

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO
PARA LA PARROQUIA JUNCAL, CANTÓN CAÑAR, PROVINCIA DE CAÑAR**

ANA LUCIA CUNIN CHIMBO

TRABAJO DE TITULACIÓN

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

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

RIOBAMBA - ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS

El suscrito TRIBUNAL DE TESIS, CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO PARA LA PARROQUIA JUNCAL, CANTÓN CAÑAR, PROVINCIA DE CAÑAR”**, de responsabilidad de la señorita egresada Ana Lucía Cunín Chimbo, ha sido prolijamente revisada, quedando autorizada la presentación y defensa.

Ing. Catalina Verdugo

DIRECTORA

Ing. Christiam Aguirre

MIEMBRO

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

Riobamba, Julio del 2014

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado especialmente a Dios por ayudarme a cumplir uno de mis propósitos, a mis padres Carmen y Aurelio que con su cariño y apoyo incondicional me inculcaron la constancia para alcanzar una meta, a mi esposo Marco y a mi hijo Josué que sacrificaron momentos de mi ausencia.

A esa bella tierra Juncaleña que ve me vio nacer y crecer el cual fue el motivo de mi inspiración para la elaboración del trabajo de titulación.

Ana Lucía Cunín Ch

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida y guiarme por el camino del bien.

Agradezco infinitamente a mis padres, por su apoyo incondicional y por inculcarme que con la paciencia y constancia se alcanza los objetivos propuestos.

A mi hijo por ser mi fortaleza y el motor de empuje en todo este proceso.

Agrades a mis profesores de la escuela de Ingeniería en Ecoturismo, por transmitir sus conocimientos y saberes.

Además agradezco a mis amigas y amigos, por su amistad sincera porque han compartido momentos felices y a la vez difíciles.

Ana Lucía Cunín Ch

TABLA DE CONTENIDO

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO PARA LA PARROQUIA JUNCAL, CANTÓN CAÑAR, PROVINCIA DE CAÑAR.....	1
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. JUSTIFICACIÓN.....	2
B. OBJETIVOS	4
1. General.....	4
2. Específicos.....	4
C. HIPÓTESIS.....	4
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	5
A. TURISMO.....	5
B. TURISMO COMUNITARIO.....	5
C. EVALUCIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO	7
D. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO	20
E. ESTUDIO AMBIENTAL	26
H. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	27
IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....	33
A. CARACTERÍSTICAS DE LUGAR.....	33
B. MATERIALES Y EQUIPOS.....	35
C. METODOLOGÍA	36
V. RESULTADOS	47
A. POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA JUNCAL.....	47
B. VIALIDAD TÉCNICA DEL PRODUCTO	116
C. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL.....	179
D. VIALIDAD AMBIENTAL Y CULTURAL	198
E. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA	203
VI. CONCLUSIONES	221
VII. RECOMENDACIONES.....	222

XIII. RESUMEN	223
IX. SUMMARY	224
X. BIBLIOGRAFÍA	225
XI. ANEXOS	228

LISTA DE CUADROS

Cuadro N° 1. Aspectos positivos y negativos del FODA.....	10
Cuadro N° 2. Elementos de un diagnóstico situacional.....	36
Cuadro N° 3. Tabla de distribución del universo.	39
Cuadro N° 4. Tabla de valores para la priorización de nudos críticos.	43
Cuadro N° 5. Comunidades y superficie de la parroquia Juncal.....	48
Cuadro N° 6. Población total por género, edades, número y porcentaje.....	52
Cuadro N° 7. Número de estudiantes y profesores.....	54
Cuadro N° 8. Cobertura de sistema de saneamiento en número y porcentaje.....	55
Cuadro N° 9. Cobertura de eliminación de los desechos sólidos.....	56
Cuadro N° 10. Cobertura de servicio de electricidad en número y porcentaje.....	56
Cuadro N° 11. Tipo de vivienda en número y porcentaje.....	57
Cuadro N° 12. Las principales enfermedades de los habitantes.....	58
Cuadro N° 13. Enfermedades y el uso de medicina tradicional.....	58
Cuadro N° 14. Tipo de combustible que utilizan.....	60
Cuadro N° 15. Tipo de ecosistema que existente en Juncal, en superficie y porcentaje.....	62
Cuadro N° 16. Matriz y análisis de actores.....	68
Cuadro N° 17. Inventario de atractivos naturales y culturales de la parroquia Juncal.....	70
Cuadro N° 18. Inventario de patrimonio inmaterial.....	76
Cuadro N° 19. Cuantificación del inventario de atractivos turísticos.....	80
Cuadro N° 20. Género de los turistas nacionales.....	81
Cuadro N° 21. Edad de los turistas nacionales.....	81
Cuadro N° 22. Edad media de los turistas nacionales.....	82
Cuadro N° 23. Procedencia de los turistas nacionales.....	82
Cuadro N° 24. Nivel de educación de los turistas nacionales.....	83
Cuadro N° 25. Motivo de visita de los turistas nacionales.....	83
Cuadro N° 26: Composición de grupos de turistas nacionales.....	84
Cuadro N° 27. Aceptación del producto de los turistas nacionales.....	84

Cuadro N° 28. Actividades turísticas que prefiere realizar el turista nacional.....	85
Cuadro N° 29. Servicios turísticos más utilizados	85
Cuadro N° 30. Tiempo de permanencia del turista nacional.....	86
Cuadro N° 31. Medios de información que utilizan los turistas nacionales.....	86
Cuadro N° 32. Capacidad de gasto por día del turista nacional	87
Cuadro N° 33. Género de los turistas extranjero.....	88
Cuadro N° 34. Edad de los turistas extranjeros	88
Cuadro N° 35. Edad media de los turistas extranjeros	89
Cuadro N° 36. Procedencia de los turistas extranjeros.....	89
Cuadro N° 37. Nivel de educación de los turistas extranjeros	90
Cuadro N° 38. Motivo de visita de los turistas extranjeros.....	91
Cuadro N° 39. Composición de grupos de turistas extranjeros.....	91
Cuadro N° 40. Porcentaje de aceptación del producto por los turistas extranjeros.....	92
Cuadro N° 41. Actividades seleccionadas del turista extranjero.....	92
Cuadro N° 42. Servicios turísticos que más utilizan los turistas extranjeros	93
Cuadro N° 43. Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros	93
Cuadro N° 44. Medios de información que utilizan los turistas extranjeros.....	94
Cuadro N° 45. Capacidad de gasto por día.....	94
Cuadro N° 46. Proyección de la demanda potencial para los próximos cinco años	96
Cuadro N° 47. Paquetes turísticos que oferta CTC “CHARÓN VENTANAS.....	97
Cuadro N° 48. Paquetes turísticos que oferta CTC “CHARÓN VENTANAS	98
Cuadro N° 49. Paquetes turísticos que oferta CTC”VENTURA	99
Cuadro N° 50. Paquetes turísticos que oferta CTC “SISID ANEJO.....	100
Cuadro N° 51. Paquetes turísticos que oferta CTC “LA CARBONERÍA.....	101
Cuadro N° 52. Proyección de la oferta en los próximos 5 años	102
Cuadro N° 53. Demanda potencial insatisfecha	102
Cuadro N° 54. Demanda objetivo a captar	103
Cuadro N° 55. Análisis de los factores internos de la planta turística	103
Cuadro N° 56. Análisis de los factores internos de los servicios complementarios.....	104
Cuadro N° 57. Análisis de los factores internos en la infraestructura básica.....	104

Cuadro N° 58. Análisis de los factores internos de los atractivos turísticos	105
Cuadro N° 59. Análisis de los factores internos de la superestructura turística.....	105
Cuadro N° 60. Análisis de los factores internos de la demanda turística.....	106
Cuadro N° 61. Análisis de los factores externos del sistema turístico de la parroquia	106
Cuadro N° 62: Identificación y priorización de los nudos críticos	108
Cuadro N° 63. Nudos críticos con mayor puntaje.....	111
Cuadro N° 64. Determinación de estrategias de cambio y agentes de los nudos críticos	114
Cuadro N° 65. Determinación de estrategias de cambio y agentes de los factores claves.....	115
Cuadro N° 66. Precio estimado del albergue.....	131
Cuadro N° 67. Uso turístico y actividades de la ruta	136
Cuadro N° 68. Cuadro de facilidades y planta turística	137
Cuadro N° 69. Personal necesaria para la operación de la ruta.....	138
Cuadro N° 70. Costo del paquete 1 de la ruta por número de pax	142
Cuadro N° 71. Análisis del costo de la ruta.....	143
Cuadro N° 72. Punto de equilibrio de la ruta	144
Cuadro N° 73. Tipo y denominación de los paquetes	145
Cuadro N° 74. Costo de paquete 1 por el número de pax	147
Cuadro N° 75. Costo del paquete 2 por el número de pax	152
Cuadro N° 76. Costo del paquete 3 por número de pax	156
Cuadro N° 77. Costo del paquete 4 por número de pax	162
Cuadro N° 78. Estructura de costo de paquete " Raíces de la medicina ancestral ".	164
Cuadro N° 79. Estructura de costo del paquete " Una cultura escondida entre el junco "	165
Cuadro N° 80. Estructura de costo del paquete " Contacto con la Pachamama	166
Cuadro N° 81. Estructura de costo del paquete " Aventura con la Naturaleza "	167
Cuadro N° 82. Punto de equilibrio de los paquetes.....	168
Cuadro N° 83. Canales de distribución.	169
Cuadro N° 84. Evaluación del proceso de operación	171
Cuadro N° 85: Descuentos de paquetes por más de 10 pax	173
Cuadro N° 86. Agencia de Viaje y Operadoras de Turismo	175
Cuadro N° 87. Plan de Publicidad.....	178

Cuadro N° 88. Matriz de Lázaro Lagos, para la evaluación de impactos ambiental y cultural	200
Cuadro N° 89. Medidas de mitigación de impactos negativos.....	203
Cuadro N° 90. Costo de equipamiento de alojamiento	204
Cuadro N° 91. Costo de equipamiento de alimentación	205
Cuadro N° 92. Costo de equipamiento de recepción.....	205
Cuadro N° 93. Costo de equipamiento de la sala de espera	206
Cuadro N° 94. Costo de equipamiento de áreas verdes.....	207
Cuadro N° 95. Costo de equipamiento de área de parqueadero	207
Cuadro N° 96. Costo de equipamiento de área de parqueadero	207
Cuadro N° 97. Costo de menaje de alojamiento.....	208
Cuadro N° 98. Costo de menaje de alimentación.....	209
Cuadro N° 99. Costo de menaje de recepción.....	210
Cuadro N° 100. Costo de menaje de sala de espera	211
Cuadro N° 101. Costo de decoración de alojamiento.....	211
Cuadro N° 102. Costo de decoración de alimentación.....	211
Cuadro N° 103. Costo de decoración de recepción.....	212
Cuadro N° 104. Costo de decoración de sala de espera	213
Cuadro N° 105. Costo de decoración de áreas verdes.....	213
Cuadro N° 107. Gastos de los activos diferidos	214
Cuadro N° 108. Remuneración del personal	215
Cuadro N° 109. Resume de la inversión	215
Cuadro N° 110. Fuentes de financiamiento y usos de fondos.....	216
Cuadro N° 111. Depreciación de activos fijos	217
Cuadro N° 112. Amortización de los activos diferidos.....	217
Cuadro N° 113. Pago de la deuda.....	218
Cuadro N° 114. Costo y gastos de proyecto.....	218
Cuadro N° 115. Ingresos por producto.....	219
Cuadro N° 116. Estado de resultados	219
Cuadro N° 117. Flujo de caja	220
Cuadro N° 118. Análisis financiero del proyecto.....	221

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Sistema Turístico	9
Gráfico N° 2. Mapa físico del Cantón Cañar	33
Gráfico N° 3. Mapa físico del Cantón Cañar.	48
Gráfico N° 4. Límites de la Parroquia Juncal	49
Gráfico N° 5. Estructura orgánica de la parroquia.....	66
Gráfico N° 6. Estructura orgánica de las comunidades	67
Gráfico N° 7. Mapade los atarctivos turísticos de la parroquia Juncal	75
Gráfico N ° 8. Vista panorámica de albergue turístico	128
Gráfico N ° 9. Vista frontal albergue turístico.....	129
Gráfico N ° 10. Vista posterior del albergue turístico	129
Gráfico N ° 11. Vista lateral derecho del albergue turístico	130
Gráfico N ° 12. Vista lateral izquierda del albergue turístico.....	130
Gráfico N° 13. Mapa de ruta "Cultura e historia"	135
Gráfico N° 14. Mapa de la ruta “Raíces de la medicina ancestral”.....	149
Gráfico N° 15. Mapa de la ruta “Una cultura escondida entre el junco”	153
Gráfico N° 16. Mapa de la ruta “Contacto con la Pachamama”	158
Gráfico N° 17. Mapa de ruta “Aventura con la naturaleza”	163
Gráfico N° 18. Estructura orgánica para la operación de CTC Juncal	187
Gráfico N ° 19. Diagrama para la reservación.....	196
Gráfico N ° 20. Diagrama de recepción del turista.....	197
Gráfico N ° 21. Diagrama de recepción del turista del área de alimentación	198
Gráfico N ° 22. Diagrama de recepción del turista dela áres de alojamiento	198
Gráfico N ° 23. Diagrama de recepción del turista.....	199
Gráfico N° 24. Género de los turistas nacionales	267
Gráfico N° 25. Edad turistas nacionales	267
Gráfico N° 26: Procedencia de los turistas nacionales	268
Gráfico N° 27. Nivel de educación de los turistas	268
Gráfico N° 28. Motivo de viaje de los turistas.....	269

Gráfico N° 29. Composición de grupos de turistas nacionales.....	269
Gráfico N° 30. Aceptación del producto.....	270
Gráfico N° 31. Actividades turísticas	270
Gráfico N° 32. Servicios turísticos más utilizados por los turistas nacionales.....	271
Gráfico N° 33. Tiempo que el turistas permanece un lugar.....	271
Gráfico N° 34. Medios de información más utilizados.....	272
Gráfico N° 35. Capacidad de gasto por día del turista nacional	272
Gráfico N° 36. Edad de los turistas extranjero	273
Gráfico N° 37. Procedencia de los turistas extranjeros.....	274
Gráfico N° 38. Nivel de instrucción de los turistas	274
Gráfico N° 39. Motivo de vista de los turistas extranjeros	275
Gráfico N° 40. Composición de grupos.....	275
Gráfico N° 41. Porcentaje de aceptación	276
Gráfico N° 42. Actividades que el turista estaría interesado en realizar	276
Gráfico N° 43. Servicios turísticos más utilizados por los turistas extranjeros	277
Gráfico N° 44. Tiempo que el turistas permanece un lugar.....	277
Gráfico N° 45. Medios de información más utilizados.....	278
Gráfico N° 46. Capacidad de gasto por día de los turistas extranjeros.....	278

LISTA DE DISEÑOS

Diseño N °1. Plano de albergue turístico.....	123
Diseño N° 2. Credencial de identificación del personal de operación del turismo comunitario de la parroquia Juncal.	178
Diseño N° 3: Modelo de tarjeta de promoción.....	179

LISTA DE FOTOS

Foto N° 1. Vestimenta de la mujer Juncaleña	51
Foto N° 2. Vestimenta del hombre Juncaleño.....	52
Foto N° 3. Huertos familiares.....	148
Foto N° 4. Preparación de platos típicos	148
Foto N° 5. Arquitectura tradicional	152
Foto N° 6. Cueva Judas Machay	152
Foto N° 7. Laguna de Culebrillas.....	157
Foto N° 8. Centro Ceremonial Champa Pukará.....	157
Foto N° 9. Bosque Gavallushi.....	162
Foto N° 10. Mirador Altar Urku.....	162
Foto N° 11. Casa Hacienda EL Pozo	235
Foto N° 12. Molino de piedra.....	239

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta para turistas nacionales	229
Anexo 2. Modelo de encuesta para turistas extranjeros	231
Anexo 3. Inventario de atractivos turísticos con las fichas del MINTUR.....	234
Anexo 4. Inventario de patrimonio cultural con las fichas del INPC	242
Anexo 5. Resultado de las encuestas en gráficos aplicados a turistas nacionales.....	266
Anexo 6. Resultado de las encuestas en gráficos aplicados a turistas extranjeros	272
Anexo 7. Hoja de evaluación para los visitantes	278
Anexo 8. Ficha de inspección del área de alimentación	289
Anexo 9. Ficha de evaluación del área de visita.....	280

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO PARA LA PARROQUIA JUNCAL, CANTÓN CAÑAR, PROVINCIA DE CAÑAR

II. INTRODUCCIÓN

El crecimiento y desarrollo de la actividad turística ha significado un fuerte incremento de la oferta de productos turísticos a nivel mundial, y con ello, los servicios asociados a éstos. Este sostenido crecimiento, que en muchas regiones convierte al turismo en una de las actividades económicas más dinámicas, también ha impulsado una fuerte competencia entre productos de destinos alternativos o sustitutos, lo que ha llevado a impulsar diversas acciones para mejorar su competitividad.

El turismo en el Ecuador es una actividad que involucra a muchos sectores de la economía, transformándose en un reto que podría aportar, en un futuro cercano, importantes ingresos económicos al país, involucrando las distintas modalidades de turismo como: turismo cultural, turismo de aventura, turismo de naturaleza, turismo de salud y turismo comunitario (MINTUR, 2013).

El turismo comunitario se encuentra posicionado en el Ecuador, gracias a la organización y gestión de sus pueblos y nacionalidades, que en la actualidad se encuentran agrupados en la FEPTCE, y al reconocimiento del turismo comunitario como uno de los programas a desarrollar en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador, PLANDETUR 2020, como una herramienta de planificación de la actividad turística.

La provincia del Cañar es un sector con una gran importancia escénica natural y cultural, la misma que es y puede ser aprovechada en el desarrollo de la actividad turística como una alternativa viable para diversificar sus actividades económicas tradicionales sin perder desde luego sus raíces originarias y la visión de una economía, justa, social y solidaria.

Es así que la actual administración de la junta parroquial de Juncal plantea el reto de convertir a la parroquia en un destino turístico competitivo con la implementación de productos turísticos comunitarios que involucre la participación conjunta de los habitantes de las distintas comunidades del territorio.

A. JUSTIFICACIÓN

La parroquia Juncal posee una deficiente planificación y gestión en el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales, debido a que la actividad turística en el sector es mínima por el desconocimiento y por la falta de estudios investigativos referente al turismo, en este sentido la parroquia Juncal considera aprovechar los recursos de manera sostenible y sustentable.

Es así que la parroquia Juncal requiere la creación de un producto turístico comunitario como punto de partida para conocer la verdadera vocación del territorio y las oportunidades reales de incursionar en la actividad no solo pensando en su rol económico sino también enfocado en el SUMAK KAWSAY¹ de la población.

Bajo esta perspectiva, la parroquia Juncal plantea un reto de convertir al sector en un destino turístico competitivo con la implementación de un producto turístico comunitario que permita determinar la viabilidad técnica, administrativa legal, socio ambiental y cultural, y económico – financiero el cual garantizará la inversión y la participación conjunta de los habitantes de las distintas comunidades.

Por ello se plantea el siguiente proyecto de investigación titulado **“Estudio de factibilidad de un producto turístico comunitario para la parroquia Juncal, Cantón Cañar, Provincia de Cañar”** el cual se orienta a contribuir a la dinamización y mejoramiento de la actividad turística

¹La Constitución Política del Ecuador 2008. Plantea un nuevo reto del “SUMAK KASAY O BUEN VIVIR”.

Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013. Plantea objetivos como: Mejora la calidad de vida de la población, construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad, garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.

del sector, mediante una correcta planificación y estructuración técnica de los recursos que se encuentran inmersos en la parroquia.

B. OBJETIVOS

1. General

Elaborar un estudio de factibilidad de un producto turístico comunitario para la parroquia Juncal, cantón Cañar, provincia de Cañar.

2. Específicos

1. Determinar la evaluación del potencial turístico de la parroquia Juncal.
2. Determinar la viabilidad técnica para la implementación de un producto turístico comunitario.
3. Determinar la viabilidad administrativa legal para la implementación de un producto turístico comunitario.
4. Determinar la viabilidad socio-ambiental y socio-cultural para la implementación de un producto turístico comunitario.
5. Determinar la viabilidad económica financiera del producto turístico comunitario.

C. HIPÓTESIS

Existe la factibilidad para la implementación de un producto turístico comunitario para la Parroquia Juncal, Cantón Cañar, Provincia de Cañar.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Definición

El turismo es una actividad socio económica, psico biológica que motivado por el tiempo libre, la voluntad de viajar y poseer dinero, se crea en el hombre la necesidad de desplazarse desde su lugar de origen a otro de destino con fines de realizar actividades de recreación, adquirir nuevas experiencias con la interrelación de nuevas sociedades de un mercado receptor, en donde intervienen los componentes, primario y derivado de la oferta turística. (GALIANO, L. 2014).

2. Turismo sostenible

Es un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.

El turismo sostenible está relacionado además con un aspecto cultural: debe proteger la identidad cultural de la comunidad destino, a través de asegurar una relación sana entre la comunidad local y el turista (ZUÑIGA. J, MONJE. C, 2006).

B. TURISMO COMUNITARIO

Es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados (FEPTCE 2006).

1. Principios del turismo comunitario sostenible

a. Social y cultural

Garantiza que el desarrollo aumente el control de los hombres sobre sus propias vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas afectadas, y mantenga y fortalezca la identidad de la comunidad (ZUÑIGA. J, MONJE. C, 2006).

b. Ambientalmente responsable

Garantiza que el desarrollo sea económicamente eficiente y que los recursos sean gestionados de modo que se conserven para las generaciones futuras (ZUÑIGA. J, MONJE. C, 2006).

c. Económicamente viable

Garantiza que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los recursos biológicos (ZUÑIGA. J, MONJE. C, 2006).

d. Culturalmente enriquecedor

Propicia experiencias y encuentros interculturales de calidad entre los visitantes y las comunidades anfitrionas, respetando las expresiones de la identidad cultural.

En la medida en que se cumplan estos principios y condiciones, el turismo de base comunitaria puede contribuir a los siguientes objetivos globales: (Ibid, 2006).

- Al entendimiento y la paz entre los pueblos que buscan un nuevo orden universal basado en la justicia social y la solidaridad;

- A la preservación de los recursos naturales y ambientales del planeta, en toda su riqueza y diversidad, para el disfrute de la presente y las futuras generaciones;
- Al fortalecimiento de la diversidad étnica y cultural, fuente de identidad y riqueza de los pueblos;
- Al desarrollo económico y la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de las comunidades que sufren de los estigmas de la pobreza.

En esencia, el turismo comunitario relaciona en forma dinámica y sinérgica los principios de la perennidad de los ecosistemas, de los que depende nuestra existencia como especie; un equilibrio crítico entre viabilidad de las iniciativas económicas y la responsabilidad social y ambiental; y un concepto de calidad que trasciende la capacidad de satisfacción del huésped-consumidor, englobando el carácter sostenible del destino turístico en su totalidad: la naturaleza y sus recursos, las personas y sus derechos, la comunidad y su cohesión social.

La cuestión laboral constituye un referente obligado en los objetivos que persigue el turismo comunitario, ello entraña la generación de oportunidades de ocupación productivas y libremente elegidas, en condiciones de dignidad, seguridad y equidad para hombres y mujeres. La calidad del empleo es sinónimo de respeto de los derechos fundamentales en el trabajo, es decir, condiciones de trabajo decentes (seguridad e higiene), protección social, diálogo social entre las comunidades y los agentes públicos y privados que regulan, promueven y desarrollan la actividad turística (Ibid, 2006).

C. EVALUCIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

1. Definición del potencial turístico

Es un plan de desarrollo turístico o la construcción de instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definiendo de una manera más general, también puede incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleo o la generación de ingreso. (LOPEZ E 2011).

2. **Diagnóstico situacional**

a. **Definición**

Una vez revisado el proceso general de planificación turística y las herramientas aplicables a cada etapa, es importante empezar por definir en qué consiste exactamente el diagnóstico. De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Vera (1997: 388), desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar. (RICAURTE, C. 2009)

b. **Estrategias metodológicas que facilitan el diagnóstico situacional**

- Observación Investigación-acción participante
- Estudio de casos
- Investigación-acción- participativa
- Autodiagnóstico
- Sistematización de experiencias
- Diagnóstico participativo (ANDINO, D. 2012)

c. **Técnicas cualitativas utilizadas en el diagnóstico situacional**

- Cuestionarios
- Observación
- Reuniones y asambleas
- Técnicas de comunicación efectiva
- Entrevistas
- Documentos personales y grupales

- Mapas sociales y ambientales
- Diagramas y modelos
- Dinámicas de grupo
- Técnicas participativas
- Registros audiovisuales (ANDINO, D. 2012).

d. Sistema turístico

El turismo es visto desde la perspectiva de un sistema (teoría de sistemas) integra una serie de elementos, los que deben estar permanentemente relacionados e integrados con el fin de incrementar el fin del turismo el cual se relaciona con la satisfacción plena con calidad, los requerimientos y necesidades del turista en el sentido de descanso, goce y conocimientos de nuevos lugares, basta que un elemento no se integre para que el sistema funcione deficientemente. (SACHA BESOAIN, M.2009).

1) Elementos que constituyen el sistema turístico

Todos estos elementos constantemente articulados, constituyen la base para provocar un desarrollo turístico sostenido dentro de un territorio.



Gráfico N° 1. Sistema Turístico

Fuente: TIERRA, P. 2011. Texto Básico de Planificación Territorial.

3. Análisis situacional

a. Concepto

Se establece el concepto de análisis situacional y sus aplicaciones en el análisis organizacional como un proceso de planeación estratégica, así como las técnicas más utilizadas para su realización y aplicación haciendo hincapié en la Matriz FODA. (LEÓN, D. 2008)

b. Herramienta para el análisis de la situación

El FODA es herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que me permita la función de tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (MUNOZ, L. 2012)

A continuación se resume los elementos positivos y negativos en cada una de las situaciones (externas e internas), en este caso podemos agrupar los aspectos positivos y contrastarlos con los elementos negativos y tenemos como aspectos positivos; las fortalezas y las oportunidades y como aspectos negativos a las debilidades y las amenazas. De manera gráfica tenemos lo siguiente. (HERRERA, F. 2011).

Cuadro N° 1: Aspectos positivos y negativos del FODA

ASPECTOS POSITIVOS		ASPECTOS NEGATIVOS	
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Internas	Externas	Internas	Externas
F	O	D	A

Fuente: Herrera, F. 2011

Agrupadas de esta manera, tenemos el diagnóstico FODA, que como se habrá dado cuenta su nombre viene de la primera letra de los elementos que constituyen el diagnóstico. En este momento lo que interesa es que se aumenten los aspectos positivos fortalezas y oportunidades y se disminuya los elementos negativos: debilidades y amenazas. (HERRERA, F. 2011).

4. Inventario de atractivos naturales y culturales

a. Definición

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puesto en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico. (NOBOA, P.2008).

b. Atractivo turístico

Atractivo turístico es el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (MINTUR, 2004).

1) Atractivo natural

Se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas. (Ibid, 2004).

2) Atractivo cultural

Se reconocen los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados. (Ibid, 2004).

c. Facilidades turísticas

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo. (Ibid, 2004).

d. Etapas para la elaborar el inventario de atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. (Ibid, 2004).

1) Clasificación de los atractivos

La clasificación de las categorías de atractivos está dada en función de dos grupos: sitios naturales y manifestaciones culturales. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

- Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.
- Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría
- Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos. (Ibid, 2004).

2) Recopilación de información

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo. (Ibid, 2004).

e. Trabajo de campo

Esto consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías. (Ibid, 2004).

e. Evaluación y jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente. (Ibid, 2004).

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción. (Ibid, 2004).

1) Jerarquía IV

Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial. (MINTUR, 2004)

2) Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos. (MINTUR, 2004)

3) **Jerarquía II**

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a .visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y .receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento. (MINTUR, 2004).

4) **Jerarquía I**

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

5. **Patrimonio cultural**

a. **Definición**

Se entiende por patrimonio cultural los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes y que las comunidades, los grupos y, en algunos casos, los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio”.

“Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia” (CRIOLLO, J. 2013)

b. Patrimonio inmaterial

“El patrimonio inmaterial está constituido por aquella parte invisible que reside en espíritu mismo de las culturas. El patrimonio cultural no se limita a las creaciones materiales. Existen sociedades que han concentrado su saber y sus técnicas, así como la memoria de sus antepasados, en la tradición oral”.

“La noción de patrimonio inmaterial prácticamente coincide con la de cultura, entendida en sentido amplio como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social y que va más allá de las artes y de las letras. Engloba los modos de creencias”. “A esta definición hay que añadir lo que explica su naturaleza dinámica, la capacidad de transformación que la anima, y los intercambios interculturales en que participa”. (MAV, 2012)

6. Estudio de mercados

a. Definición

El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales.

Por una parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios (PALMERÍN, M. 2013).

Por otra parte, el mercado también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de dichos bienes o servicios. La concepción de ese mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos a la alza ya la baja que se dan en tomo a los intercambios de mercancías específicas o servicios además en función del tiempo y el lugar. Aparece así la delimitación de un mercado de

productos, un mercado regional, o un mercado sectorial. Esta referencia ya es abstracta pero analizable, pues se puede cuantificar, delimitar e inclusive influir en ella. (Ibid, 2013).

b. Análisis de la demanda

1) Características de demanda

Se define al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones (MORLA, J. 2011).

Además la demanda revela un conjunto de partes que conforma la demanda las mismas que son:

- Cantidad de bien o servicio
- Compradores o consumidores
- Necesidad
- Disposición a adquirir un producto o servicio
- Capacidad de pago
- Precio dado
- Lugar establecido (THOMPSON, I. 2011).

2) Segmentación de mercado

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing (TIERRA, P. 2011).

El comportamiento del consumidor suele ser demasiado complejo como para explicarlo con una o dos características, se deben tomar en cuenta varias dimensiones, partiendo de las necesidades de

los consumidores. Se recomienda pues, presentar ofertas de mercado flexibles al segmento de mercado. La oferta de demanda flexible consiste en: Una solución que conste de elementos del producto y servicio que todos los miembros del segmento valoran y opciones que solo unos cuantos valoren, cada opción implica un cargo adicional (Ibid, 2011).

3) Universo

En la investigación de mercado emplea la expresión “universo”, “población”, para la sección de la población a la que se requiere la investigación. El universo significa la suma de todas las personas que entran en el campo de la investigación, de entre las que se extrae una muestra en forma aleatoria.

4) Muestra

En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que hacemos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe de reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población, ejemplificar las características de la misma (RICAURTE, C.2013)

5) Tamaño de la muestra

La búsqueda de la información se hace por medio dos fuentes primarias: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener.

Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de demanda – oferta), después identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra. La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo

e = Margen de error (10%)

k = Constancia de corrección de error (2)

p = Probabilidad de ocurrencia del evento (0.5)

q = Probabilidad de no ocurrencia de un evento (0.5)

c. Análisis de la oferta

Definimos como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo (MORLA, J. 2012).

1) Competencia

Es una fuerza importante en el entorno específico es la rivalidad entre los competidores existentes. Los movimientos de una afecta a las otras. Si un restaurante baja los precios o si ofrece un mayor servicio, afecta a los de la zona próxima. La rivalidad entre las empresas turísticas será mayor si existe un número elevado de competidores (como ocurre con restaurantes y hoteles en las zonas costeras), si el número es pequeño, pero están equilibrados. (RICAURTE, C. 2007).

d. **Confrontación oferta vs demanda**

“Con la información obtenida se procede a realizar el balance demanda-oferta, es decir, la determinación de la demanda insatisfecha, que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potenciales. Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser desfavorable. Si resulta positiva, se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto, que normalmente es un porcentaje (menor al 100%), del balance, si éste resultó favorable” (TIERRA, P. 2011).

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

1) **Cálculo de la demanda insatisfecha**

Corresponde a la proyección del crecimiento del mercado en el corto, mediano y largo plazo. Así como ayuda a determinar el comportamiento de las tendencias de ciertas variables de segmentación, las proyecciones utilizarán para cálculo la fórmula del interés compuesto. (TIERRA, P. 2011).

Dónde:
$$\mathbf{Co = Cn (1+i)^n}$$

Co = Año a proyectar

Cn = Demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

I = Incremento de turismo nacional e internacional

N = El año a proyectarse

e. Demanda potencial insatisfecha

Se le llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (OMAR, Y. 2012).

D. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO

1. Definición

El producto es el “conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante y que satisfacen sus necesidades”. El producto turístico incluye los atractivos del destino, así como las industrias “soporte” de la actividad turística. Pero es un error pensar que el producto es solo hotel más restaurante más recurso. Éste debe incluir el valor experiencial, ayudar a vender el destino. La experiencia turística incluye el proceso de obtención de información, la planeación y la reserva del viaje, la guianza, el transporte, la interacción con la población local, y por supuesto el compartir (FERNÁNDEZ, V. 2006).

2. Características del producto turísticos

Los productos turísticos tienen unos componentes tangibles y otros intangibles.

a. Tangible

Se observa en un establecimiento de hospedaje como: la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos. (NICOLAU, L. 2012).

b. Intangibilidad

Se deduce del hecho de que las características de los componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan como es el producto, que uso le darán, y que resultados esperan obtener. Estos componentes de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto. (NICOLAU, L. 2012).

3. Componentes del producto turístico

El producto turístico es ante todo un producto de servicio (donde se necesita aportar un valor añadido), pero que se encuentra asociado a unas materias básicas. Se puede definir como el conjunto de prestaciones, tanto materiales como inmateriales, que se ofrecen al mercado con el objetivo de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.

Aparte del componente humano que incluye todo servicio, el producto turístico incluye otros elementos materiales entre los que podemos considerar, en el caso concreto de Euskadi, los siguientes: (Ibid, 2012)

a. Recurso turístico

Recursos naturales: aquellos asociados a la geografía, como los derivados de la playa, el mar, la costa, el clima, el sol, la orografía, la montaña, los ríos, la flora, la fauna.

Recursos asociados al ocio: instalaciones existentes para la práctica de deporte.

Recursos culturales monumentos arqueológicos, religiosos, museos, cascos antiguos, etc.

Recursos para la celebración de Ferias, Congresos y Negocios. (Ibid, 2012).

b. Elementos de infraestructura

Se incluye toda la estructura y parque de transporte, como la de las líneas aéreas, marítimas, de carreteras. Permiten disfrutar turísticamente de los anteriores y adecuar las condiciones en donde se asientan los componentes privados. (Ibid, 2012).

c. Alojamiento y restauración

Instalaciones para el alojamiento y necesidades relacionadas con el mismo. (Ibid, 2012).

d. Elementos complementarios

Como bares, cabernas, cafés, instalaciones de divertimento, parques y jardines. (Ibid, 2012).

E. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

1. Definición

Una organización puede estructurarse de diferentes maneras y estilos, dependiendo de sus objetivos, el entorno y los medios disponibles. La estructura de una organización determinará los modos en los que opera en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar.

Es por tanto la estructura organizacional la que permite la asignación expresa de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a diferentes personas, departamentos o filiales. En esta sección analizaremos el proceso que siguen las organizaciones para decidir cuál debe ser su estructura organizacional y posteriormente veremos los tipos más habituales de estructuras que podemos encontrarnos distinguiendo entre: formales e informales, jerárquicas y planas y por último veremos un resumen de los tipos de estructuras según han ido evolucionando con el tiempo. (HUTT G, MARMIROLI M, 2010).

2. Elementos de la organización

Los objetivos deben ser verificables, precisos y realizables. Para que sean precisos deben ser cuantitativos y para ser verificables deben ser cualitativos.

- Tiene que haber una clara definición de los deberes, derechos y actividad de cada persona.
- Se tiene que fijar el área de autoridad de cada persona, lo que cada uno debe hacer para alcanzar las metas.
- Saber cómo y dónde obtener la información necesaria para cada actividad. Cada persona debe saber dónde conseguir la información y le debe ser facilitada. (HUTT G, MARMIROLI M, 2010).

3. Clasificación de la organización

a. Organización formal

Organización formal es un conjunto fijo de normas, estructuras y procedimientos para ordenar una organización. Como tal, se suele fijar por escrito, con un lenguaje de reglas que ostensiblemente deja el menor margen para la interpretación. En algunas sociedades, y en alguna organización, estas reglas pueden seguirse estrictamente, en otros, pueden ser poco más que un formalismo vacío. (HUTT G, MARMIROLI M, 2010).

b. Organización informal

La organización informal es la estructura social que regula la forma de trabajar dentro de una organización en la práctica. Es el conjunto de comportamientos, interacciones, normas, relaciones personales y profesionales a través del cual el trabajo se hace y se construyen las relaciones entre las personas que comparten una organización común. Se compone de un conjunto dinámico de relaciones personales, las redes sociales, comunidades de interés común, y las fuentes de

motivación emocional. La organización informal se desarrolla orgánicamente y de manera espontánea en respuesta a cambios en el entorno de trabajo, el flujo de personas, y la compleja dinámica social de sus miembros. (HUTT G, MARMIROLI M, 2010).

F. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

1. Estrategia de comercialización

Es una estructura de un plan de mercadeo y promoción; la promoción se realiza a nivel de imagen del destino y la comercialización se realiza con los paquetes específicos, puestos en el mercado por los empresarios. (FERNÁNDEZ, V. 2006).

2. Canales de distribución

a. Distribución directa

Es aquel en el que no existen intermediarios entre prestatario y consumidor final. Esto no quiere decir que nadie asuma las funciones de distribución. El propio prestador es el que las realiza a través de sus propios recursos, es decir, negocia directamente con los consumidores. (OJEDA. C, MARMOL, P. 2012).

b. Distribución indirecta

Es aquel en el que existen intermediarios entre prestatario y consumidor final, es decir, que se hará uso de los distribuidores para hacer llegar el producto o servicio al consumidor final, con el fin de actuar de canal facilitador de los productos y servicios turísticos y que actúan como representantes de la empresa productora ante los consumidores. Suelen actuar en los mercados emisores facilitando el acceso a los destinos y productos del sector. Entre las partes se deben

establecer acuerdos para el buen funcionamiento de las mismas. (OJEDA. C, MARMOL, P. 2012).

3. Marketing MIX adaptada a las 4Cs

Las 4Ps del marketing era una herramienta de gran importancia que ayudaba a desarrollar un vínculo más cercano con el cliente. Sin embargo, con el transcurso de tiempo remplazado por los 4 Cs que son: el **consumidor**, el **costo**, la **conveniencia** y la **comunicación**.

a. **Producto (Cliente)**

No basta con tener un producto para vender. Ahora se requiere desarrollar un producto o servicio que el cliente pida. Los clientes cada día están más informados y son más selectivos. Los esfuerzos de las empresas ahora se orientan no sólo a ofrecer un buen producto, sino un buen servicio. (RAMÍREZ, J. 2014)

b. **Promoción (Comunicación)**

Mencionamos en el párrafo anterior que los clientes ya están más informados. Ya no se creen tan fácilmente lo que los comerciales les dicen. Ya cuestionan los anuncios, ya se asesoran. Ahora se trata de hacer campañas interactivas con los clientes. Es por esto que ahora hay que aprovechar todos los mecanismos de comunicación (internet, mensajes celulares, etc) para establecer una comunicación con los clientes, para informarles, con permiso de ellos, de las ventajas de nuestra empresa y de nuestros productos. (RAMÍREZ, J. 2014)

c. **Precio (Costo)**

Es cierto que uno de los puntos clave en el atractivo de un producto es el precio, a todos nos gusta ver precios bajos pero en este mundo tan competitivo y lleno de productos similares, es necesario destacar de otras maneras.

El costo, se refiere al esfuerzo que le costará a la persona adquirir un determinado bien o servicio, así como si este le resultará fácil y económico de usar. (RAMÍREZ, J. 2014)

d. Plaza (conveniencia)

Plaza es el lugar donde llega el cliente a hacer sus compras. Facilitar la compra (por medio de internet, por teléfono etc.), aceptar diferentes medios de pago, contar con lugares de estacionamiento, vías de acceso, entrega a domicilio, horarios más amplios, etc. es hacerle más conveniente al cliente en venir con nosotros. (RAMÍREZ, J. 2014)

G. ESTUDIO AMBIENTAL

1. Definición

Se llama evaluación de impacto ambiental o estudio de impacto ambiental (EIA) al análisis, previo a su ejecución, de las posibles consecuencias de un proyecto sobre la salud ambiental, la integridad de los ecosistemas y la calidad de los servicios ambientales que estos están en condiciones de proporcionar. (RODRÍGUEZ, J.2006).

La EIA se ha vuelto preceptiva en muchas legislaciones. Las consecuencias de una evaluación negativa pueden ser diversas según la legislación y según el rigor con que ésta se aplique, yendo desde la paralización definitiva del proyecto hasta su ignorancia completa. (RODRÍGUEZ, J.2006).

El EIA se refiere siempre a un proyecto específico, ya definido en sus particulares tales como: tipo de obra, materiales a ser usados, procedimientos constructivos, trabajos de mantenimiento en la fase operativa, tecnologías utilizadas, insumos. (RODRÍGUEZ, J.2006).

2. **Impacto ambiental**

Es la alteración positiva o negativa del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada. Se dice también que es todo cambio o modificación física, química, cultural, socioeconómico que se da en el ambiente o el hombre por la acción de un proyecto en particular, es también el producto final de los efectos, representado por las variaciones en los atributos del medio expresadas en términos cualitativos o cuantitativos. (CAJAS, C. 2008)

H. **ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

1. **Definición**

Este estudio brinda una buena idea sobre cuál es la estructura óptima de la gerencia financiera. Permite identificar las necesidades de liquidez y de fondo de inversión, para así construir y negociar el plan de financiamiento del proyecto. El estudio financiero necesariamente inicia de manera muy exploratoria, en un análisis de los aspectos financieros que podrían incidir sobre la misma viabilidad de la iniciativa. En la medida que se avance sobre la selección de una alternativa, el estudio financiero profundiza en los pormenores de depreciación, financiamiento y estrategia de gerencia financiera (MORA, A 2010).

2. **Tipos de costo**

a. **Según el área donde se consume:**

- 1) **Costo de producción:** Son los costos que se generan en el proceso de transformación la materia prima en productos terminados: se clasifican en materia prima, mano de obra directa e indirecta, CIF y contratos de servicios. (THOMPSON, L 2008).

- 2) **Costos de distribución:** Son los que se generan por llevar el producto o servicio hasta el consumidor final. (Ibid, 2008)
- 3) **Costo de administración:** son los generadores en las áreas administrativas de la empresa. Se denomina gastos. (Ibid, 2008)
- 4) **Costos de financiamiento:** son los que se generan por el uso de recursos de capital. (Ibid, 2008)

b. Costo de acuerdo a su identificación

- 1) **Directos:** Son costos que se pueden identificar fácilmente con el producto, servicio, precio o departamento. Son costos directos el material directo y la mano de obra directa (Ibid, 2008)
- 2) **Indirectos:** su monto global se conoce para toda la empresa o para un conjunto de productos. Es difícil asociarlos con un producto o servicios específicos. Para su asignación se requieren base de distribución. (Ibid, 2008)

3. Estructuración del costo

A continuación se presentan las diferentes fases y actividades que facilitan un proceso participativo de estructuración de costos. Cabe indicar que el objetivo central de este proceso es crear los fundamentos para la generación de información significativa para la toma de decisiones, por tanto, las fases que se presentarán no sólo comprenden el diseño sino la operación de centros de costos. (MARTINEZ, R 2013)

También es importante señalar que de acuerdo a la complejidad interna y necesidades particulares de una organización los pasos descritos son fáciles de ajustarse a fin de reflejar requerimientos específicos. Lo que se presenta no es una fórmula a seguir paso a paso o un proceso lineal, sino,

un conjunto de lineamientos que facilitan el proceso de estructuración de costos. (MARTINEZ, R. 2013)

4. **Punto de equilibrio**

Es el nivel de ventas que permite cubrir los costos, tanto fijos como variables. Dicho de manera más simple, es el punto en el cual la empresa no gana ni pierde, es decir, su beneficio es igual a cero. (SALES, A. 2005).

Si el punto de equilibrio determina el momento en el que las ventas cubren exactamente los costos, entonces, un aumento en el nivel de ventas por encima del nivel del punto de equilibrio, nos dará como resultado algún tipo de beneficio positivo. Y así, una disminución ocasionará pérdidas. Este cálculo es útil, al comienzo, para conocer el nivel mínimo de ventas a fin de obtener beneficios y recuperar la inversión. Una vez en marcha el emprendimiento, vas a poder saber si el nivel de ventas alcanza para cubrir costos, y de no ser así, podrías realizar cualquier modificación que sea conveniente. (SALES, A. 2005).

a. **Formula del punto de equilibrio**

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Precio de venta unitario}}}$$

En este caso, primero dividí el costo variable unitario por el precio de venta unitario, después restas 1 menos esa división. Finalmente dividís el costo fijo por el resultado que obtuviste, o sea, 1 menos el costo variable dividido el precio de venta. Con este cálculo tienes tu punto de equilibrio en ingresos, es decir, en pesos cuántos paquetes necesitas vender para cubrir los costos. (SALES, A. 2005)

5. Impacto Económico

En este tipo de estudios se cuantifica el impacto en la economía de un proyecto de inversión determinado. La decisión de promover un proyecto de inversión puede tener efectos importantes tanto en la generación de actividad económica como en la creación de ocupación. La nueva inversión, que inicialmente adopta una expresión monetaria, se traduce eventualmente en una demanda de bienes finales que, en el proceso de producción, genera actividad económica que beneficia el conjunto de todos los agentes económicos. (DIDIÉR, J. 2007).

6. Inversión del capital de trabajo

El capital de trabajo es la inversión de una empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventarios). El capital de trabajo neto se define como los activos circulantes menos los pasivos circulantes; estos últimos incluyen préstamos bancarios, papel comercial y salarios e impuestos acumulados. Siempre que los activos superen a los pasivos, la empresa tendrá capital neto de trabajo, casi todas las compañías actúan con un monto de capital neto de trabajo, el cual depende en gran medida del tipo de industria a la que pertenezca; las empresas con flujo de efectivo predecibles, como los servicios eléctricos, pueden operar con un capital neto de trabajo negativo, si bien la mayoría de las empresas deben mantener niveles positivos de este tipo de capital. (DIDIÉR, J. 2007).

7. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico. (DIDIÉR, J. 2007).

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la tasa de descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido. (DIDIER, J 2007).

8. Valor actual neto

El Valor actual Neto (VAN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las P y MES. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor. (Ibid, 2007)

Es importante tener en cuenta que el valor del Valor Presente Neto depende de las siguientes variables: La inversión inicial previa, las inversiones durante la operación, los flujos netos de efectivo, la tasa de descuento y el número de periodos que dure el proyecto. (DIDIER, J. 2007)

9. Relación beneficio –costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. (Ibid, 2007).

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas

partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador. (Ibid, 2007).

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. (Ibid, 2007)

a. Cálculo relación beneficio costo

Se toma como tasa de descuento la tasa social en vez de la tasa interna de oportunidad.

Se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto.

Se trae a valor presente los egresos netos de efectivo del proyecto.

Se establece la relación entre el VAN de los Ingresos y el VAN de los egresos.

Importante aclarar que en la B/C se debe tomar los precios sombra o precios de cuenta en lugar de los precios de mercado. Estos últimos no expresan necesariamente las oportunidades socio-económicas de toda la colectividad que se favorece con el proyecto, de ahí su revisión, o mejor, su conversión a precios sombra. (DIDIER, J. 2007)

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERÍSTICAS DE LUGAR

1. Localización

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la parroquia Juncal, cantón Cañar provincial de Cañar.

2. Ubicación geográfica

Coordenadas proyectadas UTM Zona 17S; Datum WGS 84.

