instituciones públicas y privadas y educativas, lo cual ayudará a la parroquia Cotundo a posesionarse en el mercado.

Con la aplicación de la matriz de Lázaro Lagos se pudo determinar los impactos ambientales y socioculturales que ocasionaría al ejecutar la operación turística, mismo que dio como resultado que es posible la ejecución del proyecto, debido a que los impactos negativos que generaría el proyecto son de 196 puntos y positivos de 206 puntos; por ser mayor el puntaje de impactos positivos respecto a los negativos, el proyecto es viable ambientalmente.

Los resultados económicos y financieros del estudio muestran un VAN (valor actual neto) de 16922,1 dólares, según la inversión inicial y la proyección de flujos futuros, la TIR (tasa interna de retorno) se situó en el 17 % el proyecto, la relación costo beneficio es de 1,16 lo que significa que, por cada dólar invertido, se obtiene una utilidad de 0,16 centavos de dólar, el periodo de recuperación se dará en los primeros cinco años del desarrollo del proyecto, se contará con réditos económicos anuales, lo que permitirá el desarrollo adecuado del proyecto.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda que se realice la ejecución de este proyecto para la implementación de las rutas turísticas debido a que fortalecerán a que la parroquia para que crezca sostenible y económicamente favoreciendo a la población local para su desarrollo.

Es recomendable tomar en cuenta los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros, realizando periódicamente estudios de mercado.

Al GAD parroquial de Cotundo, actualizar la información por parroquias, a fin de disponer de datos fidedignos como la tasa de nacimientos y mortalidad en Cotundo, para que se mejore la conectividad, que existe, pero en ciertos sectores es limitadas.

Formular programas de capacitación periódicas para todos los prestadores de servicio de turismo a nivel cantonal, parroquial y comunitario, de tal manera se mantengan en conocimientos actualizados y por ende se refleje a través de la calidad de sus servicios.

Gestionar la adecuación de infraestructura y planta turística propia de la parroquia, ya que existen muy pocos sitios con las facilidades turísticas propios de Cotundo, es por eso que la parroquia en el aspecto del turismo necesita mayor gestión de las autoridades de turno, además de reforzar en la población el valor de los recursos que poseen, para que sea la población misma quien se encargue de cuidarlos y mantenerlos en conjunto con las autoridades pertinentes.

Al GAD parroquial se recomienda trabajar en aspectos importantes para la conservación de flora y fauna por medio de la implementación de señalética interpretativa que ayude a conservar el medio ambiente evitando realizar acciones que perjudiquen al medio natural.

## BIBLIOGRAFÍA

**ANZIL.** *Estudio financiero* [En línea]. 2012. [Citado el: 12 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360450397010.pdf>

**ARBOLEDA.** *Muestreo* [En línea]. 2003. [Citado el: 12 de enero de 2023.] Disponible en: [https://www.academia.edu/34454499/Libro\\_Proyectos\\_Formulacion\\_evaluacion\\_y\\_control\\_Arboleda\\_Velez\\_German](https://www.academia.edu/34454499/Libro_Proyectos_Formulacion_evaluacion_y_control_Arboleda_Velez_German)

**ARTURO.** *La Competencia.* [En línea]. 2008. [Citado el: 12 de enero de 2023.] Disponible en: [https://www.academia.edu/73347457/Proceso\\_metodoI%C3%B3gico\\_de\\_evaluaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_apitud\\_del\\_territorio\\_para\\_actividades\\_de\\_turismo\\_alternativo\\_caso\\_de\\_estudio\\_Miramar\\_Playa\\_Tortugas\\_Riviera\\_Nayarit\\_M%C3%A9xico](https://www.academia.edu/73347457/Proceso_metodoI%C3%B3gico_de_evaluaci%C3%B3n_de_la_apitud_del_territorio_para_actividades_de_turismo_alternativo_caso_de_estudio_Miramar_Playa_Tortugas_Riviera_Nayarit_M%C3%A9xico)

**BAQUERO.** *Cliente* [En línea]. 2007. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/447/44713068015.pdf>

**BACA.** *Estudio Técnico* [En línea]. 2010. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: [http://www.academica.mx/sites/default/files/adjuntos/35272/e.2\\_capitulo\\_del\\_estudio\\_tecni](http://www.academica.mx/sites/default/files/adjuntos/35272/e.2_capitulo_del_estudio_tecni)

**BERTONI, M.** *"Recursos naturales en nodos turísticos"* [En línea]. 2005. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: <http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/18226/1/23T00993.pdf>

**CANALIS.** *Turismo de Aventura* [En línea]. 2015. *Conservación de la cavernas en Santander.*

**CONELEC.** *Viabilidad Ambiental* [En línea]. 2010. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/8/Tema%208.pdf>.