X 727838 E

Y 97243965 N

Altitud: 2.800 m.s.n.m

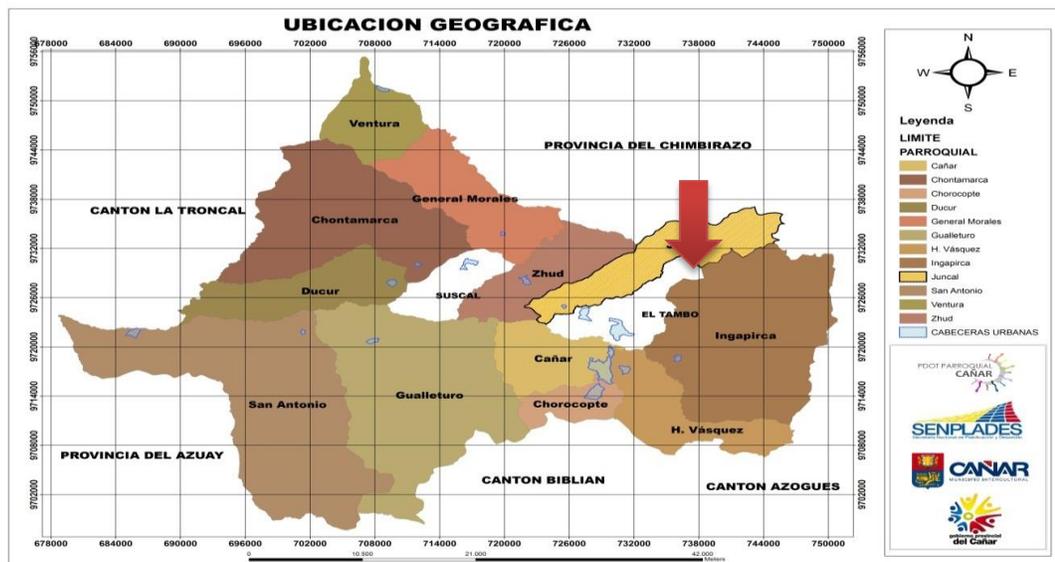


Gráfico N° 2: Mapa físico del Cantón Cañar

Fuente: ODEPLAN y Gobierno Municipal Autónomo Intercultural del Cañar 2011.

Las comunidades que conforma la Parroquia Juncal son: Tungulay, Warawin, Charcay, Yaculoma, Timpur, Canchaguzo (PDOTJ, 2011).

3. Límites

Norte: Con la provincia de Chimborazo y parte del Área comunal de la Parroquia Zhud.

Sur: Con las comunidades de Silante Alto y Sisid de la Parroquia Ingapirca y las comunidades de Chuichun, Romerillo, Absul, Jalupata y Caguanapamba del Cantón El Tambo.

Este: Con una Parte de la Provincia de Chimborazo.

Oeste: Con la comunidad Zhud Colla y Gun Grande de la parroquia Zhud y la Shayacrumi de la Parroquia Cañar (PDOTJ, 2011).

4. Características climáticas

La temperatura media anual fluctúan entre 12°C y 20°C, mientras que la precipitación es de 500mm al año; la humedad relativa está comprendida entre el 50% y 80% y la insolación siempre supera las 1600 horas por año, se encuentra presente en parte de las Comunidades de Yaculoma, Tungulay, Warawin y Centro Parroquial (PDOTJ, 2011).

5. Clasificación ecológica

En base a la información obtenida PDOT de la Parroquia Juncal cuenta con la siguiente vegetación:

a. **Bosque siempre verde montano alto**

Esta formación incluye la Ceja Andina, vegetación de transición entre el bosque montano alto y el páramo, extendiéndose desde 3000 a 4000 m de altitud. En el norte y centro de la cordillera Oriental se extiende dentro de una franja más angosta que en las estribaciones occidentales (2900–3600 m), y al sur de la misma, va desde 2800 hasta 3100 m (LOZANO 2002).

b. Bosque de neblina montano y montano bajo

El bosque de neblina montano, presente a lo largo de las estribaciones de las cordilleras Occidental y Oriental, se encuentra desde 1800 hasta 3000 m de altitud. (PDOTJ, 2011).

c. Matorral seco montano

Esta formación de la Sierra, presente al norte, centro y sur de los valles interandinos, corresponde a los valles secos ubicados entre 1400 y 2500 m. El estrato arbóreo es disperso, con árboles que alcanzan un máximo de 8 a 10 m de altura y poseen tallos sinuosos. (PDOTJ, 2011).

d. Páramo herbáceo

En el norte y centro de la cordillera Oriental, los páramos son similares a los de la cordillera Occidental, pero son por lo general más húmedos. Se encuentran en la mayoría de localidades desde 3400–3500 a 4000 m. Grandes áreas en estos páramos están cubiertas por densas asociaciones de musgos con arbustos y hierbas en lugares pantanosos y son conocidas localmente como tembladeras (Valencia *et al.* 1999b). (PDOTJ, 2011)

6. Materiales y equipos

a. Materiales de oficina

Libreta de campo, esferos, resma de papel bond, lápiz, borrador, marcadores, papelotes, cinta adhesiva.

b. Equipos

Equipos de cómputo, cámara fotográfica, flash memory, y GPS.

B. METODOLOGÍA

1. Validación del potencial turístico de la parroquia Juncal

a. Diagnóstico situacional

Se validó el diagnóstico situacional de la parroquia Juncal (CUNIN, 2013) mediante información primaria y secundaria.

1) Información primaria

Para recopilar la información se realizaron talleres participativos conjuntamente con el GAD parroquial, y con los representantes de cada una de las comunidades (Charcay, Warawin, Yaculoma, Tungulay, Tumpurpamba, Canchaguzo y la cabecera Parroquial). Además se realizaron salidas de campo que ayudaron a verificar y validar la información obtenida en los talleres. Para lo cual se utilizó la ficha del diagnóstico situacional.

Cuadro N° 2. Elementos de un diagnóstico situacional

AMBITOS	INFORMACION A RECABAR
Físico espacial	<ul style="list-style-type: none"> • División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad) • Límites • Vías de acceso
Socio cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Etnicidad (nacionalidad y pueblo) • Historia • Población (Total habitantes, número de familias, distribución por género y edad) • Migración • Nivel de instrucción • Profesión u ocupación • Servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos)

AMBITOS	INFORMACION A RECABAR
	<ul style="list-style-type: none"> • Vivienda (tipo, propiedad, características) • Salud • Educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes) • Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio) • Comunicación • Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico) • Combustibles utilizados • Abastecimiento de productos
Ecológico territorial	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural) • Clasificación ecológica • Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas) • Hidrología • Problemas ambientales
Económico productivo	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades económicas (tipo, ocupación) • Desarrollo actual del turismo en la zona • Participación o interés de la población en el desarrollo turístico
Político administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones) • Asociatividad (organizaciones) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico • Instituciones que trabajan en la zona

Fuente: TIERRA P, 2010. Texto Básico de Planificación Territorial.

2) Información secundaria

Se realizó una revisión y un análisis del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Juncal.

b. Inventario de los atractivos naturales y culturales

Se validó el inventario de los atractivos naturales y culturales mediante talleres de socialización con los directivos de cada una de las comunidades. Para lo cual se utilizó las fichas de inventario propuesto por MINTUR 2004 modificada por los Ing. Cajas, C y Tierra P (2007), posteriormente se procedió a la clasificación de atractivo según: categoría, tipo, subtipo y finalmente se jerarquizó por categorías los atractivos naturales y culturales: I, II, III, IV, en relación al puntaje obtenido en la valoración.

Para realizar el inventario del patrimonio inmaterial, se utilizó la metodología ABACO propuesta por Instituto Nacional De Patrimonio Cultural (INPC).

c. Elaboración del estudio de mercado mediante el análisis de la demanda y oferta

En cuanto al estudio de mercado se realizó un análisis de la oferta, demanda y la confrontación oferta vs demanda.

1) Análisis de la demanda

a) Segmentación del mercado

El segmento de la demanda estuvo conformado por los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el Complejo Arqueológico Ingapirca durante el año 2013.

2) Universo

Dado que la zona no está desarrollada turísticamente (ITUR CAÑAR, 2013), se consideró el universo de estudio al centro turístico más cercana que haya tenido mayor afluencia de turistas

nacionales y extranjeros en el año 2013, tal es el caso del Complejo Arqueológico Ingapirca que recibió un total de **91.346** turistas.

Cuadro N° 3. Tabla de distribución del universo.

Turistas	Número	Porcentaje %
Extranjeros	26.064	29%
Nacionales	65.282	71%
TOTAL	91.346	100%

Fuente: Estadísticas del Complejo Arqueológico Ingapirca 2013.

3) Muestra

Para determinar el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula de CANAVOS para los dos segmentos de mercado.

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo

e = Margen de error (8%)

z = Constancia de corrección de error (1,96)

p = Probabilidad de ocurrencia del evento (0.5)

q = Probabilidad de no ocurrencia de un evento (0.5)

4) Distribución de la muestra

Cálculo de la muestra para los turistas nacionales

$$N = \frac{65.282 * 0.5 * 0.5}{65.281 (0.08 / 1,96)^2 + 0.5 * 0.5}$$

$$N = 152$$

Se aplicaron **152** encuesta.

Cálculo de la muestra para los turistas extranjeros

$$N = \frac{26.064 * 0.5 * 0.5}{26.064 (0.08 / 1,96)^2 + 0.5 * 0.5}$$

$$N = 149$$

Se aplicaron **149** encuestas.

5) Técnicas e instrumento

Para realizar el análisis de la demanda se utilizó la técnica de la encuesta, y el cuestionario como instrumento de trabajo, el mismo que contiene preguntas cerradas y de selección múltiple (Anexo 1).

Para sistematizar la información se utilizó el sistema informático SPSS versión 10 posteriormente los datos fueron presentados en cuadros y gráficos con su correspondiente análisis e interpretación.

6) Caracterización de la demanda

La demanda fue caracterizada de acuerdo al tipo de segmento geográfico, psicográfico y demográfico.

7) Determinación del perfil del turista

El perfil del turista nacional y extranjero se determinó en base a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros.

8) Confrontación de oferta - demanda

Con la información obtenida se procede a realizar el balance de la demanda-oferta, es decir, la determinación de la demanda insatisfecha y potencial.

Para lo cual se aplicó la fórmula del incremento compuesto que es la siguiente:

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

C_n = año de proyección de 2015- 2019

C_o = demanda que recibió el Complejo Arqueológico Ingapirca en el año 2013.

i = incremento de turista anualmente

n = año a proyectarse es de 5 años.

9) Demanda potencial insatisfecha

Para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha se aplicó la siguiente formula.

$$DPI = D - O$$

DPI= demanda potencial insatisfecha

D= demanda

O= oferta

10) Análisis de la oferta

El análisis de la oferta se realizó en base a:

11) Oferta actual

Se identificaron los servicios turísticos que actualmente dispone la parroquia Juncal, para el desarrollo de la actividad turística.

12) Competencia

Dado que la modalidad de turismo comunitario en el cantón Cañar ha motivado el desarrollo de la actividad turística en comunidades aledañas a la parroquia Juncal, se consideró como competencia a los CTC del cantón Cañar, que ofertan productos similares al que aspira ofertar la parroquia Juncal.

d. Análisis situacional

Para validar el análisis situacional se realizó talleres de socialización, donde se identificaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que influyen de forma positiva y negativa en el desarrollo turístico del sector, mediante la matriz FODA.

Posteriormente se identificaron los nudos críticos de los resultados obtenidos de la matriz FODA, para priorizar se aplicó la siguiente tabla de valores.

Cuadro N° 4. Tabla de valores para la priorización de nudos críticos.

Número	Dificultad	Impacto	Duración
1	Bajo	Bajo	Corto plazo
2	Medio	Medio	Mediano plazo
3	Alto	Alto	Largo plazo

Fuente: JARA, J. 2011. ESPOCH. Prácticas pre profesionales II.

Finalmente se definieron estrategias de cambio en relación a nudos críticos más importantes que afectan al desarrollo del turismo de la parroquia Juncal.

2. Determinación de la viabilidad técnica del producto

Para determinar la viabilidad técnica se propuso realizar lo siguiente:

a. Necesidades de un planta turísticas por áreas

Se identificó una planta turística necesaria por áreas como: alimentación, hospedaje, recepción y sala de espera, recreación y parqueadero.

b. Localización

El producto turístico se localizará en la cabecera parroquial, en el sector de Zhullín debido a la cercanía de los atractivos turísticos y a los servicios complementario.

c. Tamaño (capacidad instalada)

La planta turística dispondrá de una capacidad instalada por área, es decir que el área de alimentación dispondrá de una capacidad para 32 pax, el hospedaje contará con una capacidad para 18 pax, la recepción y sala de espera tendrá una capacidad para 15 pax, mientras que el parqueadero poseerá una capacidad para 10 vehículos.

d. Diseño de una ruta turística

A partir de los resultados obtenidos de los gustos y preferencias de los turistas e inventario de los atractivos naturales y culturales de la parroquia se procedió a elaborar las rutas turísticas.

e. Diseño de paquetes turísticos

La elaboración de los paquetes turísticos se realizó en base al estudio de mercado. La estructura técnica toma como referencia el esquema propuesto por Tierra, P. 2011, en su texto básico de Paquetes Turísticos. En el cual se sugieren los siguientes componentes:

- Denominación
- Código
- Carácter
- Estilo
- Dificultad
- Idioma de guianza
- Duración
- Recorrido
- Centro de operación
- Itinerario
- Descripción del paquete
- Requerimiento de la visita
- Servicios que incluye
- Servicios que no incluyen
- Facilidades turísticas
- Precio observaciones
- Mapas y fotografías

Además se realizó el análisis de costo que incluye:

- Costo general
- Costos individuales
- Gastos administrativos y de depreciación
- Precio neto
- Precio gross

f. Proponer estrategias de comercialización

La comercialización del producto se realizará mediante canales de distribución directa e indirecta, además de propuso las estrategias de comercialización, en base al mix del marketing de las 4Cs.

- Estrategias de comercialización de Cliente
- Estrategias de comercialización de Costo
- Estrategias de comercialización de Conveniencia
- Estrategias de comercialización de Comunicación

3. Determinación de la viabilidad administración - legal

Para determinar la viabilidad administrativa – legal se revisó el marco legal de la Constitución Política del Ecuador, Ley de turismo, Ley de Economía Justa y Solidaria, Reglamentos de Centros de Turismo comunitario mediante el cual se definirá la figura legal.

Además se realizó una propuesta de una estructura orgánica funcional, un manual procedimientos y funciones.

4. **Determinación de la viabilidad socio- ambiental y socio-cultural**

Para determinar la viabilidad socio-ambiental y socio-cultural se utilizó la matriz de Lázaro Lagos el cual permitió identificar los impactos y su carácter favorable o adverso.

5. **Determinación de la viabilidad económico financiero**

Se realizó en base a la viabilidad técnica y a los objetivos antes mencionado, para lo cual se procedió a determinar lo siguiente:

- Costos fijos
- Costos variables
- Determinación del precio de venta al público de los productos turísticos
- Punto de equilibrio

Además se realizó la evaluación financiera (Flujo de caja, valor actual neto, periodo de recuperación del capital, relación beneficio costo, tasa interna de retorno).

V. RESULTADOS

A. DETERMINACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA JUNCAL

1. Validación del diagnóstico situacional

a. Ámbito físico-espacial

1) División política – administrativa

a) Localización

La Parroquia Juncal se encuentra situado al noreste del Cantón Cañar, provincia de Cañar, entre las coordenadas proyectadas UTM Zona 17S; Datum WGS 84.

X 727838 E

Y 97243965 N

Los rangos altitudinales van desde los 1.500 a 4.500 m.s.n.m.

La superficie es de 10093,7 ha.

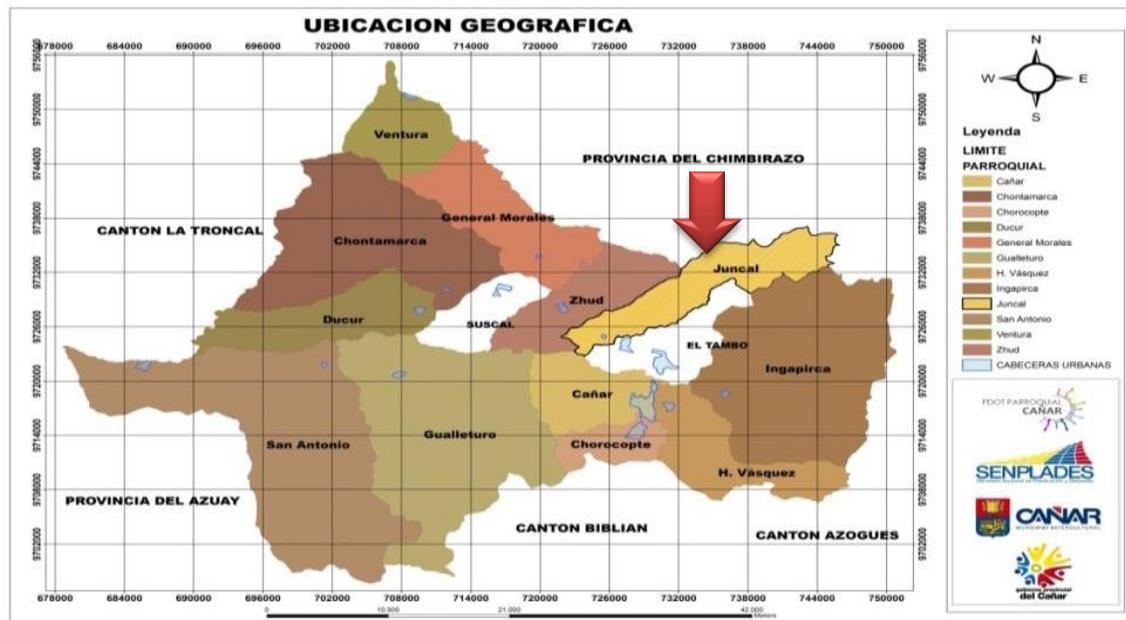


Gráfico N° 3: Mapa físico del Cantón Cañar.

Fuente: ODEPLAN y Gobierno Municipal Autónomo Intercultural del Cañar 2011.

Las comunidades que conforman la Parroquia el Juncal son:

Cuadro N° 5. Comunidades y superficie de la parroquia Juncal

Comunidad	Superficie/Ha
Centro Parroquial	40,67
Warawin	8,95
Tungulay	244,38
Charcay	731,07
Timpurpamba	105,12
Canchaguzo	59,84
Yaculoma	1287,68
Área protegida	7.615,98
Total	2477,71

Fuente: ODEPLAN y Gobierno Municipal Autónomo Intercultural del Cañar 2011.

b) Límites

Norte: Con la provincia de Chimborazo y parte del Área comunal de la Parroquia Zhud.

Sur: Con las comunidades de Silante Alto y Sisid de la Parroquia Ingapirca y las comunidades de Chuichun, Romerillo, Absul, Jalupata y Caguanapamba del Cantón El Tambo.

Este: Con una Parte de la Provincia de Chimborazo.

Oeste: Con la comunidad Zhud Colla y Gun Grande de la parroquia Zhud y Shayacrumi perteneciente a la Parroquia Cañar (PDOTJ, 2011).

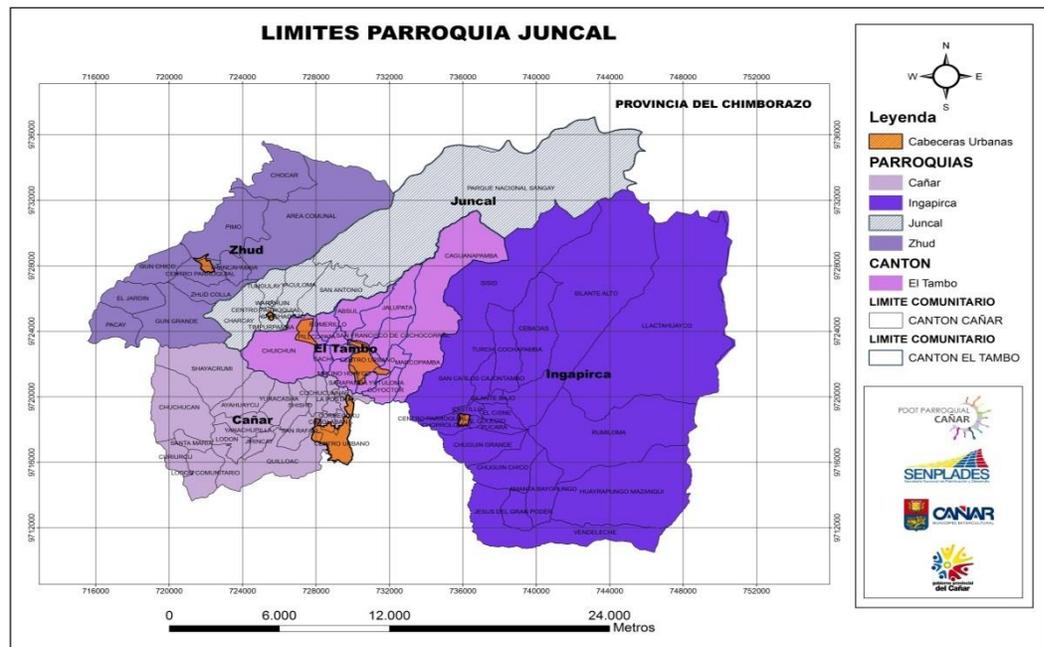


Grafico N°4. Límites de la Parroquia Juncal

Fuente: ODEPLAN y Gobierno Municipal Autónomo Intercultural del Cañar 2011

c) Vías de acceso

La parroquia Juncal se encuentra a 16 km del cantón Cañar, las vías de acceso para visitar este lugar son: de primer orden asfaltado en buen estado y las vías de segundo orden carrozables que conecta las siete comunidades con la cabecera parroquial que se encuentra en buen estado y son utilizados para transportar productos agrícolas y ganaderas, sin embargo existen chaquiñanes que son senderos más transitados por los comuneros. Además existe un tramo de la línea férrea deshabilitado en la actualidad.

b. Ámbito socio – cultural

1. Etnicidad (nacionalidad y pueblo)

La población de la Parroquia Juncal, se autoidentifica como parte de la Nacionalidad Kichwa del Pueblo Cañari, por sus costumbres y valores heredados de sus ancestros.

Históricamente la parroquia Juncal fue una comarca Cañarí, su terminología proviene de una planta de carrizo llamada “junco” el cual existía con abundancia en esta zona actualmente se encuentra en peligro de extinción.

La creación de la Parroquia Juncal data desde el 22 de Noviembre de 1942.

2. Vestimenta

Vestimenta de la mujer

La mujer Juncaleña se identifica por su vestimenta típica, como: la pollera de bayeta elaborado con lana de borrego de color rojo y negro bordado con colores llamativos, una buza blanca bordada a mano de varios colores, sombrero de lana adornada con flores, utilizan también la huallkarina al igual que la pollera es elaborada con lana de borrego, para agarrar utilizan el tupo este era de oro y plata de acuerdo a la condición económica de las familias al igual que los aretes, y otros adornos son los collares de color rojo verde y azul de piedra, además utilizaban las alpargatas u oshotas de caucho.

Debido al clima frío las mujeres se ponían dos a tres polleras, pero la primera prenda era utilizado como canguro, para colocar las semillas al momento de la siembra tenía el mismo uso en la cosecha en algunos casos también era utilizado para llevar a los bebés.

Pero con el transcurso de los años esta vestimenta ha cambiado principalmente en la pollera, la juventud actual ya no se pone dos ni tres polleras sino únicamente una pollera de una tela más delgada y de algodón, las demás prendas aún se conserva.



Foto N° 1: Vestimenta de la mujer Juncaleña **Por:** Ana Cunín

Vestimenta del hombre

Los hombres vestían pantalón de bayeta elaborado con lana de oveja, un poncho de color rojo con rayas verde, azul, amarillo, que representa la gran riqueza que posee la parroquia, una kushma que es similar a un camión de color negro y se amaran con un faja en la cintura que le ayuda dar más fuerza en los trabajos, una camisa blanca bordada con colores llamativos al igual que la mujeres los hambres también utilizan el sombrero y las oshotas.

En la actualidad esto ha cambio debido a la migración, casi nadie utiliza esta vestimenta, siendo el carnaval la única fecha apropiada para utilizar esta atuendo.



Foto N° 2: Vestimenta del hombre Juncaleño

Por: Ana Cunín

3. Población género y edad

Según el diagnóstico participativo del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2013, se registró una población total de 2.278 habitantes distribuido de la siguiente manera: niños menores a 1 año 2,7%, niños de 1 a 10 años 18,5%, adolescentes de 11 a 15 años 12,2 %, jóvenes de 16 a 30 años 23,5%, adultos de 31 a 64 años 32,4% y los adultos mayores representan el 10,5% de la población total. Estos datos dan como resultado que la población actual de la parroquia con mayor porcentaje se encuentra entre las edades de 31 a 64 años esto se debe al alto índice de la migración que existe en la parroquia.

Cuadro N° 6. Población total por género, edades, número y porcentaje

Grupo de edades	Hombre		Mujer		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%
Niños < 1 año	25	1,1	37	1,6	62	2,7
Niños 1- 10 año	212	9,3	210	9,2	422	18,5
Adolescentes 11-15	148	6,5	131	5,8	279	12,2
Jóvenes 16- 30	231	10,1	305	13,4	536	23,5
Adulto 31- 64	351	15,4	388	17,0	739	32,4
Adulto mayor 65	115	5,0	125	5,5	240	10,5
Total	1.082	47,5	1.196	52,5	2278	100

Fuente: CUNÍN, A. 2013. ESPOCH. Prácticas pre profesionales I.

4. Migración

a. Migración interna

La migración dentro del país ha sido principalmente a las ciudades de Quito, Riobamba, Cuenca y Cañar por razones de estudios y trabajos. Las personas que han migrado por trabajo se desempeñan en instituciones públicas y privados, también en construcción y como empleadas domésticas.

A pesar que algunas personas han tenido acceso a estudios superiores cabe recalcar que han sido víctimas de la discriminación y como consecuencia han tenido pocas oportunidades de empleo y bajas remuneraciones.

b. Migración externa

La migración fuera del país se ha dado principalmente a los países como: Estados Unidos, España y Canadá. El 17% de la población total se encuentra fuera del país entre hombre y mujeres desempeñándose en labores como: construcción, limpieza de hoteles, restaurantes y algunos en el área agrícolas.

Las personas migran al extranjero, para mejor las condiciones de vida propia y de sus familias; manifiestan que en el Ecuador no existen las condiciones favorables para vivir dignamente, añoran en algún momento regresar al país.

5. Educación

a. Nivel de instrucción

En Juncal existen cuatro escuelas de las cuales tres son hispanas y una bilingüe, con un total de 454 estudiantes y 41 profesores el cual se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 7. Número de estudiantes y profesores

Nombre de la escuela	Clase	Jornada	N° estudiantes	N° profesores
Federico Proaño	Hispana	Diurna	171	8
4 de junio	Hispana	Diurna	154	9
Carlos Fernández Córdova	Hispana	Diurna	78	6
Ángel María Zamora	Bilingüe	Diurna	51	5
TOTAL			454	41

Fuente: CUNÍN, A. 2013. ESPOCH. Prácticas pre profesionales I.

En Juncal además de las escuelas existe un colegio bilingüe, con un total de 102 estudiantes y con 12 profesores tiene dos jornadas diurna y nocturna, con la especialidad de contabilidad, informática. Estos establecimientos educativos cuentan con una buena infraestructura básica con su correspondiente equipamiento (mesas, sillas en buenas condiciones, centro de computación e internet).

6. Analfabetismo

La población analfabeta actualmente es de 54 personas de las cuales 34 son mujeres, situación que refleja la inequidad de género, esto se debe a que antiguamente los padres de familia no daban importancia a la educación de las niñas ya que ellas eran destinadas a colaborar en los quehaceres domésticos y cuidado de los animales, únicamente los hombres tenían acceso y estaban en capacidad de estudiar.

Según el diagnóstico participativo en cada una de las comunidades que conforman la parroquia, existen programas de alfabetización impulsado por el Ministerio de Educación. Mediante este programa se pretende minimizar el número de personas analfabetas para el año 2014.

7. Servicios básicos disponibles

a. Sistema de agua para el consumo humano

En la parroquia Juncal de las siete comunidades seis cuentan con agua potable las 24 horas del día, siendo la comunidad Timpurpamba la única que dispone de agua entubada durante ciertas horas al día, a pesar de las gestiones realizadas por las autoridades no ha sido posible mejorar la calidad de la misma, pese a esta situación la mayor parte de la población a sido víctimas de enfermedades gástricas.

En esta misma comunidad existen dos familias que no dispones de agua, y se abastecen de una vertiente para el consumo y limpieza.

8. Eliminación de las aguas servidas

El 73% de las familias disponen sistemas de saneamiento y al alcantarillado; el 14% de las familias eliminan las aguas servidas al aire libre, exponiéndose a enfermedades; el 9% utiliza el pozo ciego y tan solo el 4% hacen uso del pozo séptico la cual es construida para el uso de una sola familia.

Cuadro N° 8. Cobertura de sistema de saneamiento en número y porcentaje

Variable	Número	%
Alcantarillado	361	73
Pozo séptico	19	4
Pozo ciego	44	9
Aire libre	72	14
Total	496	100

Fuente: CUNÍN, A. 2013. ESPOCH. Prácticas pre profesionales I.

9. Eliminación de los desechos sólidos

La parroquia Juncal ha sufrido un deterioro ambiental, por lo que los comuneros han tomado medidas drásticas ante las autoridades competentes, con la petición de un carro recolector para los desechos sólidos, con el objetivo de minimizar la contaminación. El 84% de familias se benefician del servicio del carro recolecto, el 14% hogares eliminan los desechos a través de incineración; y tan solo el 2% de la población deposita la basura en terrenos baldíos.

Cuadro N 9°. Cobertura de eliminación de los desechos sólidos

Eliminación de la basura	Número	%
Carro recolecto	418	84
Terreno baldío	7	2
Incineración	70	14
Total	495	100

Fuente: CUNÍN, A. 2013. ESPOCH. Prácticas pre profesionales I.

10. Electricidad

Juncal desde el 1976 cuenta con energía eléctrica en todas las comunidades. La cobertura del servicio de electricidad se cataloga como muy buena el 98,8% de las familias de la zona cuenta con este servicio, el 1,2% restante no dispone del servicio y corresponde a familias de extrema pobreza.

Cuadro N°10. Cobertura de servicio de electricidad en número y porcentaje

Variables	Número	%
Con luz	492	98,8
Sin luz	6	1,2
Total	498	100

Fuente: CUNÍN, A. 2013. ESPOCH. Prácticas pre profesionales I.

11. Vivienda

a. Tipo de vivienda

Cuadro N° 11: Tipo de vivienda en número y porcentaje

Tipo de Vivienda	Número	%
Casa o Villa	227	45
Mediagua	268	53
Choza	7	1
Rancho	4	1
Total	506	100

Fuente: CUNÍN, A. 2013. ESPOCH. Prácticas pre profesionales I.

En Juncal el 53% de las viviendas son de tipo mediagua; 45% de las viviendas son casa o villa y el 1% representa a rancho con el mismo porcentaje las chozas las mismas que son construidas con materiales tradicionales. El alto porcentaje de las casas o villas se debe a la migración.

12. Salud

a. Centro de atención y servicios

El servicio de salud en la parroquia Juncal, es de carácter ambulatorio y domiciliario. Existen dos sub-centros uno en la cabecera parroquial, otro en la Comunidad Charcay. Atendidos por el personal de salud, conformado por un médico general, un odontólogo, una licenciada en enfermería y tres auxiliar de servicio, además de un dispensario médico del Seguro Social Campesino ubicado en la comunidad de Yaculoma, cabe recalcar que el 18% de familias son beneficiarias de este servicio.

La calidad del servicio en la cabecera parroquial es regular debido a que se encuentra en remodelación, el sub-centro de Caharcay y el seguro cuentan con una buena infraestructura, pero

cabe recalcar que los tres establecimientos se encuentran equipas en buenas condiciones, el personal que labora es amables.

En los talleres participativos que se realizaron en las comunidades manifestaron que requieren médicos especialistas en otras áreas.

13. Principales enfermedades

Las principales enfermedades en la Parroquia de Juncal es la parasitosis, infecciones respiratorias y amigdalitis esta incidencia de enfermedades respiratoria se debe al cambio brusco de temperatura.

Cuadro N° 12. Las principales enfermedades de los habitantes

Enfermedad	Número de personas
Parasitismo	445
Bronquitis	112
Síndrome gripal	282
Amigdalitis	109
Sinusitis	46
Gastritis	57
Total	1051

Fuente: CUNÍN, A. 2013. ESPOCH. Prácticas pre profesionales I.

14. La medicina tradicional

Existen siete personas que practican la medicina tradicional, entre curanderos parteras y fregadores los servicios que ofrecen son: limpias con cuy, huevo y plantas medicinales. Para los tratamientos de las enfermedades emplean varias plantas nativas de tipo medicinales, que se preparan de diferentes formas, así: aguas frescas, zumos, la aplicación de la dosis es de acuerdo a la edad y enfermedad la cual se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 13: Enfermedades y el uso de medicina tradicional

Enfermedades	Planta	Preparación
Dolor de cabeza	Las hojas de mora	Se calienta la hoja y se coloca la grasa

Enfermedades	Planta	Preparación
		de gallina.
Mal aire	Santa maría, ruda, romero floripondio al menos tres clases de colores, marco, poleo.	A todas estas plantas agrega el agua florida y se procede a realizar limpia por todo el cuerpo
Ira y susto	Sarcillo, toronjil, patacun panga	Se debe refregar las tres plantas con la mano en agua tibia cernir y servirse.
Gripe	Violeta, borraja, flor de mora, mortiño	Se prepara en infusión (tomar)
Dolores musculares	Matico y la ortiga	Se prepara en infusión lavar las zonas afectadas
Cólicos	Hola de naranja, enojo, pelo de choclo, manzanilla	Se prepara en infusión
Heridas	Geranio	Se coloca el insumo en la parte afectada
Dolores menstruales	Culantro de poso, moradillas, eneldo	Se prepara en infusión
Dolor del corazón	Patacun panga	Se prepara en infusión
Dolor de estomago	Manzanilla o raíz de cebolla	Se prepara en infusión
Nervios	Raíz de valeriana	Se prepara en infusión

15. Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio)

Existe un solo bus que sale desde la cabecera parroquial, hacia los cantones del Tambo y Cañar a las 6:30 de la mañana y retorna a la misma hora en la tarde, el costo es de 0,50 centavos de dólar para los adultos mayores y estudiantes es de 0,25 centavos de dólar.

El resto del día las personas que desean movilizarse lo hacen a través de camionetas, hasta la panamericana norte el costo es de 0,25 centavos de dólar y no tiene horario definido.

16. Combustibles utilizados para la preparación de alimentos

El 55% de hogares utilizan el gas como el combustible principal para cocinar sus alimentos y el 45% hacen uso de leña para cocinar los granos secos como: maíz, frejol, aba, arveja.

En los talleres participativos que se realizó los moradores manifiesta que hacen uso de la leña no solo para cocinar sino también para mantener caliente la casa en las tardes y noches frías.

Cuadro N°14. Tipo de combustible que utilizan

Combustible	Número	%
Gas	479	55
Leña	394	45
Total	873	100

Fuente: CUNÍN, A. 2013. ESPOCH. Prácticas pre profesionales I.

17. Abastecimiento de producto

Para la adquisición y venta de productos, los habitantes acuden a los mercados del cantón Cañar y Tambo. Años atrás se practicaba el intercambio de productos entre maíz y capulí, papas y zapallo, papas y gallina, costumbre que se ha desaparecido paulatinamente por el efecto de la migración.

c. Ámbito ecológico - territorial

1. Condiciones ambientales de la zona

La parroquia goza de un clima variado que se detalla a continuación:

a. Clima

i. Frío

El promedio de temperatura anual oscila entre los 4 y 6 °C, con presencia de fuertes heladas durante el año.

ii. Medio Templado

La temperatura anual varía entre 8-10° C, con evidencias de heladas durante todo el año, pero sobre todo en marzo y junio hasta octubre principalmente en las zonas agrícolas de Chuquiragua y San Carlos.

iii. Templado

La temperatura media anual varía entre 10-12 °C en las comunidades Shullin, Timpuamba y en la cabecera Parroquial. (PDOTJ, 2011).

2. Clasificación ecológica

Según SIERRA. (1999), la Parroquia Juncal cuenta con cuatro zonas de vida.

a. Bosque siempre verde montano alto

Esta formación incluye la Ceja Andina, vegetación de transición entre el bosque montano alto y el páramo, extendiéndose desde 3000 a 4000m de altitud. En el norte y centro de la cordillera Oriental se extiende dentro de una franja más angosta que en las estribaciones occidentales.

b. Bosque de neblina montano y montano bajo

El bosque de neblina montano, presente a lo largo de las estribaciones de las cordilleras Occidental y Oriental, se encuentra desde 1800 hasta 3000 m de altitud.

c. Matorral seco montano

Esta formación de la Sierra, presente al norte, centro y sur de los valles interandinos, corresponde a los valles secos ubicados entre 1400 y 2500 m. El estrato arbóreo es disperso, con árboles que alcanzan un máximo de 8 a 10 m de altura y poseen tallos sinuosos.

d. Páramo herbáceo

En el norte y centro de la cordillera Oriental, los páramos son similares a los de la cordillera Occidental, pero son por lo general más húmedos. Se encuentran en la mayoría de localidades desde 3400–3500 a 4000 m. Grandes áreas en estos páramos están cubiertas por densas asociaciones de musgos con arbustos y hierbas en lugares pantanosos y son conocidas localmente como tembladeras. (PDOTJ, 2011).

Cuadro N°15. Tipo de ecosistemas existente en Juncal, en superficie y porcentaje.

Clases de Ecosistemas	Superficie	Porcentaje
Bosque siempre verde montano alto	1101,98	11,08%
Bosque de neblina montano y montano bajo	813,15	8,17%
Matorral seco montano	7815,14	78,56%
Páramo Herbáceo	217,36	2,19%
TOTAL	9947,63	100,00%

Fuente: Equipo Técnico PDOT Parroquial Cañar

3. Usos de suelo

Se realizó un análisis en base a la información obtenida en los talleres del diagnóstico participativo, donde los comuneros manifestaron la expansión de la frontera agrícola en las partes bajas del Parque Nacional Sangay, ya que ofrece una mejor rentabilidad económica debido a que los productos son de buena calidad.

4. Usos actual de suelo

Según la información secundaria la parroquia Juncal posee una superficie de 10.110,13 hectáreas. El cual se encuentra distribuido de la siguiente manera; el 70,45% es páramo, el 19,79% representa el páramo intervenido con pasto y 9,76% cultivos ciclo corto.

5. Agricultura tradicional

Aún se conserva la práctica agrícola con los bueyes para los cultivos de maíz, papas, ocas, mashuas, melloco, habas, trigos, cebadas, lentejas, esta actividad lo realizan únicamente los hombres, mientras que la mujer se encarga en preparar el quipi que es una canasta de alimentos, al ser un trabajo forzado de hombre la mujer preparaba el mote, las papas con cuy, ají y la chicha de jora.

6. Hidrología

La parroquia Juncal cuenta con 2 micro-cuencas el Rio Capulí con una extensión de 2487,25 ha, el Rio San Antonio con una extensión de 7599,94 ha y tres lagunas Rumicocha con un áreas de 2,55 hectáreas, Culebrillas con 36,28 hectáreas y por ultimo tenemos la laguna Santzahuin 26,07 hectáreas.

Además ostenta de 14 sistemas de agua, siendo 8 de abastecimiento para el consumo humano y 4 de riego.

De los ocho sistemas, seis corresponden al sistema de agua potable y dos sistemas de agua entubada el cual abastece a 493 familias. Siendo las comunidades de Yaculoma, Charcay, Canchaguzo, Tungulay, Zhullin, cabecera parroquial cuentan con agua potable, una parte de la población Warawin y Tumpurbamba cuentan con sistema de agua entubada.

Además existen cuatro sistemas de riego El Corcovado, Cantagallo, Red Yaculoma, y Red Charcay el mismo que abastece a las 6 comunidades, siendo la comunidad Warahuin la única que carece de este servicio.

7. Problemas ambientales

Los principales problemas ambientales que se ha podido evidenciar en la parroquia son:

- Malas prácticas agrícolas, por el uso inadecuado de los agroquímicos, la quema del pajonal situación que conlleva al deterioro y erosión del suelo.
- Expansión de la frontera agrícola en las partes bajas del Parque Nacional Sangay, que ha reducido la flora y fauna nativa del lugar, trayendo como consecuencia la extinción de las especies y sequía de las vertientes de agua.
- Contaminación de los canales Cantagallo, Corcobado y el Río San Antonio en la parte baja por los desechos que eliminación la empresa de lácteos San Antonio.

Ante esta situación las autoridades competentes deben tomar medidas drásticas para minimizar y contrarrestar la contaminación del recurso agua, aire y suelo, de esta manera mejorar la calidad de vida de la población.

d. Ámbito económico - productivo

1. Actividades económicas (tipo, ocupación)

La principal fuente de ingresos económicos de la parroquia es la actividad agrícola y ganadera, pero los cambios bruscos del clima afectan la productividad, razón por el cual los comuneros se han decepcionado y optan por migrar fuera del país.

En la actualidad las remesas enviadas por los migrantes se ha convertido en la principal fuente de economía para la parroquia, a su vez se ha convertido en fuente generadora de empleo en diferentes áreas como: la construcción, empelados de ferreterías.

2. Desarrollo actual del turismo en la zona

En la parroquia Juncal ha existido un desinterés por la actividad turística, a pesar de que existen numerosos atractivos naturales y culturales los mismo que son mencionados a continuación.

- Laguna de Culebrillas
- Paredones
- Camino del Inca
- Judas Machay
- Molino de piedra
- Manifestaciones culturales

a. Servicios turísticos

La parroquia Juncal no disponer de una infraestructura turística, pero cabe recalcar que cuenta con un establecimiento de alimentación con una capacidad de 10 pax con servicio de almuerzo y merienda en la comunidad de Yaculoma y en cabecera parroquial existe un bar de comida rápida que atienden solo los días domingos a partir de las cuatro de la tarde.

e. Ámbito político – administrativo

1) Administración interna

a. Junta Parroquial

La junta parroquial, como instancia de la organización social, es la encargada de gestionar recursos ante los diferentes gobiernos cantonales y provinciales para su desarrollo. Está conformado por un presidente, un vicepresidente y tres vocales electos democráticamente que perciben ingresos del Estado.

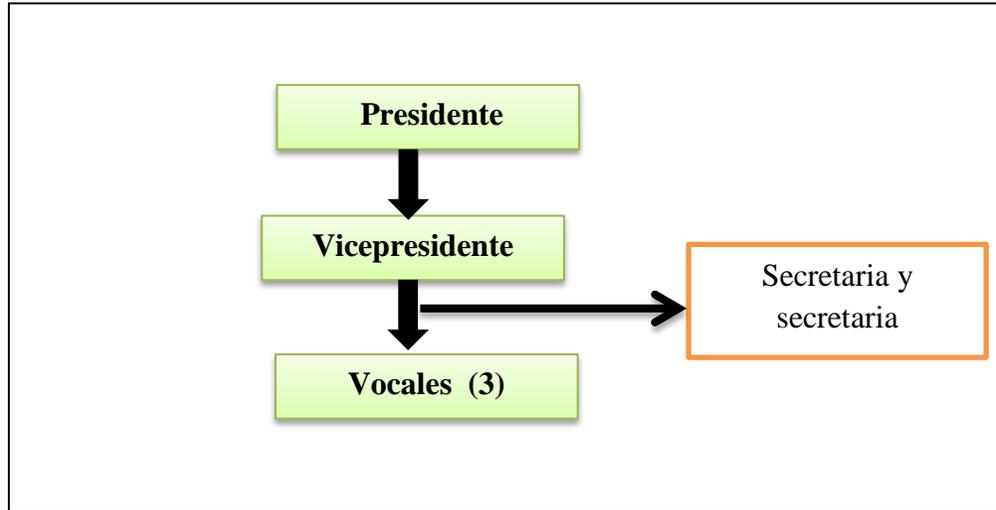


Gráfico N° 5: Estructura orgánica de la parroquia

b. Comunidades

Las comunidades están estructuradas por una directiva la misma que es electa cada 2 años, sobre ellos caen responsabilidades de gestión de recursos, obras, así también dirigir y organizar a los comuneros. Está conformada por un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y tres vocales.

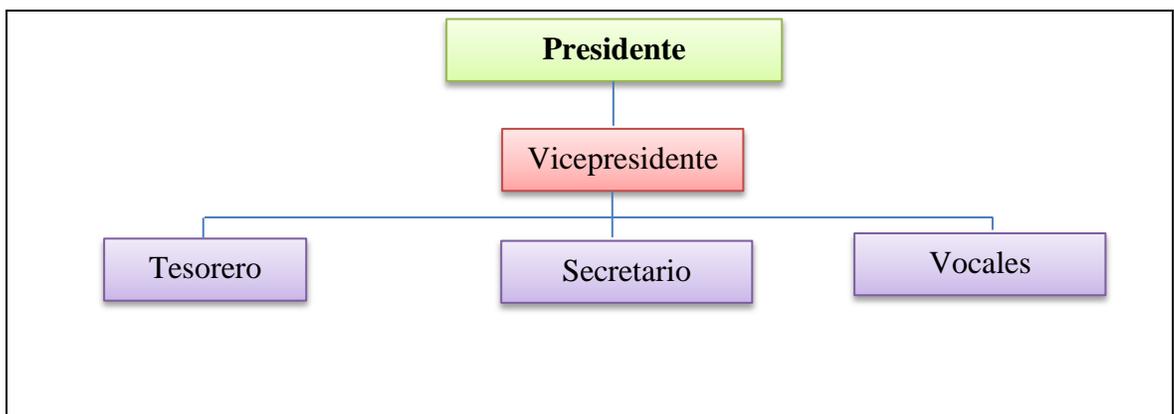


Gráfico N° 6: Estructura orgánica de las comunidades

2) Mapeo de instituciones públicas y privada vinculadas a la parroquia Juncal

Cuadro N° 16. Matriz y análisis de actores

Institución	Roles	Recursos y Mandatos	Ámbitos de Intervención	Intereses en el proyecto	Conflictos Potenciales
1. CONSEJO PROVINCIAL DE CAÑAR	Desarrollo de proyectos de manejo de recursos naturales, sectores productivos, infraestructura social y turística	R1². Político R2. Económico R3. Capacidad de gestión M³1. Generar acciones creativas e innovadoras y desarrollando procesos que estén acordes con los cambios de la ciencia y la tecnología, para lograr que la provincia del Cañar sea una de las provincias ecuatorianas de mayor desarrollo económico y social, pionera en la descentralización del Estado.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recursos Naturales ▪ Proyectos de desarrollo productivos ▪ Servicios básicos ▪ Infraestructura social y turística ▪ Salud ▪ Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilitar infraestructura turística ▪ Mejorar vías de acceso ▪ Manejo de Recursos Naturales (recuperación de cuencas y sub-cuencas, reforestación, capacitación). ▪ Impulsa regulaciones tipo Ordenanzas para la gestión sostenible del turismo comunitario. 	
2. ILUSTRE MUNICIPAL-	Promover el desarrollo equitativo,	R1. Político R2. Económico R3. Capacidad de	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obras Públicas ▪ Servicios públicos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística 	

² **R:** Recursos: Humanos, Económicos, Políticos, Capacidad de gestión

³ **M:** Mandatos: Razón de ser de la institución, misión.