**CORREA.** *Estudio de viabilidad legal, administrativa y económica* [En línea]. 2010. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/54601/Milozanoa.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

**CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR.** *Constitución de la república del Ecuador* [En línea]. 2008. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)



**DE LA FUENTE, G.** *Diseño de rutas turísticas sostenibles y responsable* [En línea]. 2018. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.comunidadism.es/disenar-rutas-turisticas-sostenibles-y-socialmente-responsables/>

**GARCIA.** *Recursos turísticos y atractivos turísticos* [En línea]. 2014. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE ARCHIDONA.** Plan de Ordenamiento Territorial Archidona [En línea] 2020. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: <https://archidona.gob.ec/phocadownload/Lotaip2022/Enero/S/PDOT%20GAD%20Archidona.pdf>.

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE COTUNDO.** *Turismo* [En línea]. 2014 [Consulta: 12 enero 2023]. Disponible en: <http://www.cotundo.gob.ec/>.

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE COTUNDO.** *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. [En línea] 2015. [Consulta: 12 enero 2023]. Disponible en: <http://www.cotundo.gob.ec/>.

**GOBIERNO AUTÓNOMO PROVINCIAL DESCENTRALIZADO DEL NAPO.** *Acta 002 Sesión Ordinaria* [En línea] 2019. [Citado el: 19 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.napo.gob.ec/website/phocadownload/lotaip2019/Anexos/Lit.S/ACTA%20ORDINARIA%20002.pdf>.

**GUEVARA, A.** *Turismo sustentable* [En línea] 2014. [Citado el: 15 de enero de 2023.] Disponible en: <http://190.57.147.202:90/xmlui/handle/123456789/2602>.

**HERNÁNDEZ, R.** *Metofología de la investigación* [En línea] 2017. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: <https://josetavarez.net/Compendio-Methodologia-de-la-Investigacion.pdf>.

**INPC. 2017.** *Patrimonio cultural* [En línea]. 2017. [Citado el: 13 de enero de 2023.] Disponible en: [https://issuu.com/inpc/docs/libro\\_rc\\_2017/1](https://issuu.com/inpc/docs/libro_rc_2017/1)

**LEÓN. 2009.** *Estudio financiero*.

**LARREA, E.** *Que son las rutas turísticas* [En línea]. 2020. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/que-son-las-rutas-turisticas/>.

**LLUGSA, V.** *Diseño de rutas turísticas generación de economía* [En línea]. 2021. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360450397010.pdf>

**LÓPEZ, I.** *Producto turístico* [En línea]. 2015. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <http://w.w.w.eumed.net.ce/>

**LUNA.** *Estudio Económico.* [En línea ] 2009. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48648>

**MANUAL PARA LA PLANIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.** *Etapas de desarrollo de un producto turístico* [En línea ] 2014. pág. 14. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: [http://www.swisscontact.org/fileadmin/user\\_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Manual\\_para\\_la\\_planificacion\\_de\\_productos\\_turisticos.pdf](http://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Manual_para_la_planificacion_de_productos_turisticos.pdf)

**MARTÍNEZ, L.** “*Diagnóstico situacional*” [En línea]. 2006. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <http://www.slideshare.net/kheiron/diagnosticosituacional>

**MENDOZA.** *Universidad Central del Ecuador* [En línea]. 2022, Vol. 9. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://doi.org/10.29166/siembra.v9i2.3788>.

**GOBIERNO DE MÉXICO.** *Turismo de naturaleza* [En línea]. 2021. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: [https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio\\_2013/dgeiawf.semarnat.gob.mx\\_8080/ibi\\_apps/WFServlet43c3.html](https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio_2013/dgeiawf.semarnat.gob.mx_8080/ibi_apps/WFServlet43c3.html)

**MINISTERIO DE TURISMO.** *Manual de generación de rutas e itinerario turístico* [En línea]. 2019. [Citado el: 26 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/biblioteca/>.