DAD CAÑAR	DE solidario, sustentable, económico y social. Integración y participación ciudadana. Garantiza los servicios básicos, salud, educación, de vialidad urbana.	gestión M1. Lograr un modelo de desarrollo que refleje el trabajo de gestión administrativa, de participación ciudadana y del esfuerzo del gobierno y las comunidades por el régimen del buen vivir.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Salud ▪ Educación ▪ Turismo ▪ Gestión ambiental ▪ Desarrollo comunitario 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y laguna ▪ Ordenanzas municipales relacionadas al turismo comunitario ▪ Mejorar servicios básicos agua potable, alcantarillado y vías de acceso ▪ Catastro de servicios turísticos urbanos y rurales 	
----------------------	---	--	--	--	--

2. Inventario de atractivos turísticos

La parroquia Juncal posee una riqueza de atractivos turísticos naturales y culturales de importancia y valor distribuida en las siete comunidades como: laguna, cueva, restos arqueológicos que se inventario con la fichas del MINTUR (Anexo 2) que se detalla en el siguiente cuadro.

a. Actualización de inventario de los atractivos naturales y culturales

Cuadro N° 17. Inventario de atractivos naturales y culturales de la parroquia Juncal

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
			Categoría	Tipo	Subtipo			
01	Laguna de Culebrillas	X: 737609 Y: 9531546 Altitud: 3810 m.s.n.m.	Sitios Naturales	Ambiente lacustre	Laguna	II	Culebrilla es un lugar mítico de origen de las etnias más vigorosas del país como el Pueblo Cañari, fue un sitio arqueológico, venerado por los Caciques Capac, Checa Capac, Duma, Chaparra, Urcu Colla, Chamba, Duchipulla, Dumanaula, Caguana, Jachero y muchos otros. Razón por la cual es considerada sagrada, cuya leyenda manifiesta que en ella se escondió una culebra mítica de los Cañarís. Esta laguna tiene 1350 metros de largo, 445 metros de ancho, la profundidad en la parte central es de 19,20 metros.	Todo el año, de preferencia en los meses de verano
02	Judas Machay (Cueva de ladrones)	X: 724079 Y: 9723236 Altitud: 2458 m.s.n.m.	Sitios Naturales	Fenómeno espeleológico	Cueva	I	Judas Machay es una formación natural que mide aproximadas 6 metros de alto, 5 metros de profundidad y 4 metros de ancho en la entrada, a medida que se va ingresando disminuye	Todo el año, de preferencia en los meses de verano

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
			Categoría	Tipo	Subtipo			
							la dimensión hasta terminar en cresta	
03	KapaK Ñan o Camino del Inca	X: 738111 Y: 9739368 Altitud: 3987 m.s.n.m.	Manifestaciones Culturales	Histórico	Sitio Arqueológico	II	El tramo del Kapak Ñan que cruza el cantón Cañar, está considerado como el mejor conservado en el Ecuador. El Camino se extiende por cerca de 30 Km en la parte sur del Parque Nacional Sangay, desde el centro poblado de Achupallas, en el Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo hasta el centro poblado de Ingapirca, en el Cantón Cañar, su altitud varía entre los 3.000 msnm, hasta los 5319 msnm y en la zona de estudio su altitud es de 3.987 msnm.	Todo el año, de preferencia en los meses de verano.
04	Tambo real o Paredones	X: 737609 Y: 9531546 Altitud: 3998 m.s.n.m.	Manifestaciones Culturales	Histórico	Sitio Arqueológico	II	El Tambo Real Incaico o Paredones se encuentran a 500 m de la laguna de Culebrillas. En su construcción fueron utilizadas las piedras labradas de andesita de la cultura Cañari; Las paredes miden 2,40 m de alto por 0,80 m de ancho y guardan simetría entre sí. Los aposentos tienen una sola	Todo el año, de preferencia en los meses de verano.

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
			Categoría	Tipo	Subtipo			
							entrada de 0.80 m de ancho. Estas son ruinas de un bastión Cañari, cuya misión debió ser cerrar el paso a ejércitos invasores desde el Norte, en este lugar se han identificado cimentaciones de estructura pre – incas en una superficie de más de una hectárea, son cimentaciones semicirculares que se localizan a unos 30 m al sur.	
05	Hacienda El Pozo	X: 724815 Y: 9725849 Altitud: 2844 m.s.n.m.	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Arquitectura vernácula	I	Esta hacienda perteneció a la Familia Pozo la cual fue construida en adobe, madera, techo de teja, las escaleras, balcón, puertas y ventanas de madera, es piso de algunas habitaciones son de adobe y otras han sido reconstruidas con cemento, distribuido de la siguiente manera: en dormitorios y salas de estudio cocina, comedor, bodega, y una sala grande para los visitantes además posee un jardín y un patio amplio	Todo el año
06	Centro	X: 726100	Manifestaciones	Histórico	Sitio	I	Es un Pukará de tres terrazas	Todo el año

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
			Categoría	Tipo	Subtipo			
	ceremonial Champa Pukará	Y: 9727362 Altitud: 2926 m.s.n.m.	Culturales		Arqueológico		semicirculares, considerado por los pobladores locales como un vestigio dejado por los antiguos y bravos Cañaris. Chamba pucara es un centro ceremonia del Paukar Raymi que celebra conjuntamente con la fiesta del tayta carnaval que se realizan año tras año. Los antiguos moradores manifiestan que solían escuchar el sonido de pingullo (flauta) en la cima de la montaña que era el anunciando del Pawkar Raymi. Al escuchar este sonido los lugareños se preparaban con alimentos y bebidas típicas del lugar la para la ceremonia y para ser partícipes de la pampa mesa.	
07	Molino de piedra	X: 726402 Y: 9724306 Altitud: 2885 m.s.n.m.	Manifestaciones Culturales	Histórico	Zona Histórica	I	Este molino pertenecía a la familia Espinosa hace más de 100 años. El molino fue construido solo de piedras del río el cual funcionaba con la velocidad del agua. Posteriormente el dueño abandono la hacienda con el	Todo el año

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
			Categoría	Tipo	Subtipo			
							transcurso del tiempo este lugar fue destruido en su totalidad con la creciente del río de años atrás, donde la mayor parte de las piezas fueros arrastradas por el río y otras fueron extraídas por los moradores quedando únicamente 2 piezas en forma de ruedas con un orificio en la centro de la piedra.	

1) Mapa de atractivos turísticos de la parroquia Juncal

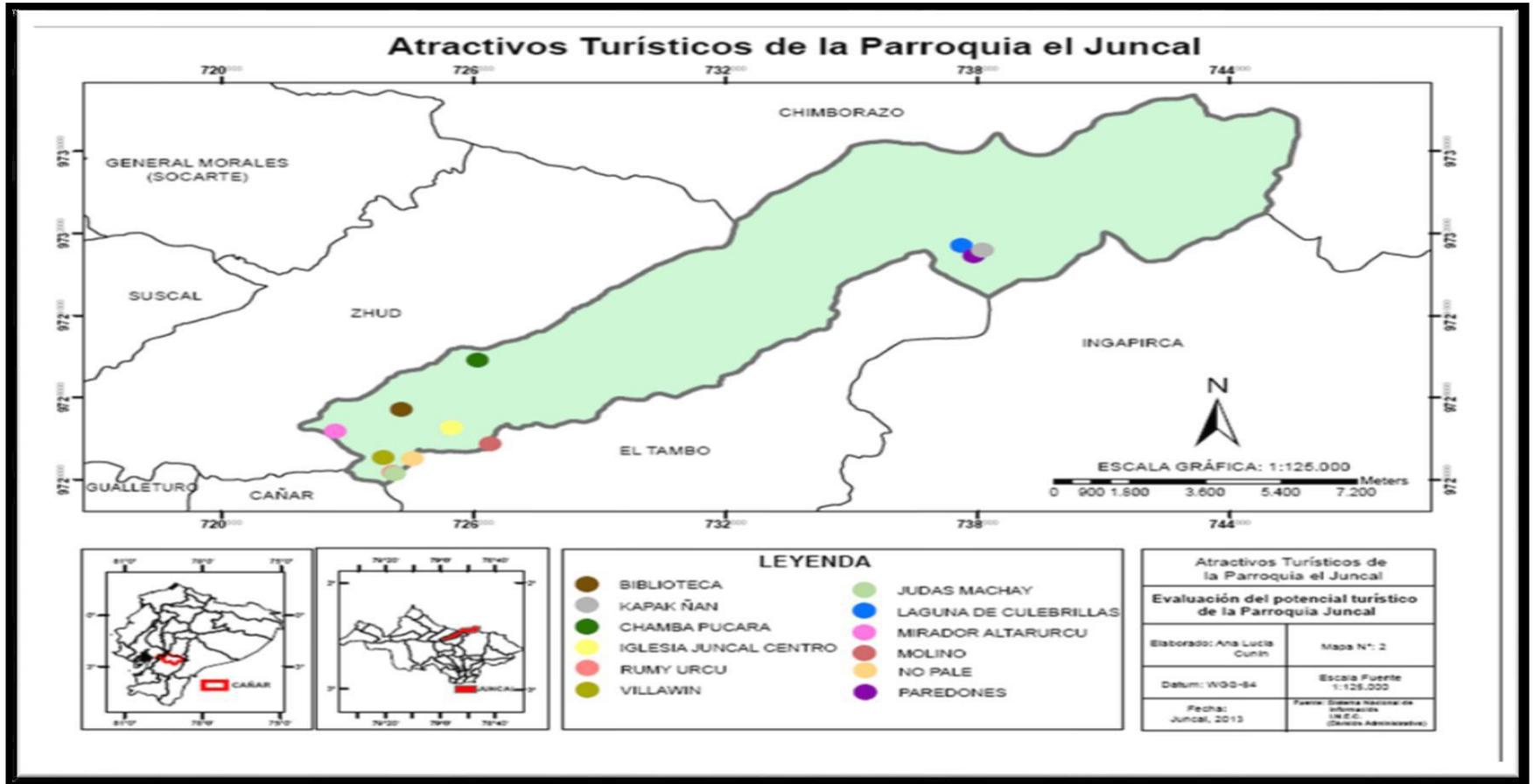


Gráfico N° 7. Mapa de atractivos turísticos de la parroquia Juncal

b. Inventario del patrimonio inmaterial

La parroquia Juncal a más de los atractivos naturales y culturales, posee un patrimonio inmaterial de gran importancia, para lo cual se utilizó la Ficha de INPC (Anexo 3), el mismo que se detalla a continuación en el siguiente cuadro resumen:

Cuadro N° 18. Inventario de patrimonio inmaterial

N°	DENOMINACIÓN	CÓDIGO	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DESCRIPCIÓN
1	Tayta Carnaval	IM-03-03-57-003-14-000001	A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES	Leyendas	La leyenda relata que el primer día de carnaval conocido por los comuneros como: “chagrana”. El tayta carnaval anunciaba mediante el sonido de la bocina desde el cerro más alto de la parroquia. Al escuchar este anuncio los lugareños comenzaban con los preparativos de los alimentos y bebidas típicas de la zona. Al llegar la noche colocaban todos los alimentos preparados sobre una mesa, ya que el tayta carnaval visitaba los hogares para servirse y bendecir los alimentos.
2	Pawkar Raymi	IM-03-03-57-003-14-000002	A3 USOS SOCIALES RITUALES Y ACTOS FESTIVOS	Fiesta	El Pawkar Raymi es la fiesta de refloreamiento de los campos, sumada a la biodiversidad y abundancia de los frutos tiernos de los que se nutren los habitantes de las comunidades conglomeradas a ciertos seres, para a través de la danza, gastronomía, música

N°	DENOMINACIÓN	CÓDIGO	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DESCRIPCIÓN
					tradicional, coplas, productos agrícolas se da inicio y continuidad a esta época que ancestralmente para los pueblos andinos significaba el Pawkar Raymi, el equinoccio de invierno.
3	Maki machica (Elaboración de la machica a mano)	IM-03-03-57-004-14-000003	A4 CONOCIMIE NTO Y USOS RELACIONA DOS CON LA NATURALE ZA Y EL UNIVERSO	Gastronomía	Para los Juncaleños, la machica era uno de los principales alimentos que no podía faltar en un hogar, pero los molinos que funcionaban a base de combustible solo existía en el cantón Cañar, debido a la distancia y falta de transporte, los antiguos moradores se ingeniaron en tallar las piedras en forma de molde que tenía diferentes usos, siendo el principalmente uso para, moler la machica, a su vez también lo utilizaban para realizar el arroz de cebada y los morochos.
4	Wasi pichay	IM-03-03-57-004-14-000004	A4 CONOCIMIE NTO Y USOS RELACIONA DOS CON LA NATURALE ZA Y EL	Fiesta	En la parroquias Juncal la participación en mingas para la construcción de viviendas era muy común la colaboración en mingas por tal razón se les agradecían brindándoles abundante comida como granos secos, papas con cuy y chicha de jora. Posterior a esto se realizaba la ceremonia del wasipichay que consiste en realizar

N°	DENOMINACIÓN	CÓDIGO	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DESCRIPCIÓN
			UNIVERSO		<p>un ritual de limpia al dueño, además se colgaba un cuy vivo en la puerta de casa para evitar de las enfermedades de los hijos: como el mal aire entre otros.</p> <p>Con el transcurso de los años esta costumbre ha cambiado, ya no realizan los rituales solo preparativos los alimentos y realizan un baile popular con los vecinos y amigos.</p>
5	Carmen Otava	IM-03-03-57-004-14-000005	A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	Religioso	<p>La fiesta de Carmen Otava se realiza en honor a la Virgen del Carmen que es la patrona de la parroquia, la cual es presidida por los cabildos, sacerdotes y síndicos.</p> <p>Para esta fiesta los sacerdotes se preparaban durante todo el año con la crianza de los animales, para sacrificarlos en la fiesta, además guardan los granos secos para preparar principalmente el mote y la chicha.</p>
6	Huallkarinas y polleras de lana	IM-03-03-57-004-14-000006	A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	Técnicas artesanales tradicionales	<p>Esta actividad comúnmente lo realizan las mujeres, mediante un proceso de confección, que inicia con trasquilar la lana de oveja posterior a eso de debe lavar la lana e hilar luego de eso el hombre es el encargado de tejer en telares, luego la mujer procede a teñir las</p>

N°	DENOMINACIÓN	CÓDIGO	ÁMBITO	SUBÁMBITO	DESCRIPCIÓN
					<p>telas con colores llamativos. El siguiente proceso está relacionado con biodiversidad que flora y fauna existente en la parroquia, las polleras y huallkarina tiene bordados de tórtolas y flores de vario colores que representa la riqueza del lugar.</p>

Cuadro N° 19. Cuantificación del inventario de atractivos turísticos

Caracterización	Número	Porcentaje (%)
Natural	2	15
Cultural	11	85
TOTAL	13	100

La parroquia Juncal cuenta con 13 atractivos turísticos de los cuales: el 85% son atractivos culturales, mientras que el 15% son atractivos naturales.

Juncal al poseer varios atractivos turísticos esta propenso a convertirse en un destino turístico competitivo con el objetivo de diversificar la oferta del cantón Cañar.

c. **Declaratoria de la imagen turística**



3. **Estudio de mercado**

a. **Análisis de la demanda**

Para el análisis de la demanda se procedió aplicar una encuesta que permitirá determinar el perfil del turista nacional y extranjero que visita el Complejo Arqueológico Ingapirca.

1) Análisis de la encuesta de los turistas nacionales

a) Género de los turistas nacionales

Cuadro N° 20: Género de los turistas nacionales

Género	Frecuencia	Porcentaje %
Masculino	80	53
Femenino	72	47
TOTAL	152	100

Los turistas nacionales que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca, en su mayoría (53%) son del género masculino, mientras que el 47% son del género femenino. Debido a este resultado el producto estará dirigido tanto a los hombres como a mujeres.

b) Edad de los turistas nacionales

Cuadro N° 21: Edad de los turistas nacionales

Edad	Frecuencia	Porcentaje %
< 18	18	12
19 a 29	35	23
30 a 40	41	27
41 a 51	29	19
51 a 61	18	12
más de 62	11	7
TOTAL	152	100

Los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca se encuentran en un rango de edad, de 30 a 40 años con el 27%, seguido por los turistas de 19 a 29 años con el 23% y en menor porcentaje están los turistas de 41 a 51 años con el 19%.

Para el cálculo de la media aritmética se utilizó la siguiente fórmula:

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

Cuadro N° 22. Edad media de los turistas nacionales

Límite inferior	Límite superior	Frecuencia	Media (x)	F (x)	Frecuencia Acumulada
18	24	25	21	525	25
24	30	27	27	729	52
30	36	19	33	627	71
36	42	23	39	897	94
42	48	19	45	855	113
48	54	16	51	816	129
54	60	12	57	684	141
60	66	11	63	693	152
Total		152		5826	

$$x = \frac{5826}{152}$$

$$x = 38$$

La edad promedio de los turistas nacionales es de 38 años. Según este resultado el producto turístico estará dirigido a turistas jóvenes y adultos.

c) **Procedencia de los turistas nacionales**

Cuadro N° 23: Procedencia de los turistas nacionales

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje %
Quito	56	37
Cuenca	38	25
Guayaquil	24	16
Riobamba	19	12
Ambato	15	10
TOTAL	152	100

Según la encuesta se identificó que la mayoría de los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca provienen de las ciudades de Quito (37%), seguido por la ciudad Cuenca (25%), y en menor porcentaje proviene de las ciudades de Guayaquil (16%), Riobamba con el 12% y en un mínimo porcentaje esta Ambato con el 10%. Este resultado permitirá determinar las ciudades claves para comercializar el producto de turístico comunitario.

d) Nivel de educación de los turistas nacionales

Cuadro N° 24: Nivel de educación de los turistas

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje %
Primaria	13	8
Secundaria	27	18
Superior	74	49
Posgrado	38	25
TOTAL	152	100

El 49% de los turistas nacionales tienen un nivel de educación superior, seguido por aquellos que tienen un nivel de educación de posgrado (25%), y en menor porcentaje están aquellos que tienen el nivel de educación secundaria (18%), y tan solo el 8% primaria. Esto demuestra que los potenciales compradores del producto turístico serán las personas con estudios superiores y pos-grado, y su capacidad de gasto será mayor.

e) Motivo de viaje de los turistas nacionales

Cuadro N° 25: Según el motivo de visita de los turistas nacionales

Motivo de visita	Frecuencia	Porcentaje %
Visita a familias/ amigos	23	15
Trabajo/ negocio	42	28
Turismo	19	13
Feriado	67	44
TOTAL	152	100

Los turistas nacionales viajan por feriado el 44%, mientras que el 28% lo realizan por trabajo/negocio, el 15% viaja por visita a familias y amigos y solo el 13% viaja por turismo. Debido a este resultado se debe considerar que la mayoría de los turistas lo hacen por descansar y vivir nuevas experiencias por un periodo considerado de tiempo.

f) Composición de grupos de los turistas nacionales

Cuadro N° 26: Composición de grupos de turistas nacionales

Forma de viaje	Frecuencia	Porcentaje %
Solo	16	10
Grupo de amigos	53	35
En pareja	45	30
Familia	38	25
TOTAL	152	100

El turista nacional generalmente realizar su viaje con amigos el 35%, mientras que el 30% viaja en pareja, el 25% de los turista viajan acompañado de su familia y tan solo el 10% viaja solo. Es importante tomar en cuenta el sistema de viaje del turista al momento de estructurar el producto turístico comunitario.

g) Aceptación del producto de los turistas nacionales

Cuadro N° 27: Aceptación del producto de los turistas nacionales

Aceptación del producto	Frecuencia	Porcentaje %
Si	131	86
No	21	14
TOTAL	152	100

El 86% de los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca están interesados en realizar el turismo comunitario, mientras que el 14% no están interesados. Esto indica que existe un alto interés por la actividad del turismo comunitario.

h) Actividades turísticas que prefieren los turistas nacionales

Cuadro N° 28: Actividades turísticas que prefiere

Actividades	Frecuencia	Porcentaje %
Convivencia con la familia	13	9
Visita a sitios arqueológicos	61	40
Cabalgata	9	6
Avistamiento de aves	11	7
Agroturismo	16	11
Visita a atractivos naturales y culturales	31	20
Ciclismo	8	5
Festividades religiosas	3	2
TOTAL	152	100

La mayoría de los turistas están interesadas en realizar actividades turísticas en las comunidades como: visita a sitios arqueológicos con el 40%, visita a atractivos naturales y culturales el 20%, y las actividades con menor interés son festividades religiosas con el 2%. Este resultado permite enfocar a las actividades que se debería incluir en el empaquetamiento del producto de turismo comunitario.

i) Servicios turísticos más utilizados por los turistas nacionales

Cuadro N° 29: Servicios turísticos más utilizados

Servicios	Frecuencia	Porcentaje %
Alojamiento	31	20
Alimentación	69	45
Guianza turística	7	5
Información turística	9	6
Transporte	36	24
TOTAL	152	100

Esta encuesta indica los servicios que mayormente utilizan los turistas al viajar son: alimentación (45%), transporte (24%), alojamiento (20%), y los servicios turísticos menos utilizados son:

información turística con el 6%, y guianza el 5%. Este resultado ayudará a determinar la infraestructura que se debería diseñar e incluir en un producto turístico en base a las necesidades y preferencias del turista.

j) Permanencia de los turistas nacionales

Cuadro N° 30: Tiempo de permanencia del turista nacional

Tiempo de permanencia	Frecuencia	Porcentaje %
Un día	74	49
2 a 3 días	46	30
más de 3 días	32	21
TOTAL	152	100

Los turistas nacionales en su mayoría disponen de su tiempo para la actividad turística de un día (49%), un segmento menor corresponde a quienes les gustaría viajar por 2 a 3 días (30%), y el 21% desearía realizar su viaje por más de 3 días. En base al tiempo disponible del turista se elaborará el producto.

k) Medios de información de los turistas nacionales

Cuadro N° 31: Medios de información que utilizan para informar de los atractivos

Medios de información	Frecuencia	Porcentaje %
Internet	89	59
Radio/ Tv	17	11
Prensa	5	3
Agencias de viaje	9	6
Amigos	32	21
TOTAL	152	100

Los medios de información que más utilizan los turistas nacionales son: la internet (59%), amigos (21%), radio /Tv (11%). Siendo este resultado un elemento importante al momento de elegir los medios de promoción y publicidad de producto.

1) Capacidad de gasto diario de los turistas nacionales

Cuadro N° 32: Capacidad de gasto por día

Gasto promedio	Frecuencia	Porcentaje %
20-40 dólares	79	52
40 a 60 dólares	35	23
60 a 80 dólares	25	16
más de 80 dólares	13	9
Total	152	100

La mayoría de los turistas nacionales estarían dispuestos a pagar 20 a 40 dólares (52%) por un día por pax, mientras que el 23% están dispuestos a pagar 40 a 60 dólares y el 9% estaría dispuesto a pagar más de 80 dólares. En base a este resultado se establecerá el gasto promedio por día y por pax.

2) Perfil del turista nacional

Los turistas nacionales que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca en su mayoría son hombres (53%), y el 47% son mujeres con una edad promedio de 38 años y con un nivel de educación superior (49%). Proviene de las ciudades de Quito (37%), Cuenca (25%), los mismos que se encuentran motivados en viajar por feriado (44%) acompañado de amigos (35%) con un tiempo considerado de un día (49%) y de dos a tres días (30%).

El 86% de los turistas nacionales están interesados por el producto turístico comunitario y por actividades como: visitas a sitios arqueológicos (40%), visita atractivos naturales y culturales (20%). Entre los servicios turísticos que mayormente utilizan durante el viaje son: alimentación

(45%), transporte (24%), informándose de estos servicios por medios de información como la internet (59%) con una capacidad de casto promedio \$30 a \$40 (52%) por día por pax.

3) Análisis de las encuestas de los turistas extranjeros

a) Género de los turistas extranjeros

Cuadro N° 33: Género de los turistas extranjero

Género	Frecuencia	Porcentaje %
Masculino	81	54
Femenino	68	46
TOTAL	149	100

Los turistas extranjeros que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca en su mayoría son hombres (54%), a diferencia de las mujeres (46%). Debido a este resultado el producto turístico comunitario estará dirigido tanto al género masculino como a femenino.

b) Edad de los turistas extranjeros

Cuadro N° 34: Edad de los turistas extranjeros

Edad	Frecuencia	Porcentaje %
< 18	13	9
19 a 29	17	11
30 a 40	21	14
41 a 51	25	17
52 a 62	32	21
más de 62	41	28
TOTAL	149	100

Según los datos obtenidos de los encuestados indican que la mayoría de turistas que visitan Ingapirca se encuentran en un rango de edad de más de 62 años con el 28%, seguido por rango de 52 a 62 años 21%, y en porcentaje menos se encuentran los turistas en un rango de edad de

41 a 51 años 17%. Este resultado está relacionado con la población económicamente activa que estaría en la capacidad de comprar un producto turístico ya que su capacidad de gasto es mayor.

Para el cálculo de la media aritmética se utilizó la siguiente fórmula:

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

Cuadro N° 35. Edad media de los turistas extranjeros

Límite inferior	Límite superior	Frecuencia	Media (x)	F (x)	Frecuencia acumulada
18	24	14	21	294	14
24	30	16	27	432	30
30	36	10	33	330	40
36	42	11	39	429	51
42	48	12	45	540	63
48	54	13	51	663	76
54	60	32	57	1824	108
60	66	41	63	2583	149
TOTAL		149		7095	

$$x = \frac{7095}{149}$$

$$x = 47$$

La edad promedio de los turistas extranjeros es de 47 años. Según este resultado el producto turístico estará dirigido a turistas adultos.

c) Procedencia de los turistas extranjeros

Cuadro N° 36: Procedencia de los turistas extranjeros

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje %
Alemania	18	12
Francia	43	29

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje %
Holanda	34	23
Suiza	29	19
Estados Unidos	13	9
Canadá	12	8
TOTAL	149	100

En cuanto a la procedencia se identificó que la mayoría de los turistas que visitan Ingapirca provienen de los países de Francia (29), Holanda (23%), Suiza (19%) y en menor porcentaje esta los Canadá (8%). En base a este resultado la estrategia de comercialización del producto debe estar enfocado al mercado de los países como: Francia Holanda y Suiza.

d) Nivel de educación de los turistas extranjeros

Cuadro N° 37: Nivel de educación de los turistas extranjeros

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje %
Primaria	2	1
Secundaria	27	18
Superior	57	38
Posgrado	63	42
TOTAL	149	100

Los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca en su mayoría tienen un nivel de educación de posgrado (42%), seguido por los turistas que tiene estudios superiores (38%), en porcentajes mínimo están los turistas que han alcanzado estudios secundarios (18%). Este producto estará dirigido a los turistas con nivel de estudio superior y posgrado con mayor capacidad de gasto.

e) **Motivo de visita del turista extranjero**

Cuadro N° 38: Motivo de visita de los turistas extranjeros

Motivo de viaje	Frecuencia	Porcentaje %
Visita a familias/ amigos	12	8
Trabajo/ negocio	35	24
Turismo	102	68
Otros	0	0
TOTAL	149	100

La mayoría de los turistas extranjeros viajan por turismo (68%), seguido por aquellos que viajan por trabajo/negocio (24%) y tan solo el 8% lo realizan cuando visitan a familias/amigos. Según estos resultados la mayoría de los turistas extranjeros viajan por turismo, pero existe un dato relevante de turistas que viajan por trabajo y negocio, por ende, para este segmento se diseñará producto con actividades acordes al tiempo disponible del turista.

f) **Composición de grupos de turistas extranjeros**

Cuadro N° 39: Composición de grupos de turistas extranjeros

Forma de viaje	Frecuencia	Porcentaje %
Solo	24	16
Grupo de amigos	52	35
En pareja	36	24
Familia	37	25
TOTAL	149	100

Los turistas cuando viajan generalmente lo realizan con amigos (35%), con su familia (25%), además existe un grupo representativo que viaja acompañado por su pareja (24%) y el 16% viaja solo. El producto turístico estará enfocado a dos tipos de segmentos de mercado (amigos, familias).

g) **Porcentaje de aceptación del producto por los turistas extranjeros**

Cuadro N° 40: Porcentaje de aceptación del producto por los turistas extranjeros

Porcentaje aceptación	Frecuencia	Porcentaje %
Si	139	93
No	10	7
TOTAL	149	100

Los turistas extranjeros que visitan Complejo Arqueológico Ingapirca el 93% están interesados en realizar el turismo comunitario mientras el 7% no están interesados. Debido a que la mayoría de los turistas están interesados en este producto se debería elaborar productos turísticos.

h) **Actividades turísticas que prefieren realizar los turistas extranjeros**

Cuadro N° 41: Actividades seleccionadas del turista extranjero

Actividades	Frecuencia	Porcentaje %
Convivencia con la familia	52	35
Visita a sitios arqueológicos	37	25
Cabalgata	17	11
Avistamiento de aves	12	8
Agroturismo	4	3
Visita a atractivos naturales y culturales	21	14
Ciclismo	4	3
Festividades religiosas	2	1
TOTAL	149	100

La mayoría de los turistas extranjeros están interesados por actividades como: convivencia con las familias (35%), visita a sitios arqueológicos (25%), visita a atractivos naturales y culturales (14%), cabalgatas (11%) y con un menor porcentaje desea participar en festividades religiosas y agroturismo. Esta variable permite identificar las actividades que se deberán incluir en el producto.

i) **Servicios turísticos más utilizados por los turistas extranjeros**

Cuadro N° 42: Servicios turísticos más utilizados de los turistas extranjeros

Servicios	Frecuencia	Porcentaje %
Alojamiento	49	33
Alimentación	65	44
Guianza turística	21	14
Información Turística	14	9
TOTAL	149	100

El presentes datos estadísticos indican que los turistas extranjeros, hacen uso de los servicios turísticos como: alimentación (44%), alojamiento (33%), guianza (14%) e información turística (9%). Este resultado indica los servicios turísticos que se deben diseñar e implementar en la parroquia para su operación.

j) **Permanencia de los turistas extranjeros**

Cuadro N° 43: Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros

Permanencia de los turistas	Frecuencia	Porcentaje %
Un día	17	11
2 a 3 días	78	52
más de 3 días	54	36
TOTAL	149	100

El tiempo que disponen para permanecer en una comunidad para realizar turismo es de 2 a 3 días el 52%, mientras que el 36% está dispuesto permanecer más tres días y tan solo el 12% desea permanecer 1 día. En base a este resultado se diseñará los productos turísticos con un tiempo de duración de 2 a 3 días.

k) Medios de información que utilizan los turistas extranjeros

Cuadro N° 44: Medios de información que utilizan los turistas extranjeros

Medios de información	Frecuencia	Porcentaje %
Internet	5	54
Radio/ Tv	81	3
Prensa	10	7
Agencia de viaje	41	28
Amigos	12	8
TOTAL	149	100

Los medios de información que utilizan la mayoría de los turistas extranjeros son: la internet (54%), seguido por las agencias de viaje (28%), y el 8% se informan por amigos quienes recomiendan un lugar que ellos ya han visitado y muy pocos se informan por la prensa y la radio Tv. Esta información permitirá determinar los medios de información por los cuales se ofertará el producto y en cuales se debe poner más énfasis al realizar la promoción y publicidad.

l) Capacidad de gasto diario de los turistas extranjeros

Cuadro N° 45: Capacidad de gasto por día

Gasto promedio	Frecuencia	Porcentaje %
70 a 90 dólares	80	54
90 a 110 dólares	42	28
más de 110 dólares	27	18
TOTAL	149	100

La mayoría de los turistas extranjeros estarían dispuestos a pagar \$70 a \$90 (54%), por un día por pax, seguido por los turistas que estarían dispuestos a pagar \$90 a \$110 (28%), mientras que el 18% estaría dispuesta a pagar más de \$110. En base al gasto promedio por día se elaborará el producto turístico comunitario.

4) Perfil del turista extranjero

Los turistas extranjeros que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca en su mayoría son hombres (54%), a diferencia de las mujeres (46%) con una edad promedio de 47 años, con un nivel de educación de posgrado (42%), en su mayoría provienen de los países de Francia (29%), Holanda (23%), y viajan principalmente por turismo (68%), acompañados de amigos (35%) por 2 a 3 días de permanencia.

El 93% de turistas extranjeros están interesados en el producto de turismo comunitario prefiriendo realizar actividades relacionadas con la convivencia familiar (35%), visita a atractivos arqueológicos (25%), durante su viaje utilizan servicios turísticos de alimentación (44%), alojamiento (33%), informándose por medios del internet (54%) y agencias de viaje (28%), con un gasto promedio \$70 a \$90 (54%) por tour.

b. Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda se consideró el número de turistas que visitó el Complejo Arqueológico Ingapirca durante el año 2013, que fue de 65.282 (71%) nacionales y 26.064 (29%) extranjeros con una tasa de crecimiento del 2% anual (DATOS ESTADÍSTICOS DEL CAI). En base a estos datos, y a la utilización de la fórmula de incremento compuesto, se proyectó la demanda futura para los próximos 5 años como se detalla a continuación:

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

C_n = año a proyectar (2015 - 2019)

C_o =demanda actual (turistas nacionales 6528 y turistas extranjeros 26064)

i = incremento 2%

n = año a proyectar

Cuadro N° 46. Proyección de la demanda potencial para los próximos cinco años

N°	Año	Nacional (2%)	Extranjero (2%)	Demanda potencial
0	2014	65282	26064	91346
1	2015	66588	26585	93173
2	2016	67919	27117	95036
3	2017	69278	27659	96937
4	2018	70663	28213	98876
5	2019	72077	28777	100853

c. Análisis de la oferta

a. Oferta actual

La parroquia Juncal actualmente no dispone de productos turísticos, pero sin embargo existen comunidades interesadas por esta actividad, cabe recalcar que la Junta parroquial ha realizado un estudio de evaluación del potencial turístico en el año 2013, el mismo que contiene el inventario de los atractivos naturales y culturales de la zona.

En cuanto a la planta turística la parroquia Juncal no dispone de ninguna infraestructura turística, razón por la cual no se ha desarrollado la actividad.

d. Competencia

En el cantón Cañar existe una Red de Turismo comunitario SUMAK PACHA que trabaja en algunas parroquias, las comunidades que la integran dada la estructura técnica de los estudios de mercado se constituirían en la principal competencia para la parroquia. Sin embargo, se debe considerar que por su cercanía y las particularidades del territorio que comparten, éstas no pueden ser vistas solo como competencia, sino que deben ser tratadas como aliados estratégicos para diversificar la oferta y ampliar el mercado, puesto que ya poseen una oferta consolidada y cierto reconocimiento entre los oferentes de servicios turísticos.

A continuación una breve descripción de los centros de turismo comunitario del cantón Cañar.

1) Centro de Turismo Comunitario “CHARÓN VENTANAS”

Ubicación: Parroquia Honorato Vázquez, Cantón Cañar

Altitud: 3100 m.s.n.m

Clima: Frio con una temperatura promedio de 7 a 12 °C.

Temporada: Todo el año

Dificultad de los paquetes: Moderada

Servicios que oferta:

- Guías (2 nativos)
- La Hacienda El Trébol ofrece servicios de alimentación para (25 pax) y alojamiento para (10 pax).

Cuadro N°47. Paquetes turísticos que oferta CTC “CHARÓN VENTANAS

Paquete	Duración	Recorrido	Precio por persona
Recorrido por la comunidad Rieles del tren.	1 día	Cuenca- Rieles del tren.	\$25
Recorrido por las comunidades Rieles del tren, cerro Charón Ventanas, etc.	3 días 2 noches	Cuenca- Rieles del tren, cerro Charón Ventanas.	\$50
Servicios Complementario: Noche cultural (presentación de música y danza): Precio: \$10			

Fuente: Red de Turismo Comunitario del pueblo Cañari

2) Centro de Turismo Comunitario “CHARÓN VENTANAS”

Ubicación: Parroquia Honorato Vázquez, Cantón Cañar

Altitud: 3100 m.s.n.m

Clima: Frio con una temperatura promedio de 7 a 12 °C.

Temporada: Todo el año

Dificultad de los paquetes: Moderada

Servicios que oferta:

- Guías (2 nativos)
- La Hacienda El Trébol ofrece servicios de alimentación para (25 pax) y alojamiento para (10 pax).

Cuadro N° 48. Paquetes turísticos que oferta CTC “CHARÓN VENTANAS

Paquete	Duración	Recorrido	Precio por persona
Recorrido por la comunidad Rieles del tren.	1 día	Cuenca- Rieles del tren.	\$25
Recorrido por las comunidades Rieles del tren, cerro Charón Ventanas, etc.	3 días 2 noches	Cuenca- Rieles del tren, cerro Charón Ventanas.	\$50
Servicios Complementario: Noche cultural (presentación de música y danza): Precio: \$10			

Fuente: Red de Turismo Comunitario del pueblo Cañarí

3) Centros agroecológico y de Turismo Comunitario “VENTURA”

Ubicación: Parroquia Ventura, perteneciente al Cantón Cañar

Altitud: 396 m.s.n.m.

Clima: Es cálido, con una a temperatura promedio de 18 a 25 °C.

Temporada: Todo el año

Dificultad de los paquetes: Media / moderada

Servicios que oferta:

- Alimentación (24 pax)
- Hospedaje (16 pax)
- Guías (4 nativos)

Cuadro N° 49. Paquetes turísticos que oferta CTC"VENTURA

Paquete	Duración	Actividad	Precio por persona
No existen paquetes establecidos.	- 1 día - 2 días una noche - 3 días 2 noches	Caminatas Ciclismo Cabalgatas Riqueza paisajística Observación de aves	\$10 por pax \$5 por pax

Fuente: Red de turismo comunitario del pueblo Cañarí

4) Centro de Turismo Comunitario "SISID ANEJO"

Ubicación: Se encuentra ubicado en la parroquia Ingapirca del cantón Cañar

Altitud: 3100 m.s.n.m

Clima: templado/frío, con una temperatura promedio entre 8 y 12 °C.

Temporada: Todo el año

Dificultad de los paquetes: Moderada

Servicios que oferta:

- Guía
- Alimentación (20 pax)
- Hospedaje (18pax)

Cuadro N° 50. Paquetes turísticos que oferta CTC “SISID ANEJO

Paquete	Duración	Recorrido	Precio por persona		
			1 pax	5-9pax	10-15pax
Sembríos y tejos Cañaris	1 día	CTC Sisid Anejo – Ingapirca-	\$ 65	\$ 24	\$ 20
Wayra Ñan “Camino del Viento”	1 día	Comunidad Sisid – Complejo Arqueológico Culebrillas.	\$ 92	\$ 32	\$ 28
Sisid Arqueológico y Extremo	1 día	CTC Sisid Anejo-Ingapirca- Línea Férrea-	\$ 88	\$ 42	\$ 40
Sisid Ruana Kawsay	2 días, 1 noche	CTC Sisid Anejo-Ingapirca-Culebrillas.	\$ 190	\$ 97	\$ 95
Cosmología Runa	2 días, 1 noche	CTC Sisid Anejo-Ingapirca	\$ 101	\$ 47	\$ 46

Fuente: Red de Turismo Comunitario del pueblo Cañarí

5) Centro de Turismo Comunitario “LA CARBONERÍA”

Ubicación: El CTC La Carbonería, pertenece a la parroquia y cantón Cañar.

Altitud: 2800 m.s.n.m

Clima: Templado y frío con una temperatura promedio de 10 °C a 15°C.

Temporada: Todo el Año.

Dificultad de los paquetes: Moderada

Servicios que oferta:

- Alimentación (30 pax)
- Alojamientos
- Transporte desde y hacia Cañar
- Guía nativo
- Alquiler de carpas, bicicletas, binoculares y bota de caucho.

Cuadro N° 51. Paquetes turísticos que oferta CTC “LA CARBONERÍA

Paquete	Duración	Recorrido	Precio por persona
			1 pax
Bosque protector la Carbonería	3día 2 noches	Cuenca- Centro de turismo comunitario la Carbonería	\$ 120

Fuente: Red de Turismo Comunitario del pueblo Cañar

e. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta, se tomó en cuenta el número de turistas que compraron paquetes turísticos, para visitar los Centro de Turismo Comunitario del Cantón Cañar, que pertenecen a la Red de Turismo Comunitario SUMAK PACHA.

En el 2013 se vendieron 3080 paquetes turísticos en el cantón Cañar (Red de Turismo Comunitario SUMAK PACHA), registrando una tasa de crecimiento del 1,7% anual. En base a estos datos se utilizó la fórmula de incremento compuesto proyectada para 5 años, tal como se detalla a continuación:

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

Cn= año a proyectar (2015 - 2019)

Co=oferta actual (582 paquetes nacionales y 989 paquetes extranjeros)

i= incremento 1,7%

n= año a proyectar

Cuadro N° 52. Proyección de la oferta en los próximos 5 años

N°	Año	Oferta proyectada
0	2014	3080
1	2015	3132
2	2016	3186
3	2017	3240
4	2018	3295
5	2019	3351

f. Demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha se determinó mediante el cálculo matemático, la demanda potencial se restó la oferta potencial de esta manera, para el año 2015 existirá una demanda insatisfecha de 90.041 turistas, los cuales podrían ser captados paulatinamente por el Centro de Turismo Comunitario de la parroquia Juncal, si se consideraría la ejecución de la actividad turística dentro del territorio.

Cuadro N° 53. Demanda potencial insatisfecha

N°	Año	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha
0	2014	91346	3080	88266
1	2015	93173	3132	90041
2	2016	95036	3186	91850
3	2017	96937	3240	93697
4	2018	98876	3295	95581
5	2019	100853	3351	97502

g. Demanda objetivo

El cálculo de la demanda objetivo se determinó, en función a la capacidad instalada del diseño arquitectónico del albergue que dispondrá de una capacidad para 6480 pax al año, mientras que la competencia con mayor trayectoria en el mercado turístico es el Centro de Turismo

Comunitario que recibió 1500 turistas el año 2013 (Red de Turismo Comunitario SUMAK PACHA), por ende la demanda susceptible a captar es del 1 % de la demanda insatisfecha.

Cuadro N° 54. Demanda objetivo a captar

Año	Demanda insatisfecha	D. Objetivo anual (1%)	D. Objetiva mensual	D. Objetiva semanal	D. Objetiva diaria
2014	88266	883	74	18	2
2015	90041	900	75	19	3
2016	91850	919	77	19	3
2017	93697	937	78	20	3
2018	95581	956	80	20	3
2019	97502	975	81	20	3

4. Análisis situacional de la parroquia

a. Análisis FODA

1) Aplicación de la matriz en los factores internos del sistema turístico

En el análisis situacional de la parroquia Juncal se identificó las fortalezas y debilidades internas de cada componente del sistema turístico.

Cuadro N° 55. Análisis de los factores internos en la planta turística

FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> - Existe un establecimiento que brinda servicio de alimentación. - Variedad gastronómica con identidad local. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducido número de establecimientos de alimentación. - Baja calidad de servicio de alimentación. - No existe establecimientos de alojamiento ni centros de información turística. - Baja inversión local en los proyectos turísticos, debido a la débil gestión y planificación turística.
<p>Síntesis: La parroquia cuenta con un escaso número de establecimiento de alimentación y hospedaje, además no dispone de centros de información turística, esto se debe a una baja planificación y gestión por parte de las autoridades competentes.</p>	

Cuadro N° 56. Análisis de los factores internos de los servicios complementarios.

FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> - Existe un estadio en la comunidad de Warahuin. - Dispone de un parque en la cabecera parroquial. - La parroquia dispone tres dispensarios médicos. - Cuenta con una tenencia política. - Todas las comunidades disponen de una casa comunal para eventos sociales y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> - No existe seguridad policial. - No existen carros de alquiler.
<p>Síntesis: La parroquia Juncal, cuenta con espacios recreacionales, dispensarios médico y con casas comunales en todas las comunidades, pero debido a la falta de gestión por parte de las autoridades no dispone de servicio de seguridad.</p>	

Cuadro N° 57. Análisis de los factores internos en la infraestructura básica

FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> - Vía de primer orden (Durán -El Tambo) se encuentra en buen estado el cual permite la movilización rápida de la población local. - Disponen del servicio telefónico móvil (claro y movistar). - Existe telefonía fija en la en todas las comunidades. - Cuenta con el servicio de un carro recolector de basura por parte del Gobierno Municipal del Cañar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo nivel de cobertura de servicios básicos en algunas comunidades de la parroquia. - Las vías de segundo y tercer orden se encuentran en mal estado. - Escaso servicio de transporte para la parroquia - No existe una Unidad de Policía Comunitaria - Manejo inadecuado de los desechos orgánicos - Limitado acceso a internet en la parroquia
<p>Síntesis: La parroquia cuenta con vías de primer orden en buen estado el cual favorecerá el acceso de los visitantes hacia la parroquia. Sin embargo existe una débil cobertura de servicios básicos que limitan el desarrollo de la actividad turística, esto se debe al desinterés de la población y autoridades competentes.</p>	

Cuadro N° 58. Análisis de los factores internos de los atractivos turísticos

FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> - Posee una riqueza, paisajística, arqueológica y cultural. - La parroquia se encuentra inmersa al Parque Nacional Sangay. - Cuenta con atractivos naturales y culturales. - Importantes manifestaciones culturales como la del Pawkar Raymi, Corpus Cristi, fiesta de parroquialización y la fiesta en honor al patrono Sagrado Corazón de Jesús. - Existen vestigios arqueológicos. - Artesanías elaboradas en telares. - Centro de medicina ancestral en la comunidad de (Canchaguzo). 	<ul style="list-style-type: none"> - La mayoría de atractivo turístico no se encuentran inventariados - Deterioro de los sitios arqueológicos por la actividades agrícolas y ganadera - Se enfrentan un proceso de aculturación por la migración. - Falta de señalización turística - Contaminación del rio San Antonio por aguas servidas. - Bajo nivel de recursos económicos para la preservación del patrimonio, natural y cultural. - Desconocimiento de la población en temas turísticos.
<p>Síntesis: Existe un alto potencial de atractivos arqueológicos, naturales y culturales donde se evidencia la posibilidad de desarrollar el turismo. Sin embargo la falta de inventario de los atractivos turísticos, el desinterés y la falta de compromiso de la población local no se ha desarrollado la actividad turística y por ende los atractivos están en proceso de deterioro.</p>	

Cuadro N° 59. Análisis de los factores internos en la superestructura turística

FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> • El GAD Municipal del Cañar aporta económicamente en los actos culturales • Ministerio de cultura apoya en los eventos culturales • Existe presupuesto parroquial para impulsar proyectos comunitarios. • El GAD de Juncal planifica espacios culturales y artísticos para el fortalecimiento de la cultura. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe una ordenanza y regulación en el ámbito turístico. • No se ha desarrollado un plan de desarrollo turístico para la parroquia. • No mantiene relaciones estratégicas con ONG's los cuales podrían financiar proyectos de desarrollo turísticos.
<p>Síntesis: El apoyo que recibe la parroquia por parte del GAD Municipal y el Ministerio de Cultura es escaso, por ende la población no se interesa en la actividad turística a pesar de los incentivos que proporciona la Junta Parroquia del Juncal.</p>	

Cuadro N° 60. Análisis de los factores internos de la demanda turística

FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
- Presencia de turistas que transitan el Camino del Inca.	- No existe un centro de información turística sobre la parroquia. - Insuficiente oferta de servicios y productos turísticos.
Síntesis: La Provincia del Cañar recibió 101.000 turistas entre nacional e internacionales en el año 2013, sin embargo, la insuficiente oferta de servicios y productos turísticos no ha permitido captar visitas a la zona.	

2) Análisis general

La parroquia Juncal dispone de un establecimiento de alimentación y servicios complementarios como: espacios recreacionales, dispensarios médico y con casas comunales en todas las comunidades para eventos sociales y culturales, además cuenta con una riqueza de atractivos naturales, culturales y arqueológicos que son de alto potencial turístico al nivel nacional y regional, sin embargo, la escasa cobertura de servicios básicos, la inseguridad imposibilita la actividad turística debido a la falta de gestión y desconocimiento de la población en general.

3) Matriz de los factores externos del sistema turísticos

Una vez identificado los factores internos del sistema turístico, se ha realizado un análisis de oportunidades y amenazas que pueden afectar de manera positiva o negativa en su accionar.

Cuadro N° 61. Análisis de los factores externos del sistema turístico de la parroquia.

OPORTUNIDADES (+)	AMENAZAS (-)
- Demanda interesada por productos turísticos comunitarios en el Austro del Ecuador - MINTUR: Financia proyectos turísticos y apoya en la capacitación a los guías. - MAE: Apoya en la conservación de los recursos naturales. - Apoyo técnico y económico por parte de	- Posicionamiento de otros destinos turísticos en el Ecuador, donde se ofertan productos turísticos similares como el turismo de naturaleza y cultura. - Cambios climáticos - Centros de turismo comunitario que tiene mayor posicionamiento en el mercado turístico.