**MINISTERIO DE TURISMO. 2004.** *Manual atractivos* [En línea]. 2004. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>

**MINTUR.** *Manual de atractivos turísticos* [En línea]. 2018. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>.

**MONJE, C.** *La investigación cualitativa y cuantitativa* [En línea]. 2011. [Citado el: 18 de enero de 2023.] [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

**MUÑOZ.** *Aprendizaje y desarrollo* [En línea]. 2017. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/567/56752489005.pdf>

**NÁJAERA.** *Demanda potencial* [En línea] 2021. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en:

[https://www.academia.edu/73347457/Proceso\\_metodol%C3%B3gico\\_de\\_evaluaci%C3%B3n\\_de\\_la Aptitud\\_del\\_territorio\\_para\\_actividades\\_de\\_turismo\\_alternativo\\_caso\\_de\\_estudio\\_Miramar\\_Playa\\_Tortugas\\_Riviera\\_Nayarit\\_M%C3%A9xico](https://www.academia.edu/73347457/Proceso_metodol%C3%B3gico_de_evaluaci%C3%B3n_de_la Aptitud_del_territorio_para_actividades_de_turismo_alternativo_caso_de_estudio_Miramar_Playa_Tortugas_Riviera_Nayarit_M%C3%A9xico)

**OCHOA.** *Muestreo probabilístico* [En línea]. 2015. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2017/02/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-guadalupe.pdf>

**OJEDA, V.** *Marketing mix* [En línea]. 2017. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3487/1/23T0416%20CHAVEZ%20MA.%20DOLORES.pdf>

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO.** *Atractivos turísticos* [En línea]. 2010. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413867>

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO.** *Desarrollo sostenible.* [En línea] 2022. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.unwto.org/es>

**OTERO, A.** *Planificación y Manejo de Atractivos Turísticos Culturales.* [En línea]. 2000. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: [https://digital.cic.gba.gob.ar/bitstream/handle/11746/1127/11746\\_1127.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://digital.cic.gba.gob.ar/bitstream/handle/11746/1127/11746_1127.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**PEÑAFIEL, S.** *Planificación turística y desarrollo local de la parroquia Cacha comunidad* [En línea]. 2019. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: [https://www.unwto.org/es/PE%20AFIEL,%20S.%202019.%20Planificaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20y%20desarrollo%20local%20de%20la%20parroquia%20Cacha%20comunidad.%20\[En%20%2019.%20\]](https://www.unwto.org/es/PE%20AFIEL,%20S.%202019.%20Planificaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20y%20desarrollo%20local%20de%20la%20parroquia%20Cacha%20comunidad.%20[En%20%2019.%20])

**PLAN NACIONAL DE TURISMO 2030.** *Tendencias y retos para el 2030* [En línea]. 2020. [Citado el: 12 de enero de 2023.] [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://view.genial.ly/60e11925bd8bce0d65897d28/interactive-content-plandetur-2030>.

**PROAÑO, W.** *El rol del turismo sostenible en cantones costeros de Ecuador* [En línea]. 2020. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en:

Proceso metodológico de evaluación de la aptitud del territorio para actividades de turismo alternativo: caso de estudio Miramar-Playa Tortugas, Riviera Nayarit, México.

**NÁJERA, A.** *Revista de investigaciones turísticas* [En línea]. 2021. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: ISSN: 2174-5609.

**ROBBINS, S.** *Administracion 8va Edicion* [En línea]. 2005. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: [https://www.academia.edu/10380934/Administracion\\_8va\\_Edicion\\_Stephen\\_P\\_Robbins\\_y\\_Mary\\_Coulter](https://www.academia.edu/10380934/Administracion_8va_Edicion_Stephen_P_Robbins_y_Mary_Coulter)

**RODRÍGUEZ, M.** *Ruta turística* [En línea] 2017. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.que-son-las-rutas-turisticas/>.

**ROGEL, A.** *El diagnóstico turístico o estado de la situación actual, es el análisis de los elementos básicos* [En línea]. 2019. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13487/1/ECUACE-2019-HT-DE0014.pdf>

**SAUCE, R.** *Marketing* [En línea] 2015. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)

**SENDIN.** *Estudio Económico*. 2006. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/1063-estudio-economico-america-latina-caribe-2005-2006>

**SECRETARÍA DE TURISMO DE ESPAÑA.** *Atractivo Turístico* [En línea]. 2015. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/1064-estudio-economico-america-latina-caribe-2006-2007>

**SERRANO, S.** *Este tipo de turismo se halla vinculado con el turismo sostenible y el desarrollo, se caracteriza por el desenvolvimiento de actividades en hábitats naturales y su mayor acogida son las áreas protegidas, reservas ecológicas, parques naturales, el ecoturismo* [En línea]. 2017. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: [http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1541/1/serrano\\_sg.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1541/1/serrano_sg.pdf)

**SOLIS, P.** *Categorización de los atractivos turísticos* [En línea]. 2015. [Citado el: 18 de enero de 2023.] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/18226/1/23T00993.pdf>

**GEOPARQUE NAPO SUMACO. 2018.** *Plan maestro Geoparque Napo- Sumaco* [En línea] [En línea]. 2018. [Citado el: 13 de enero de 2023] Disponible en : <https://geoparquenaposumaco.org/>

**THE NATURE CONSERVANCE.** *Manual de Planificación para la Conservación de Áreas* [En línea]. 2010. [Citado el: 13 de enero de 2023] Disponible en : Disponible en : [https://www.conservationgateway.org/documents/manual\\_pca\\_spanish\\_1.pdf](https://www.conservationgateway.org/documents/manual_pca_spanish_1.pdf)

**UICN.** *Evaluación del Turismo* [En línea]. 2015. [Citado el: 13 de enero de 2023] Disponible en : <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/PAG-027-es.pdf>

**UNEMI.** *Tepría del turismo* [En línea]. 2019. [Citado el: 12 de enero de 2023.] Disponible en: [https://sga.unemi.edu.ec/media/recursosotema/Documento\\_201967101857.pdf](https://sga.unemi.edu.ec/media/recursosotema/Documento_201967101857.pdf).

**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA.** *Clasificación general de las fuentes de información.* [En línea] 2023. [Citado el: 1 de marzo de 2023.] Disponible en: <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/portal/clasificacion-general-de-las-fuentes-de-informacion>.

**VARISCO, C.** *“Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico”* [En línea]. 2016. [Citado el: 13 de enero de 2023] Disponible en : [https://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo\\_rural\\_ii.pdf](https://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo_rural_ii.pdf)

## ANEXOS

### ANEXO A: FICHA DE INVENTARIO

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	5	0	3	5	2	A	N	0	4	0	4	0	3	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CASCADA CHONTAYAKU																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				CASCADA									
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
NAPO				ARCHIDONA				COTUNDO									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
Comunidad Narupa				Via Coca Loreto				S/N		S/N							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)							
0°54'34" S				77°48'27" O						577 m.s.n.m							
<b>2.11 Información del administrador</b>																	
a. Tipo de Administrador: Privado				b. Nombre de la Institución: S/N													
c. Nombre del Administrador: Angel Tanguila				d. Cargo que ocupa: Administrador													
e. Teléfono / Celular: 09895818206				f. Correo Electrónico:													

## ANEXO B: ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE TURISMO**  
**PROYECTO GEOPARQUE NAPO SUMACO**



Estimado Turista, el Proyecto Geoparque Napo Sumaco se encuentra diseñando una RUTA TURISTICA DE CAVERNAS, para lo cual pedimos contestar de la manera más sincera la presente encuesta, ya que su opinión es importante para recopilar información acerca de sus requerimientos, intereses y necesidades. Gracias por su ayuda.