OPORTUNIDADES (+)	AMENAZAS (-)
<p>instituciones públicas y privadas, para el desarrollo de proyectos comunitarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promoción de productos turísticos a través de ferias turísticas, eventos culturales Cantón y la Provincia del Cañar. - Crear convenios con universidades relacionados en el ámbito turístico como: ESPOCH, Universidad católica de Cuenca. - Creciente demanda de turistas que visita el Complejo Arqueológico Ingapirca. 	
<p>Síntesis: La parroquia presenta oportunidades diversas, para desarrollar proyectos turísticos mediante alianzas con instituciones públicas y privadas que están interesadas en invertir los recursos económicos en proyectos relacionados al turismo y de esta manera pretende mejorar la calidad de la población.</p>	

b. **Identificación y priorización de los nudos críticos**

Entre los principales problemas o nudos críticos que se identificaron y afectan al desarrollo de la actividad turística en la parroquia son.

Cuadro N° 62: Identificación y priorización de los nudos críticos.

SISTEMA TURÍSTICO	NUDOS CRÍTICOS	CAUSA	EFECTO	PRIORIZACIÓN DE LOS NUDOS CRÍTICOS			
				Dificultad	Impacto	Duración	Total
Atractivos turísticos	Deficiente planificación y gestión para el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales.	Limitado recurso humano, técnico y económico, para la protección y aprovechamiento de los mismos.	- Deterioro y una posible desaparición de los atractivos. - Ausente desarrollo turístico en la parroquia.	2	3	3	8
	Bajo nivel de cobertura de servicios básicos.	Deficiente presupuesto y gestión de las autoridades competentes	Insalubridad afecta la calidad de vida de la población	3	3	3	9

SISTEMA TURÍSTICO	NUDOS CRÍTICOS	CAUSA	EFEECTO	PRIORIZACIÓN DE LOS NUDOS CRÍTICOS			
				Dificultad	Impacto	Duración	Total
Infraestructura básica	Vías de segundo y tercer orden en mal estado.	Las lluvias invernales	Dificultad para la comercialización de los productos agrícolas Limitado acceso a la comunidad.	2	2	1	5
	Escaso servicio de transporte en la parroquia.	<ul style="list-style-type: none"> - Control de ingreso de los buses a la parroquia. - Conflictos entre cooperativas de transporte. 	Limitado acceso a la parroquia.	1	2	1	4
Planta turística	Bajo nivel en la calidad de servicios de alimentación	<ul style="list-style-type: none"> - Poca capacitación en atención al cliente - Desconocimiento por parte de la población en atención al cliente y prestación de servicios de calidad. 	Mala calidad de productos y servicios	2	2	3	7

SISTEMA TURÍSTICO	NUDOS CRÍTICOS	CAUSA	EFECTO	PRIORIZACIÓN DE LOS NUDOS CRÍTICOS			
				Dificultad	Impacto	Duración	Total
	Bajo interés de inversión local en proyectos turísticos.	Limitada gestión y planificación turística en la parroquia.	Proceso lento de desarrollo parroquia.	1	2	2	5
Servicio complementario	Carece de seguridad policial.	Deficiente gestión, por parte de las autoridades.	Inseguridad en la parroquia.	1	2	2	5
	Insuficiente oferta de servicios y productos turísticos en la zona.	Escaso conocimiento de la actividad turística.	Demanda insatisfecha	2	2	2	6
Superestructura turística	Carece de una ordenanza y regulación en el ámbito turístico en la parroquia.	Desinterés de las autoridades por implementar la actividad turística.	Deficiente planificación turística.	2	2	1	5
	Carece de relaciones estratégicas con las ONG's los cuales podrían financiar proyectos de desarrollo turístico	La parroquia no está involucrados en el actividad turística	Los turistas no tienen una información sobre la parroquia	3	2	2	7
Turista	Escasa afluencia turística	No existe productos ni servicios	No existe actividad turística en la zona.	3	2	2	6

1) Nudos críticos con mayor puntuación

Se dará mayor prioridad a los nudos críticos que alcanzaron el mayor puntaje en los parámetros de: impacto, dificultad y duración en las estrategias de cambio.

Cuadro N° 63. Nudos críticos con mayor puntaje

N°	Nudos críticos	Puntuación
1	Bajo nivel de cobertura de servicios básicos	9
2	Deficiente planificación y gestión para el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales	8
3	Carece de relaciones estratégicas con las ONG's los cuales podrían financiar proyectos de desarrollo turístico	7
4	Insuficiente oferta de servicios y productos turísticos en la zona	6
5	Escasa afluencia turística	6

c. Identificación de los factores claves de éxito

De acuerdo a los datos obtenidos de la matriz FODA del sistema turístico, se identificaron los factores claves de éxito en cada componente.

1) Atractivos turísticos

- La Parroquia Juncal se encuentra inmersa al Parque Nacional Sangay albergando gran variedad de especies de flora, fauna y aves endémicas del lugar.
- La laguna de Culebrillas es un sitio turístico conocido al nivel local provincial y nacional.
- El Pawkar Raymi es una fiesta ancestral celebrada conjuntamente con el carnaval, al cual acuden un gran número de personas, esta fiesta es conocida al nivel local y cantonal.
- Existen familias que aún mantienen las tradiciones de elaborar artesanías y prendas de vestir en telares.
- Existe un gran número de vestigios arqueológico dentro de la parroquia

2) **Infraestructura turística**

- La panamericana (Durán - El Tambo) se encuentra en perfectas condiciones el cual permite una movilización rápida de la población local.
- Dispone de vías de segundo orden que conduce a ciertos atractivos turísticos, y las vías de tercer orden se encuentran en condiciones de deterioro, pero sin embargo permite el acceso a ciertos atractivos turísticos.
- La junta parroquial se encuentra gestionando los recursos para la ampliación la cobertura de los servicios básicos.

3) **Planta turística**

- El establecimiento que brinda servicio de alimentación, disponen de un menú tradicional.

4) **Servicios complementarios**

- La parroquia el Juncal dispone de un estadio en la comunidad de Warawin.
- Existe una casa comunal en todas las comunidades, para eventos sociales y culturales.

5) **Superestructura turística**

- Se cuenta con un presupuesto participativo para impulsar proyectos que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores y sus comunidades.
- El GAD Municipal, el Ministerio de Cultura conjuntamente con la Junta Parroquial de Juncal, colabora de manera económica proyectos de diversa índole como: el secados de plantas medicinales microempresa de lácteos.
- Planificación de eventos artísticos y culturales para el fortalecimiento cultural a través de incentivos.

6) Demanda turística

- Incremento número de turistas por el Camino de Inca al Complejo Arqueológico Ingapirca.

7) Factores claves de éxito de mayor prioridad

Se ha considerado que se debería dar mayor prioridad a los siguientes factores claves de éxito del sistema turístico:

- La Parroquia Juncal se encuentra inmersa al Parque Nacional Sangay albergando gran variedad de especies de flora, fauna y aves endémicas del lugar.
- Sitios turísticos conocidos al nivel local provincial y nacional como la laguna de Culebrillas.
- Venta de artesanías elaboradas a mano como blusas, polleras, rebosos y huallkarina.
- Dispone de vías de acceso para todo tipo de transporte
- La junta parroquial impulsa recursos para ampliar la cobertura de servicios básicos.
- Se dispone de un presupuesto participativo para impulsar proyectos que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores y sus comunidades.
- Crecimientos número de turistas por el Camino de Inca al Complejo Arqueológico Ingapirca.

d. Definición de estrategias de cambio

Las estrategias de cambio se definieron en base a los nudos críticos más importantes que afectan el desarrollo del turismo de la parroquia Juncal, de la misma forma se identificaron los factores claves de éxito que determinan las estrategias de cambio y consolidación el desarrollo del turismo.

Cuadro N° 64. Determinación de estrategias de cambio y agentes

NUDOS CRÍTICOS	ESTRATEGIAS DE CAMBIO	AGENTE
Bajo nivel de cobertura de servicios básicos.	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar e implementar infraestructura y tecnologías para la gestión sostenible de los servicios básicos. - Gestionar ante las autoridades competentes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. GAD Municipal del Cantón Cañar: Dotación de servicios básicos. 2. Junta Parroquial de Juncal: Gestiones y recurso humano.
Deficiente planificación y gestión para el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de Ordenamiento Territorial - Plan de desarrollo turístico - Evaluación periódica del estado de conservación de los atractivos turísticos. - Estudios de factibilidad en sitios arqueológicos para el desarrollo turístico. - Realizar un inventario de flora y fauna. - Programa de señalética turística. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ministerio de Turismo: Financiamiento de proyectos turísticos y capacitación a los prestadores de servicio. 2. MAE (Ministerio del Ambiente): Inventario de flora, fauna y capacitación a guías naturalistas. 3. Municipio del Cantón Cañar: Apoya con el Plan de Ordenamiento Territorial. 4. INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural): Recuperación, revalorización y desarrollo del patrimonio pluricultural, histórico e intangible desde el turismo sostenible. 5. Junta Parroquial de Juncal: Conservación de los atractivos turísticos.
Carece de relaciones estratégicas con las ONG's los cuales podrían financiar proyectos de desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Crear alianzas con ONG's que financien proyectos turísticos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Junta parroquial: Crear alianzas con ONG's.
Insuficiente oferta de servicios y productos turísticos en la zona	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar e implementar una planta turística y productos turísticos. - Gestionar ante las autoridades competentes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. MINTUR: Capacitación en temas turísticos. 2. Junta parroquial: Recursos económicos. 3. Organización Bunchalay Capillapata: Recursos económicos.

NUDOS CRÍTICOS	ESTRATEGIAS DE CAMBIO	AGENTE
Escasa afluencia turística	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar de productos turísticos. - Crear alianzas con la red de turismo comunitario Sumak Pacha. - Establecer estrategias de comercialización. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. MINTUR: Capacitación en temas turísticos. 2. SUMAK PACHA: Promoción y difusión. 3. ITUR Cañar: Promoción y difusión. 4. Junta parroquial: participación en las principales fiestas con stand para la promoción

Cuadro N° 65. Determinación de estrategias de cambio y agentes

FACTORES DE CLAVE DE ÉXITO	ESTRATEGIAS DE CAMBIO	AGENTE
La Parroquia Juncal se encuentra inmersa al Parque Nacional Sangay albergando gran variedad de especies de flora, fauna y aves endémicas del lugar.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar inventario de flora, fauna y aves - Diseñar e implementar senderos para la observación de aves y evitar la degradación del tugar - Crear normativa de control para la actividades turística 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ministerio de Turismo: Normas por actividad turística. 2. Ministerio de Ambiente: <ul style="list-style-type: none"> - Inventario de flora, fauna y aves. - Medidas para evitar la degradación física y visual del entorno causada por el desarrollo turístico. 3. Departamento de Turismo del Municipio del cantón Cañar: Diseño e implantación de senderos y capacitación manejo adecuado de los atractivos turísticos. 4. Junta parroquial de Juncal: <ul style="list-style-type: none"> - Gestión para el inventario de flora y fauna. - Colabora en estudios ambientales 5. Comunidades y cabildo: Conservación de flora y fauna.
Sitios turísticos conocidos al nivel local provincial y nacional como la laguna de Culebrillas.		<ol style="list-style-type: none"> 1. INPC (Instituto Nacional de Patrimonio y Cultural) <ul style="list-style-type: none"> - Apoya en el fortalecimiento de la identidad cultural en la parroquia. - Capacitación para la elaboración de artesanías. 2. Junta parroquial de Juncal: gestiona ante las autoridades
Venta de artesanías elaboradas a mano como blusas, polleras, rebosos y hualkarina.	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivar a la juventud local que utilicen la vestimenta autóctona de la zona. - Incluir en los paquetes turísticos la visita a las casas artesanales. 	

		competentes. 3. Artesanos: Participación en los talleres
Dispone de vías de acceso para todo tipo de transporte	Buscar alianzas estratégicas con algunas cooperativas de transporte inter-cantonal que ingresen a la cabecera parroquial en diferentes horarios.	1. Ministerio de Obras Públicas: Mantenimiento de visas de segundo y tercer orden. 2. Ministerio de Transporte: Capacitación de las cooperativas de transporte público. 3. Junta parroquial de Juncal: Gestión para el acceso de transporte de autobuses públicos. 4. Comunidades y cabildo: Mantenimientos de las vías.
La junta parroquial impulsa recursos para ampliar la cobertura de servicios básicos.	Adquisición de maquinaria para el abastecimiento de los servicios básicos en todas las comunidades	1. Ilustre Municipalidad del Cantón Cañar: dotación de servicios básicos para los CTC y sus comunidades. 2. Junta Parroquial de Juncal: Gestiones ante las autoridades competentes. 3. Comunidades y cabildo: Apoyan con la mano de obra.
Se dispone de un presupuesto participativo para impulsar proyectos que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores y sus comunidades	Realizar gestión e implementación para la ejecución de productos turísticos.	1. Ministerio de Turismo: Capacitación en proyectos turísticos. 2. Junta Parroquial de Juncal: Innovación de productos turísticos. 3. Comunidades: Innovación de nuevos productos.
Crecimientos número de turistas por el Camino de Inca al Complejo Arqueológico Ingapirca.	- Elaboración de productos turísticos que motiven al turista conocer los atractivos de la parroquia - Implementación de servicio turístico.	1. Ministerio de Turismo: Capacitación en la elaboración de productos turísticos. 2. Junta Parroquial de Juncal: Elaboración de productos turísticos.

B. VIABILIDAD TÉCNICA DEL PRODUCTO

1. Diseño de un la planta turística

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

a. Localización del proyecto

El albergue estará ubicado a 50 metros de la cabecera parroquial de Juncal, en el sector de Zhullin, se escogió este sitio debido a la cercanía de los atractivos.

b. Área de construcción

El área de construcción del albergue es de 400 m², donde se construirá el establecimiento de hospedaje que dispondrá de 8 habitaciones entre dobles y triples con una capacidad para 18 pax en una superficie de 135 m², a pocos metros se construirá un restaurante que incluye una cocina y comedor con una capacidad para 32 pax, en un espacio de 64,80 m², además se edificará una sala espera, recepción, en un sitio de 46,40 m² mientras que áreas de recreación y estacionamiento de vehículos tendrá un área de 154 m². Cabe recalcar que toda la superficie estará protegida por una malla, para brindar mayor seguridad al turista.

c. Tipología de construcción

El tipo de construcción del albergue en general tendrá un modelo tradicional que forma parte de la arquitectura vernácula, esto con el objetivo de rescatar los materiales y costumbres del lugar, por ende se utilizarán materiales como: adobe, teja, y madera en toda la construcción, sin embargo, se hará uso de materiales actuales como: el ladrillo, cemento, cerámica en la construcción de

baño y cocina, para evitar filtraciones de agua y deterioro de las paredes aledañas, de esta manera se minimizará el impacto ambiental.

d. Características de la planta turística

1) Área de alojamiento

El área de alojamiento se caracteriza por su construcción de dos pisos el mismo que contará con cuatro habitaciones en el primer piso y cuatro habitaciones en el segundo piso con un total de 8 habitaciones con una capacidad para 18 pax, de las cuales seis son dobles y dos son triples, en caso que el turista desee una habitación simple se le asignará una habitación doble como simple, además cada habitación contará con un baño privado.

a) Propósito

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

b) Equipamiento

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

c) Decoración

Las habitaciones estarán decoradas con cuadros de los atractivos naturales, culturales y fotografías antiguas de las costumbres de la población, en la entrada de la habitación se colocará una alfombra rústica de piel de oveja, mientras que las cortinas serán elaboradas en telares con colores más representativos de la zona y en las mesas se colocarán floreros de barro, el baño estará decorado con: un espejo, gancho para la ropa, insumo de limpieza y toallas.

.

2) Áreas de alimentación

El área de alimentación incluye una cocina que será un lugar donde se manipulará y se preparará los alimentos; el comedor contará con 8 mesas con una capacidad para 32 pax, además se ofertará dos tipos platos: típicos y comida vegetariana.

i. Propósito

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

ii. Equipamiento

La cocina con estará equipado con: una cocina, licuadora, refrigeradora, horno, microonda, batidora, cafetera, cilindro de gas, extintor de incendio, muebles de cocina, una mesa, un menaje completo de cocina mientras que el comedor estará equipada con ocho mesas con capacidad para 32 pax .

iii. Decoración

1) Ambiente interno

El ambiente interno del restaurante estará decorado con objetos de la zona los mismos que serán elaborados por los habitantes de las comunidades como: herramientas que utilizan los moradores de la comunidad para su trabajo cotidiano (arado, yugo, chicote) y una bocina que es un instrumento de viento más utilizado para anunciar las mingas y reuniones comunitarias, también se adornará con cuadros que contengan imágenes de actividades agrícolas tradicionales, mientras las mesas estarán acicaladas con manteles rústicos bordados a mano con flores más representativas del lugar.

2) Ambiente externo

La puerta estará decorada con una herradura que significa, la protección de la casa y en las esquinas de la vivienda se colocará las “guayungas” que son las mazorcas de maíz grandes y las “chalias” que son pequeñas espigas de cebada y trigo que simboliza la riqueza y la abundancia de alimentos que posee la parroquia.

3) Área recepción y sala de espera

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

a) Propósito

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

b) Equipamiento

La recepción estará equipada con una computadora, impresora, sumadora, un escritorio, una silla giratoria, archivadores y souvenirs de oficina; la sala de espera dispondrá de un juego de muebles de sala, cuatro sillas, un vitrina de libros y revistas con información de la parroquia Juncal, cantón y provincia del Cañar.

c) Decoración

La recepción se engalanará con objetos antiguos de cerámica, cortinas diseñados y elaborados por las personas de la comunidad, cuadros de los atractivos más sobresalientes de la parroquia y la sala de espera tendrá objetos antiguos de piedra para preparar el ají y la machica; y objetos de cerámica como: ollas, “shilas o jarros” floreros, también se colocaran cuadros de atractivos turísticos y gigantografías llamativas, en la entrada se colocará una alfombra de piel de oveja.

4) Área de recreación

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

a) Propósito

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

b) Equipamiento

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

c) Decoración

Esta área estará arreglado con bancas que estarán ubicadas en distintos lugares del albergue y el jardín tendrá una gran variedad plantas nativas de la zona como: la quinua, puma maqui, quishuar y plantas ornamentales como el floripondio, los sarcillos, ruda entre otros, en el centro de albergue se diseñará “CRUZ DEL SUR o CHACANA”, el cual representa la gran riqueza de la cultura, la fertilidad de la tierra, que aún se conserva en la parroquia Juncal.

5) Área de parqueadero

El parqueadero será adoquinado, tendrá una capacidad para 10 vehículos, además dispondrá de un guardia de seguridad.

a) Propósito

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

b) Equipamiento

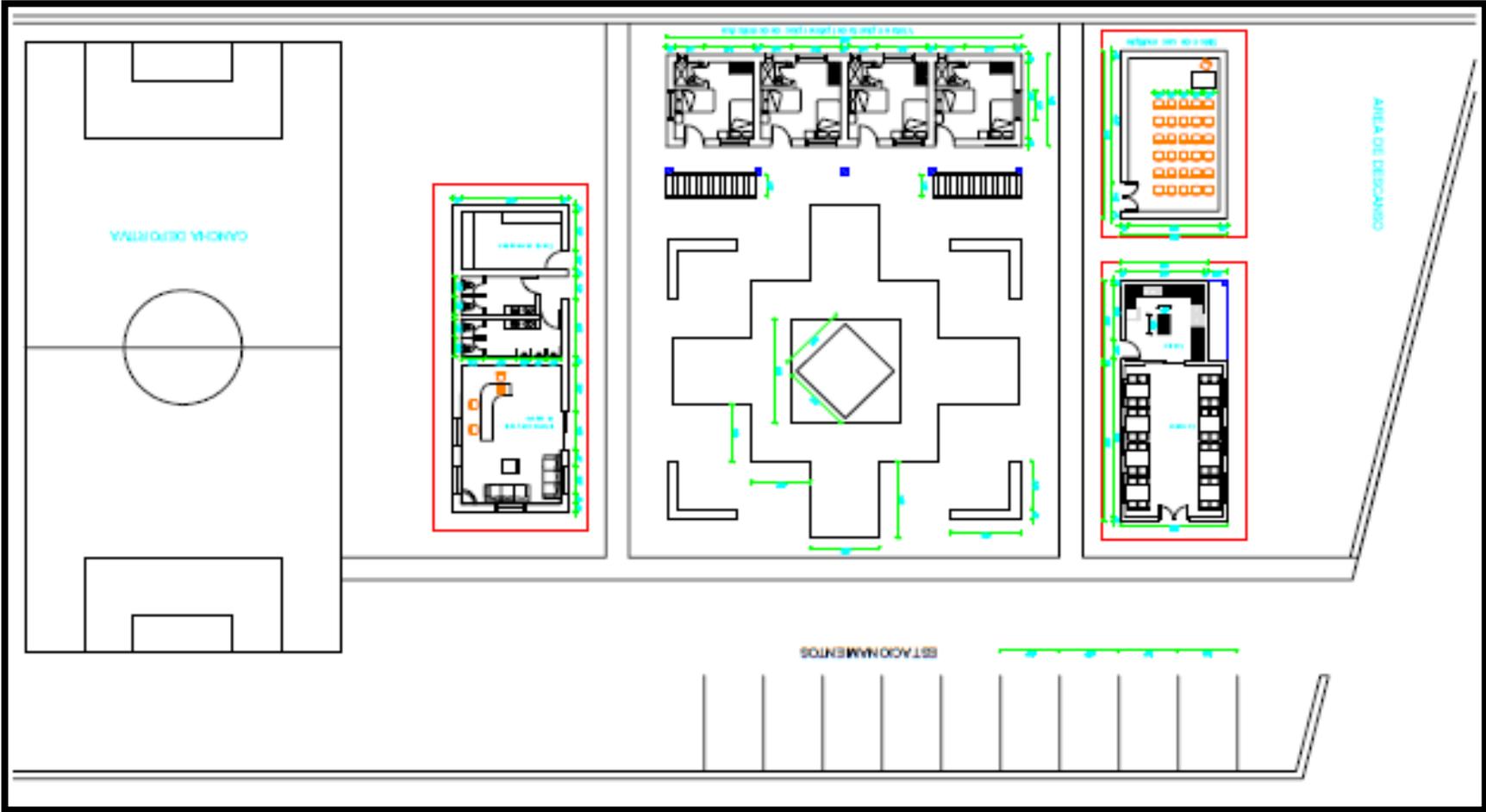
En el parqueadero se instalará una cámara de seguridad y alarma.

c) Decoración

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

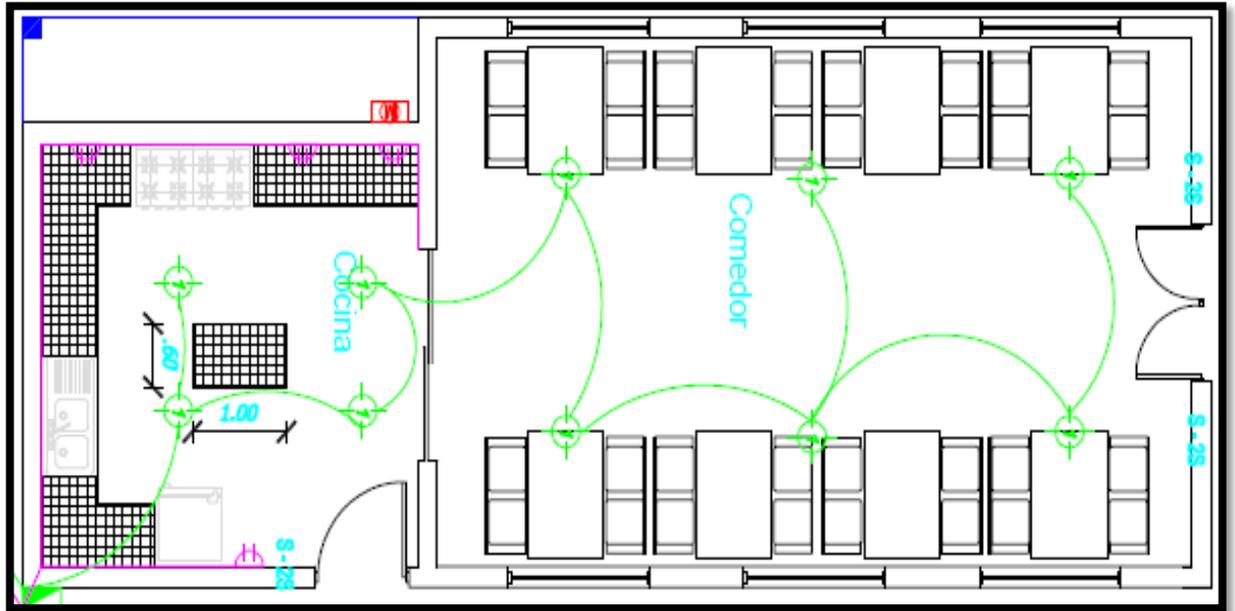
e. Diseño arquitectónico del albergue

Diseño N °1. Plano de albergue turístico

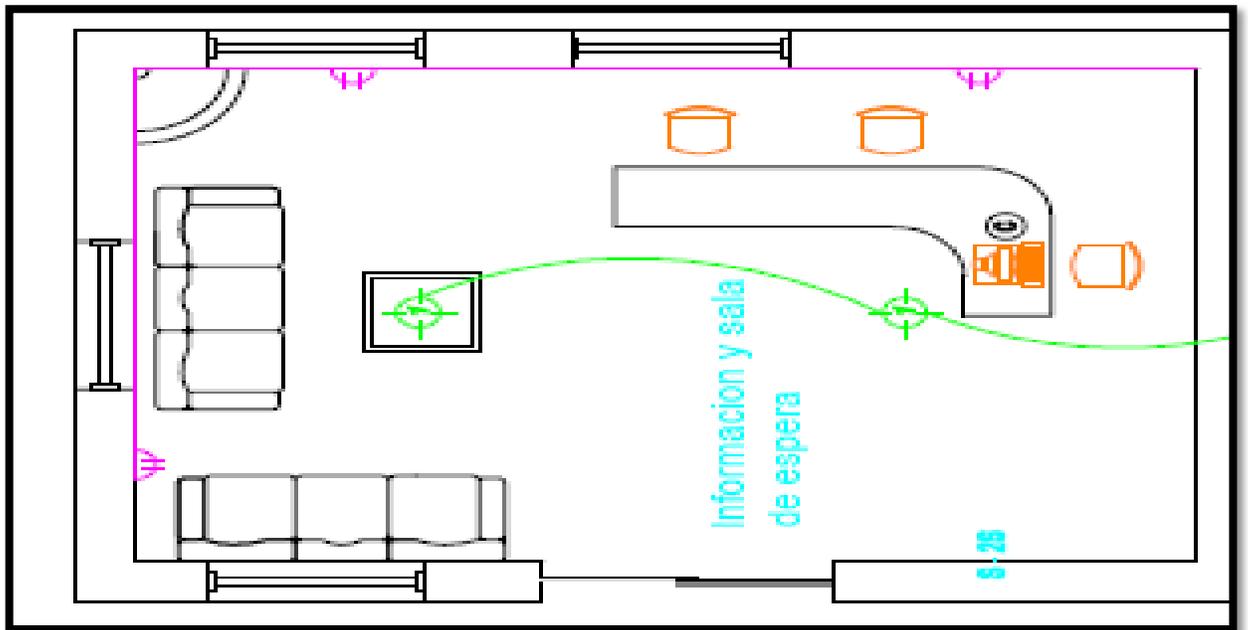


f. Instalaciones eléctricas

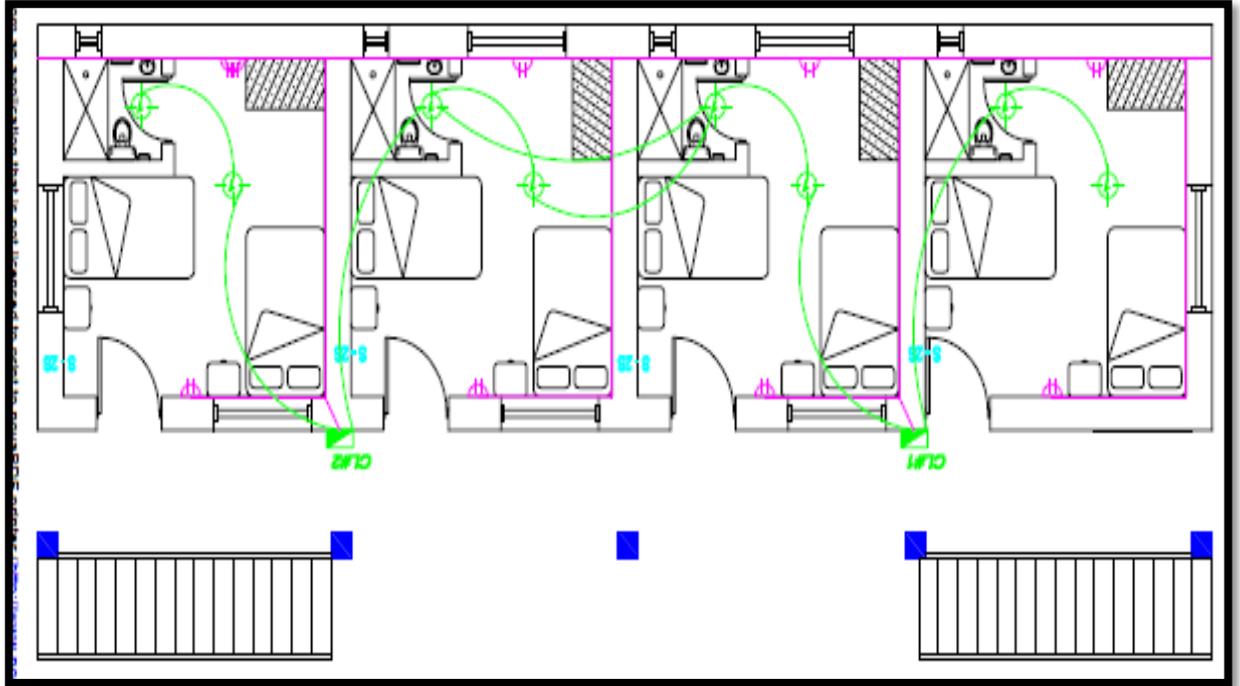
1) Cocina



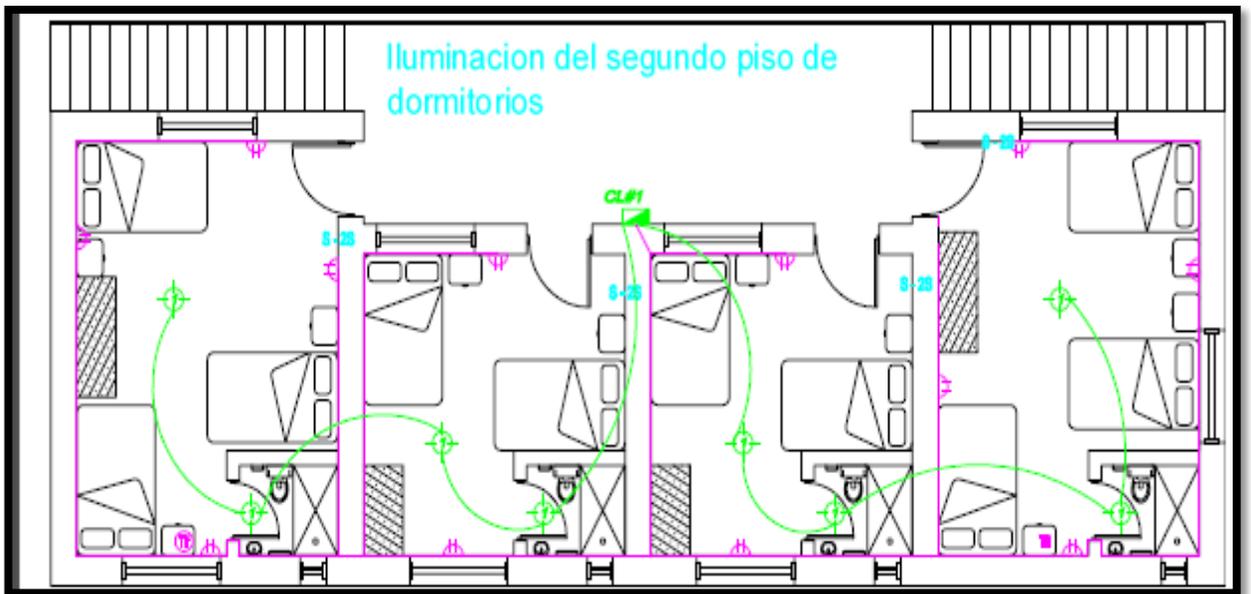
2) Sala recepción y espera



3) Aojamiento (primer piso)



4) Alojamiento (segundo piso)

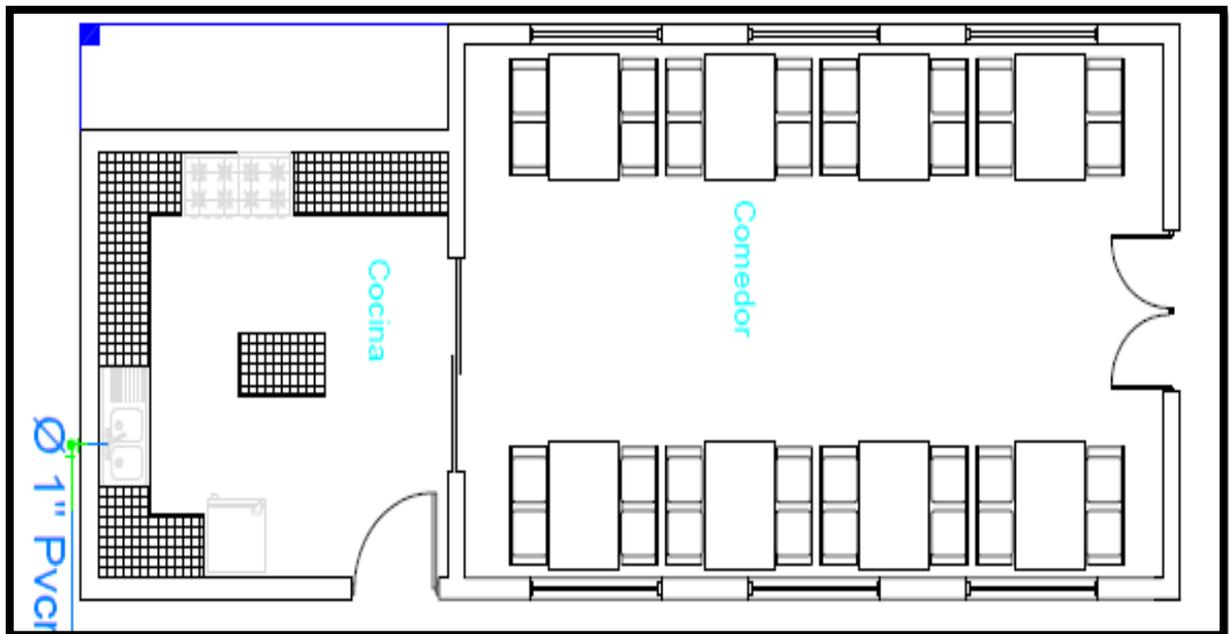


5) Simbología de luz

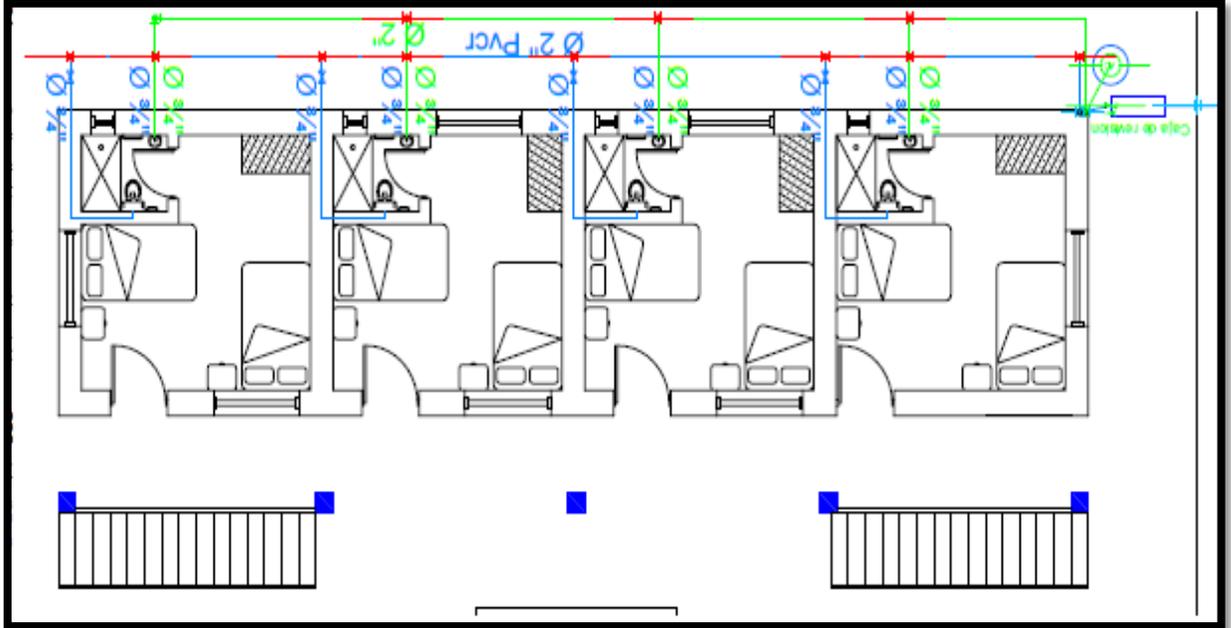
Simbología	
INSTALACIONES ELECTRICAS E INSTALACIONES ESPECIALES	
SIMBOLO	NOMBRE
	LUMINARIA
	TOMACORRIENTE
	INTERRUPTOR; Simple - Doble - Triple - Conmutador
	RED ILUMINACION
	RED TOMACORRIENTES
	CAJA TERMICA
	CIRCUITO DE FUERZA
	TOMA CONEXION A TIERRA
	MEDIDOR
	TELEFONO
	TELEVISION
	COMPUTADORA

g. Instalaciones de agua

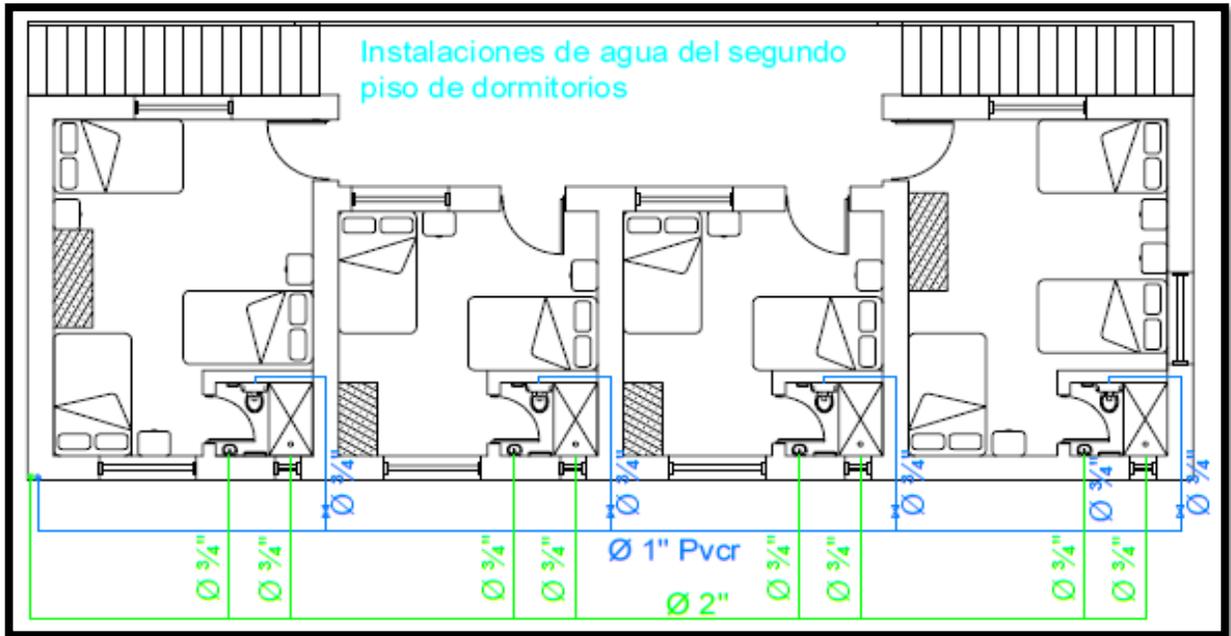
1) Cocina



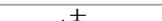
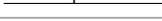
2) Alojamiento (primer piso)



3) Alojamiento (segundo piso)



4) Simbología

SIMBOLOGIA	
	Tubería de agua fría
	Tubería de agua caliente
	Union universal
	Te con derivacion lateral
	Te con derivacion hacia abajo
	Te con derivacion hacia arriba
	Codos de 90 y 45 grados
	Reduccion diametros indicados
	Codo bajando
	Codo subiendo
	Valvula de compuerta
	Valvula check
	Salida de agua potable (fría o caliente)
	Contadores
	Tanque de agua caliente

h. Vistas de albergue



Gráfico N ° 8. Vista panorámica de albergue turístico



Gráfico N ° 9. Vista frontal albergue turístico



Gráfico N ° 10. Vista posterior del albergue turístico



Gráfico N ° 11. Vista lateral derecho del albergue turístico



Gráfico N ° 12. Vista lateral izquierda del albergue turístico

i. Presupuesto estimado para la implementación del albergue

Cuadro N° 66. Precio estimado del albergue

PROPUESTA DE CONSTRUCCIÓN					
Proyecto: Propuesta de un albergue turístico					
Ubicación: Parroquia Juncal, Cantón Cañar, Provincia de Cañar					
ITEM	RUBRO DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
PRELIMINARES					
1	LIMPIEZA Y DESBROCE DEL TERRENO (MANUAL)	M2	1.500,00	0,65	975,00
2	BODEGA PROVISIONAL DE MADERA	M2	60,00	10,00	600,00
3	ACOMETIDA E INSTALACIONES ELÉCTRICAS PROVISIONALES	U	1,00	118,16	118,16
MOVIMIENTO DE TIERRAS					
4	REPLANTEO Y NIVELACIÓN (CONSTRUCCIONES DE HASTA 1000 M2)	M2	400,00	1,34	536,00
5	EXCAVACIÓN MANUAL EN PLINTOS Y CIMENTOS	M3	28,00	9,07	253,96
6	SUB-BASE GRANULAR CLASE 2 INCLUYE COMPACTACIÓN Y TRANSPORTE	M3	26,00	14,59	379,34
7	RELLENO MANUAL COMPACTADO CON MATERIAL DEL SITIO	M3	25,00	5,90	147,50
8	DESALOJO DE MATERIAL DE EXCAVACIÓN	M3	36,70	3,07	112,67
9	DESALOJO DE ESCOMBROS	M3	27,06	3,07	83,07
ESTRUCTURAS					
10	HORMIGÓN SIMPLE EN REPLANTILLO H.S 180 KG/CM2	M3	10,67	123,25	1.315,08
11	HORMIGÓN SIMPLE EN PLINTOS F 'C= 280 KG/CM2 (INC. ENCOFRADO)	M3	15,29	174,60	2.669,63
12	HORMIGÓN CICLÓPEO F 'C= 180 KG/CM2 (INC. ENCOFRADO)H.S	M3	21,41	30,23	647,22
13	COLUMNAS DE MADERA	M	25,00	5,00	125,00
CUARTO DE MAQUINAS					
14	EXCAVACIÓN MANUAL EN PLINTOS Y CIMENTOS	M3	44,35	10,88	482,53
15	RELLENO MANUAL COMPACTADO CON MATERIAL DEL SITIO	M3	20,74	5,90	122,37
16	DESALOJO DE MATERIAL DE EXCAVACIÓN	M3	23,61	3,07	72,48
17	SUB-BASE GRANULAR CLASE 2 INCLUYE COMPACTACIÓN Y TRANSPORTE	M3	14,78	14,59	215,64
18	HORMIGÓN SIMPLE EN REPLANTILLO H.S 180 KG/CM2	M3	0,92	123,25	113,39
19	HORMIGÓN SIMPLE EN ZAPATAS F 'C= 240 KG/CM2 INCLUYE ENCOFRADO	M3	4,62	107,40	496,19
20	HORMIGÓN SIMPLE EN LOSA F 'C= 240 KG/CM2 (ENCOFRADO LATERAL)	M3	3,85	141,67	545,43
MAMPOSTERÍA					
21	MAMPOSTERÍA DE ADOBE DE 40CM	M2	900,00	0,00	0,00
22	MAMPOSTERÍA DE BLOQUE DE 15CM (CERRAMIENTO PERIMETRAL)	M2	50,00	18,32	916,00
23	HORMIGÓN F'C=240KG/CM2	M3	1,00	123,49	123,49

ENLUCIDOS					
24	ENLUCIDO VERTICAL	M2	100,00	4,96	496,00
25	ENLUCIDO HORIZONTAL	M2	20,00	6,32	126,40
26	MASILLADO DE LOSA INCLUYE IMPERMEABILIZANTE	M2	50,00	5,22	261,00
PISOS					
27	PISO DE MADERA	M2	100,00	6,10	610,00
ITEM	RUBRO DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
28	CIELO RAZO	M2	120,00	5,00	600,00
CARPINTERÍA MADERERA					
29	PUERTA DE MADERA MDF CON BATIENTE Y MARCO METÁLICO	M2	100,00	108,22	10.822,00
30	CERRADURA BAÑO/POMO	U	12,00	18,26	219,12
31	CERRADURA DORMITORIO / POMO	U	8,00	35,47	283,76
32	MUEBLES MODULARES MDF	M	10,80	71,47	771,88
33	VENTANA DE MADERA 1.50 X 1.6	U	26,00	45,00	1.170,00
34	VENTANA METÁLICA PEQUEÑAS PARA BAÑOS	U	10,00	8,75	87,50
RECUBRIMIENTOS					
35	EMPASTE INTERIOR DE PARED (DOS MANOS)	M2	190,26	3,32	631,66
36	MESONES DE GRANITO SOBRE MESÓN DE HORMIGÓN A=0,60, INCLUYE SALPICADERA A=0,15 Y FALDÓN A=0,40	M2	31,58	120,58	3.807,92
OBRAS EXTERIORES					
37	ADOQUÍN HEXAGONAL GRIS F'C=400KG/CM2	M2	56,00	17,30	968,80
38	ENCESPADO Y PLANTAS ORNAMENTALES TIPO ESCANCELA	M2	323,00	3,65	1.178,95
PIEZAS SANITARIAS					
39	BOTADERO DE LIMPIEZA DE MATERIAL REVESTIDO DE CERÁMICA DE DOS POZAS, ALTA Y BAJA, AGUA	U	2,00	475,92	951,84
40	INODORO BLANCO CON FLUXÓMETRO	U	12,00	320,65	3.847,80
41	ACCESORIOS DE BAÑOS	U	12,00	36,01	432,12
42	LAVAMANOS EMPOTRADO CON LLAVE PRESSMATIC	U	11,00	189,50	2.084,50
43	DISPENSADOR DE PAPEL	U	10,00	18,98	189,80
44	DUCHA ELECTRICA	U	8,00	58,03	464,24
45	SECADOR DE MANOS	U	2,00	120,71	241,42
46	SUMIDERO DE PISO DE 2" INCLUYE REJILLA	U	8,00	13,62	108,96
47	CORTINA PLÁSTICA DUCHA DE BAÑO INCLUIDO TUBO METÁLICO	M	8,00	8,00	64,00
48	URINARIO CON FLUXÓMETRO	U	3,00	11,00	33,00
HIDROSANITARIO					
SISTEMA DE AGUA POTABLE FRIA					
49	TUBERÍA DE COBRE D=1" TIPO L	M	44,00	17,32	762,08
50	PUNTO DE AGUA FRÍA EN COBRE 1"	PTO	1,00	59,41	59,41
51	PUNTO DE AGUA FRÍA EN COBRE 1/2"	PTO	12,00	28,67	344,04
52	VÁLVULA DE CONTROL, D= 1/2"	U	32,00	7,91	253,12
53	VÁLVULA CHECK ROSCADA DIAM 1 1/2"	U	2,00	41,87	83,74
SISTEMA DE AGUA POTABLE CALIENTE					

54	TUBERÍA DE COBRE D=1/2" TIPO L	M	76,00	8,65	657,40
55	PUNTO DE AGUA CALIENTE EN COBRE 1/2"	PTO	13,00	28,67	372,71
56	VÁLVULA CHECK ROSCADA R.W DIAM 1/2"	U	4,00	33,71	134,84
57	SOPORTES DE TUBERÍAS	U	66,00	25,70	1.696,20
58	CALENTADOR ELÉCTRICO DE 30 GL, 220 V	U	2,00	234,00	468,00
59	AISLAMIENTO TÉRMICO PARA TUBERÍA ½" CON CAÑUELA Y ALUMINIO	M	76,00	8,29	630,04
SISTEMA DE AGUAS SERVIDAS Y VENTILACIÓN					
60	DESAGÜES PVC 110MM TIPO B (INCLUYE ACCESORIOS)	PTO	2,00	26,81	53,62
61	DESAGÜES PVC 50 MM. TIPO B(INCLUYE ACCESORIOS)	PTO	5,00	11,30	56,50
62	PUNTO DE VENTILACIÓN DE 50MM	PTO	8,00	15,62	124,96
63	REDES DE PVC SCH 40 Ø 3" (INCL. ACCESORIOS)	M	3,00	26,29	78,87
ITEM	RUBRO DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
SISTEMA DE AGUAS LLUVIAS					
64	TUBERÍA DE 75 DE PVC TIPO B	M	3,00	5,74	17,22
65	DESAGÜES PVC 110MM TIPO B (INCLUYE ACCESORIOS)	PTO	4,00	26,81	107,24
66	SUMIDERO REJILLA ALUMINIO CC-200X150MM	U	7,00	99,47	696,29
SISTEMA CONTRA INCENDIOS					
67	EXTINTOR CO2, 5 KG	U	1,00	138,32	138,32
ELECTRÓNICO					
SISTEMA DE DETECCIÓN DE INCENDIOS					
68	DETECTOR DE HUMO	U	27,00	142,40	3.844,80
69	DETECTOR DE CALOR TÉRMICO INSTALADO	U	1,00	83,47	83,47
ACOMETIDA TELEFÓNICA					
70	TUBERÍA PESADA PVC 2" Y ACCESORIOS	M	15,00	13,32	199,80
71	CAJA METÁLICA SOBREPUESTA DE 30X30X15	U	1,00	28,25	28,25
INSTALACIONES ELÉCTRICAS					
SISTEMA ELECTRICO					
72	POZO ELÉCTRICO DE 0,40X0,40X0,40 CON TAPA CON CERCO METÁLICO	U	1,00	59,14	59,14
73	CABLEADO ELÉCTRICO TOTAL	kg	50,00	12,30	615,00
73	INTERRUPTOR DOBLE CON TAPA 15A, 120V	U	5,00	19,86	99,30
LUMINARIAS					
74	LUMINARIA FLUORESCENTE DE 3X17 T8 W	U	8,00	46,88	375,04
ALIMENTADORES ELECTRICOS					
75	TUBERÍA CONDUIT EMT 2" DE DIÁMETRO INCLUIDO ACCESORIOS	M	20,00	10,69	213,80
76	TUBO PVC DE 4" CORRUGADA PARA CANALIZACIÓN ELÉCTRICA	M	120,00	6,22	746,40
77	MANGUERA NEGRA 2"	M	100,00	1,07	107,00
BREAKERS					
78	INTERRUPTOR TERMOMAGNETICO ENCHUFABLE 1P-16;20;32A	U	66,00	19,30	1.273,80
79	BREAKER TIPO CAJA MOLDEADA EZC100H 2015-2P-20-30-40-50-60 AMP	U	7,00	34,90	244,30
OBRAS COMPLEMENTARIAS DE IMPLANTACIÓN					
80	LIMPIEZA Y DESBROCE	M2	339,00	0,65	220,35

81	REPLANTEO Y NIVELACIÓN	M2	339,00	1,34	454,26
82	EXCAVACION	M3	339,00	9,07	3.074,73
ITEM	RUBRO DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
82	ADOQUINADO VEHICULAR HEXAGONAL 20/M2 SIMPLE F´C=400KG/CM2 (INC. CAMA DE ARENA)	M2	50,00	17,30	865,00
SUBTOTAL:				\$ 60.741,86	
IVA 12%				\$ 7.289,02	
TOTAL				\$ 68.030,88	

2. Diseño de rutas turísticas temáticas

a. Ruta de Cultural e historia

Se consideró este eje debido a que la parroquia Juncal, es una zona de historia y cultura.

Juncal se caracteriza por conservar las costumbres y tradiciones como: la minga que son actividades de solidaridad, el wasi pichay, las fiestas de Carmen Otava, el Pawkar Raymi, sitios históricos como: el Tambo real o Paredones, Laguna de Culebrillas y Camino de Inca; uso de la medicina ancestral y gastronomía típica papas con cuy y la chicha de jora.

1) **Tiempo de recorrido y distancia de la ruta**

El recorrido se iniciará desde la ciudad de Cañar y concluirá en Tambo Real o Paredones, existiendo una distancia de 38 km y el tiempo de recorrido en vehículo es de 5 horas con 45 minutos.

2) Mapa de ruta con los atractivos turísticos

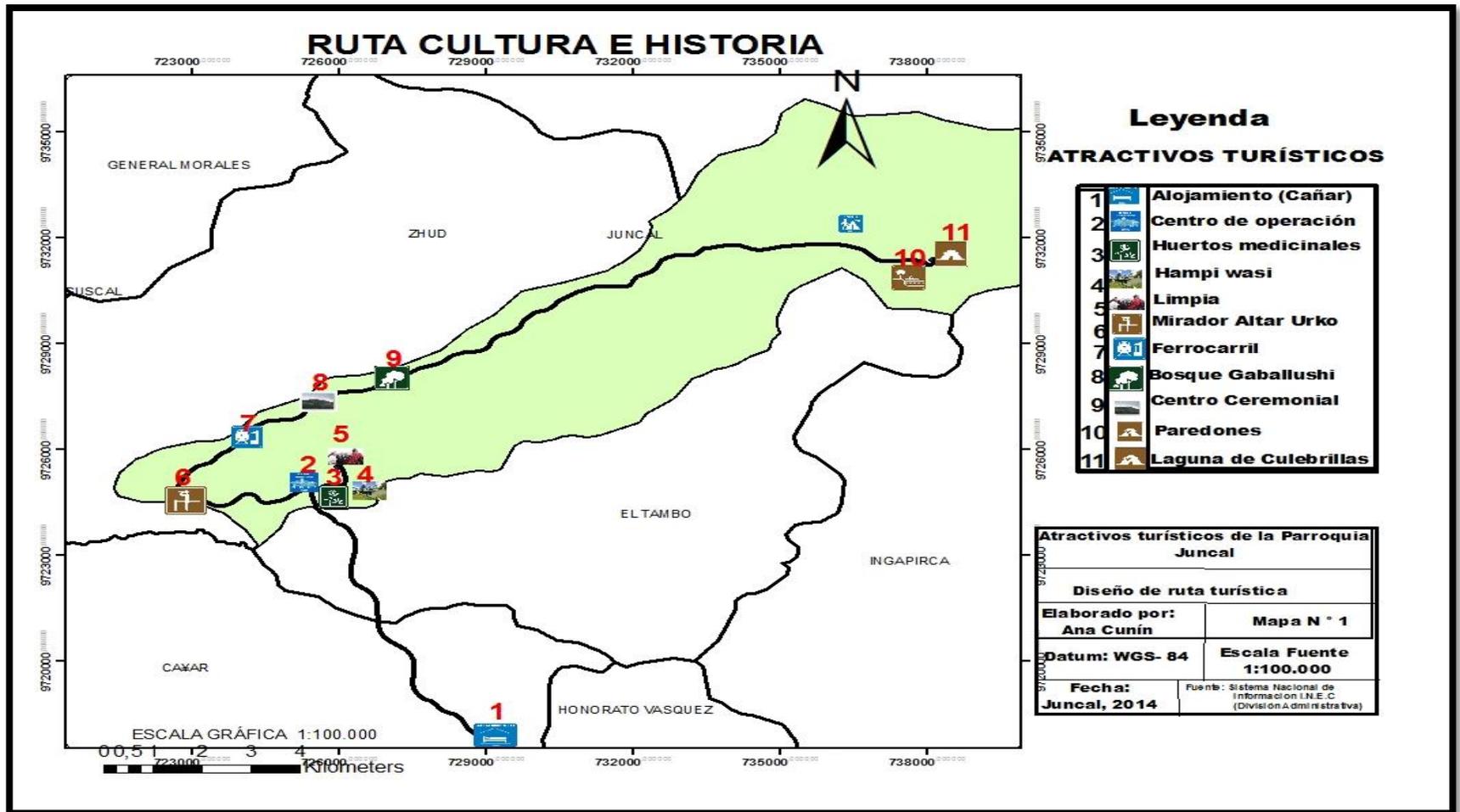


Gráfico N° 13. Mapa de ruta. Cultura e historia.

3) **Objetivo de la ruta**

- a) Conservar y dar a conocer los sitios históricos y las actividades culturales que se practica en la parroquia Juncal a turistas nacionales y extranjeros.
- b) Posicionar en el mercado turístico a la parroquia Juncal.

4) **Atractivos de la ruta**

Tambo real o Paredones, Laguna de Culebrillas, Camino de Inka, Centro Ceremonial Champa Pukará, huertos medicinales y Centro de medicina ancestral.

5) **Uso turístico y actividades de la ruta**

Cuadro N° 67. Uso turístico y actividades de la ruta

POTENCIALIDAD DE USO TURÍSTICO	ACTIVIDADES TURÍSTICA
Turismo histórico	<ul style="list-style-type: none"> - Visita a sitios históricos - Caminatas guiadas - Interpretación de patrimonio cultural
Turismo de salud	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en limpieas - Visita huertos medicinales
Recreación	<ul style="list-style-type: none"> - Caminatas - Cabalgatas - Camping - Observación de flora y fauna - Relato de tradiciones orales

6) **Temas interpretativos de la ruta**

- Historia y leyenda de los sitios históricos
- Cultura e identidad
- Manifestaciones culturales

- Forma de vida la comunidad Juncaleña
- Prácticas rituales
- Gastronomía típica
- Sabiduría ancestral (medicina)

7) Facilidades turísticas requeridas para la ruta

Cuadro N° 68. Cuadro de facilidades y planta turística

Atractivos turísticos	Facilidades y planta turística					
	 Señalética	 Sendero	 Camping	 Pesca deportiva	 Cabalgata	 Casas artesanales
Huertos orgánicos						
Centro medicinal Jambí wasi						
Camba Pukará						
Laguna de Culebrillas						
Paredones						
Camino del inca o Capak Ñan						

Leyenda:



Facilidades turísticas a implementarse en los atractivos

8) Servicios complementarios

El servicio complementario de la ruta será la planta turística, la cual dispondrá de servicios de hospedaje y alimentación ubicada en la cabecera parroquial de Juncal sector Zhullin.

a) Hospedaje

Se implementará un establecimiento de hospedaje en la cabecera parroquia con un diseño arquitectónico autóctono, mediante la utilización de los materiales tradicionales como: adobe, teja, madera, el cual dispondrá de una capacidad de 18 pax.

b) Restaurante

El restaurante se construirá empleando los materiales del lugar, estará decorado con varias herramientas que utiliza la gente de la comunidad en las labores diarias y contará con una capacidad para 32 pax.

9) Demanda potencial

La demanda potencial interesada en conocer “*la ruta cultura e historia*” de la parroquia Juncal son: los segmentos de turistas nacionales (estudiantes, personas con capacidades especiales y los adultos mayores), y extranjeros.

10) Equipo de gestión para la operación de la Ruta

Cuadro N° 69. Personal necesaria para la operación de la ruta.

Centro de operación	Número de personal	Cargo
Albergue comunitario de la parroquia Juncal	1	▪ Coordinador administrativo
	1	▪ Coordinador de contabilidad

Centro de operación	Número de personal	Cargo
	3	▪ Guías nativos
	1	▪ Personal de alojamiento y seguridad
	2	▪ Personal de alimentación

11) Paquete de la ruta turística

PAQUETE DE LA RUTA			
Denominación: Un paso por la cultura e historia Juncaleña			Código: JUN_001
Carácter: Cultural		Estilo: Trekking	Dificultad física: Alta
Duración: Tres días y dos noches	Idioma: Español	Centro de operación: La parroquia Juncal.	
Recorrido: Cañar- Juncal- huertos familiares - centro medicinal jambi wasi - Champa Pukará- Laguna de Culebrillas- Paredones y Camino del Inka.			
ITINERARIO			
Día	Hora	Actividad	Lugar
Primer día	07H30	Salida hacia la parroquia Juncal desde Cañar	Cañar
	08H10	Arribo, bienvenida e información general	Centro parroquial
	08H15	Se brindará un agua aromática con chigüiles	
	08H30	Recorrido por los huertos orgánicos	
	11H30	Transfer a la comunidad de Canchaguzo donde se visitará el centro medicinal Jambi Wasi.	Comunidad Canchaguzo
	12H45	Almuerzo típico	Comunidad de Yaculoma
	15H00	Participación en una limpia con Mama Mercedes	
	17H00	Tarde cultural (música, danza y teatro)	
	19H00	Cena	
		20H00	Descanso

Segundo día	08H00	Desayuno	
	09H00	Relato de una historia de la feria del carnaval	Sector Altar Urku
	10H30	Transfer al centro ceremonial Campa Pukará Se participará en una Ceremonia tradicional	Sector Chamba Pukará
	13H00	Almuerzo (pampa mesa)	
	14H30	Cabalgata por los chaquiñañes	Río Guallicana
	16H00	Transfer a la Laguna Culebrillas	Sector Gavalluzhi
	17H45	Arribo a la Laguna Culebrillas y arreglo de campamiento	Culebrillas
	18H45	Cena	
	19H 45	Descanso	
Tercer día	08H00	Desayuno	Culebrillas
	09H00	Caminata por los alrededores de la laguna	
	10H30	Traslado al sitio arqueológico Los Paredones o Tambo.	Paredones
	11H30	Recorrido por un tramo de camino del inca	Camino del inca
	13H30	Almuerzo	Camino del inca
	14H30	Retorno a la ciudad de Cañar	Cañar
	17H00	Arribo a Cañar	

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

En la mañana, se recogerá a los turistas de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cañar, se los trasladará en vehículos de acuerdo al número de pax (de 1 a 4 pax se trasladará en camioneta, de 5 a 12 pax en furgoneta y más de 12 pax en bus), a la parroquia Juncal donde se recibirá con una charla de bienvenida y se explicará el recorrido a realizar, de allí nos trasladaremos hacia a los huertos familiares de plantas ornamentales, medicinales donde se explicará sus beneficios, continuaremos recorriendo los caminos antiguos y chaquiñanes hasta la comunidad de Canchaguzo aquí conoceremos como se prepara las plantas medicinales para su comercialización con más de 15 recetas, en el mismo lugar deleitaremos de un almuerzo tradicional con platos típicos de la zona, de allí nos

trasladaremos hasta la comunidad de Yaculoma y visitaremos a Mama Mercedes para realizar una limpia de purificación, posteriormente se participara en una tarde cultural de música, danza y teatro luego de haber compartido y disfrutado de estas actividades nos trasladaremos a la casa comunal de comunidad de Juncal Centro para cenar y descansar.

A la mañana siguiente desayunaremos e iniciaremos nuestra aventura en el mirador Altar Urku donde la observación de varios cantones y parroquias aledañas, además el guía relatará una historia de la feria del carnaval que nos transportará a aquella época, posteriormente nos trasladaremos al Centro ceremonial Champa Pukará para ser partícipes de una Ceremonia ritual de purificación y agradecimiento a la Pachamama, posteriormente se brindará un almuerzo mediante la costumbre típica de la zona como es la pampa mesa donde los participante se colocan en dos filas para servirse los alimentos como: papas, mellocos, ocas, habas, mote, chigüiles, humitas y carne blanca y rojas que se encuentran en el centro de las dos filas. Continuaremos con el recorrido en caballos entre relatos e historias del lugar llegamos al Río Guallicanga donde los carros nos esperan para trasladarnos hasta la Laguna de Culebrillas donde se armará un campamento para cenar y descansaremos en un ambiente de paz y tranquilidad donde nuestra compañía serán las estrellas y las montañas.

A la mañana siguiente desayunaremos, e iniciaremos una caminata alrededor de la laguna relatando mitos y leyendas de esta laguna misteriosa, también visitaremos los restos arqueológicos del Tambo Real o Paredones y realizaremos un recorrido por un tramo del camino de inca, posteriormente almorzaremos y se entregará una artesanía y retornaremos a la ciudad de Cañar.

REQUERIMIENTO DE LA VISITA

- Documento de identificación para el registro
- Ropa abrigada: guantes, bufandas, gorra para sol y frio
- Protector solar
- Gafas
- Cámara fotográfica

SERVICIOS QUE INCLUYE	
<ul style="list-style-type: none"> - Guianza (Guía nativo) - Transporte (solo camioneta 4x4) - Alimentación (2 desayunos, 3 almuerzos, 2 meriendas) - Entrada al centro medicinal Jambi Wasi - Alquiler de caballo - Limpia 	
SERVICIOS QUE NO INCLUYEN	
<ul style="list-style-type: none"> - Comidas ni bebidas extras - Gastos extras - Artesanías - Carpas - Lo no especificado en el programa 	
PROHIBICIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas alcohólicas - Cigarrillos - Drogas - Armar fogatas 	
NORMAS DE COMPORTAMIENTO	
<ul style="list-style-type: none"> - Deposite la basura en su lugar - La naturaleza es vida cuídala - Respeta sus costumbres 	
PRECIO	
Cuadro N° 70. Costo por número de pax de la ruta	
Número de pax	Precio por pax por dos día
2pax	\$366,00
4pax	\$228,00
+ de 10 pax	\$189,00

12) Análisis del costo de la ruta (Cultura e historia)

Cuadro N° 71. Análisis del costo de la ruta

COSTOS DEL TOUR	Rangos Paxs		
	2	4	10
Costos generales del tour			
Guianza por 3 día	75,00	75,00	150,00
Suplemento guía	22,00	22,00	44,00
Transporte	165,00	165,00	330,00
Ritual de limpia	20,00	20,00	20,00
Tarde cultural	30,00	30,00	30,00
Ceremonia ritual	25,00	25,00	25,00
Total Costos Generales (1)	337,00	337,00	599,00
Costos Individuales x Pax			
Agua aromática con chigüiles	2,00	2,00	2,00
Almuerzo (3)	15,00	15,00	15,00
Desayuno (2)	5,00	5,00	5,00
Merienda (2)	9,00	9,00	9,00
Hospedaje	12,00	12,00	12,00
Alquiler de Caballo	5,00	5,00	5,00
Entrada huerto medicinal	2,00	2,00	2,00
Entrada al Centro Medicinal Canchaguzo	2,00	2,00	2,00
Artesanía	4,00	4,00	4,00
Total costos indiv. x pax (2)	56,00	56,00	56,00
Totales			
Costos generales (1)	168,500	84,25	59,9
Costos indiv. x pax (2)	56,00	56,00	56,00
Costo Total	224,50	140,25	115,9
Gastos administrativos (10%)	22,45	14,02	11,59
Gasto de depreciación (5%)	11,22	7,01	5,79
Margen de Rango 25%	0,75	0,75	0,75
Precio Neto	333,00	208,03	171,91
Precio Gross (10% comm)	33,30	20,80	17,19
Precio final	366,00	228,00	189,00

13) Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se realizó tomando en cuenta las estimaciones de la implementación de la planta turística, además se ha establecido la cuota objetivo del mercado de 1% anual de la demanda insatisfecha, mismo que para el año 2015 se recibirá 900 turistas.

Para este cálculo se utilizó la siguiente formula:

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

Cuadro N° 72. Punto de equilibrio de la ruta

Nombre del paquete	P. Venta	C. P unitario	Costo fijo	Depreciación	Unidad en Punto de Equilibrio		Ingreso en Punto de Equilibrio	
					Mensual	Anual	Mensual	Anual
Cultura e historia	189,11	115,90	2605,00	2,95	36	427	6736,63	80839,57

Para tener un punto de equilibrio en unidades el centro de turismo comunitario deberá vender 427 paquetes de la ruta, el ingreso anual por los paquetes vendidos será de \$ 80. 839,57.

3. Diseño de paquetes turísticos comunitarios

Los paquetes turísticos fueron diseñados en base a los resultados de la demanda y oferta actual de la parroquia Juncal.

Debido a que la parroquia dispone de un diseño de una planta turística, los paquetes fueron elaborados de un día, y de dos días una noche, los mismos que se resumen a continuación:

Cuadro N° 73. Tipo y denominación de los paquetes

TIPO	DENOMINACIÓN DEL PAQUETE
Natural	1. Aventura con la naturaleza
Cultural	2. Raíces de la medicina ancestral 3. Una cultura escondida entre el junco
Natural – Cultural	4. Contacto con la Pachamama

En la estructuración técnica de los paquetes todas las comunidades de la parroquia están involucradas de forma directa e indirecta.

a. Paquete No 1. Raíces de la medicina ancestral

PAQUETE 1			
Denominación: Raíces de la medicina ancestral		Código: JUN_001	
Carácter: Natural y Cultural	Estilo: Trekking	Dificultad física: Baja	
Duración: Un día	Idioma: Español	Centro de operación: Casa comunal de Juncal centro.	
Recorrido: Cañar- Juncal- huertos orgánicos y medicinales- centros de medicinales ancestral – Comunidad de Yaculoma.			
ITINERARIO			
Día	Hora	Actividad	Lugar
Primer día	07H30	Salida hacia la parroquia Juncal.	Cañar
	08H10	Arribo, bienvenida e información general.	Centro parroquial
	08H15	Se brindará un agua aromática con chigüiles	
	08H30	Recorrido por los huertos orgánicos y medicinales.	
	10H30	Transfer a la comunidad de Canchaguzo.	Comunidad de
	11H00	Arribo y visita al Centro de medicina ancestral.	

	13H30	Almuerzo tradicional de “platos típicos”.	Canchaguzo
	14H30	Transfer a la comunidad de Yaculoma por chakiñan Collar Pata	Comunidad de Yaculoma
	15H30	Participar en una limpia con la Mama Mercedes.	
	16H30	Retorno a centro parroquial y entrega de una artesanía, agradecimiento y despedida.	Centro Parroquial
	17H10	Retorno a la ciudad de Cañar.	Centro Parroquial
DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE			
<p>En la mañana, se recogerá a los turistas de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cañar, se los trasladará en vehículos de acuerdo al número de pax (de 1 a 4 pax se trasladará en camioneta, de 5 a 12 pax en furgoneta y más de 12 pax en bus), a la parroquia Juncal donde se recibirá con una charla de bienvenida y se explicará el recorrido a realizar, de allí nos trasladaremos hacia a los huertos familiares de plantas ornamentales, medicinales donde se explicará sus beneficios, continuaremos recorriendo los caminos antiguos y chaquiñanes hasta la comunidad de Canchaguzo aquí conoceremos como se prepara las plantas medicinales para su comercialización con más de 15 recetas, en el mismo lugar nos deleitaremos de un almuerzo tradicional con platos típicos de la zona, de allí nos trasladaremos hasta la comunidad de Yaculoma y visitaremos a Mama Mercedes para realizar una limpia de purificación, posteriormente retornaremos al centro parroquial donde se hará entrega de una artesanía y nos despediremos.</p>			
REQUERIMIENTO DE LA VISITA			
<ul style="list-style-type: none"> - Documento de identificación para el registro - Ropa abrigada: guantes, bufandas, gorra para sol y frio - Protector solar - Gafas - Cámara fotográfica 			
SERVICIOS QUE INCLUYE			
<ul style="list-style-type: none"> - Guianza (Guía nativo) 			

<ul style="list-style-type: none"> - Transporte (camioneta hasta 4 pax y más de 4 pax una buseta) - Alimentación (plato típico) - Una artesanía 								
SERVICIOS QUE NO INCLUYEN								
<ul style="list-style-type: none"> - Comidas ni bebidas extras - Gastos extras - Artesanías adicionales - Compra de recetas de plantas medicinales - Lo no especificado en el programa 								
PROHIBICIONES								
<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas alcohólicas - Cigarrillos - Drogas - Fotografías en Centro medicinal ancestral 								
NORMAS DE COMPORTAMIENTO								
<ul style="list-style-type: none"> - Deposite la basura en su lugar - La naturaleza es vida cuídala - Respetar sus costumbres 								
PRECIO OBSERVACIONES								
<p>Cuadro N° 74. Costo del paquete 1 por el número de pax</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #4F81BD; color: white;">Número de pax</th> <th style="background-color: #4F81BD; color: white;">Precio por pax</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2pax</td> <td>\$82,00</td> </tr> <tr> <td>4pax</td> <td>\$58,00</td> </tr> <tr> <td>+ de 10 pax</td> <td>\$42,00</td> </tr> </tbody> </table>	Número de pax	Precio por pax	2pax	\$82,00	4pax	\$58,00	+ de 10 pax	\$42,00
Número de pax	Precio por pax							
2pax	\$82,00							
4pax	\$58,00							
+ de 10 pax	\$42,00							

FOTOGRAFÍAS

Foto N° 3: Huertos familiares

Por: Ana Cunín



Foto N° 4: Preparación de platos típicos

1) Mapas

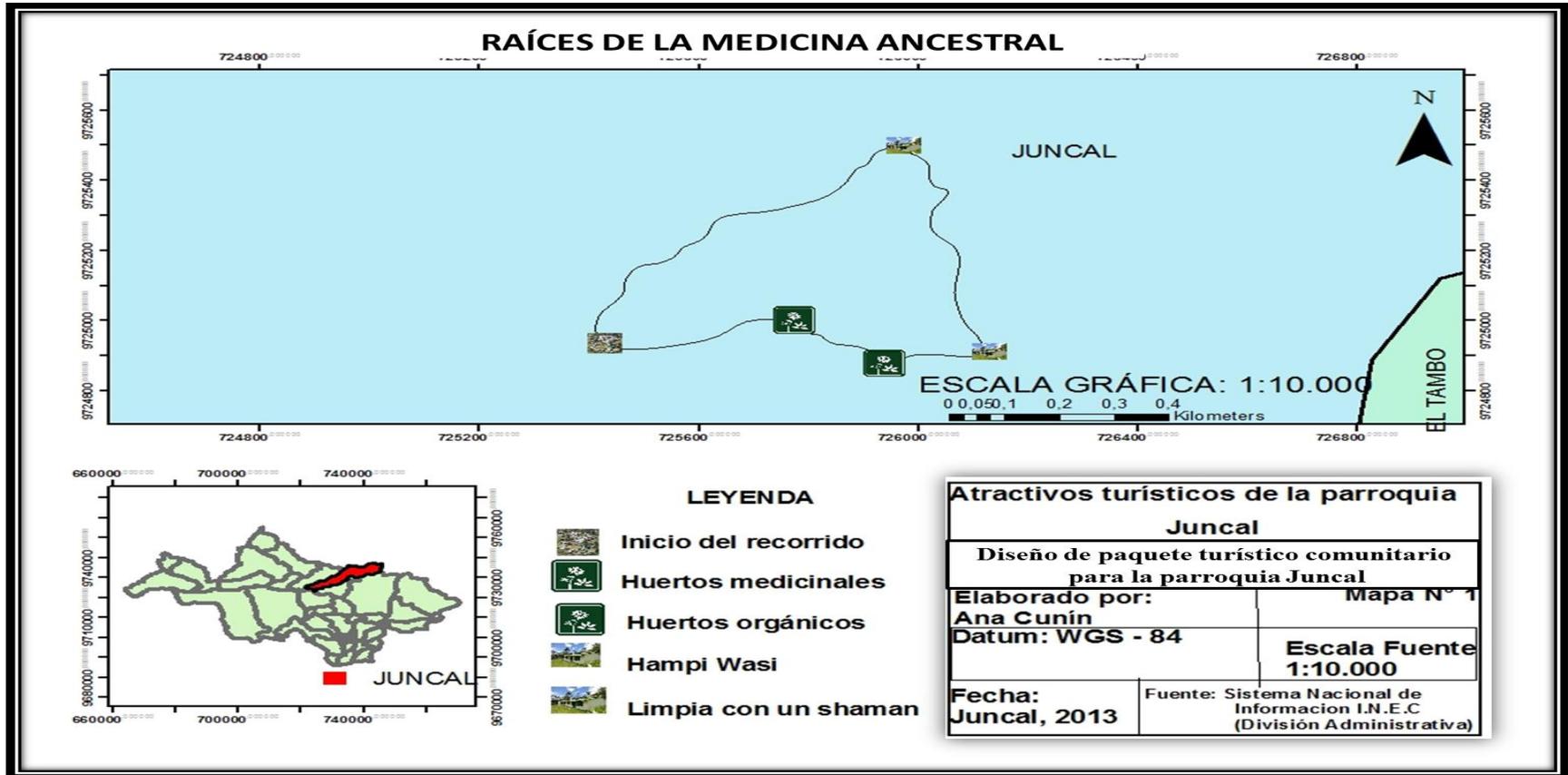


Gráfico N° 14. Mapa de la ruta “Raíces de la medicina ancestral”

b. Paquete No 2. Una cultura escondida entre el junco

PAQUETE 2			
Denominación: Una cultura escondida entre el junco			Código: JUN_002
Carácter: Natural y Cultural		Estilo: Trekking	Dificultad física: Bajo
Duración: Un día	Idioma: Español	Centro de operación: La parroquia Juncal.	
Recorrido: Cañar- Juncal- bosque Villahuin- Judas Machay - Biblioteca de Charca- - Hacienda los Corderos- arquitectura típica- y centros artesanales.			
ITINERARIO			
Día	Hora	Actividad	Lugar
Primer día	07H30	Salida hacia la parroquia Juncal.	Cañar
	08H10	Se servirá una agua aromática con chigüiles	Centro parroquial
	08H15	Arribo, bienvenida e información general.	
	08H30	Traslado al Bosque Villawin.	
	09H00	Recorrido por el bosque Villawin y cueva Judas Machay.	Sector Charcay-Cucho
	12H00	Transfer a la Biblioteca Charcay.	Hacienda El Pozo
	13H00	Almuerzo.	
	14H30	Visita de una sala de museo.	
	15H30	Recorrido por la Comunidad Tungulay y observación de las viviendas tradicionales.	Comunidad Tungulay
	16H30	Transfer a los principales Centros Artesanales.	Centro Parroquial
	18H00	Entrega de Souvenir, agradecimiento y despedida.	
18H30	Transfer a la Ciudad de Cañar.		
DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE			
Por la mañana, se recogerá a los turistas de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cañar se los trasladará en vehículos de acuerdo al número de pax (de 1 a 4 pax se trasladará en camioneta, de 5 a 12 pax en furgoneta y más de 12 pax en bus), a la parroquia			

Juncal donde se recibirá con una charla de bienvenida y se explicará el recorrido a realizar, de allí en los mismos vehículos iniciaremos nuestra aventura en el sector Charcay-Cucho donde se realizará una caminata por el bosque Villawin y se visitará la cueva Judas Machay (cueva de los ladrones), durante este recorrido se observará una gran variedad de especies de flora y fauna, posteriormente nos trasladaremos a la biblioteca de la comunidad de Charcay donde se observará una colección de libros de historia, cuentos y novelas, luego visitaremos una sala museo de la hacienda El Pozo el cual posee una serie de objetos utilizados en la hacienda como: monturas, libros, vasijas entre otros, de allí nos trasladaremos a la comunidad de Tungulay por un camino antiguo durante este recorrido se podrá observar la arquitectura tradicional como: el modelo de las viviendas y el material utilizado, finalmente se visitará los centros artesanales donde podrá apreciar la elaboración de las prendas típicas de lugar como: ponchos, blusas, polleras, huallkarinas, rebosos, y finalmente regresamos a la ciudad de Cañar.

REQUERIMIENTO DE LA VISITA

- Documento de identificación para el registro
- Ropa abrigada: guantes, bufandas, gorra para sol y frío
- Protector solar
- Gafas
- Cámara fotográfica

SERVICIOS QUE INCLUYE

- Guianza (Guía nativo)
- Transporte (camioneta hasta 4 pax y más de 4 pax una buseta)
- Almuerzo (sopa, plato fuerte agua aromática o jugo)
- Una artesanía

SERVICIOS QUE NO INCLUYEN

- Comidas ni bebidas extras
- Gastos extras
- Artesanías adicionales
- Lo no especificado en el programa

PROHIBICIONES

- Bebidas alcohólicas
- Drogas

NORMAS DE COMPORTAMIENTO

- Deposite la basura en su lugar
- La naturaleza es vida cuídala
- Respetar sus costumbres

PRECIO OBSERVACIONES

Cuadro N° 75. Costo del paquete 2 por número de pax

Número de pax	Precio por pax
2pax	\$78,00
4pax	\$48,00
+ de 10 pax	\$47,00

FOTOGRAFÍAS



Foto N° 5: Arquitectura tradicional

Fuente: Libro de historia de Juncal



Foto N° 6: Cueva Judas Machay

Por: Ana Cunín

1) Mapas



Gráfico N° 15. Mapa de la ruta “Una cultura escondida entre el junco”

c. **Paquete No 3. Contacto con la Pachamama**

PAQUETE 3			
Denominación: Contacto con la Pachamama			Código: JUN_003
Carácter: Cultural y natural		Estilo: Trekking	Dificultad física: Alta
Duración: Dos día una noche	Idioma: Español	Centro de operación: La parroquia Juncal.	
Recorrido: Cañar- Juncal- mirador Altar Urku- Champa Pukará- Río Guallicanga- Gaballuzhi- Laguna de Culebrillas- Paredones y Camino del Inka.			
ITINERARIO			
Día	Hora	Actividad	Lugar
Primer día	07H30	Salida hacia la parroquia Juncal	Cañar
	08H10	Arribo, bienvenida e información general	Centro parroquial
	08H15	Se servirá una agua aromática con chigüiles	
	08H30	Transfer al mirador Altar Urku	
	09H00	Relato de una historia del sector	Sector Altar Urku
	10H30	Transfer al centro ceremonial Campa Pukará Se participará en una Ceremonia tradicional	Sector Chamba Pukara
	13H00	Almuerzo (Pampa Mesa)	
	14H30	Pesca deportiva	Río Guallicana
	16H00	Transfer a la Laguna Culebrillas	Sector Gavalluzhi
	17H45	Arribo a la Laguna Culebrillas y arreglo de campamiento	Culebrillas
	18H45	Cena	
19H 45	Descanso	Cantón Cañar	
Segundo día	08H00	Desayuno	Culebrillas
	09H00	Caminata por los alrededores de la laguna	
	10H30	Traslado al sitio arqueológico Los Paredones o Tambo.	Paredones

11H30	Transfer a la cabecera parroquial	Centro Parroquial
13H30	Almuerzo y despedida	
15H00	Retorno a la ciudad de Cañar	Cañar
15H40	Arribo a Cañar	

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

En la mañana, se recogerá a los turistas de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cañar se los trasladará en vehículos de acuerdo al número de pax (de 1 a 4 pax se trasladará en camioneta, de 5 a 12 pax en furgoneta y más de 12 pax en bus), a la parroquia Juncal donde se recibirá con una charla introductoria de bienvenida, y una explicación sobre el recorrido a realizar, de allí nos trasladaremos solo en camionetas 4x4 e iniciaremos nuestra aventura en el mirador Altar Urku donde con la observación de varios cantones y parroquias aledañas, además el guía relatará una historia de la feria del carnaval que nos transportará a aquella época, posteriormente nos trasladaremos al Centro ceremonial Champa Pukará para ser partícipes de una Ceremonia ritual de purificación y agradecimiento a la Pachamama, posteriormente se brindará un almuerzo mediante la costumbre típica de la zona como es la pampa mesa donde los participante se colocan en dos filas para servirse los alimentos como: papas, mellocos, ocas, habas, mote, chigüiles, umitas y carne blanca y rojas que se encuentran en el centro de las dos filas, continuando con el recorrido entre relatos e historias del lugar llegamos al Río Guallicanga donde se realizará la actividad de la pesca deportiva, para culminar nos trasladaremos a la Laguna de Culebrillas donde se armará un campamento para cenar y descansaremos en un ambiente de paz y tranquilidad donde nuestra compañía serán las estrellas y las montañas.

A la mañana siguiente desayunaremos, e iniciaremos una caminata alrededor de la laguna relatando mitos y leyendas de esta laguna misteriosa, también visitaremos los restos arqueológicos del Tambo Real o Paredones, y retornaremos a la parroquia Juncal para almorzar y regresamos a la ciudad de Cañar.

REQUERIMIENTO DE LA VISITA

- Documento de identificación para el registro
- Ropa abrigada: guantes, bufandas, gorra para sol y frio

<ul style="list-style-type: none"> - Protector solar - Gafas - Cámara fotográfica 								
SERVICIOS QUE INCLUYE								
<ul style="list-style-type: none"> - Guianza (Guía nativo) - Transporte (solo camioneta 4x4) - Alimentación (1 desayuno, 2 almuerzo, 1 merienda) - Un Artesanía 								
SERVICIOS QUE NO INCLUYEN								
<ul style="list-style-type: none"> - Comidas ni bebidas extras - Gastos extras - Artesanías adicionales - Tiendas (cada persona deberá llevar su carpa) - Lo no especificado en el programa 								
PROHIBICIONES								
<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas alcohólicas - Cigarrillos - Drogas - Armar fogatas 								
NORMAS DE COMPORTAMIENTO								
<ul style="list-style-type: none"> - Deposite la basura en su lugar - La naturaleza es vida cuídala - Respeta sus costumbres 								
PRECIO								
Cuadro N° 76. Costo del paquete 3 por número de pax								
<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Número de pax</th> <th style="text-align: center;">Precio por pax por dos día</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">2pax</td> <td style="text-align: center;">\$212,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4pax</td> <td style="text-align: center;">\$122,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">+ de 10 pax</td> <td style="text-align: center;">\$101,00</td> </tr> </tbody> </table>	Número de pax	Precio por pax por dos día	2pax	\$212,00	4pax	\$122,00	+ de 10 pax	\$101,00
Número de pax	Precio por pax por dos día							
2pax	\$212,00							
4pax	\$122,00							
+ de 10 pax	\$101,00							

FOTOGRAFÍAS**Foto N° 7:** Laguna de Culebrillas**Por:** Ana Cunín**Foto N° 8:** Centro Ceremonial Champa **Pukará****Por:** Ana Cunín

1) Mapas



Gráfico N° 16. Mapa de la ruta “Contacto con la Pachamama”

d. **Paquete 4. Aventura con la naturaleza**

PAQUETE 4			
Denominación: Aventura con la naturaleza			Código: JUN_004
Carácter: Natural y Cultural		Estilo: Trekking	Dificultad física: Extrema
Duración: Dos día una noche	Idioma: Español	Centro de operación: La parroquia Juncal.	
Recorrido: Cañar- Juncal- mirador Altar Urku- Bosque Gavalluzhi- Rio Guallicanga – restos del ferrocarril- sector de Yanasacha- Gruta de la Virgen del Carmen.			
ITINERARIO			
Día	Hora	Actividad	Lugar
Segundo	07H30	Salida hacia la parroquia Juncal	Cañar
	08H10	Arribo y bienvenida e información general	Centro parroquial
	08H15	Se servirá un agua aromática con chigüiles	
	08H30	Transfer al mirador Altar Urku	Sector Altar Urku
	09H00	Relato de una historia del sector	Sector Gavalluzhi
	10H00	Transfer hacia el Bosque Gavalluzhi	
	10H30	Caminatas por el bosque Gavalluzhi	Refugio de la comunidad de Cachi
	13H00	Almuerzo	
	14H30	Ciclismo por la Ruta Gavalluzhi- Carga Allichina.	Sector Gavalluzhi- Carga Allichina.
	16H00	Caminata por las tramo más conservado del ferrocarril	Sector Cocha-Uku
	17H45	Traslado a la casa del señor Casho	
	18H45	Cena	
19H 45	Descanso		
Segundo	08H00	Desayuno	Sector Yanasacha
	09H00	Cabalgata por el Chakiñan Carga Allichina -	

		Yanasacha	
10H30		Perca deportiva en el Río Guallicanga	Río Guallicanga
12H30		Box lunch	Sector Yanasacha
13H30		Convivencia comunitaria “ agricultura tradicional”	
15H00		Transfer a gruta de la Virgen del Carmen	Bayo Cruz
15H40		Retorno a la Ciudad de Cañar	Cañar
17H00		Arribo a Cañar	Cañar
DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE			
<p>En la mañana, se recogerá a los turistas de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cañar se los trasladará en vehículos de acuerdo al número de pax (de 1 a 4 pax se trasladará en camioneta, de 5 a 12 pax en furgoneta y más de 12 pax en bus), a la parroquia Juncal donde se recibirá con una charla introductoria de bienvenida y se dará una explicación sobre el recorrido a realizar, de allí nos trasladaremos solo en camionetas 4x4, la primera parada será el mirador Altar Urku con la observación de paisaje de varios cantones y parroquias aledañas, además el guía relatará una historia de la feria del carnaval que nos transportará al pasado, posteriormente realizaremos un caminata por el Bosque Gavalluzhi donde se observará la flora y fauna nativa, de allí nos trasladaremos al refugio de la comunidad de Cachi para deleitar de un exquisito almuerzo típico, posteriormente se iniciará la actividad de ciclismo por la Ruta Gaballuzhi-Carga Allichina, además se realizará una caminata por la línea férrea, finalmente cenaremos y seremos partícipes de una noche cultural.</p> <p>A la mañana siguiente desayunaremos e iniciaremos con la actividad de cabalgatas por el Chakiñan Carga Allichina –Yanasacha durante este recorrido se realizará la pesca deportiva en el Río Guallicanga luego se tomará un descanso para almorzar en la casa de la familia Guamán, posteriormente conoceremos las prácticas agrícolas del sector continuando con el recorrido visitaremos la gruta de la Virgen del Carmen y retornaremos a la ciudad de Cañar.</p>			
REQUERIMIENTO DE LA VISITA			
<ul style="list-style-type: none"> - Documento de identificación para el registro - Ropa abrigada: guantes, bufandas, gorra para sol y frío 			

- Protector solar
- Gafas
- Cámara fotográfica

SERVICIOS QUE INCLUYE

- Guianza (Guía nativo)
- Transporte
- Alimentación
- Un artesanía
- Bicicletas de alta montaña
- Caballos
- Box lunch
- Caña de pesca

SERVICIOS QUE NO INCLUYEN

- Comidas ni bebidas extras
- Gastos extras
- Artesanías adicionales
- Tiendas (cada persona deberá llevar su carpa)
- Lo no especificado en el programa

PROHIBICIONES

- Bebidas alcohólicas
- Cigarrillos
- Drogas
- Armar fogatas

NORMAS DE COMPORTAMIENTO

- Deposite la basura en su lugar
- La naturaleza es vida cuídala
- Respeta sus costumbres

PRECIO

Cuadro N° 77. Costo del paquete 4 por número de pax

Número de pax	Precio por pax y por dos día
2pax	\$138,00
4pax	\$103,00
+ de 10 pax	\$96,00

FOTOGRAFÍAS



Foto N° 9: Bosque Gavallushi

Por: Ana Cunín

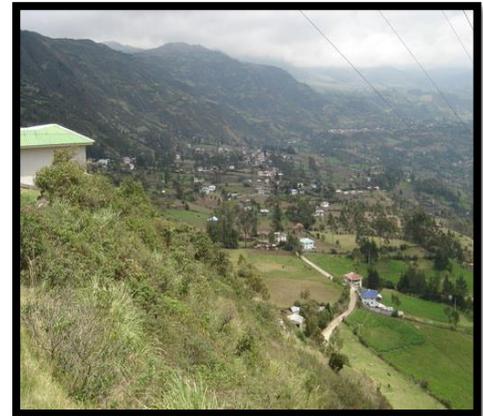


Foto N° 10: Mirador Altar Urku

Por: Ana Cunín

1) Mapas



Gráfico N° 17. Mapa de ruta “Aventura con la naturaleza”

4. Cálculo de costo del paquete

Los costos de los paquetes se determinaron considerando la capacidad de gasto de los turistas por día.

a. **Ven y conoce la medicina ancestral de Juncal**

Cuadro N° 78. Estructura de costo de paquete " Raíces de la medicina ancestral".

COSTOS DEL TOUR	Rangos Pax		
	2	4	10
Costos generales del tour			
Guianza por 1 día	25,00	25,00	50,00
Suplemento guía	5,00	5,00	10,00
Transporte	25,00	25,00	50,00
Ritual de limpieza	20,00	20,00	20,00
Total Costos Generales (1)	75,00	75,00	130,00
Costos Individuales x Pax			
Almuerzo típico	5,00	5,00	5,00
Agua aromática con chigüiles	2,00	2,00	2,00
Entrada al Centro Medicinal Canchaguzo	2,00	2,00	2,00
Artesanía	4,00	4,00	4,00
Total costos indiv. x pax (2)	13,00	13,00	13,00
Totales			
Costos Grales (1)	37,50	18,75	13,00
Costos indiv. x pax (2)	13,00	13,00	14,00
Costo Total	50,05	31,75	26,00
Gastos administrativos (10%)	5,05	3,17	2,60
Gasto de depreciación (5%)	2,52	1,58	1,30
Margen de Rango 25%	0,75	0,75	0,75
Precio Neto	74,91	47,10	38,57
Precio Gross (10% comm)	7,49	4,71	3,86
Precio final	82,00	52,00	42,00

b. Una cultura escondida entre el junco

Cuadro N° 79. Estructura de costo del paquete "Una cultura escondida entre el junco

COSTOS DEL TOUR	Rangos Pax		
	2	4	10
Costos generales del tour			
Guianza por 1 día	25,00	25,00	50,00
Suplemento guía y chofer	8,00	8,00	8,00
Transporte	40,00	40,00	120,00
Total Costos Generales (1)	73,00	73,00	178,00
Costos Individuales x Pax			
Agua aromática con chigüiles	2,00	2,00	2,00
Almuerzo	4,00	4,00	4,00
Entrada a biblioteca	1,00	1,00	1,00
Artesanía	4,00	4,00	4,00
Total costos indiv. x pax (2)	11,00	11,00	11,00
Totales			
Costos Grales (1)	36,50	18,25	17,80
Costos indiv. x pax (2)	11,00	11,00	11,00
Costo Total	47,50	29,25	28,80
Gastos administrativos (10%)	4,75	2,92	2,88
Gasto de depreciación (5%)	2,27	1,46	1,44
Margen de Rango 25%	0,75	0,75	0,75
Precio neto	70,46	41,78	41,09
Precio gross (10% comm)	7,05	4,18	4,11
Precio final	78	48	47,00

c. **Contacto con la Pachamama****Cuadro N° 80.** Estructura de costo del paquete "Contacto con la Pachamama

COSTOS DEL TOUR	Rangos Pax		
	2	4	10
Costos generales del tour			
Guianza por 2 día	50,00	50,00	100,00
Transporte	150,00	150,00	300,00
Ceremonia ritual	20,00	20,00	20,00
Total Costos Generales (1)	220,00	220,00	420,00
Costos Individuales x Pax			
Agua aromática con chigüiles	2,00	2,00	2,00
Desayuno (1)	3,00	3,00	3,00
Almuerzo (2)	8,00	8,00	8,00
Cena (1)	3,00	3,00	3,00
Artesanía	4,00	4,00	4,00
Total costos indiv. x pax (2)	20,00	20,00	20,00
Totales			
Costos Grales (1)	110,00	55,00	42,00
Costos indiv. x pax (2)	2,00	2,00	2,00
Costo Total	130,00	75,00	62,00
Gastos administrativos (10%)	13,00	7,50	6,20
Gasto de depreciación (5%)	6,50	3,75	3,10
Margen de Rango 25%	0,75	0,75	0,75
Precio neto	192,83	107,50	88,87,00
Precio gross (10% comm)	19,28	11,19	9,20
Precio final	212,00	122,00	101,00

d. Aventura con la naturaleza

Cuadro N° 81. Estructura de costo del paquete "Aventura con la Naturaleza"

COSTOS DEL TOUR	Rangos Pax		
	2	4	10
Costos generales del tour			
Guianza por 1 día	25,00	25,00	50,00
Transporte	60,00	60,00	120,00
Total Costos Generales (1)	85,00	85,00	170,00
Costos Individuales x Pax			
Agua aromática con chigüiles	2,00	2,00	2,00
Desayuno (1)	3,00	3,00	3,00
Almuerzo (2)	8,00	8,00	8,00
Cena (1)	3,00	3,00	3,00
Hospedaje	7,00	7,00	7,00
Alquiler de bicicletas	10,00	10,00	10,00
Alquiler de caballos	5,00	5,00	5,00
Artesanía	4,00	4,00	4,00
Total costos indiv. x pax (2)	42,00	42,00	42,00
Totales			
Costos Grales (1)	42,50	21,25	17,00
Costos indiv. x pax (2)	42,00	42,00	42,00
Costo Total	84,50	63,25	59,00
Gastos administrativos (10%)	8,45	6,32	5,90
Gasto de depreciación (5%)	4,22	3,16	2,95
Margende Rango 25%	0,75	0,75	0,75
Precio neto	125,34	93,82	87,51
Precio gross (10% comm)	12,53	9,38	8,75
Precio final	138,00	103,00	96,00

1) Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se realizó tomando en cuenta las estimaciones de la implementación de la planta turística, se ha establecido la cuota objetivo del mercado de 1% anual de la demanda insatisfecha, mismo que en el año 2015 es de 900 turistas.