### INFORMACIÓN GENERAL

- 1. Lugar de procedencia (provincia).....**
- 2. Edad** 15-20 años ( ) 21-30 años ( ) 31-40 años ( ) 41-50 años 51-60 años ( ) más de 60 años ( ).
- 3. Género** masculino ( ) Femenino ( )
- 4. Ocupación**  
Empleado público ( ) Empleado privado ( ) Estudiante ( ) otro ( )
- 5. ¿Cuál es el principal motivo por el que usted realiza sus viajes?**  
Vacaciones ( ) Visita a familiares o amigos ( ) Estudio ( ) Otros motivos ( )
- 6. ¿Con quién viaja?**  
Solo ( ) En pareja ( ) Familia ( ) Amigos ( )
- 7. ¿Cuál es la duración de sus viajes?**  
1 día ( ) 2 día ( ) 3 día ( ) mayor a 3 día ( )
- 8. ¿Cuál es la forma de pago que realiza?**  
Efectivo ( ) Tarjeta ( ) Tránsito Bancaria ( )
- 9. ¿Durante su visita con qué servicios le gustaría contar?**  
Alimentación ( ) Hospedaje (camping) ( ) Transporte ( ) Guianza ( ) Todas las anteriores ( )
- 10. ¿Por qué medios se informa usted antes de viajar a su destino?**  
Internet ( ) Radio o televisión ( ) Agencia de viajes ( ) Familia o amigos ( )
- 11. ¿Conoce usted la parroquia Cotundo en la Cantón Archidona perteneciente a provincia de Napo?**  
sí ( ) no ( )
- 12. ¿Le gustaría realizar una ruta turística en las cavernas del Cantón Archidona?**  
Si ( ) no ( )
- 13. ¿Qué actividades le gustaría que incluya la ruta turística de cavernas?**  
Caminatas ( ) Espeleología ( ) recorridos en las cavernas ( )
- 14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por paquete por persona para realizar estas actividades que incluya guías especializados, materiales y equipo calificado, transporte, alimentación y hospedaje?**  
\$ 125-150 ( ) \$151-175 ( ) \$ 176- 200 ( )

Gracias.

## ANEXO C: ENCUESTA PARA TURISTAS EXTRANJEROS



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE TURISMO  
PROYECTO GEOPARQUE NAPO SUMACO**



Dear Tourist, the Napo Sumaco Geopark Project is designing a CAVERN TOURIST ROUTE, for which we ask you to answer this survey in the most sincere way, since your opinion is important to gather information about your requirements, interests and needs. Thanks for your help.

### GENERAL INFORMATION

1. **Place** of origin (province).....
2. **Age** 15-20 years ( ) 21-30 years ( ) 31-40 years ( ) 41-50 years 51-60 years ( ) over 60 years ( ).
3. **Gender** Male ( ) Female ( )
4. **Occupation**  
Public employee ( ) Private employee ( ) Student ( ) other ( )
5. **What is the main reason you travel?**  
Vacation ( ) Visit family or friends ( ) Study ( ) Other reasons ( )
6. **Who are you traveling with?**  
Alone ( ) As a couple ( ) Family ( ) Friends ( )
7. **What is the duration of your trips?**  
1 day ( ) 2 day ( ) 3 day ( ) greater than 3 days ( )
8. **What is the form of payment you make?**  
Cash ( ) Card ( ) Bank Transfer ( )
9. **During your visit, what services would you like to have?**  
Food ( ) Lodging (camping) ( ) Transportation ( ) Guidance ( ) All of the above ( )
10. **By what means do you find out before traveling to your destination?**  
Internet ( ) Radio or television ( ) Travel agency ( ) Family or friends ( )
11. **Do you know the Cotundo parish in the Archidona Canton belonging to the Napo province?**  
Yes ( ) no( )
12. **Would you like to take a tourist route in the caverns of Archidona Canton?**  
Yes ( ) no( )
13. **What activities would you like the cavern tourist route to include?**  
Hikes ( ) Speleology ( ) tours in the caves ( )
14. **How much would you be willing to pay per package per person to carry out these activities that includes specialized guides, qualified materials and equipment, transportation, food and lodging?**  
\$125-150 ( ) \$151-175 ( ) \$176-200 ( )

**Thank you.**



## ANEXO D: RECOPIACIÓN DE INFORMACION EN EL TERRITORIO

1. Elaboración de encuestas a turistas nacionales; parroquia Cotundo – 2022.



2. Georreferenciación de atractivos turísticos; parroquia Cotundo – 2022.



3. Recorrido por la ruta turística establecida; parroquia Cotundo – 2023.





esPOCH

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y DOCUMENTAL**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 05 / 07 / 2023

<b>INFORMACIÓN DEL AUTORA</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> Jenny Paola Flores Guaño
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> Recursos Naturales
<b>Carrera:</b> Turismo
<b>Título a optar:</b> Licenciada en Turismo
<b>f. responsable:</b> Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz



Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz



1121-DBRA-UTP-2023