Para este cálculo se utilizó la siguiente formula:

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

Cuadro N° 82. Punto de equilibrio de los paquetes

Nombre del paquete	P. Venta	C. P unitario	Costo fijo	Depreciación	Unidad (Punto Equilibrio)		Ingreso (Punto Equilibrio)	
					Mensual	Anual	Mensual	Anual
Raíces de la medicina ancestral	42,42	26,00	130,00	1,30	8	96	339,16	4069,95
Una cultura escondida entre el junco	46,99	28,80	178,00	1,44	10	118	463,51	5562,17
Contacto con la Pachamama	101,16	62,00	420,00	3,10	11	130	1092,92	13114,98
Aventura con la naturaleza	96,00	59,00	170,00	2,95	5	56	448,74	5384,82
TOTAL					33	400	2344,33	28131,93

Para tener un punto de equilibrio en unidades el centro de turismo comunitario debería vender 400 paquetes, el ingreso anual por los paquetes vendidos será de \$ 28.131,93.

5. Estrategias de comercialización

a. Canales de distribución

La venta del producto, se realizará de manera directa, es decir del productor al consumidor, además de utilizará la venta indirecta mediante la promoción y publicidad del producto turísticos a través de las operadoras de turismo, agencias de viaje con quienes tengan acuerdos y compromiso en los ámbitos como: precios y políticas convenientes para ambas partes.

Cuadro N° 83. Canales de distribución.

Objetivo: Incrementar la cuota del mercado a nivel nacional y extranjero			
CANALES	TÁCTICA	POLÍTICAS DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
Directo	Venta directa del producto desde las oficinas de turismo de la casa parroquial a turistas nacionales y extranjeros.	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto directo con el cliente de forma personal, telefónica y páginas web. - Brindar información clara y sencilla de los paquetes a ofertar. - Concretar la venta de los paquetes de acuerdo a los gusto y preferencias del turista - Hacer un seguimiento post venta de los paquetes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Turistas extranjeros, nacionales y locales. - Estudiantes de los establecimientos educativos del sector: primario secundario y superior.

Indirecto	Alianzas con operadoras de turismo de las ciudades de Cañar, Cuenca, Riobamba y Quito	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto con las operadoras de turismo. - Presentación de paquetes turísticos naturales y culturales. - Negociar las formas de pago, reservación y cancelación. - Incluir a las operadoras que ofertan los paquetes turísticos en el portal web de la parroquia. - Dar seguimiento 	Turistas nacionales y extranjeros.
------------------	---	--	------------------------------------

b. Estrategias de comercialización (4C)

La estrategia de comercialización se definió en base al estudio de mercado de las 4C (consumidor, costo, conveniencia y comunicación) el cual se detallan continuación:

1) Estrategia de comercialización del consumidor

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

- Estructuración de los paquetes turísticos y ruta turística en base a los gustos y preferencias del turista.
- Implementar productos turísticos complementarios como: Centros artesanales y salas de museos.

- Diseño e implementación de los senderos y señalética informativa e interpretativa, para facilitar el acceso a los sitios turísticos.
- Implementación de una planta turística que preste servicios de hospedaje y alimentación de calidad.
- Posicionamiento del producto en el mercado turístico, mediante alianzas estratégicas con los centros de operación turística de la provincia y operadoras de turismo y agencias de viaje.
- Actualización anual del estudio de la demanda para diversificar el producto y acceder a nuevos nichos de mercado.

Estrategia 2. Evaluación permanente del proceso de operación

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

Cuadro N° 84. Evaluación del proceso de operación

PARTES DEL PROCESO DE OPERACIÓN DEL PRODUCTO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESPONSABLE	HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN
GUIANZA	- Nivel de conocimiento del lugar y de los atractivos turísticos de la parroquia Juncal. -Técnica de guiar	Coordinador de guías	Hoja de evaluación para los turistas (Anexo 4).

PARTES DEL PROCESO DE OPERACIÓN DEL PRODUCTO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RESPONSABLE	HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN
	- Interpretación ambiental - Manejo de grupos		
CALIDAD DE SERVICIO	- Atención al visitante - Nivel de satisfacción	Coordinador de guías	
ALIMENTACIÓN	- Atención al cliente - Limpieza - Calidad y frescura de los productos	Coordinador del centro de operación	Ficha de inspección del área de alimentación. (Anexo 5).
ÁREAS A VISITAR	- Conservación de los atractivos a visitar - Mantenimiento constante	Guía y coordinador del centro de operación	Ficha de evaluación del área guianza (Anexo 6)

Estrategia 3. Conservación del área para el desarrollo del producto turístico comunitario

Juncal al poseer una gran variedad de atractivos naturales y culturales la conservación debe hacer énfasis en las dos áreas:

- **Natural:** La Laguna de Culebrillas al ser el atractivo más sobresaliente de la parroquia, se deberá hacer énfasis en materia de conservación, con mensajes como: *“El agua es la fuente de vida del planeta”*, *“Arroja la basura en su lugar”*. Además es importante realizar estudios de capacidad de carga.
- **Cultural:** Conservar las costumbres y tradiciones heredadas de nuestro abuelos, para incentivar y dar a conocer a la juventud y a los visitantes de la riqueza que posee la parroquia Juncal.

Estrategia 4: Apertura de productos a nuevos segmentos de mercado

El segmento de mercado está dirigido a los turistas nacionales y extranjeros, sería importante enfocarlo hacia otros sectores potenciales, como a los estudiantes de los establecimientos educativos de nivel primario, secundario, superior, y, a segmento de la tercera edad y personas con capacidades especiales.

2) Estrategias de comercialización del costo

Estrategia 1. Promoción en la venta

Con el fin de promover la compra del producto a un mayor grupo de turistas se propone la creación de incentivos con promociones de precio a grupos de más de 15 pax y en fechas especiales como: Pawkar Raymi (21 marzo), Inti Raymi (21 junio), Killa Raymi (21 septiembre), y 24 de noviembre que son las fiestas de la parroquialización, el mismo que se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 85: Descuentos de paquetes por más de 10 pax

Código	Paquete	Precio para más de 10 pax	Descuento (5%)	Precio total
JUN_001	Raíces de la medicina ancestral	42,00	2,05	39,00
JUN_002	Una cultura escondida entre el junco.	47,00	2,25	43,00
JUN_003	Contacto con la Pachamama	101,00	5,05	96,00
JUN_004	Aventura con la Naturaleza	96,00	4,80	92,00
JUN_001	Cultura e historia (RUTA)	189,00	9,45	179,55

Estrategia 2: Actualización de precio

Se actualizará anualmente los costos del producto en cuento a costos de operación y precios de competencias.

3) Estrategias de comercialización de la conveniencia

Estrategia 2: Alianza de negociación con instituciones

- Establecer alianzas con el MINTUR, FEPTCE, Unidad de Turismo, Red de Turismo Comunitario Sierra Sur “RED SUMAK PACHA”, Casa de la Cultura e ITUR del municipio de Cañar.
- Mediante la alianza “RED SUMAK PACHA”, se participara en las ferias de turismo nacionales (FITE) e internacionales, para promocionar los paquetes turísticos y ruta turística comunitarios que oferta la parroquia Juncal.
- Participar en los eventos festivos del Cañar como: Capital Arqueológica y Cultural del Ecuador (26 de enero), Carnaval (febrero), Inti Raymi (21 de junio), Cantonización del Cañar (15 de junio), Killa Raymi (21 septiembre), Navidad (diciembre), con stands informativos del producto que oferta la parroquia Juncal.

Estrategia 2. Estrategias de comercialización con operadoras de turismo y agencias de viaje

Crear estrategias de comercialización con Agencia de Viaje y Operadoras de Turismo de las ciudades de Cuenca, Quito y Riobamba que vistan con mayor frecuencia El Complejo Arqueológico Ingapirca el cual se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 86. Agencia de Viaje y Operadoras de Turismo

Agencias u operadoras turísticas	Tipo de turismo que oferta	Dirección	Teléfono
Geo Reisen Cia Ltda.	Turismo de aventura	www.georeisentours.com	2920583
Andean Travel company Cia Ltda.	Turismo de Aventura	www.andeantc.com	2901883
Pachamama Tours	Turismo de	www.ecuador-galapagos-peru.de	2906413

Agencias u operadoras turísticas	Tipo de turismo que oferta	Dirección	Teléfono
S.A	aventura y tradicional.		
Tours Sin Límite Cia Ltda.	Turismo tradicional	www.toursunlimited	2525834
Metropolitan Touring	Turismo tradicional	www.metropolitantouring.com.ec.Agencia	2902154
Ecuaturis	Turismo tradicional	EQUITO@AZ.PRO.EC	2843647
Faviztours	Turismo de aventura	faiztours@etapanet.n	2832784
Huamlambari Tour	Turismo de aventura	TOURS@HULAMBARI.COM	2848768
Huasipumku huastours	Turismo tradicional	HHTOURS@CUE.SATNET.NET	2882773
Metro tours	Turismo tradicional	metrotours@etapa.com.ec	2837000
Incañan Tourism	Turismo Tradicional	www.incanian.com	2940508

4) Estrategias de comercialización de comunicación

Estrategia 1. Definición de la imagen corporativa

2) Imagen corporativa

La imagen corporativa hace referencia a la gran riqueza de atractivos naturales y culturales que posee la parroquia Juncal.



3) Detalle de símbolos

Bocina: Se utiliza para anunciar los eventos culturales de distintas índoles como: mingas, ceremonias en los lugares sagrados como: en la Laguna de Culebrillas y fiestas religiosas.

Laguna: Es el atractivo turístico más representativo de la parroquia Juncal por su historia mítica.

Junco: Esta planta existe con gran abundancia en el lugar del cual proviene el nombre de “Juncal”.

Iglesia: Representa la religiosidad de los personas de la parroquia.

Sombrero: La mujer Juncaleña que se identifica por el sombrero que es adornada con una flor que representa la diversidad de flores y frutos que existe en lugar.

4) Significado que identifica la colores

Blanco: Representa la bondad, la pureza, la fertilidad y la abundancia de productos que brinda la Pacha Mama, también representa la reciprocidad y armonía dentro de la estructura comunitaria.

Amarillo: Representa la fuerza, la riqueza de los cereales en la época de la cosecha, además está relacionado con la solsticio de verano.

Azul: Representa la sabidurías de la astronomía.

Verde: Representa la fertilidad, riqueza natural de los páramos andinos el cual alberga una gran cantidad de flora y fauna.

Rojo: Representa el sacrificios de los animales que se realiza en la época de la siembra y cosecha, también representa el espíritus de los ancestros.

Negro: Simboliza la muerte, el misterio de las tradiciones orales.

5) Slogan

Juncal: proviene de junco o carrozo, es un lugar donde existe abundante junco el mismo que se encuentra en la parte central logotipo.

Tradición: la tradición que más resalta el lugar es la bocina que se utiliza para anunciar los eventos culturales de distintas índoles como: mingas, ceremonias y reuniones comunitarias.

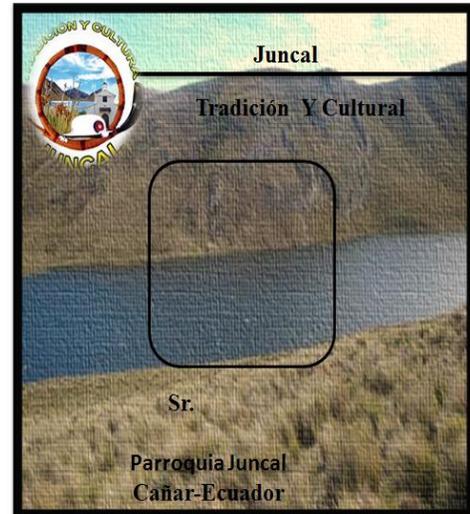
Cultura: La mujer Juncaleña se identifica por el sombrero que es adornada con una flor que representa la diversidad de flores y frutos, además de los atractivos turísticos culturales.

Estrategia 2. Materiales que contengan la imagen corporativa.

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

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

Diseño N° 2. Credencial de identificación del personal de operación del turismo comunitario de la parroquia Juncal.



Estrategias 3. Difusión por medios impresos y electrónicos

Cuadro N° 87: Plan de Publicidad

Objetivo: Dar a conocer el producto turísticos a los turistas nacionales y extranjeros que visita el Complejo Arqueológico Ingapirca				
TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET DE MERCADO	PRESUPUESTO ANUAL
Internet	-Se diseñará una página web que contenga información de lugar y del producto. -Actualización semestral del sitio	Contacto con el centro de operación a través de correo electrónico:	Turistas nacionales y extranjeros	550,00

Objetivo: Dar a conocer el producto turísticos a los turistas nacionales y extranjeros que visita el Complejo Arqueológico Ingapirca				
TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET DE MERCADO	PRESUPUESTO ANUAL
	Web. - Creación de un correo electrónico			
Trípticos	Diseño e impresión de 1000 trípticos en papel couche.	Entrega en los establecimientos públicos y privados con los cuales se haya establecido alianzas		300,00
Tarjetas	Diseño e impresión de 1000 tarjetas en papel couche.	Entrega a los turistas, al finalizar el recorrido	Turistas nacionales y extranjeros	400,00

1) Modelo de tarjeta de promoción

Diseño N° 3: Modelo de tarjeta de promoción



C. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL

1. Estudio legal

La parroquia Juncal tiene un gran interés por la actividad turística comunitaria debido a que tiene un alto potencial turístico, razón por la cual pretende operar como un (CTC) Centro de Turismo Comunitario, el cual está amparado por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) en coordinación con la Ley de Turismo y Reglamento de Centros de Turismo Comunitario. A continuación se detalla el marco legal pertinente que sustenta la creación y operación del CTC.

a. Base legal

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4) Reglamento de Requisito Centros de Turismo Comunitario Art. 8.

a) Registro

Requisitos para el Registro de Turismo.- El registro de turismo como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en la matriz o en las unidades desconcentradas en el ámbito nacional del Ministerio de Turismo, debiendo para dicho registro turístico, adjuntar los siguientes documentos:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar;
- Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad;
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante;
- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario;
- Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;
- Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos; y,
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.

b) Procedimiento para su funcionamiento

Recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo.

- Una vez concluido este trámite, se procederá a emitir el certificado de registro.

- El certificado de registro se otorgará previo al pago del uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por concepto de registro.
- En el caso de las agencias de viajes operadoras, deberán cumplir con los requisitos previstos en el reglamento vigente para las operadoras.

c) Licencia anual de funcionamiento

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

2. Requisitos para el Ministerio de Turismo

- Ser una comunidad legalmente reconocida por la Secretaria de los Pueblos y Nacionalidades.
- Ser una comunidad en proceso de legalización como CTC ante el MINTUR.

a. Procedimientos

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante.

- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
- Copia del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).

b. Tramitación ante el Ministerio de Turismo

- Recepción de la solicitud, y la carpeta de documentos señalados anteriormente, en la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo (Dirección Provincial o Gerencias Regionales).
- Designación de fecha y hora para una Inspección a la comunidad.
- Inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados.
- En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística.
- Ingreso de la información en la base de datos del Ministerio de Turismo.
- Apertura de un número de registro, número de folio en el que se ingresa y del expediente.
- Expedición del certificado de Registro.

La hoja de Planta Turística, que señala el Reglamento, es un documento que recoge la información in situ (en el sitio), por el funcionamiento del Ministerio al momento de inspeccionar

a la comunidad. La sugerencia es que este formulario lo tengamos preparado para facilitar la información al Delegado/a responsable que no visite.

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

En cuanto a la tramitación ante la FEPTCE para obtener el Informe previo, ésta es sencilla puesto que se busca incluir a toda comunidad u organización comunitaria que realmente lo merezca. Presentaremos la carpeta con los documentos indicados. Si la organización es nueva o desconocida para la FEPTCE, se realizará una Inspección para verificar los datos comunitarios. La información de la mayoría de las organizaciones afiliadas a la FEPTCE hoy en día reposan en los archivos institucionales y se conoce con cierta exactitud qué proyectos son comunitarios y cuales son únicamente familiares o privados.

c. Pago de la tasa de registro

Según el Acuerdo Ministerial 2005015, expedido por el Ministerio de Turismo y publicado en el Registro Oficial N° 98, de 07 de septiembre de 2005, el valor por concepto de Registro de un Centro de Turismo Comunitario es de noventa y cuatro dólares con cuarenta centavos, este pago se realizará cuando la carpeta de los emprendimientos esté ingresada en el Ministerio de Turismo.

d. Ruc para servicio turístico

En el documento denominado Clasificación Ampliada de Actividades Económicas del Servicio de Rentas Internas (SRI), no consta una especial del turismo comunitario; al contrario, se clasificaron los servicios turísticos por separado (Hoteles, y restaurantes, Transportación, y Agencias de viajes, etc). Para asimilar esta clasificación al turismo comunitario se puede observar

la categoría “5510.09 Otros servicios de hospedaje temporal y lugar para acampar” y aquella “5520.09 Otros servicios de alimentación y bebidas preparadas”.

En el caso de los dos emprendimientos que en sus estatutos se suscriben como “sin fines de lucro” pero que en su RUC establezca que ejerce alguna actividad turística (según el clasificador precitado), se trata de una entidad que ejerce actividades económicas rentables y por tanto es “con fines de lucro”, en consideración a la naturaleza jurídica de sus actividades y no al simple enunciado de su normativa.

3. Estructura organizativa de la parroquia Juncal para la operación turística

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

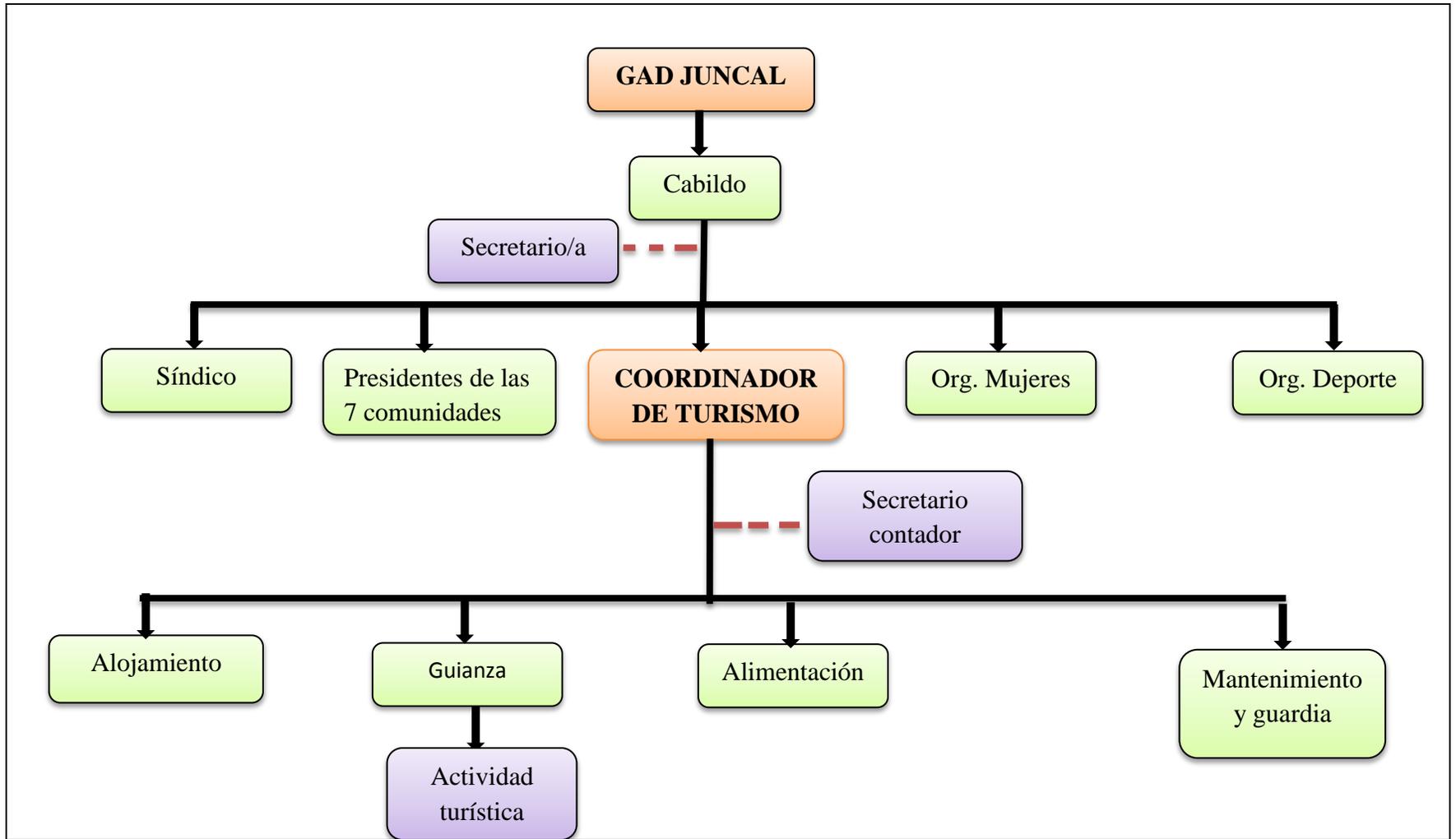


Gráfico N° 18. Estructura orgánica para la operación de CTC Juncal

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

4. Manual de funciones y procedimientos

a. Manual de funciones

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

Cuadro N ° 87. Personal necesario para la operación del Centro de Turismo Comunitario

Área	Sub- área	N° de personal	Cargo
Administrativa	Coordinador	1	Administrador general
	Secretario/ contador	1	Secretario / contador
Operativa	Alojamiento	1	Coordinador de alojamiento
	Alimentación	2	1 Coordinador de cocina 1 Ayudantes
	Guianza	2	Guías
	Mantenimiento y seguridad	1	Mantener la seguridad del alberque
Total		8	

1) Área administrativa**a) Coordinador de CTC**

- Controlar el cumplimiento de lo establecido en los estatutos, reglamentos propuesto por el CTC (Centro de Turismo Comunitario).
- Transmitir información al turista que visita el lugar.
- Controlar el cumplimiento de las actividades establecidas en el tour.
- Informar y coordinar las reservaciones a los representantes de los servicios de alimentación hospedaje y guianza.
- Establecer políticas de reservación y formas de pago.
- Asegurar y velar la rentabilidad que haya definido y presupuestado.
- Coordinar con la población local el alquiler de caballos en caso de los turistas que deseen realizar actividades de cabalgata.
- Coordinar con los grupos de música, danza y teatro, para las noches culturales.
- Realizar informes semestrales sobre el funcionamiento de CTC.
- Gestionar conjuntamente con la directiva para la adquisición de los materiales y equipos que hace falta.
- Elabora y registra una base de datos con la nómina de los trabajadores.
- Otorgar permisos para capacitaciones dentro o fuera de la institución al personal que trabaja en el CTC.
- Fijar horarios de trabajo.
- Conceder las justificaciones, permisos, faltas, atrasos del personal que forma el equipo de trabajo.
- Recopilar material fotográfico y bibliográfico para la elaboración de medios publicitarios.
- Actualizar la información de los productos turísticos en los medios publicitarios.
- Encargado de buscar nuevos nichos de mercado.
- Controlar y revisar la contabilidad trimestralmente.

- Revisar el libro de sugerencias y tomar las medidas necesarias para mejorar y brindar un servicio de calidad.
- Crear estrategias con la Red de Turismo “Sumak Pacha”.

b) Secretario/a contador/a

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

2) Ara operativa

a) Alimentación

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

b) Alojamiento

- Someterse a los estatutos y reglamentos establecidos por el Centro de Turismo Comunitario Juncal.
- Asignar una habitación y entregar la llave al huésped.
- Mantener limpia la habitación.
- Recibir la llave a la salida del turista.

c) Guianza

- Acatar a las estatutos y reglamentos establecido por el Centro de Turismo Comunitario Juncal.
- Preparar condiciones más favorables para el tour.
- Coordinar con el personal de los servicios de alimentación alojamiento para brindar un servicio de calidad.
- Cumplir con las actividades establecidas en el tour.
- Cuidar la seguridad del turista.
- Mantener listo los equipos para ciertas actividades como: el ciclismo y cabalgatas.
- Dar mantenimiento a las bicicletas antes del tuor.
- Evitar la contaminación de los atractivos por desechos orgánicos e inorgánicos.
- Respetar los senderos establecidos.
- Llevar un botiquín de primeros auxilios.
- Controlar el consumo de la droga y alcohol.
- Dar a conocer las normas de seguridad al ciclista.
- Mantener una expresión adecuado frente al turista.
- El guía debe estar siempre pendiente del turista desde el inicio hasta el final del tour.
- Llevar el registro de los turistas que visitan el Centro de Turismo Comunitario.

d) Mantenimiento y seguridad

- Acatar a las estatutos y reglamentos establecido por el Centro de Turismo Comunitario Juncal.
- Mantener en las mejores condiciones las instalaciones y los senderos.
- Proveerá a los coordinadores de los servicios de hospedaje, alimentación y centro artesanal.
- Reparará cualquier anomalía que se produzca en la instalación.

- Se encargará de un buen funcionamiento de toda la infraestructura del CTC Juncal.
- Realizar la limpieza de la infraestructura.
- Abrir y cerrar en los horarios establecidos la instalación.

2. Manual de procedimientos

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

a. Reservación

- Contestar el teléfono
- Saludar e identificarse
- Escuchar atentamente y dar a conocer los servicios turísticos que ofrece el CTC
- Tomar nota de lo que solicite el turista.
- Llenar la base de datos con información como: Nombre, número de cédula, procedencia teléfono, día de llegada y salida, número de pax, tipo de segmento niños, adultos, personas con capacidades especiales, tipo de menú y alojamiento.
- Confirmar los datos con el cliente para evitar malos entendidos.
- Si la reservación se hizo con suficiente anterioridad pedir un adelanto de 25% de precio total.
- Informar al turista o/ a la tour operadoras de cómo llegar a la parroquia Juncal.
- Comprobar que se han hecho todas las anotaciones.
- Despedirse.

b. Entrada del visitante

- Saludo y bienvenida
- Preguntar si tiene una reservación o no.
- En caso de tener la reservación confirmar.
- Caso contrario se procede a llenar la base de datos como: Nombre, procedencia, número de pax.
- Indicar los servicios turísticos que ofrece el CTC.
- Indicar el horario del desayuno, almuerzo y merienda.
- Indicar los paquetes turísticos que se ofertan.
- Entregar las llaves de las respectivas habitaciones.
- Acompañar al visitante para indicar el número habitación.

c. Servicio de alimentación

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

c. Servicio de hospedaje

- Informar al coordinador del área de hospedaje que hay un servicio reservado y el número de pax.
- Limpiar la habitación, el baño, tender la cama con sábanas, cobijas limpias, papel higiénico, toalla, jabón y shampoo.
- Entregar las llaves al turista.
- Acompañar al turista hasta la habitación.

d. Servicio de guianza

- El coordinador del CTC informa al guía que debe realizar ce el tuor.
- El guía se presenta ante los turistas, informa acerca del recorrido además indica las normas de conducta.
- El guía les conducirá a los turistas a sitios turísticos con el mismo orden que se establecieron los paquetes.
- Al finalizar el tour el guía sugiere que llene la hoja de evaluación.
- El guía se despide del grupo.

e. Diagrama de flujo de los procesos de operación

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

1) Diagrama de flujo para realizar la reservación.

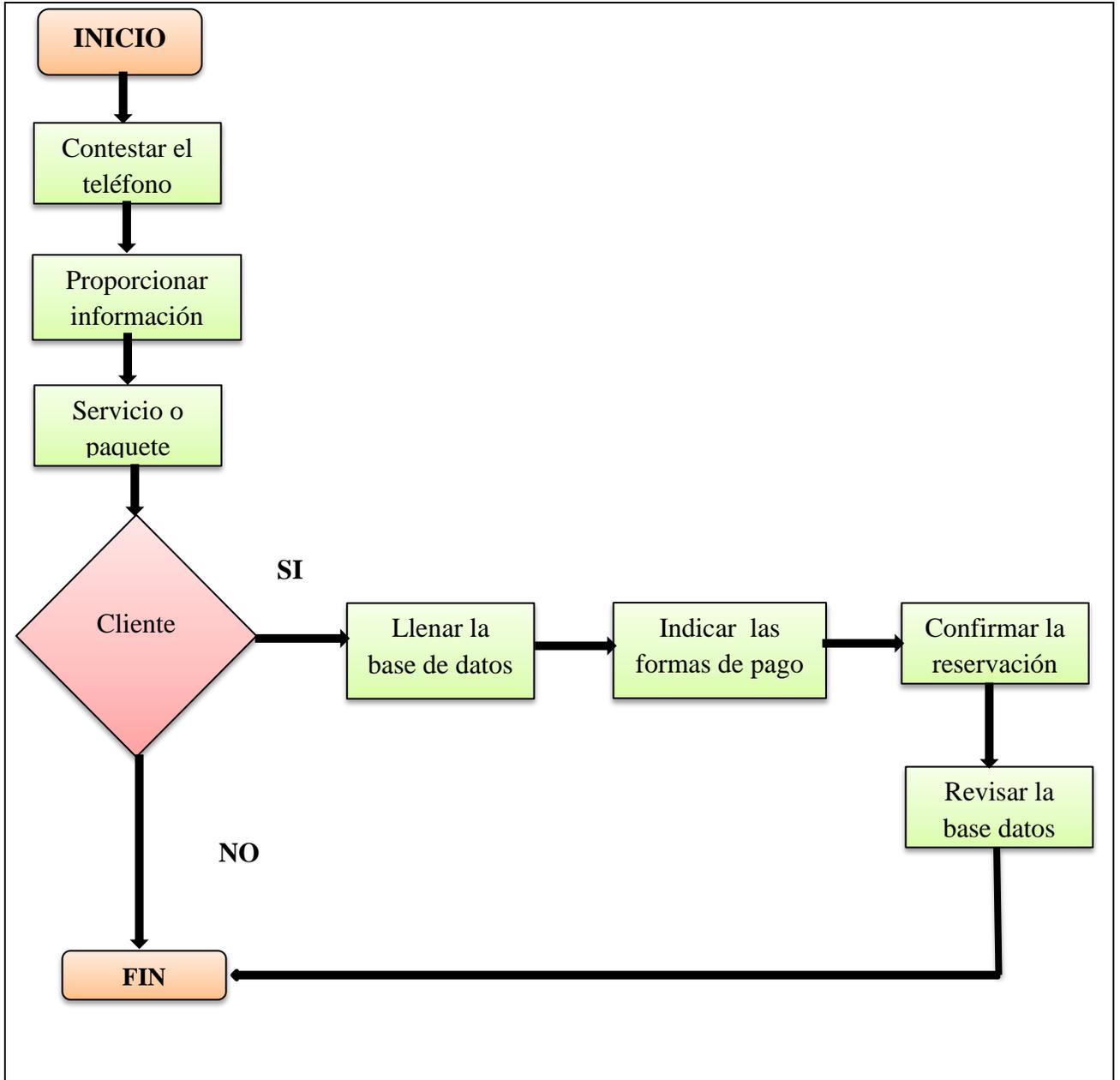


Gráfico N ° 19. Diagrama para la reservación.

2) Diagrama de flujo para recibir al turista.

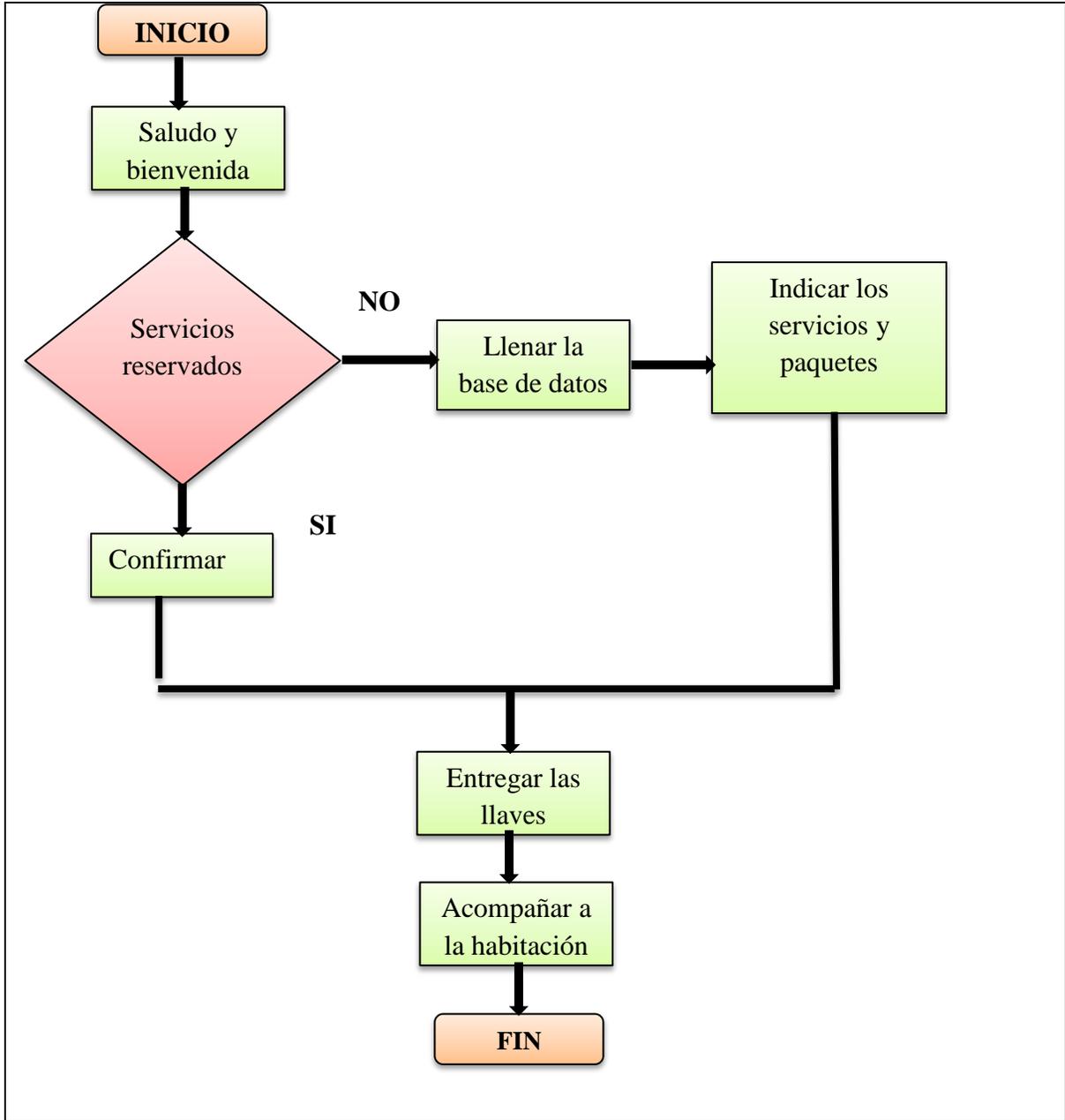


Gráfico N ° 20. Diagrama de recepción del turista a la habitación

3) Diagrama de flujo para el servicio de alimentación.

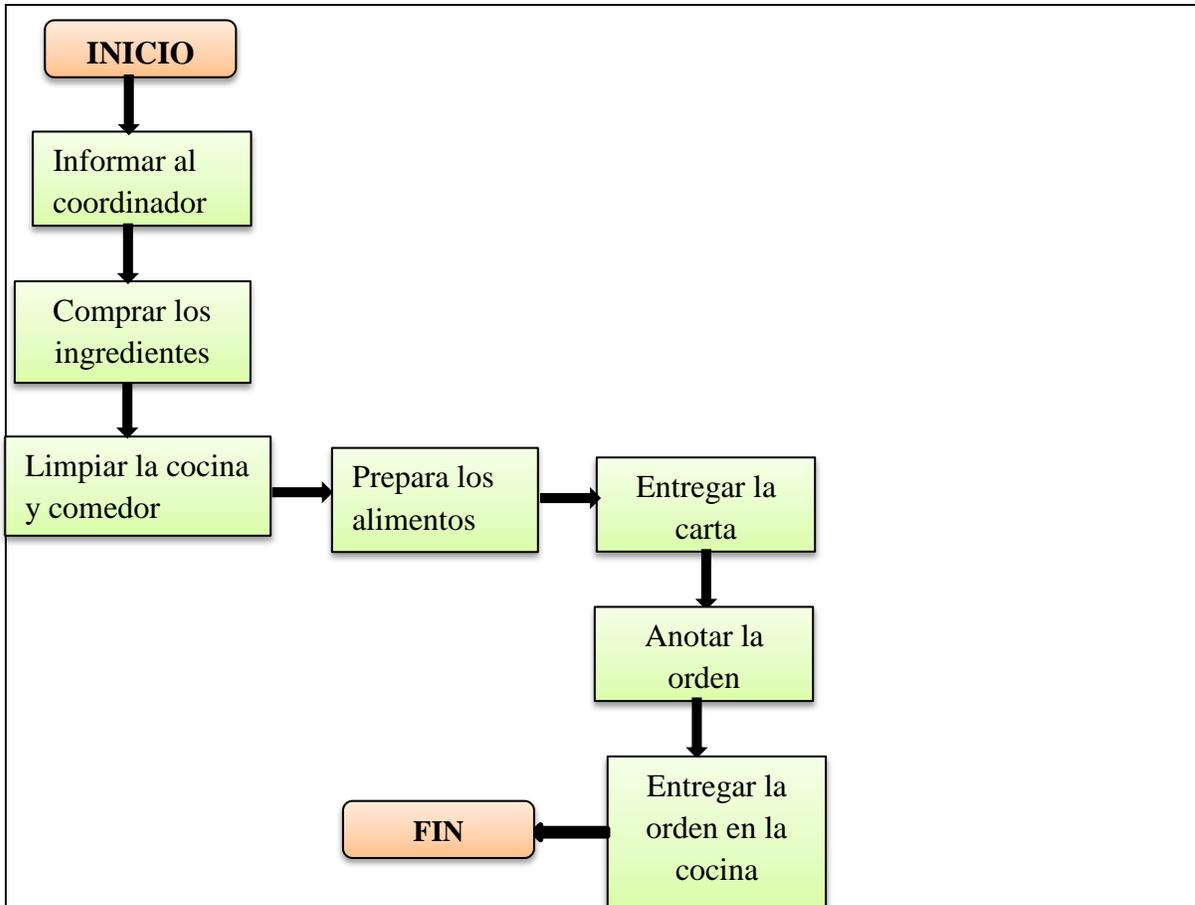


Gráfico N ° 21. Diagrama de recepción del turista en el área de alimentación

4) Diagrama de flujo para el servicio de alojamiento.

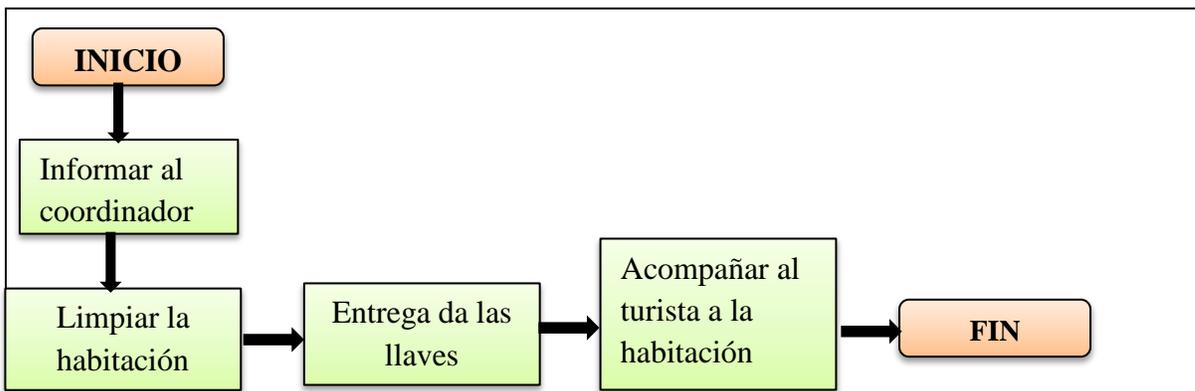


Gráfico N ° 22. Diagrama de recepción del turista de alojamiento

5) **Diagrama de flujo para el servicio de guianza.**

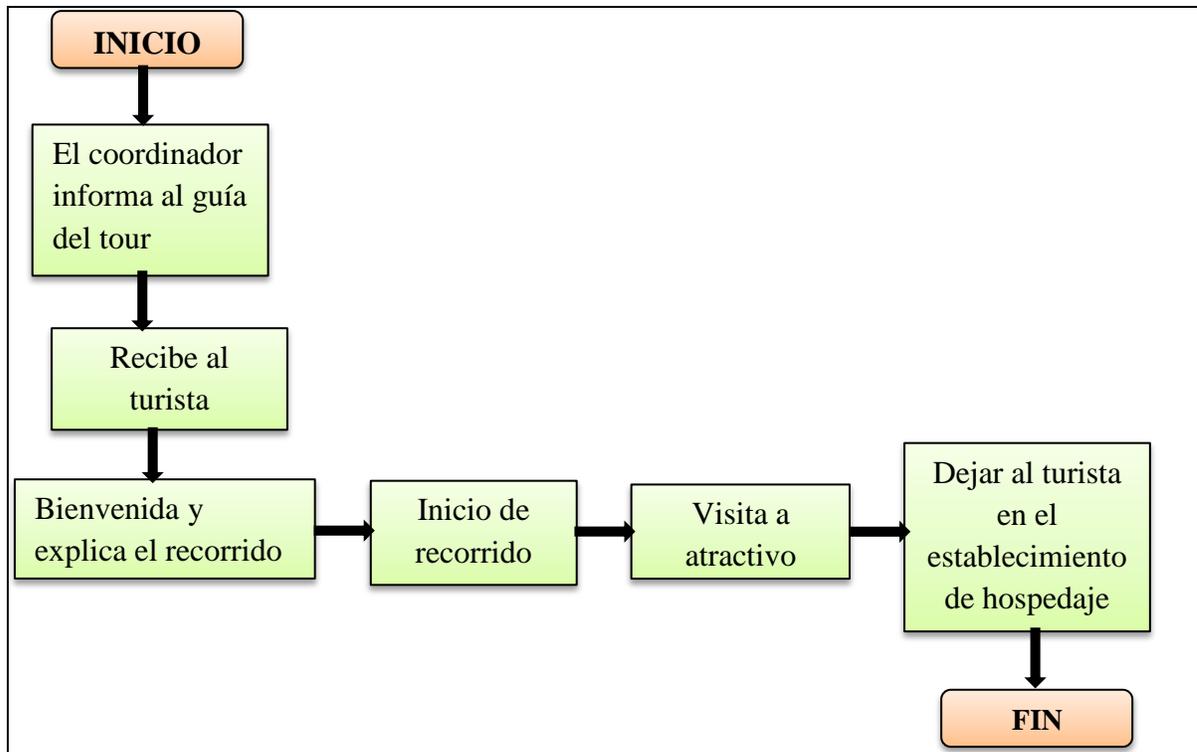


Gráfico N ° 23. Diagrama de recepción del turista del guía

D. VIABILIDAD SOCIO- AMBIENTAL Y SOCIO- CULTURAL

1. Evaluación de impacto socio-ambiental y socio-cultural

Mediante la matriz de Lázaro Lagos se identificará los impactos que podría ocasionar con las actividades que se realizará al ejecutar el proyecto.

Cuadro N° 88. Matriz de Lázaro Lagos, para la evaluación de impactos socio-ambientales y socio-culturales

MATRIZ DE LÁZARO LAGOS																			
COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Operación turística	2. Caminatas y excursionismo	3. Conservar la cultura	4. Ceremonias y rituales	5. Cabalgata	6. Ciclismo	7. Observación de flora y fauna	8. Prácticas agrícolas ancestrales		1. NATURALEZA	2. MAGNITUD	3. IMPORTANCIA	4. CERTEZA	5. TIPO	6. REVERSIBILIDAD	7. DURACION	8. TIEMPO EN APARECER	9. CONSIDERADO EN EL PROYECTO	10. PONDERACION
A. AIRE	X								Emisión de gases contaminantes	-	1	1	D	Pr	2	3	C	N	6
B. SUELO	X	X			X			X	Alteración de la cobertura vegetal	-	1	1	D	Sc	1	3	M	N	5
	X	X		X			X		Presencia de basura en los sitios de visita	-	2	1	D	Pr	1	1	C	S	4
	X	X			X	X		X	Erosión del suelo	-	1	1	D	Sc	1	3	C	N	5
C. AGUA	X						X	Contaminación del agua	-	1	1	D	Pr	2	1	M	S	4	
D. FLORA Y FAUNA	X					X	X	Revalorizar la naturaleza	+	1	3	C	Pr	2	3	C	N	8	
	X					X		Pérdida de plantas nativas	-	2	3	D	Sc	2	2	M	N	10	
	X				X	X		Pérdida de especies faunísticas	-	2	3	D	Sc	2	2	M	N	10	
					X	X			Desequilibrio ecológico	-	2	3	D	Sc	2	3	L	N	11
E. SOCIO-ECONOMICO	X		X	X			X	Intercambio cultural	+	2	3	C	Pr	1	3	C	S	10	
	X	X	X	X	X	X	X	Generación de nuevas fuentes de empleo	+	2	3	C	Pr	1	2	C	S	9	
	X							Dinamización de la economía local	+	2	3	D	Pr	1	2	M	S	9	

MATRIZ DE LÁZARO LAGOS																			
COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Operación turística	2. Caminatas y excursionismo	3. Conservar la cultura	4. Ceremonias y rituales	5. Cabalgata	6. Ciclismo	7. Observación de flora y fauna	8. Prácticas agrícolas ancestrales		1. NATURALEZA	2. MAGNITUD	3. IMPORTANCIA	4. CERTEZA	5. TIPO	6. REVERSIBILIDAD	7. DURACION	8. TIEMPO EN APARECER	9. CONSIDERADO EN EL PROYECTO	10. PONDERACION
	X								Crecimiento de turistas durante el año	+	2	2	C	Pr	1	3	L	S	8
F. PAISAJE		X			X	X	X		Deterioro de los sitios de visita	-	3	3	C	Pr	2	2	L	S	13
	X			X					Ruido	-	1	1	D	Sc	2	3	C	N	6

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8			
A	-6									6	6
B	-14			-4	-10	-5	-4	-10		67	67
C	-4							-4		10	10
D	-12					-21	-23	8	8	56	64
E	36	9	19	19	9	9	9	19	129		129
F	6	-13		-6	-13	-13	-13		64	64	64
TOTAL (+)	42	22	19	25	19	19	19	27	201		
TOATL (-)	36			4	10	26	27	14		117	
TOTAL	78	22	19	29	30	46	49	39			310

Con la aplicación de la matriz de Lázaro Lagos se determinó los impactos socio- ambientales y socio-culturales que ocasionaría al ejecutar la operación turística, entre los componentes más afectados son: el aire, agua, suelo, socio-económico y paisaje.

Una vez evaluados cada uno de los componentes y actividades que se consideró en el proyecto, nos da un total de 310 puntos, de los cuales 201 son impactos positivos frente a 117 puntos como impactos negativos. De acuerdo a estos resultados este proyecto es ambientalmente positivo y viable el mismo que contribuirá a la conservación de la naturaleza y cultura.

El componente ambiental que alcanzó mayor puntaje positivo fue el socio-económico debido que al ejecutar la operación turística se pretende realizar el intercambio cultural, generará nuevas fuentes de empleo, dinamizar la economía local seguido por el crecimiento de turistas en la zona, mientras que los componentes ambientales negativos con mayor puntaje son el suelo la flora y la fauna.

2. Medidas de mitigación para los impactos negativos

Cuadro N ° 89. Medidas de mitigación de impactos negativos

Componente	Impacto negativos	Medidas de mitigación	Costo
Aire	Emisión de gases contaminantes	- Clasificación de los desechos orgánicos e inorgánicos - Tratamiento de los desechos sólidos y líquidos. - Reforestación	1500,00
Suelo	Alteración de la cobertura vegetal	- Reforestación con plantas nativas	150,00
	Presencia de basura en los sitios de visita	- Manejo de basura - Colocar los tachas de basura en los senderos y atractivos turísticos	750,00
	Erosión del suelo	- Diseño de nuevos senderos alternativos	1000,00
Agua	Contaminación del agua	- Charlas de concientización sobre el manejo adecuado del agua - Implementación de planta de tratamiento de aguas grises para el riego	800,00
Flora y fauna	Pérdida de plantas nativas	- Charlas de concientización - Reforestación con plantas nativas	300,00
	Pérdida de especies faunísticas	- Charlas de concientización - Reforestación con plantas nativas	300,00
	Desequilibrio ecológico	- Talleres de manejo de los recursos naturales	150,00
Paisaje	Deterioro de los sitios de visita	- Colocar rótulos con mensajes de concientización	850,00
	Ruido	- Utilizando herramientas manuales (construcción albergue)	---
TOTAL			5800,00

E. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA

1. Viabilidad económica

a. Activos fijos de la planta turística (Albergue)

1) Costo de equipamiento

a) Área de alojamiento

Cuadro N° 90. Costo de equipamiento de alojamiento

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipos			
Televisión	8	1,00	8,00
Lámpara	18	6,00	108,00
Calefactor	8	386,00	3088,00
Sub total			3204,00
Muebles			
Camas de 2,10m *1,50m	18	150,00	2700,00
Mesa	8	80,00	640,00
Sillas	8	25,00	200,00
Veladores	18	60,00	1080,00
Closet	8	470,00	3760,00
Sub total			8380,00
SUB TOTAL			11584,00
IMPREVISTOS 10%			1158,40
TOTAL			12742,40

b) Área de alimentación

Cuadro N° 91. Costo de equipamiento del área alimentación

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Equipo			
Cocina	1	400,00	400,00
Refrigeradora	1	618,00	618,00
Licadoras	2	100,00	200,00
Horno	1	270,00	270,00
Microonda	1	90,00	90,00
Batidora	1	75,00	75,00
Cafetera	1	50,00	50,00
Cilindro de gas	2	55,00	110,00
Extintor de incendio	1	60,00	60,00
Sub total			1873,00
Muebles			
Juego de cocina	1	700,00	700,00
Mesa para la cocina	1	80,00	80,00
Mesas para el comedor	8	100,00	800,00
Sillas	32	25,00	800,00
Sub total			2380,00
SUB TOTAL			4253,00
IMPREVISTOS 10%			425,3
TOTAL			4678,30

c) Área de recepción y sala de espera

i. Recepción

Cuadro N° 92. Costo de equipamiento del área recepción

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipos			
Impresora	1	80,00	80,00
Sumadora	1	90,00	90,00

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Sub total			170,00
Muebles			
Escritorio	1	200	200,00
Silla / oficina	4	25	100,00
Silla giratoria	1	90	90,00
Archivador	1	220	220,00
Sub total			610,00
Souvenirs			
Resma de papel	5	5,00	25,00
Carteras	20	0,25	5,00
Folder	10	2,50	25,00
Perforadoras	1	3,00	3,00
Grapadoras	1	4,00	4,00
Caja de esferos	1	6,00	6,00
Sub total			68,00
SUB TOTAL			848,00
IMPREVISTOS 10%			84,80
TOTAL			932,80

ii. **Sala de espera**

Cuadro N° 93. Costo de equipamiento de la sala de espera

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Muebles			
Juego de muebles	1	900,00	1000,00
Mesa de centro	1	80,00	80,00
Vitrina para libros	1	520,00	520,00
Dispensador de agua	1	30,00	30,00
Envase de agua	1	25,00	25,00
SUB TOTAL			1655,00
IMPREVISTOS 10%			165,50
TOTAL			1820,50

d) **Áreas verdes****Cuadro N° 94.** Costo de equipamiento de áreas verdes

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Muebles			
Bancas	7	220,00	1540,00
Arco para futbol	2	180,00	360,00
Cesta para basquetbol	2	50,00	100,00
SUB TOTAL			2000,00
IMPREVISTOS 10%			200,00
TOTAL			2200,00

e) **Área de parqueadero****Cuadro N° 95.** Costo de equipamiento del área de parqueadero

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

f) **Implementos para la actividad turística****Cuadro N° 96.** Costo de implementos para la actividad turística

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipos			
Bicicleta de montaña	6	380,00	2.280,00
Caballo	5	150,00	750,00
Caña de pesca	7	40,00	280,00
Cascos	6	28,00	168,00

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Guante (par)	6	25,00	150,00
Carpa	3	150,00	450,00
Sliping	3	29,00	87,00
Botas de caucho	3	7,00	21,00
Poncho de agua	3	6,00	18,00
Aislante	3	60,00	180,00
Montura	5	150,00	750,00
SUB TOTAL			5.134,00
IMPREVISTOS 10%			513,40
TOTAL			5647,40

2) **Costo fijos de menaje**

a) **Área de alojamiento**

Cuadro N° 97. Costo de menaje del área de alojamiento

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Juego de cortinas típicas	8	40,00	320,00
Alfombras de piel de oveja	10	20,00	200,00
Cortina de baño	8	40,00	320,00
Toalla	36	10,00	360,00
Colchón 2,10m *1,50m	18	200,00	3600,00
Juego de sábanas	30	25,00	750,00
Cobijas típicas	20	25,00	500,00
Cobijas normales	30	23,00	690,00
Edredones	30	45,00	1350,00
Almohadas	25	3,00	75,00
SUB TOTAL			8165,00
IMPREVISTOS 10%			816,50
TOTAL			8981,50

b) **Área de alimentación****Cuadro N° 98.** Costo de menaje del área de alimentación

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Menaje de cocina			
Ollas grandes	2	70,00	140,00
Ollas medianas	2	35,00	70,00
Ollas pequeñas	3	27,00	81,00
Ollas grandes de barro	2	15,00	30,00
Ollas medianas de barro	2	10,00	20,00
Ollas pequeñas de barro	2	6,00	12,00
Juego de salten	1	45,00	45,00
Juego de cuchillo	1	13,00	13,00
Charol mediando	2	8,00	16,00
Juego de moldes para postres	1	16,00	16,00
Tablas para picar mediana (madera y plástico)	2	13,00	26,00
Cucharon grande	1	5,00	5,00
Cucharon mediano (madera y plástico)	2	5,00	10,00
Pinzas para ensaladas mediana	2	5,00	10,00
Espátula grande	2	4,75	9,50
Espátula mediana	2	2,50	5,00
Juego de coladores	1	3,00	3,00
Rallador grande	1	2,75	2,75
Juego de sal pimienta y vinagre	1	8,00	8,00
Azucarera	2	3,00	6,00
Canasta para legumbres mediano	1	6,00	6,00
Embudo	2	1,50	3,00
Triturador de ajo	1	2,00	2,00
Exprimidor de limón	2	2,50	5,00
Mantel de cocina	6	45,00	270,00
Cubiertos	32	1,50	48,00
Sub total			862,25
Menaje comedor			
<i>Utensilios y vajillas de comedor (cerámica)</i>			
Platos base	35	1,25	43,75

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Platos para consomé	35	1,25	43,75
Platos planos	35	1,50	52,50
Tazas y plata de café	35	1,50	52,50
Pozuelos para postres	35	1,00	35,00
Sub total			227,50
<i>Vajillas tradicionales de barro</i>			
Platos base	35	1,00	35,00
Plato para consomé	35	1,00	35,00
Platos planos	35	1,00	35,00
Tazas y plata de café	35	1,00	35,00
Pozuelos para postres	35	0,75	26,25
Cucharas pequeñas	35	1,00	35,00
Jarras de jugo	8	3,00	24,00
Plato pequeño para ají	8	1,00	8,00
Recipientes de sal y azúcar	8	1,50	12,00
Sub total			245,25
SUB TOTAL			1335,00
IMPREVISTOS 10%			133,5
TOTAL			1468,50

c) **Área de recepción y sala de espera**

i. **Recepción**

Cuadro N° 99. Costo de menaje del área de recepción

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cortinas	1	40,00	40,00
SUB TOTAL			40,00
IMPREVISTOS 10%			4,00
TOTAL			44,00

ii. **Sala de espera**

Cuadro N° 100. Costo de menaje de la sala de espera

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Juego de cortinas	3	35,00	105,00
Alfombras	2	20,00	40,00
SUB TOTAL			145,00
IMPREVISTOS 10%			14,5
TOTAL			159,50

3) **Costos fijos de decoración**

a) **Área de alojamiento**

Cuadro N° 101. Costo de decoración del área de alojamiento

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Decoración habitación			
Floreros	8	8,00	64,00
Sub total			64,00
Decoración baño			
Espejo	8	10,00	80,00
Basurero	8	5,00	40,00
Gancho para toalla	8	2,50	20,00
Sub total			140,00
SUB TOTAL			204,00
IMPREVISTOS 10%			20,40
TOTAL			224,40

b) **Área de alimentación**

Cuadro N° 102. Costo de decoración del área de alimentación

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Ambiente interno de comedor			
Arado	3	15,00	45,00

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Yugo	3	15,00	45,00
Chicote	3	5,00	15,00
Bocina	4	45,00	180,00
Cuadros	4	10,00	40,00
Sub total			325,00
Ambiente externo de comedor			
Herradura	1	5,00	5,00
Mazorca	5	2,00	10,00
Espiga	4	2,00	8,00
Sub total			23,00
Mesas			
Manteles de mesa	16	20,00	320,00
Servilletas	32	3,00	96,00
Carta de menú	32	4,00	128,00
Sub total			544,00
SUB TOTAL			892,00
IMPREVISTOS 10%			89,2
TOTAL			981,20

c) **Área de recepción y sala de espera**

i. **Recepción**

Cuadro N° 103. Costo de decoración del área de recepción

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cuadros	2	10,00	20,00
SUB TOTAL			20,00
IMPREVISTOS 10%			2,00
TOTAL			22,00

ii. **Sala de espera**

Cuadro N° 104. Costo de decoración de la sala de espera

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gigantografías	1	40,00	40,00
Objetos de cerámica	3	10,00	30,00
SUB TOTAL			70,00
IMPREVISTOS 10%			7,00
TOTAL			77,00

d) **Áreas verdes**

Cuadro N° 105. Costo de decoración de áreas verdes

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Plantas nativas	30	0,25	7,50
Plantas ornamentales	30	0,35	10,50
SUB TOTAL			18,00
IMPREVISTOS 10%			1,8
TOTAL			19,80

e) **Área de parqueadero**

Cuadro N° 106. Costo de decoración del parqueadero

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Señalética de madera	10	15,00	150,00
SUB TOTAL			150,00
IMPREVISTOS 10%			15,00
TOTAL			165,00

b. Activos diferidos

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

Cuadro N° 107. Gastos de los activos diferidos

Activos diferidos	
Gasto de constitución	Valor total
Conformación jurídica	\$ 200,00
Autorizaciones notariales	\$ 600,00
Sub- total	\$ 800,00
Gastos de patentes y licencias	
Registro ante el MINTUR	\$ 94,40
Licencia de funcionamiento	\$ 15,00
RUC	\$ 10,00
Estudio Ambiental	\$ 5.800,00
Sub- total	\$ 6.719,40
Gasto de promoción y publicidad	
Publicidad	\$ 1.250,00
Promoción	\$ 1.810,00
Sub- total	\$ 3.060,00
Gasto de servicios básicos	
Luz	\$ 300,00
Agua	\$ 60,00
Teléfono	\$ 780,00
Internet	\$ 300,00
Mantenimiento de la web	\$ 120,00
Sub- total	\$ 1.560,00
Gasto de capacitación	
Capacitación al personal ingles /español	\$ 800,00
Capacitación en turismo comunitario	\$ 800,00
Capacitación Guianza Nativa	\$ 900,00
Capacitación en medio ambiente	\$ 1.500,00
Sub- total	\$ 4.000,00
TOTAL	\$ 16.139,40

c. Capital de trabajo

1) Remuneración

Cuadro N° 108. Remuneración del personal

Personal	Salario mensual	Salario anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte al IEES (21,5%)	Remuneración Anual
Coordinador	340,00	4080,00	340,00	311,67	170,00	877,20	\$ 5778,87
Secretario/ contador	340,00	4080,00	340,00	311,67	170,00	877,20	\$ 5778,87
Cocinero	340,00	4080,00	340,00	311,67	170,00	877,20	\$ 5778,87
Ayudante	340,00	4080,00	340,00	311,67	170,00	877,20	\$ 5778,87
Guianza	340,00	4080,00	340,00	311,67	170,00	877,20	\$ 5778,87
Guianza	340,00	4080,00	340,00	311,67	170,00	877,20	\$ 5778,87
Guianza	340,00	4080,00	340,00	311,67	170,00	877,20	\$ 5778,87
Mantenimiento y seguridad	340,00	4080,00	340,00	311,67	170,00	877,20	\$ 5778,87
TOTAL							\$ 46230,93

d. Resumen de la inversión

En el siguiente cuadro se presenta el resumen de la inversión estima para la implantación del proyecto:

Cuadro N° 109. Resume de la inversión

Resume de inversión	
Activos fijos	
Descripción	Valor total
Terreno	\$ 30.000,00
Construcción	\$ 68.030,88
Mobiliario	\$ 16.602,30
Equipos	\$ 11.194,70
Menaje	\$ 12.659,90

Descripción	Valor total
Accesorio	\$ 1.621,00
Sub- total	\$ 140.108,78
Activos diferidos	
Gasto por constitución	\$ 6.719,40
Gasto publicidad y promoción	\$ 3.060,00
Gasto servicios básicos	\$ 1.560,00
Gasto de capacitación	\$ 4.000,00
Sub- total	\$ 15.339,40
Capital de trabajo	
Capital de trabajo	\$ 58.488,67
Sub- total	\$ 58.488,67
TOTAL	\$ 213.936,85

e. Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Los principales inversionistas de este proyecto son: La Comuna Bunchalay - Capillapata, fundación Aviar de España, y el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la parroquia Juncal.

Cuadro N° 110. Fuentes de financiamiento y usos de fondos

Rubro de activos fijos	Uso de fondos	Fuentes de financiamiento	
		Fondos propios	Fondos del GADP
Terreno	30.000,00	30.000	0,00
Construcción	68.030,88	38.030,88	30.000,00
Mobiliario	16.602,30	1.1602,30	5.000,00
Equipos	11.194,70	8.194,70	3.000,00
Menaje	12.659,90	10.659,90	2.000,00
Accesorio	1.621,00	1.621,00	
Activos diferidos			
Gasto por constitución	6.719,40	6.719,40	0,00
Gasto publicidad y promoción	3.060,00	3.060,00	0,00
Gasto servicios básicos	1560,00	1560,00	0,00
Gasto de capacitación	4.000,00	4.000,00	0,00

Capital de trabajo			
Capital de trabajo	58.488,67	58488,67	20.000,00
TOTAL	\$ 213.936,85	\$ 153.936,85	\$ 60.000,00

f. Depreciación

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

Cuadro N° 111. Depreciación de activos fijos

Detalle	Valor del bien	% De depreciación	Duración del proyecto	Año de vida útil	Depreciación anual	Valor de salvamento	Valor depre.
Edificación	68030,88	5,00	5,00	75,00	3401,54	17007,72	3401,54
Mobiliario	16602,30	10,00	5,00	10,00	1660,23	8301,15	1660,23
Equipos	11194,70	10,00	5,00	10,00	1119,47	5597,35	1119,47
Menaje	12659,90	10,00	5,00	10,00	1265,99	6329,95	1265,99
Accesorio	1621,00	10,00	5,00	10,00	162,10	810,50	162,10
TOTAL					7609,33	38046,67	7609,33

g. Amortización

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

Cuadro N° 112. Amortización de los activos diferidos

Amortización de activos diferidos						
Rubros de activos diferidos	Valor	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Total amort.diferidos	\$ 15.339,40	3067,88	3067,88	3067,88	3067,88	3067,88
Gasto por constitución	\$ 6.719,40					
Gasto de publicidad y promoción	\$ 3.060,00					
Gasto de servicios básicos	\$ 1.560,00					
Gasto de capacitación	\$ 4.000,00					

h. Pago de la deuda

El préstamo que realizó el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Juncal es de \$ 60.000,00 al Banco Central del Ecuador a una tasa de interés del 3% anual.

Cuadro N° 113. Pago de la deuda

Año	Capital de préstamo	Intereses 3%	Capital a pagarse	Cuota anual	Saldo
2015	60000,00	1800,00	12000,00	13800,00	48000,00
2016	48000,00	1440,00	12000,00	13440,00	36000,00
2017	36000,00	1080,00	12000,00	13080,00	24000,00
2018	24000,00	720,00	12000,00	12720,00	12000,00
2019	12000,00	360,00	12000,00	12360,00	0,00
TOTAL		5400,00	60000,00		

i. Estructura de costos y gastos

Cuadro N° 114. Costo y gastos del proyecto

RUBROS	AÑOS				
	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00
Costos de Producción					
Materiales e insumos	700,00	733,95	769,55	806,87	846,00
Subtotal	700,00	733,95	769,55	806,87	846,00
Gastos Administrativos					
Gasto por constitución	6719,40	7045,29	7386,99	7745,26	8120,90
Gasto de servicios básicos	1560,00	1635,66	1714,99	1798,17	1885,38
Capacitaciones	4000,00	4194,00	4397,41	4610,68	4834,30
Sueldos	46230,93	48473,13	48473,13	50824,08	53289,05
Depreciaciones	7609,33	7978,39	8365,34	8771,06	9196,45
Subtotal	66119,67	69326,47	70337,86	73749,24	77326,08
Gastos por ventas					
Promoción y publicidad	3060,00	3208,41	3364,02	3527,17	3698,24
Subtotal	3060,00	3208,41	3364,02	3527,17	3698,24
Gasto financiero					
Interés bancario	1440,00	1080,00	720,00	360,00	0,00
Subtotal	1440,00	1080,00	720,00	360,00	0,00
TOTAL	71319,67	74348,83	75191,42	78443,29	81870,33

j. Ingresos

El cálculo de los ingresos se realizó por producto, el Centro de Turismo Comunitario ofertará 2 productos que se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 115. Ingresos por producto

Producto 1: Ruta	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Cultura e historia	80325,00	88431,80	97356,78	107182,51	117999,91
Sub-total	80325,00	88431,80	97356,78	107182,51	117999,91
Producto 2: Paquetes					
Raíces de la medicina ancestral	8400,00	9247,77	10181,10	11208,63	12339,86
Una cultura escondida entre el junco	10387,00	11435,31	12589,42	13860,00	15258,82
Contacto con la pachamama	24240,00	26686,42	29379,75	32344,90	35609,31
Aventura con la naturaleza	22944,00	25259,62	27808,95	30615,57	33705,45
Sub-total	65971,00	72629,12	79959,22	88029,10	96913,44
TOTAL	146.296,00	161.060,92	177.316,00	195.211,61	214.913,35

k. Estado de resultados

Cuadro N° 116. Estado de resultados

RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ingresos	146296,00	161060,92	177316,00	195211,61	214913,35
(-)Egresos	71319,67	74453,65	75335,21	78705,97	82263,27
Gastos de producción	700,00	735,00	771,75	810,34	850,85
Gastos administrativos	66119,67	69425,65	70469,81	73993,30	77692,96
Gastos ventas	3060,00	3213,00	3373,65	3542,33	3719,45
Gastos Financieros	1440,00	1080,00	720,00	360,00	0,00
(=) Utilidad bruta	74976,33	86607,27	101980,79	116505,64	132650,08
(-) 25% Impuesto a la renta	18744,08	21651,82	25495,20	29126,41	33162,52
Utilidad neta	56232,25	64955,45	76485,59	87379,23	99487,56

El cuadro N°116 presenta el estado de pérdidas y ganancias de los movimientos económicos y financieros del proyecto, durante el primer año se poseerá una utilidad neta de \$ 56232,25 demostrando ser positivo y viable, el factor de incremento es de 5% de la tasa de inflación.

I. Flujo de caja

Cuadro N° 117. Flujo de caja

	RUBROS	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
+	Ventas		146296,00	161060,92	177316,00	195211,61	214913,35
+	Valor salvamento						38046,67
-	Gastos producción		700,00	735,00	771,75	810,34	850,85
-	Gastos administrativos		66119,67	69425,65	70469,81	73993,30	77692,96
-	Gastos ventas		3060,00	3213,00	3373,65	3542,33	3719,45
-	Gastos financieros		1440,00	1080,00	720,00	360,00	0,00
-	Amortización act. dife (5 años)		3067,88	3067,88	3067,88	3067,88	3067,88
=	Utilidad antes de impuesto		71908,45	83539,39	98912,91	113437,76	167628,87
-	Impuesto (25%)		17977,11	21651,82	25495,20	29126,41	33162,52
=	Utilidad neta		53931,34	61887,57	73417,71	84311,35	134466,35
+	Depreciaciones		7609,33	7609,33	7609,33	7609,33	7609,33
-	Inversión otros (mobiliario y equipo de oficina, accesorios)	140108,78					
-	Inversión act. Nominal	15339,40					
-	Inversión capital de trabajo	58488,67					
-	Amort. Préstamo		12000,00	12000,00	12000,00	12000,00	12000,00
	Flujo de caja	-213936,85	49540,67	57496,91	69027,05	79920,69	130075,68

La liquidez del proyecto se efectúa a través del flujo de caja permanente de entrada y salida de los recursos económicos, al iniciar este proyecto se hace una prevención futura con el 5% de inflación y proyectada para 5 años.

2. Análisis financiero

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

Cuadro N° 118. Análisis financiero del proyecto

VAN	\$ 490.908,93
TIR	14%
RBC	2,27

1) Valor actual meto

El producto de Turismo Comunitario para la parroquia Juncal tiene un VAN de \$ 490.908,93 dando a conocer que tiene una rentabilidad aceptable.

2) TIR

La TIR del producto turístico es de 14 %, lo que quiere decir que es viable económicamente el producto.

3) Relación beneficio/ costo

La relación beneficio costo del producto de Turismo Comunitario se obtiene al dividir el valor actualizado del flujo de ingresos, por el valor actualizado del flujo de costos obtenidos el RBC de \$ 2, 27, lo que indica que por cada \$ 2,00 invertidos se tendrá una ganancia de 1,27 centavos de dólar.

VI. CONCLUSIONES

- 1.** Existe un potencial turístico en la parroquia Juncal, pese a la variedad de atractivos naturales y culturales de jerarquía I, II. Sin embargo, se requiere: la dotación de los servicios básicos, implementación y equipamiento de una planta turística que han sido las principales barreras, para el desarrollo de la actividad turística en la parroquia.
- 2.** El producto turístico comunitario es comercialmente viable, debido a que existe una aceptación del 86% de turistas nacionales y 93% de turistas extranjeros interesados por el producto, lo cual constituye una oportunidad, para emprender el desarrollo de la actividad turística y fortalecer el desarrollo local.
- 3.** El proyecto es viable técnicamente, en cuanto al diseño de un albergue turístico que dispondrá de los servicios: de hospedaje con capacidad para 18 pax, restaurant con capacidad para 32 pax, además se elaboró cuatro paquetes y una ruta turística, que serán ofertados a turistas nacionales y extranjeros, mediante las estrategias del marketing mix, el cual contribuirá a la dinamización de la economía local.
- 4.** El estudio ambiental es viable puesto que el impacto que ocasionará durante la implantación es positivo, sin embargo, se plante medidas de mitigación para las actividades negativas bajo los criterios de sostenibilidad tanto de los recursos naturales como culturales.
- 5.** El estudio financiero determina que el producto turístico comunitario es viable económicamente y financieramente, ya que el proyecto presenta un VAN positivo de \$ 490.908,93, una TIR de 14 % y la relación de beneficio costo de 2,27 dando como resultado que por cada 2 dólares invertidos se ganará 1,27 centavos.

VII. RECOMENDACIONES

- 1.** Gestionar la implementación de la presente propuesta ante el GAD de la parroquia Juncal, con el objetivo contribuir al desarrollo económico de las familias mejorando la calidad de vida de la población a través del turismo comunitario, ya que una actividad integra.
- 2.** Mejorar la adecuación y dotación de los servicios básicos, para el mejoramiento de la calidad de vida de la población y aumentar la posibilidad de éxito en el desarrollo de proyectos turísticos a nivel comunitario.
- 3.** El GAD de Juncal, elabore e implemente normativas que promueva la protección de los atractivos naturales, culturales y arqueológicos, el cual ayude a prevenir el deterioro de los atractivos turísticos.
- 4.** Para el fortalecimiento de la cultura, se debe tomar acciones de desarrollo como: un plan de revitalización cultural mediante talleres de capacitación, seminarios que tengan como prioridad la revalorización de las raíces culturales, como una forma de contrarrestar el actual proceso de aculturalización.
- 5.** La actualización periódica de los precios de venta de los paquetes y de la ruta turística se determinará de acuerdo a las condiciones de mercado y a la calidad del producto ofertado.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: estudio de factibilidad de un producto turístico comunitario para la parroquia Juncal, cantón Cañar, provincia de Cañar; a través de un proceso participativo se recopiló la información primaria y secundaria con salidas de campo. El diagnóstico analiza la situación actual de la parroquia en cinco ejes: físico espacial, ecológico territorial, económico productivo, socio cultural y político administrativo. Aplicando las encuestas, se determinó el perfil del turista nacional y extranjero; mediante el inventario identifico dos atractivos naturales y once culturales. El estudio técnico del producto establece la implantación y equipamiento del albergue turístico con servicios de hospedaje alimentación mediante el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales de la parroquia Juncal, además se elaboró productos complementarios como: cuatro paquetes y una ruta turística, para su comercialización se definieron estrategias de marketing mix, para posicionar en el mercado turístico. Para una adecuada operación turística del albergue funcionara con una figura legal de Centro de Turismo Comunitario, mediante un modelo de gestión administrativa por área. El estudio financiero del proyecto determina que la inversión inicial será de \$ 213936,85 dando un VAN positivo \$ 490.908,93 y una relación beneficio costo de 2,27 centavos el tiempo de recuperación de la inversión será de 5 años alcanzando una TIR de 14%. Se concluye que el producto turístico comunitario es factible, la cual mejorara la calidad de vida de la población.



IX. SUMMARY

This research proposes: the feasibility study of a community tourism product for the parish Juncal, located at Cañar canton and Province; through a participatory process the primary and secondary information data was collected with field trips. The diagnosis analyzes the current situation of the parish in five axes: spatial, ecological territorial, economic production, socio cultural and political administrative. Using surveys, the profile of domestic and foreign tourists was determined by the inventory which identified two natural and eleven cultural attractions. The technical study of the product provides deployment and equipment of the tourist lodge with hosting services supply through a sustainable use of natural and cultural resources of the place. They also develop complementary products such as: four packets and a touristic route for selling them, marketing mix strategies were defined in order to position it in the tourism market. For a proper operation of the tourist hostel it will work with a legal form of Community Tourism Center, using a model of administrative management area. The financial study of the project determines that the initial investment will be \$ 213,936.85 \$ 490,908.93 a positive NPV and benefit cost of 2.27 cents while the payback time is 5 years, reaching an IRR of 14%. It is concluded that community tourism product is feasible, thus it will improve the quality of life of the population.



X. BIBLIOGRAFÍA

1. **ANDINO, D. 2012.** ESPOCH. Tesis. Tema: plan de desarrollo turístico para la parroquia flores, cantón Colta, provincia de Chimborazo. Metodologías y técnicas del diagnóstico. Pág. 21.
2. **BERMÚDEZ, F. 2002.** Instituto nacional de aprendizaje núcleo de turismo subsector servicios turísticos. Definición de turismo. . Material didáctico módulo de formación generalidades del turismo. Publicado en san José de costa rica. En el año 2002.
3. **CAI, 2012.** Numero de turísticas que visito CAI en el año 2012. Estadística del Complejo Arqueológico Ingapirca (2012).
4. **CRIOLLO, JD. 2013.** Plan de Revitalización Cultural para la Comunidad Cofansinague. **Tesis Ing. Quito 219p.**
5. **DIDIER, J 2007.** Que es VAN, TIR y RVC Consultado el 9 de septiembre del 2013. Disponible en línea <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
6. **FEPTCE 2006.** Concepto de turismo comunitario. Guía de Turismo Comunitario
7. Fernández, V. 2006. Diseño de un producto turístico. Un enfoque y una propuesta metodológica. Definición de estrategias de comercialización y diseño de un producto turístico
8. **GALIANO, L. 2014. INVESTIGACIÓN TURÍSTICA.** Concepto de turismo. Consultado el 5 de junio de 2014. Disponible en línea. www.monografias.com/...pdf/...turistica/investigacion-turistica.pdf
9. **GARCIA, CARO, CASANUEVA C. 2000.** Organización y gestión de empresas turísticas. Definición de Competencia. Pág. 82.
10. **GAD de la Parroquia de Juncal.** Características del de la parroquia. Información otorgada por la Junta Parroquial de Juncal.
11. **GROSS M, 2010.** Mix de marketing. Consultado el 27 de agosto del 2013. Disponible en línea. <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/937896/Analisis-de-las-4-P-en-el-marketing-mix-de-las-empresas-de-servicios.html>
12. **JARA, J. 2011.** ESPOCH. Prácticas pre profesionales II. Tema: Evaluación del potencial turístico para la parroquia Salango del Cantón Puerto López, Provincia de Manabí.

13. **HERRERA, F. 2012.** Concepto de análisis FODA. Consultado el 9 de septiembre del 2013. Disponible en línea. <http://www.enplenitud.com/diagnostico-foda.html>
14. **IBIS A, 2012. Definición de paquetes turísticos.** Consultado el 26 de Agosto del 2013. Disponible en línea. <http://clubensayos.com/Negocios/Definicion-De-Paquete-Tur%C3%ADstico-Y/152866.html>
15. **LEÓN, D. 2008.** Concepto del análisis de situación. Consultado el 9 de septiembre del 2013. Disponible en línea. <http://ww.crea.udg.mx/handle/123456789/130>
16. **LUDEWIG, C. 2014.** Universo y muestra. Concepto de muestra y universo. Consultado el 5 de junio del 2014. Disponible en línea. www.buenastareas.com/.../Universo-Poblacion...Muestra/1367711.html
17. **MARTINEZ, R 2013.** Estructura de costo. Consultado el 9 de septiembre del 2013. Disponible en línea. <http://www.aporrea.org/actualidad/a158609.html>
18. **MINTUR, 2004.** Metodología para el inventario de atractivos. Consultado el 9 de septiembre del 2013. Disponible en línea. <http://es.scribd.com/doc/56382986/Metodologia-de-Inventario>
19. **MORLA, J. 2011.** Análisis de la demanda. Consultado el 9 de septiembre del 2013. Disponible en línea. <http://www.monografias.com/trabajos82/sistema-turistico/sistema-turistico.shtml>
20. **MUNOZ, L. 2012.** Análisis de la situación interna y externa. Consultado el 9 de septiembre del 2013. Disponible en línea.. <http://lceunikino.blogspot.com/2011/02/que-es-un-analisis-foda.html>
21. **MAV, 2012.** Museo de arte virtual. Tipos de patrimonio. Consultado en línea el 27 de febrero del 2013. Disponible en: <http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>
22. **NICOLAU, L. 2012.** Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de Alicante. Características del producto turístico. Pág. 46.
23. **NOBOA, P. 2008.** Texto básico de gestión de recursos culturales I. concepto de inventario turístico. Pág. 59.
24. **OJEDA, C, MARMOL, P. 2012.** Marketing turístico. Guía, información y asistencia turísticos Agencias de viaje y gestión de eventos Gestión de alojamiento turístico.

Canales de comercialización, plaza y promoción. Edición 2012. Publicado Madrid España. Pag 50- 88

25. **RAMÍRES, J.2014.** Estrategias de marketing mix 4P a 4C. consultado el 7 de junio del 2014. Disponible en línea. <http://yeux.com.mx/ColumnaUniversitaria/las-4-cs-del-nuevo-marketing/>.
26. **RICAURTE, C. 2009.** Manual para el Diagnóstico Turístico Local. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Concepto de diagnóstico.
27. **RODRÍGUEZ, J. 2001.** Lineamientos para el desarrollo de estudio de impacto ambiental. Definición de estudio de impacto ambiental. Publicado en Guatemala. Pág. 13-16.
28. **TIERRA, P. 2011.** Texto Básico de Paquetes Turístico.
29. **TIERRA, P. 2011.** Texto básico de Planificación Territorial. Ficha de diagnóstico situacional.
30. **SACHA BESOAIN, M. 2009.** Definición del Sistema turístico. Consultado el 9 de septiembre del 2013. Disponible en línea. <http://sashabesoainm.blogspot.com/2009/08/el-sistema-turistico.htm>
31. **SALES A, 2005.** Punto de equilibrio. Consultado el 9 de septiembre del 2013. Disponible en línea. <http://www.oni.escuelas.edu.ar/2004/GCBA/465/equilibrio.htm><http://www.oni.escuelas.edu.ar/2004/GCBA/465/equilibrio.htm>
32. **ZUÑIGA. J, MONJE. C. 2006.** Fundación natura. Guía de turismo comunitario. Turismo sostenible, principios de desarrollo sostenible.

XI. ANEXOS

ANEXO N° 1

1. Modelo de encuesta para turistas nacionales



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL CHIMBORAZO
FACULTADO DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

ENCUESTA

Estimado turista

La presente encuesta tiene como objetivo conocer el perfil del turista que visita “El Complejo Arqueológico Ingapirca, por lo que pedimos responder con la mayor sinceridad posible, su información será de gran ayuda, para el desarrollo del turismo en la parroquia Juncal.

1. Genero

Masculino ()

Femenino ()

2. Edades

< 18 años ()

41 a 51 años ()

19 a 29 años ()

51 a 61 años ()

30 a 40 años ()

más de 61 años ()

3. Procedencia

País..... Ciudad.....

4. Educación

Primaria () Superior ()

Secundaria () Pos-grado ()

5. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Visita familiares / amigos () Trabajo/ negocios ()

Estudio () Turismo ()

Otros ()

6. Usted viaja.

Solo () Grupo de amigos ()

En pareja () Familia ()

7. ¿Ha realizado el turismo comunitario antes?

Si () No ()

8. ¿Le gustaría realizar el turismo comunitario?

Si () No ()

9. ¿Cuáles de estas actividades le gustaría realizar al visitar Ingapirca? Seleccione una?

Convivencia con las familias () Agroturismo ()

Visita a sitios arqueológicos () Vista atractivos naturales y culturales ()

Cabalgatas () Ciclismo ()

Avistamiento de aves () Festividades religiosas ()

- 10 ¿Cuáles de los siguientes servicios son los más utilizados durante su viaje?**
 Alojamiento () Guíaanza turística () Transporte ()
 Alimentación () Información turística ()
- 11. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en Ingapirca?**
 Un día () 2 a 3 días () mas 3 días ()
- 12. ¿Cuál es la información turística más utilizada?**
 Prensa () Radio/Tv () Amigos ()
 Internet () Agencias de viaje () Otros.....
- 13. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por día en la activada turística?**
 20- 40 dólares () 40- 60 dólares () 60 – 80 () más de 80 dólares ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

2. **Modelos de encuesta para turistas extranjeros**



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL CHIMBORAZO
FACULTADO DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
SURVEY

Esteemed Tourist

This survey's objective is to get to know the kind of tourist that visits "The Ingapirca Archeological Complex." We ask that answer with your best ability. Your information will be of great help for the tourism development in the Juncal parish.

1. Gender

Male () Female ()

2. Age

Less than 18 years old ()	41- 51 years ()
19- 29 years ()	52- 62 years ()
30- 40 years ()	+ 62 years ()

3. Origin

Country..... City.....

4. Education

Elementary () university ()

Secondary () post-graduate ()

5. What is your motive to travel?

Visit family /friends () Work/business ()

Study () Tourism ()

Other ()

6. You are travelling

Alone () As a couple ()

In a group of friends () With family ()

7. Have you taken part in community tourism before?

Yes () No ()

8. Would you like to take part in community tourism?

Yes () No ()

9. Which of these activities would you like to take part in while visiting Ingapirca.**Check all that apply.**

Home stay with family () Agrotourism ()

Visit arqueological sites () Visit natural and cultural attractions ()

Horse riding () Cycling ()

Bird watching () Religious festivals ()

10. Which of the following services have you used most during your visit?

- Housing () Tourist guides ()
Transportation () Food and drinks ()
Tourist information ()

11. How many days would you be available to stay in Ingapirca?

- One day () Two a three day () + 3 day ()

12. Which is the form of tourist information most used?

- Press (newspapers, magazines) () Radio/TV ()
Friends () Internet ()
Travel agency () Other ()

13. How much would you be able to spend each day on a tourist activity?

- \$70-\$90 dollars () \$70-\$90 dollars () \$90-\$110dollars () + \$110 dollars ()

ANEXO N ° 2

1. Inventario de atractivos turísticos (MINTUR)

a. Hacienda El Pazo

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Ana Cunín	1.2 Ficha N° 001
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo	1.4 Fecha: 09/12/2013
1.5 Nombre del Atractivo: HACIENDA EL PAZO	
1.6 Categoría: Manifestación Cultural	
1.7 Tipo: Etnografía	
1.8 Subtipo: Arquitectura vernácula	
	
Foto N °11: Casa Hacienda EL Pozo	Por: Ana Cunín

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cañar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cañar
2.3 Parroquia: Juncal	
2.4 Latitud: UTM (WGS-84) X 724815	2.5 Longitud: UTM (WGS-84) Y 9725849

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Juncal

3.2 Distancia: 2 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 2844 msnm

4.2 Temperatura: 12°C – 20 °C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500mm promedio anual

4.4 Ubicación del Atractivo:

Hacienda El Pozo, se encuentra ubicado en la comunidad de Charcay, para llegar a este sitio se debe tomar un bus desde el cantón Cañar o Tambo hasta la comunidad de Charcay y posteriormente se debe caminar 10 minutos, de la cabecera parroquial encuentra a 2 km que en tiempo representa 10 minutos en automóvil.

4.5 Descripción del atractivo.

Esta hacienda perteneció a la Familia Pozo. La casa es de un piso y dos pisos distribuido de la siguiente manera: la de dos pisos fueron dormitorios y salas de estudio mientras que la de un piso está distribuido en: cocina, comedor, bodega, y una sala grande para los visitantes además posee un jardín y un patio amplio.

La hacienda está construida en adobe, con madera, techo de teja, las escaleras, balcón, puertas y ventanas de madera, es piso de algunas habitaciones son de tierra y otras han sido reconstruidas con cemento y la paredes son pintadas de color blanco.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

- Pisanas de trucha
- Una sala museo
- Flora
- Energía alternativa (eólica)

4.7 Permisos y Restricciones:

Es recomendable para acceder al sitio se lo debe hacer con un guía que conozca el lugar y con permiso del dueño o del personal que trabaja en el lugar.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales:
En la actualidad la hacienda está considerada como un lugar público de la Petroecuador, pero hasta el momento la hacienda está en las manos de los empleados del antiguo dueño hasta que inicien los trabajos de la empresa.
4.8.2 Usos Potenciales:
Puede ser utilizado como un lugar de hospedaje, alimentación, a sus alrededores se puede desarrollar actividades como : caminatas , fotografías, cabalgatas, noches culturales,
4.8.3 Necesidades turística:
La hacienda al encontrarse en buen estado, las necesidades serian como diseñar senderos, realizar un estudio de capacidad de carga, instalar un sistema de señalización e implementación de recipientes para la basura.
4.9 Impactos:
4.9.1 Impactos positivos:
<ul style="list-style-type: none"> - Valorar el patrimonio arquitectónico - Generaría ingresos económicos a la comunidad - Se crearía nuevas fuentes de trabajo para los pobladores del sector
4.9.2 Impactos negativos:
<ul style="list-style-type: none"> - En caso de no dar un manejo adecuado, puede entrar en proceso de destrucción de la hacienda.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: En proceso de deterioro
5.2 Causas:
Al ser un lugar público no se da un manejo adecuado del lugar, ya que existe ganado vacuno que podría destruir la construcción.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: En proceso de deterioro

6.2 Causas:

El entorno del atractivo se ha visto afectado principalmente por la agricultura masiva el cual ha producido la erosión del suelo, pero aún existe lugares cercanos donde todavía existe bosque donde se puede observar la gran variedad de flora y fauna endémica del lugar.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**7.1 Tipo:** Terrestre**7.2 Subtipo:** Asfaltado**7.3 Estado de Vías:** Bueno**7.4 Transporte:** Todo tipo de vehículo**7.5 Frecuencias:** Diaria**7.6 Temporalidad de acceso:**

Todo el tiempo

7.7 Observaciones:

En las horas de la mañana, o tarde.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

En la cabecera parroquial solo existe establecimiento de alimentación de comida rápida y tiendas artesanales. Los establecimientos hospedaje y los demás servicios adicionales se encuentran en el cantón Cañar y Tambo.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**9.1 Agua:** Existe agua potable**9.2 Energía Eléctrica:** Eléctrica y alternativa(eólica)**9.3 Alcantarillado:** Si posee**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.****10.1 Nombre del atractivo:**

Bosque Villawin

Molino de piedra

10.1 Distancia:

2km

5km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local y cantonal

b. Molino de piedra

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Ana Cunín

1.2 Ficha N° 002

1.3 Supervisor Evaluator: Ing. Catalina Verdugo

1.4 Fecha: 06/05/2013

1.5 Nombre del Atractivo: MOLINO DE PIEDRA

1.6 Categoría: Manifestaciones culturales

1.7 Tipo: Histórico

1.8 Subtipo: Zonas históricas



Foto N° 12: Molino de piedra



Por: Ana Cunín

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cañar

2.2 Ciudad y/o Cantón: Cañar

2.3 Parroquia: Juncal

2.4 Latitud: UTM (WGS-84) X 726402

2.5 Longitud: UTM (WGS-84) Y 9724306

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Cañar	16km
Tambo	8km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 2885msnm

4.2 Temperatura: 12 °C a 20°C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500mm anuales

4.4 Ubicación del Atractivo

Se encuentra junto al río San Antonio en la comunidad Timpurpamba a 5 min en carro y posteriormente se debe caminar un 5 min donde se puede observar algunas piezas del molino.

4.5 Descripción del atractivo.

Este molino pertenecía a la familia Espinosa hace más de 100 años.

El molino fue construido solo de piedras del río el cual funcionaba con la velocidad del agua.

Posteriormente el dueño abandono la hacienda con el transcurso del tiempo este lugar fue destruido en su totalidad con la creciente del río de años atrás, donde la mayor parte de las piezas fueron arrastradas por el río y otras fueron extraídas por los moradores quedando únicamente 2 piezas en forma de ruedas con un orificio en la centro de la piedra.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

- Un árbol que tiene alrededor de 100 años de antigüedad
- Río San Antonio
- Piscinas de truchas

4.7 Permisos y Restricciones:

Para acceder a este sitio se debe hablar con el propietario del terreno.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales: Algunas piezas del molino es utilizado por el propietario, como acueductos de la piscinas.
4.8.2 Usos Potenciales: Interpretación del lugar, pesca deportiva.
4.8.3 Necesidades turística: - Señalización turística - Diseñar senderos - Planificación turística en toda la parroquia para el desarrollo de actividades turística.
4.9 Impactos:
4.9.1 Impactos positivos: Valoración del patrimonio cultural, posibles ingresos económicos y generaciones de empleo.
4.9.2 Impactos negativos: Deterior de algunas piezas.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Alterado
5.2 Causas: Por la crecimiento del rio San Antonio y por la extracción de las piezas.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
6.2 Causas: Por la creciente del río San Antonio cada vez las piezas son arrastra a mayor distancia y el deslizamiento de tierra.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Bus y Camionetas
7.5 Frecuencias: Diario	7.6 Temporalidad de acceso: Todos los días
7.7 Observaciones: Visitar en épocas de verano.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

En la cabecera parroquial solo existe establecimiento de alimentación de comida rápida y tiendas artesanales. Los establecimientos hospedaje y los demás servicios adicionales se encuentran en el cantón Cañar y Tambo.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

- 9.1 Agua:** Agua entubada
- 9.2 Energía Eléctrica:** Sistema Interconectado
- 9.3 Alcantarillado:** No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:	Distancia:
La iglesia Corazón de Jesús	3km
Fiestas de Pawkar raymi	3km
Judas Machay	8km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

- 11.1 Difusión:** Local

ANEXO N° 3

1. Inventario de patrimonio inmaterial (INPC)

FICHA DE INVENTARIO		CÓDIGO	
A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES		IM-03-03-57 -003-14-000001	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: CAÑAR		Cantón: CAÑAR	
Parroquia: JUNCAL		Localidad: BUNCHALAY	
Coordenadas UTM: X(Este) 725480		Y(Norte) 9724904	
Altitud: 2803msnm			
FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: EL CERO DESDE EL CUAL SE ANUNCIABA EL CARNAVAL SEGÚN LA LEYENDA. FOTO: ANA LUCIA CUNIN, 2013.			
Código fotográfico: IM-03-03-57-003-14-000001_030.JPG			
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
LEYENDA DEL TAYTA CARNAVAL	D1	N/A	
	D2	N/A	

Grupo social		Lengua (s)	
CAÑARIS / INDÍGENAS		L1	KICHWA
		L2	ESPAÑOL
Subámbito		Detalle del subámbito	
LEYENDA		N/A	
DESCRIPCIÓN			
<p>Esta leyenda relata que el primer día de carnaval conocido por los comuneros como “chagrana” el tayta carnaval anunciaba el carnaval mediante el sonido de la bocina desde el cerro más alto como es Champa Pucará.</p> <p>Al escuchar este anuncio los lugareños comenzaban con los preparativos de alimentos y bebidas típicas de la zona.</p> <p>Al llegar la noche colocaban todos los alimentos preparados sobre la mesa, ya el tayta carnaval visitaría su hogar para servirse y bendecir los alimentos.</p>			
Fecha o período		Detalle de la periodicidad	
X	Anual	Los habitantes tienen cierta curiosidad y están pendientes de aquel anuncio.	
	Continua		
	Ocasional		
	Otro		
Alcance		Detalle del alcance	
X	Local	Solo esta parroquia tiene conocimiento de esta leyenda.	
	Provincial		
	Regional		
	Nacional		
	Internacional		
Uso simbólico		Detalle del uso simbólico	
	Ritual	Esta leyenda describe un acontecimiento de un ser mítico, el cual ha	

	Festivo	significado una herramienta para mantener y fortalecer las costumbres de la fiesta del carnaval.
	Lúdico	
X	Narrativo	
	Otro	

PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Tiempo de actividad	Función	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	COMUNIDAD	N/A	N/A	PARROQUIA JUNCAL	PARROQUIA JUNCAL
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Procedencia del saber		Detalle de la procedencia
X	Padres-hijos	Este relato procede de las personas de la tercera edad de la comunidad.
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión
X	Padres-hijos	Esta leyenda se ha transmitido de generación en generación.
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Esta leyenda se ha convertido un elemento trascendental, el cual ha permitido conservar la gastronomía y vestimenta típica de la zona.

Sensibilidad al cambio

	Alta	La leyenda ha permanecido en la mente de la población adulta de la comunidad durante mucho tiempo, pero los algunos jóvenes desconocen de esta leyenda.			
X	Media				
	Baja				
INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Elsa Patiño		El Empalme		F	51
ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito	Subámbito		Detalle del subámbito	Código / nombre	
TRADICIONES ORALES	CUENTO		CUENTO DEL CERRO	CUENTO DEL CERRO ENCANTADO	
DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
Fecha de registro: 05 de junio del 2014					
Registrado e inventariado por: Ana Lucía Cunín Chimbo					
Revisado por: Ing. Catalina Verdugo.					

FICHA DE INVENTARIO		CÓDIGO
A3 USOS SOCIALES RITUALES Y ACTOS FESTIVOS		IM-03-03-57 -003-14-000002
DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia: CAÑAR	Cantón: CAÑAR	
Parroquia: JUNCAL	Localidad: CABECERA PARROQUIAL	
Coordenadas UTM: X(Este) 725480	Y(Norte) 9724904	
Altitud: 2803msnm		
FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
Descripción de la fotografía: COMPARSAS DEL KAWKAR RAYMI. FOTO: JOSUÉ GAMÁN, 2012.		
Código fotográfico: IM-03-03-57-003-14-000001_016.JPG		
DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
PAWKAR RAYMI	D1	FIESTA DEL PAWKAR RAYMI
	D2	N/A
Grupo social	Lengua (s)	
CAÑARIS / INDÍGENAS	L1	KICHWA
	L2	ESPAÑOL

Subámbito		Detalle del subámbito
FIESTA		FIESTA ASOCIADA CON EL CARNAVAL
DESCRIPCIÓN		
<p>El Pawkar Raymi es la fiesta de reflorecimiento de los campos, sumada a la biodiversidad y abundancia de los frutos tierno de los que se nutren los habitantes de las comunidades conglomerado a ciertos seres, para a través de la danza, gastronomía, música tradicional, coplas, productos agrícolas se da inicio y continuidad a esta época que ancestralmente para los pueblos andinos significaba el Pawkar Raymi, el equinoccio de invierno.</p> <p>Esta fiesta es muy especial debido a que es la única fecha donde los habitantes utilizan la vestimenta típica del lugar de diversos colores que representa el reflorecimiento de los productos cultivados además, cada comunidad preparan y ofrecen la gastronomía típica a los participantes de las comparsas como: el tashno, maki machica, chicha de jora, papas con cuy y los frutos andinos de la zona.</p>		
Fecha o período		Detalle de la periodicidad
X	Anual	El Pawkar Raymi es la fiesta de reflorecimiento de los campos que se realiza en el mes de marzo de cada año.
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
X	Local	Es Pawkar Raymi es conocida solo por los habitantes de la parroquia Juncal. Sin embargo, al ser una fiesta andina se celebra en otras zonas del país con diferentes manifestaciones.
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
Preparativos		Detalle de actividades
	Ritual	Cada comunidad prepara alimentos típicos de la zona como: las papas

X	Festivo	con cuy, y recolectan frutas endémicas del lugar como: la mora, capulí, shulalas, taxo, tuna, simbalo, jícama, juyapas, además preparan la bebida tradicional la chicha de jora.
	Lúdico	
	Narrativo	
	Otro	

PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Tiempo de actividad	Función	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	DIRIGENTES DE LAS SIETE COMUNIDADES	N/A	N/A	JUNCAL CENTRO - CAÑAR	JUNCAL CENTRO - CAÑAR
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Procedencia del saber		Detalle de la procedencia
X	Padres-hijos	El Pawkar Raymi procede de los antepasados quienes han enseñado esta tradición a sus hijos.
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

Transmisión del saber		Detalle de la transmisión
X	Padres-hijos	Las personas adultas son quienes están tratando de conservar esta fiesta andina y transmitirla a sus descendientes.
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Esta fiesta es importante porque se da a conocer las diferentes costumbres como: alimentación música y danza de las comunidades, el cual ayuda a mejorar la relación social y cultural.

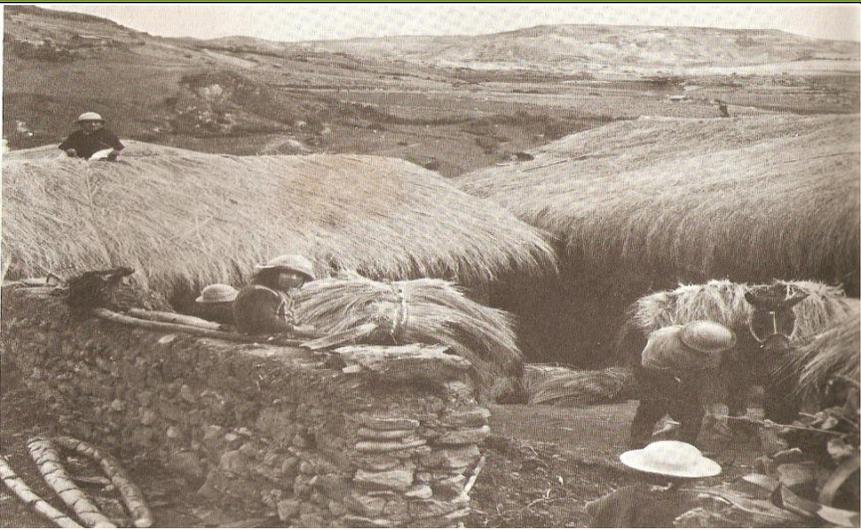
Sensibilidad al cambio				
	Alta	Actualmente los participantes no utilizan la vestimenta típica, por comodidad han remplazado las oshotas por los zapatos casuales. Este cambio es más visible en los joven.		
X	Media			
	Baja			
INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Rosa Guamán		0984156244	F	42
ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código / nombre	
USO SOCIAL, RITUAL Y FESTIVO	FIESTA	FIESTA, CEREMONIA ANDINA	FIESTA DEL CARNAVAL	
DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
Fecha de registro: 05 de junio del 2014				
Registrado e inventariado por: Ana Lucía Cunín Chimbo				
Revisado por: Ing. Catalina Verdugo.				

FICHA DE INVENTARIO		CÓDIGO	
A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		IM-03-03-57-004-14-000003	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: CAÑAR		Cantón: CAÑAR	
Parroquia: JUNCAL		Localidad: CABECERA PARROQUIAL	
Coordenadas UTM: X(Este) 725480		Y(Norte) 9724904	
Altitud: 2803msnm			
FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: MAKI MACHICA, ELABORACIÓN DE LA MACHICA EN DE PIEDRA. FOTO: ANA LUCIA CUNIN, 2011.			
Código fotográfico: IM-03-03-57-003-14-000001_013.JPG			
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
MAKI MACHICA (ELABORACIÓN DE LA MACHICA A MANO)		D1	MACHICA EN PIEDRA
		D2	N/A
Grupo social		Lengua (s)	
CAÑARIS / INDÍGENAS		L1	KICHWA
		L2	ESPAÑOL
Subámbito		Detalle del subámbito	

GASTRONOMÍA		GASTRONOMÍA COTIDIANA
DESCRIPCIÓN		
<p>Para los Juncaleños, la machica era uno de los principales alimentos que no podía faltar en un hogar, pero los molinos que funcionaban a base de combustible solo existía en el cantón Cañar, debido a la distancia y a la falta de transporte, los antiguos moradores se ingeniaron en tallar las piedras en forma de molde que tenía diferentes usos, siendo el principal uso para moler la machica, a su vez también lo utilizaban para realizar el arroz de cebada y los morochos.</p> <p>La machica se preparaba en piedras de moler mediante un proceso; primero secaban una porción de cebada y maíz, posteriormente tostaban en tiesto de aluminio, lo enfriaban e iniciaban el proceso de trituración de la cebada y maíz, en la actualidad las personas adultas manifiestan que extrañan aquel alimento saludables y sabroso, con el transcurso del tiempo este alimento ha sido sustituido por el pan.</p> <p>Todos los alimentos que consumían eran acompañados con la machica, además en algunas ocasiones era utilizado como lonch para los niños y también llevaba con “cucayo” cuando salían a trabajar en lugares lejanos, por estas razones casi todas los días preparaban la machica.</p> <p>La machica elaborada en la piedra evita las infecciones estomacales, además de ser un alimento natural y nutritivo, actualmente solo los ancianos realizar y consumen este alimento tradicional.</p>		
Fecha o período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Este alimento se prepara ocasionalmente, bebido a que no se consume como antes.
	Continua	
X	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	Este alimento se consume en otras comunidades de la sierra,
	Provincial	

X	Regional					
	Nacional					
	Internacional					
Preparativos		Detalle de actividades				
	Ritual	Este alimento se prepara para la fiesta del Pawkar Raymi y carnaval.				
	Festivo					
	Lúdico					
	Narrativo					
X	Otro					
PORTADORES / SOPORTES						
	Tipo	Nombre	Tiempo de actividad	Función	Dirección	Localidad
	Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Colectividades	LOS QUE ORGANIZAN LA FIESTA Y LAS FAMILIAS	N/A	N/A	PARROQUIA JUNCAL	PARROQUIA JUNCAL
	Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia				
X	Padres-hijos	Desde hace mucho tiempo los moradores de la parroquia preparaban este alimento costumbre que se mantiene hasta la actualidad.				
	Maestro-aprendiz					
	Centro de capacitación					
	Otro					
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión				
X	Padres-hijos	Las personas adultas enseñan a las demás generaciones a preparar este alimento.				
	Maestro-aprendiz					
	Centro de					

	capacitación				
	Otro				
VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La machica es un alimento nutritivo, además es utilizado en las ceremonias de agradecimiento a la madre tierra.					
Sensibilidad al cambio					
X	Alta	La juventud ya no consume este alimento.			
	Media				
	Baja				
INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Transito Huerta		Comunidad Warawin		F	71
ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito	Subámbito		Detalle del subámbito	Código / nombre	
USO SOCIAL, RITUAL Y FESTIVO	FIESTA		ACTOS DE PROPICIACIÓN	RAWKAR RAYMI	
DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
Fecha de registro: 05 de junio del 2014					
Registrado e inventariado por: Ana Lucía Cunín Chimbo					
Revisado por: Ing. Catalina Verdugo.					

FICHA DE INVENTARIO		CÓDIGO	
A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		IM-03-03-57-004-14-000004	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: CAÑAR		Cantón: CAÑAR	
Parroquia: JUNCAL		Localidad: CABECERA PARROQUIAL	
Coordenadas UTM: X(Este) 725480		Y(Norte) 9724904	
Altitud: 2803msnm			
FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: WASI PICHAY “FIESTA AL TERMINAR UNA CASA” FOTO: LIBRO DE HISTORIA DEL JUNCAL, ESCRITO POR UN ALEMÁN, 1993.			
Código fotográfico: IM-03-03-57-003-14-000001_006.JPG			
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
WASI PICHAY		D1	MINGA DE CONSTRUCCIÓN DE LA CASA
		D2	N/A
Grupo social		Lengua (s)	

CAÑARIS / INDÍGENAS	L1	KICHWA
	L2	ESPAÑOL
Subámbito	Detalle del subámbito	
FIESTA	FIESTA AL TERMINAR LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CASA	
DESCRIPCIÓN		
<p>Para realizar el WASI PIACHAY, debían pasar por un proceso de construcción de la vivienda debido al clima las casas eran de adobe y se construían con rapidez de dos a tres semanas utilizando los materiales del lugar, la edificación de las casas iniciaba con la preparación de la argamasa que contiene tierra, paja y agua posteriormente se colocara en moldes para tener forma de ladrillo y comenzar a contruir las paredes, el techo era cubierto de paja. Una vez finalizada la construcción se colocaba una cruz como símbolo de protección de Dios en la cual ubica la fecha de construcción y el apellido del dueño.</p> <p>El wasipichay consiste en realizar una ceremonia de limpia al dueño, además se colgaba un cuy vivo en la puerta para evitar enfermedades de los hijos como: el mal aire.</p> <p>Asociado al wusipichay es la primera fiesta con baile, comida y bebida que la realizaban en la casa con todas las personas que colaboraron en su construcción.</p>		
Fecha o período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Al formar una familia, los padres y familiares cooperaban en la construir de una casa.
	Continua	
X	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	Este tipo de edificación se encuentra en la parroquia Juncal, y en toda la cordillera de los andes.
	Provincial	
X	Regional	

	Nacional				
	Internacional				
Preparativos		Detalle de actividades			
X	Ritual	Al ser un proceso, el propietario organiza y busca a los albañiles mientras que la mujer prepara la comida y bebida.			
	Festivo				
	Lúdico				
	Narrativo				
	Otro				
PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Tiempo de actividad	Función	Dirección	Localidad
Individuos	Jesús Balboa	N/A	N/A	SECTOR YANA SACHA	SECTOR YANA SACHA
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres-hijos	Año tras año se ha venido dando esta costumbre, pero en los últimos años ha surgido un cambios drásticos debido a la migración y al remplazo de los materiales e la zona.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres-hijos	Ha este acto asistían adultos, jóvenes y niños de esta forma se transmite esta saber.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				

VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
La minga para la construcción de las casas de adobe era importante porque existían buenas relaciones sociales y culturales, permitiendo a su grupo humano vincularse en colaboración, apoyo y solidaridad con quien lo necesita, solventando las necesidades de contar con un hogar propio.				
Sensibilidad al cambio				
X	Alta	Por la intervención de nuevos materiales modernos.		
	Media			
	Baja			
INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Jesús Balboa	Comunidad Warawin		M	60
ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código / nombre	
USO SOCIAL, RITUAL Y FESTIVO	FIESTA	ACTOS DE PROPICIACIÓN	COMIDA TÍPICA	
DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
Fecha de registro: 05 de junio del 2014				
Registrado e inventariado por: Ana Lucía Cunín Chimbo				
Revisado por: Ing. Catalina Verdugo.				

FICHA DE INVENTARIO		CÓDIGO	
A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		IM-03-03-57-004-14-000005	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: CAÑAR		Cantón: CAÑAR	
Parroquia: JUNCAL		Localidad: CABECERA PARROQUIAL	
Coordenadas UTM: X(Este) 725480		Y(Norte) 9724904	
Altitud: 2803msnm			
FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: FIESTA DE CARMEN OTAVA Y SUS PERSONAJE: LIBRO DE HISTORIA DEL JUNCAL, ESCRITO POR UN ALEMÁN, 1983.			
Código fotográfico: IM-03-03-57-003-14-000001_006.JPG			
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
CARMEN OTAVA		D1	N/A
		D2	N/A
Grupo social		Lengua (s)	
CAÑARIS / INDÍGENAS		L1	KICHWA
		L2	ESPAÑOL
Subámbito		Detalle del subámbito	

RELIGIOSO		FESTIVIDAD RELIGIOSA
DESCRIPCIÓN		
<p>La fiesta de Carmen Otava se realiza en honor a la Virgen del Carmen que es la patrona de la parroquia, la cual es presidida por los cabildos, priostes y síndicos. Esta fiesta religiosa se prepara durante todo el año: con el arreglo de la iglesia, realizan las cerillas y comienza con la crianza de los animales para el día mayor.</p> <p>Esta fiesta tiene una duración de tres días; el primer día preparar la chicha, el mote y el pan, además se arreglan un altar en la casa del prioste para recibir al niño Jesús y la Virgen que es trasladada por los síndicos, cabildo y “vorleros” niños y niñas que jalan la cinta que se encuentran amarrado en la cruz y en la mano el niño Jesús y de la Virgen.</p> <p>El segundo día los priostes dan la bienvenida a los invitados y realizan juegos con los danzantes, en la tarde asisten a la iglesia para rezar el rosario y realizar algunos juegos.</p> <p>El tercer días el párroco celebra la Santa misa y la procesión donde las cantoras son participes de esta ceremonia, posteriormente los prioste brindan una gran variedad de frutas a todos los participantes.</p>		
Fecha o período		Detalle de la periodicidad
<input checked="" type="checkbox"/>	Anual	Fiesta que se realiza en el mes de junio de cada año
<input type="checkbox"/>	Continua	
<input type="checkbox"/>	Ocasional	
<input type="checkbox"/>	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
<input checked="" type="checkbox"/>	Local	Esta fiesta religiosa se lleva acabo al nivel local.
<input type="checkbox"/>	Provincial	
<input type="checkbox"/>	Regional	
<input type="checkbox"/>	Nacional	

	Internacional				
Uso simbólico		Detalle del uso simbólico			
	Ritual	Una oportunidad en que los habitantes se integren y formen parte este acto religioso.			
X	Festivo				
	Lúdico				
	Narrativo				
	Otro				
PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Tiempo de actividad	Función	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	PRIOSTE, CABILDO Y SÍNDICO	N/A	N/A	JUNCAL CENTRO	JUNCAL CENTRO
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres-hijos	Los fieles católicos han venido desarrollando estas festividades.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres-hijos	Los padres de familia llevan a los hijos que sean partícipes de este acto religioso.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
VALORACIÓN					

Importancia para la comunidad				
Es un momento de paz, reconciliación y unión familiar.				
Sensibilidad al cambio				
<input checked="" type="checkbox"/>	Alta	La mayor parte de la población pertenece a otra religión.		
<input type="checkbox"/>	Media			
<input type="checkbox"/>	Baja			
INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Segundo Sarmiento	Comunidad Tungulay		M	66
ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código / nombre	
USO SOCIAL, RITUAL Y FESTIVO	FIESTA	ACTOS DE PROPICIACIÓN	GASTRONO MÍA	
DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
Fecha de registro: 05 de junio del 2014				
Registrado e inventariado por: Ana Lucía Cunín Chimbo				
Revisado por: Ing. Catalina Verdugo.				

FICHA DE INVENTARIO		CÓDIGO	
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		IM-03-03-57-004-14-000006	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: CAÑAR		Cantón: CAÑAR	
Parroquia: JUNCAL		Localidad: CABECERA PARROQUIAL	
Coordenadas UTM: X(Este) 725480		Y(Norte) 9724904	
Altitud: 2803msnm			
FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: ELABORACIÓN DE POLLERAS Y HUALLCARINA EN LANA DE OVEJA. ARTESANÍA TRADICIONAL DE LA COMUNIDAD. FOTO: ANA LUCIA CUNIN 2014.			
Código fotográfico: IM-03-03-57-003-14-000001_020.JPG			
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación	Otra (s) denominación (es)		
HUALLCARINAS Y POLLERAS DE LANA	D1	N/A	
	D2	N/A	
Grupo social	Lengua (s)		
CAÑARIS / INDÍGENAS	L1	KICHWA	
	L2	ESPAÑOL	
Subámbito	Detalle del subámbito		

TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		TEXTILERÍA
DESCRIPCIÓN		
<p>La elaboración de las artesanías genera ingresos económicos a familias que se dedican a esta actividad.</p> <p>Está actividad comúnmente lo realizan las mujeres, mediante un proceso de confección, las mujeres se encargan de trasquilar la lana de oveja posterior a eso de debe lavar la lana e hilar luego de eso el hombres son los encargados de tejer en los telares, luego la mujer procede a teñir las telas con colores llamativos.</p> <p>El siguiente proceso está relacionado con biodiversidad que flora y fauna existente en la parroquia, las polleras y huallcarina tiene bordados de tórtolas y flores de vario colores que representa la riqueza del lugar.</p> <p>La elaboración de las artesanías ha impulsado a ciertas familias en el desarrollo económico, sin embargo, estas prendas solo utilizan las comunidades indígenas de la provincia de Cañar, el cual no permite la comercialización a otros lugares.</p> <p>Mediante la actividad turística se podría generar ingresos económicos mediante la interpretación cultural.</p>		
Fecha o período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Estas prendas son elaboradas a través de pedidos.
X	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	Es uso exclusivo de la provincia de Cañar.
X	Provincial	

	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
Uso simbólico		Detalle del uso simbólico			
	Ritual	Las artesanías que son elaborados por los comuneros simbolizan la habilidad y la creatividad que plasma en ella diferentes símbolos con diversos significados. Esta vestimenta se utiliza en eventos especiales como matrimonio y en las fiestas.			
	Festivo				
	Lúdico				
	Narrativo				
X	Otro				
PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Tiempo de actividad	Función	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	LAS FAMILIAS	N/A	N/A	PARROQUIA JUNCAL	PARROQUIA JUNCAL
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres-hijos	El conocimiento procede de las mujeres que sabían elaborar artesanías desde tiempos antiguos.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres-hijos	Las mujeres Juncaleñas poseen una habilidad heredada de los antepasados, y continúan transmitiendo esos dones a sus hijas.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				

VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
La elaboración de artesanías es relevante, desde el punto de vista económico y para fomentar el desarrollo del turismo comunitario, mediante la venta de artesanías a los turistas.				
Sensibilidad al cambio				
	Alta	La juventud está en un proceso de aculturalización.		
X	Media			
	Baja			
INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Rosa Choro	Juncal centro		F	32
ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código / nombre	
USO SOCIAL, RITUAL Y FESTIVO	FIESTA	ACTOS DE PROPICIACIÓN	RAWKAR RAYMI	
DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
Fecha de registro: 05 de junio del 2014				
Registrado e inventariado por: Ana Lucía Cunín Chimbo				
Revisado por: Ing. Catalina Verdugo.				

ANEXO N ° 4

1. Resultado de las encuestan en gráficos de los turistas nacionales

a. Género

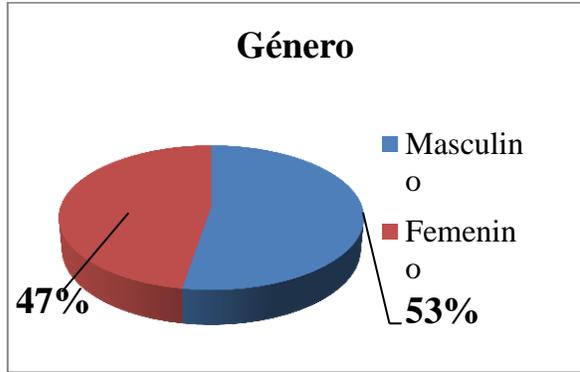


Gráfico N° 24: Género de los turistas nacionales

b. Edad

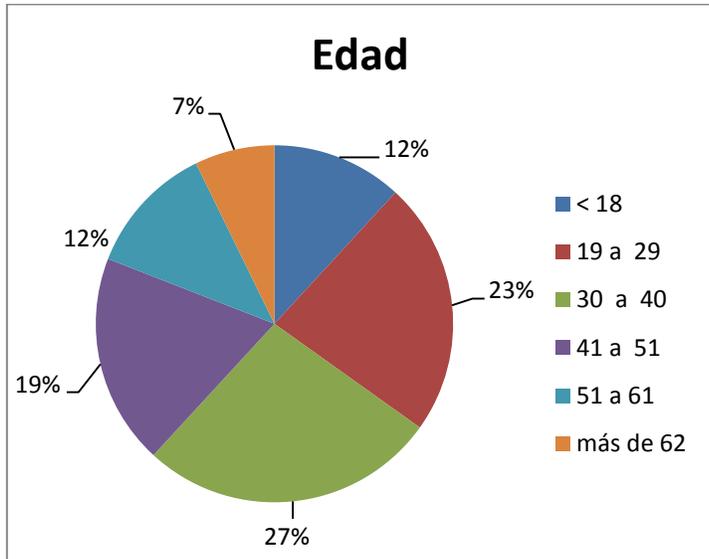


Gráfico N° 25: Edad turistas nacionales

c. Procedencia

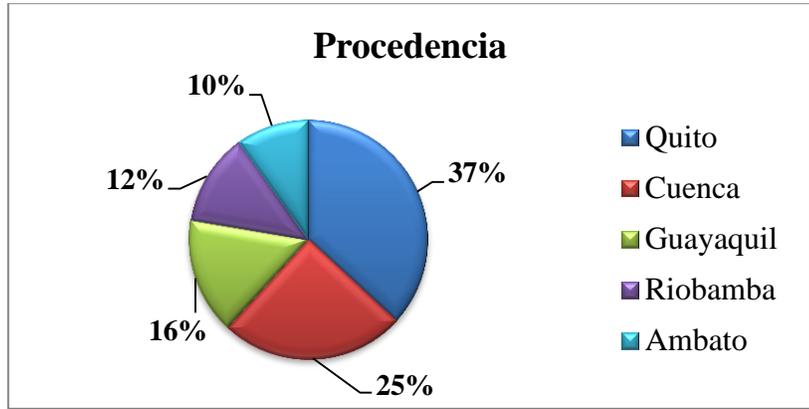


Gráfico N° 26: Procedencia de los turistas nacionales

d. Nivel de educación de los turistas nacionales

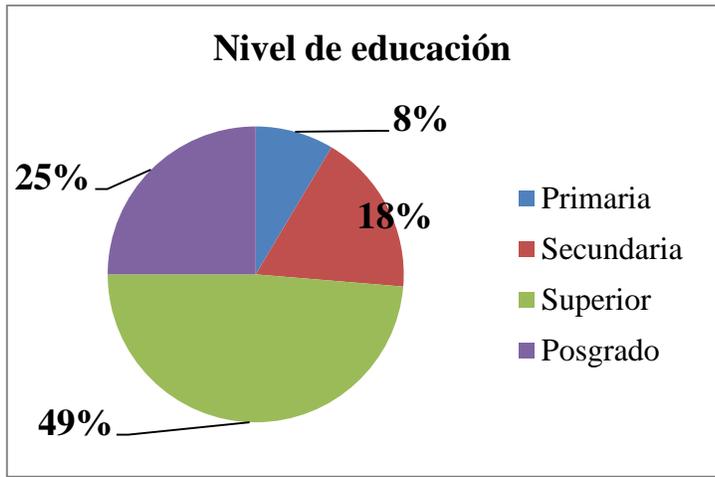


Gráfico N° 27: Nivel de educación de los turistas

e. Motivo de viaje

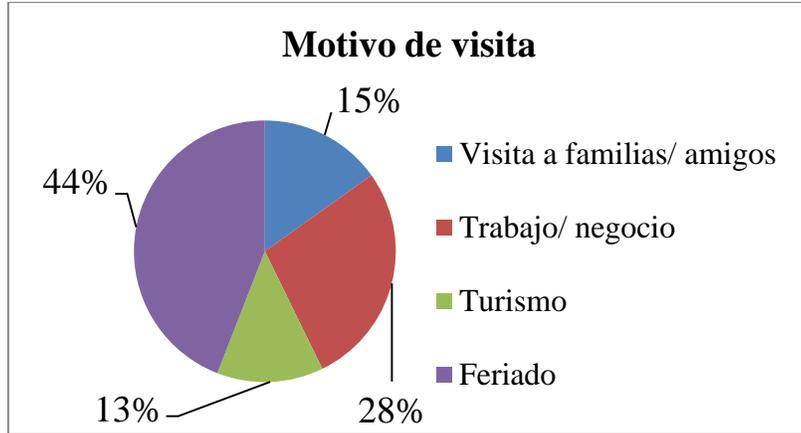


Gráfico N° 28: Motivo de viaje de los turistas

f. Composición de grupos turistas nacionales

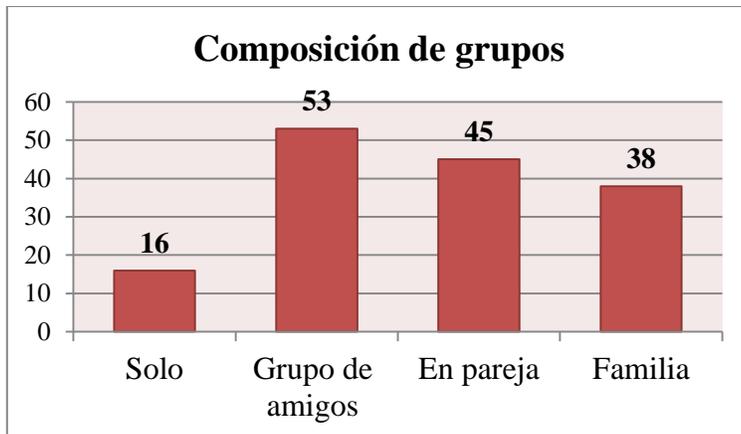


Gráfico N° 29: Composición de grupos de turistas nacionales

g. Aceptación del producto

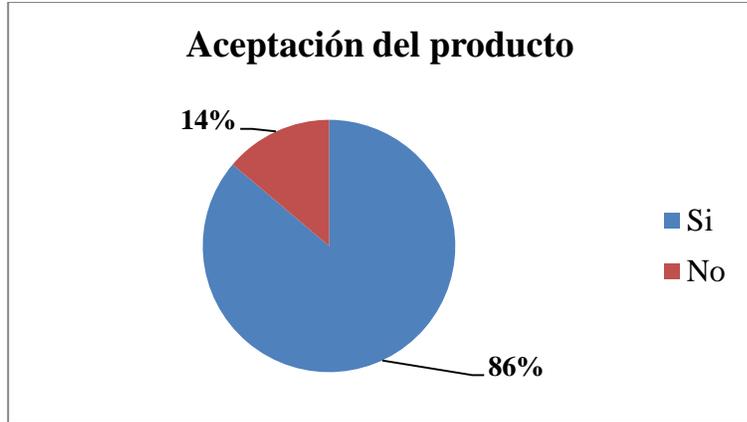


Gráfico N° 30: Aceptación del producto

h. Actividades turísticas a realizar

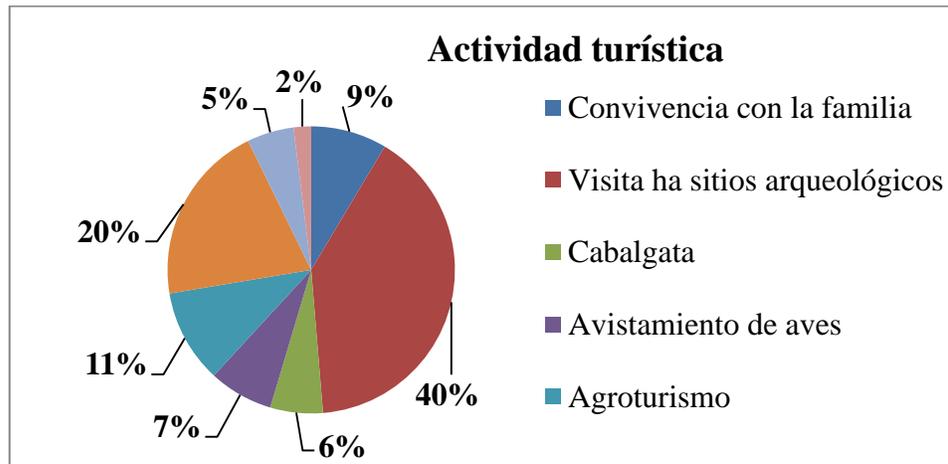


Gráfico N° 31: Actividades turísticas

i. Servicios turísticos más utilizados

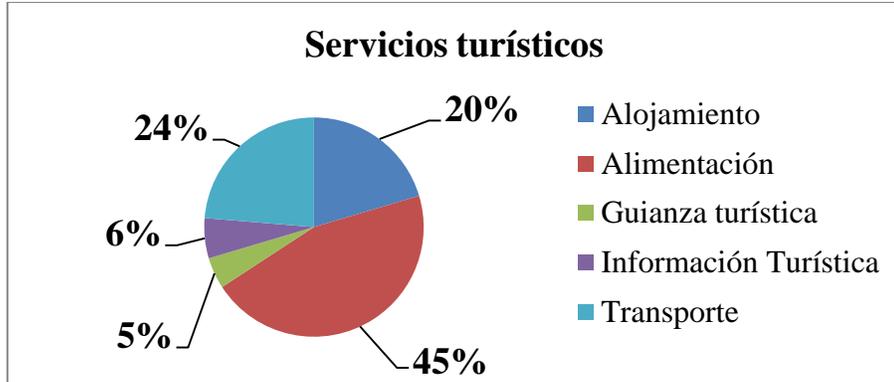


Gráfico N° 32: Servicios turisticos más utilizados por los turistas nacionales

j. Permanencia de los turistas

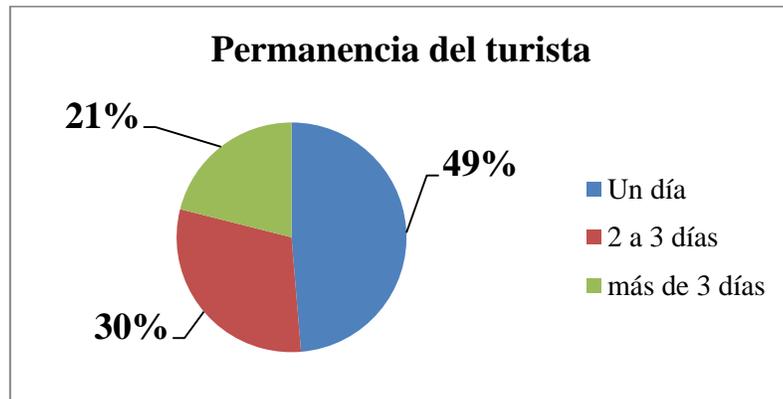


Gráfico N° 33: Tiempo que el turistas permanece un lugar

k. Medios de información

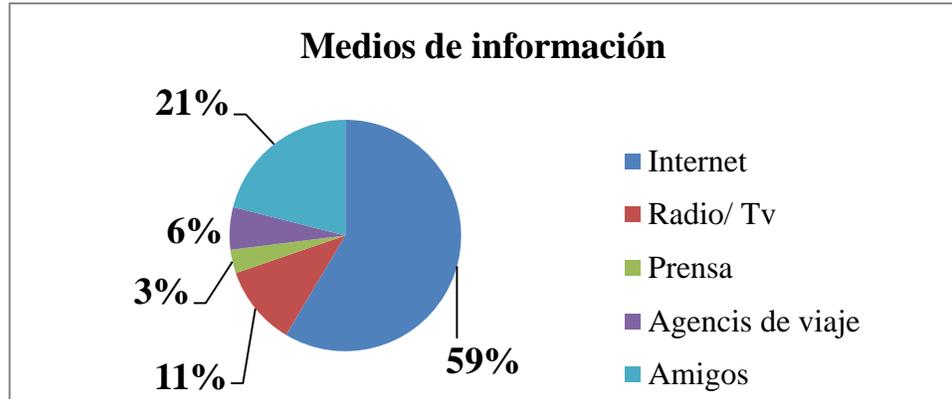


Gráfico N° 34: Medios de información más utilizados

l. Capacidad de gasto diario

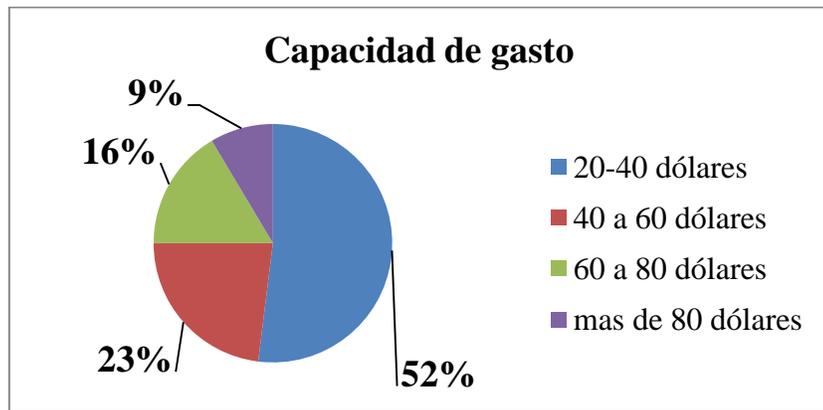


Gráfico N° 35: Capacidad de gasto por día del turista nacional

2. Resultado de las encuestas en gráficos de los turistas extranjeros

a. **Género**

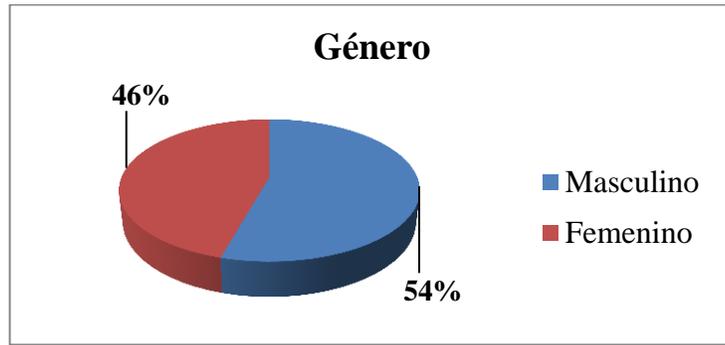


Gráfico N° 35: Género de los turistas extranjero

b. **Edad**

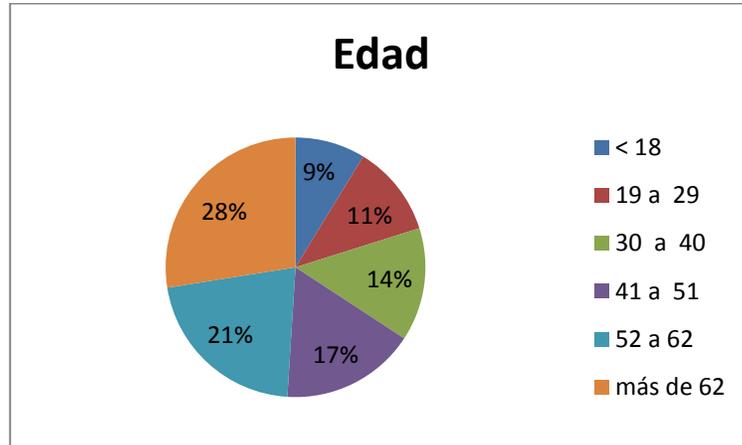


Gráfico N° 36: Edad de los turistas extranjero

c. Procedencia

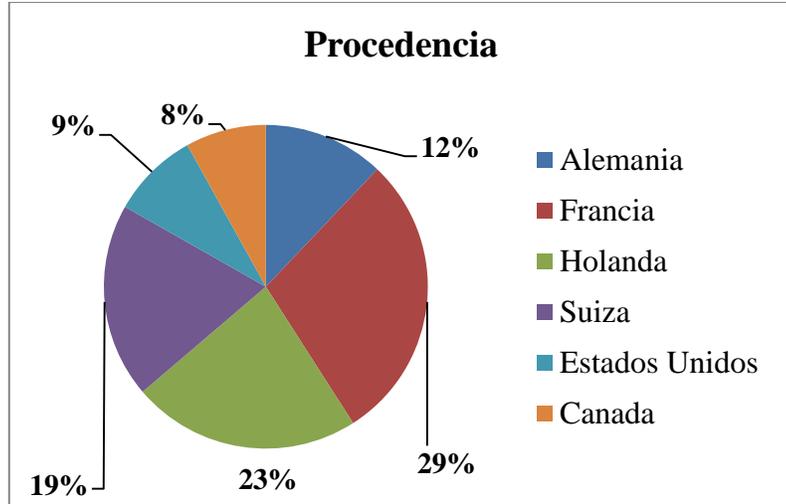


Gráfico N° 37: Procedencia de los turistas extranjeros

d. Nivel de educación

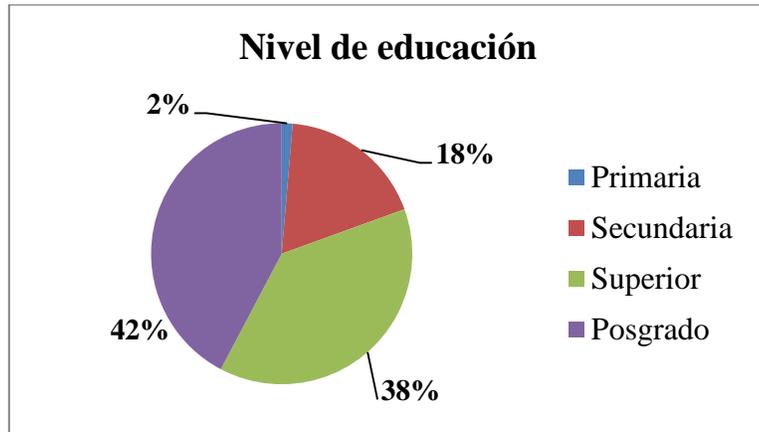


Gráfico N° 38: Nivel de instrucción de los turistas

e. Motivo de visita

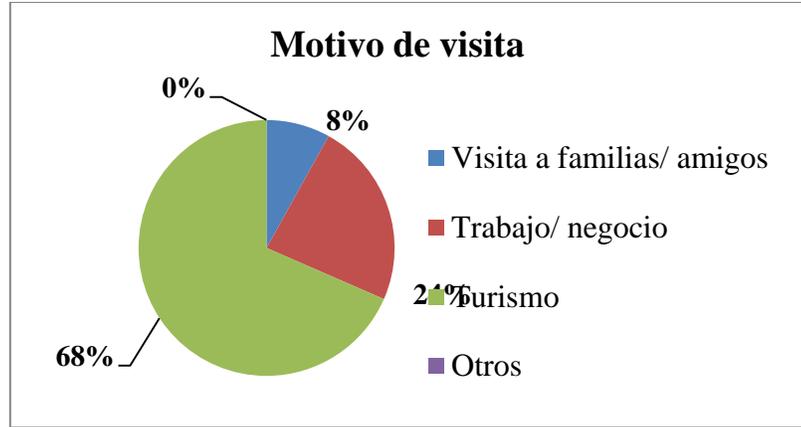


Gráfico N° 39: Motivo de vista de los turistas extranjeros

f. Composición de grupos de turistas extranjeros

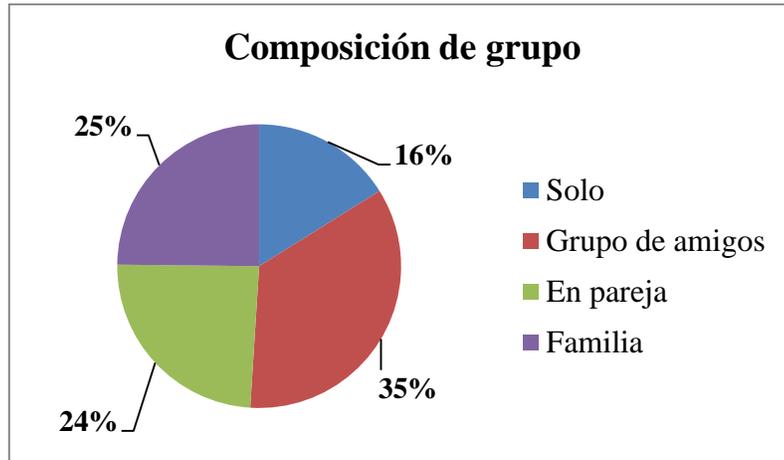


Gráfico N° 40: Composición de grupos

g. Porcentaje de aceptación del producto

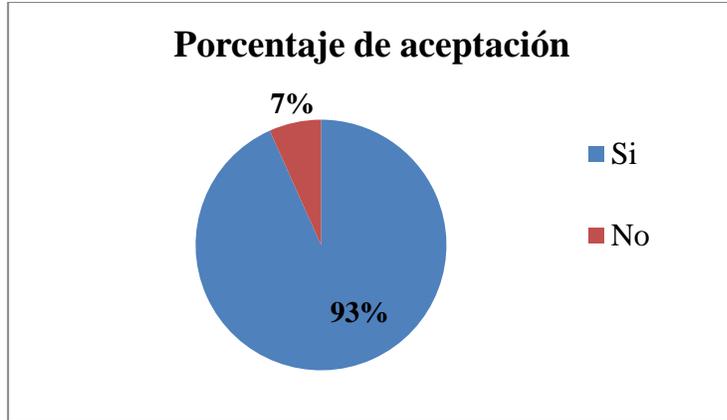


Gráfico N° 41: Porcentaje de aceptación

h. Actividades turísticas a realizar

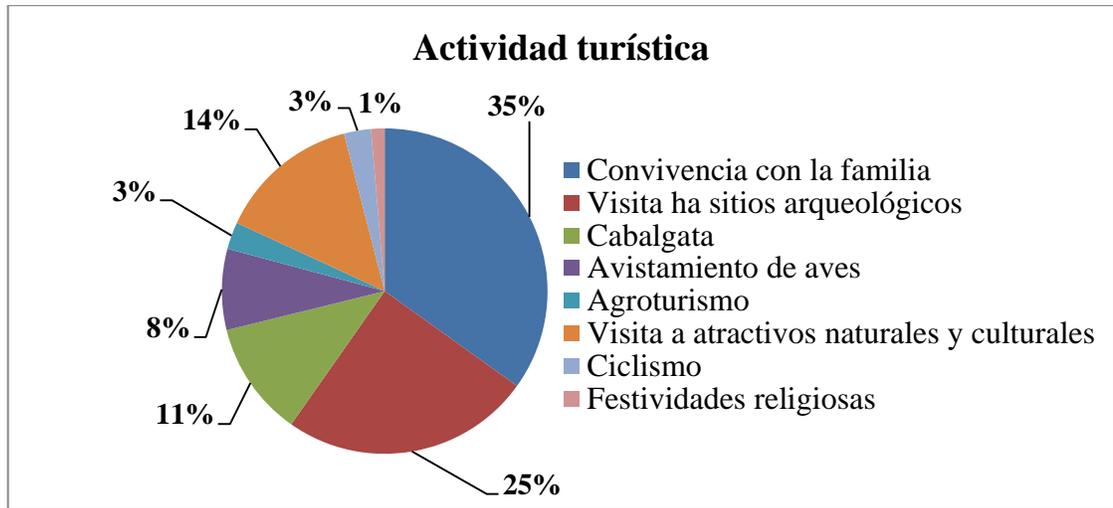


Gráfico N° 42: Actividades que el turista estaría interesado en realizar

i. Servicios turísticos más utilizados

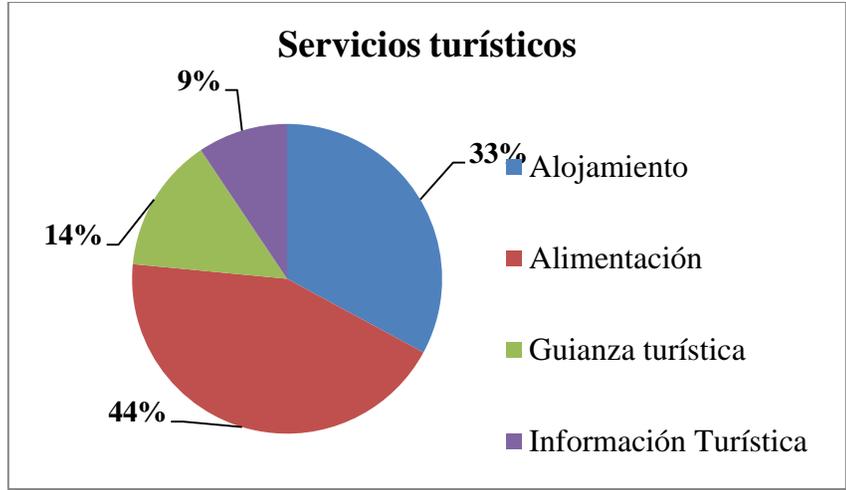


Gráfico N° 43: Servicios turisticos más utilizados por los turistas extranjeros

j) Permanencia de los turistas extranjeros

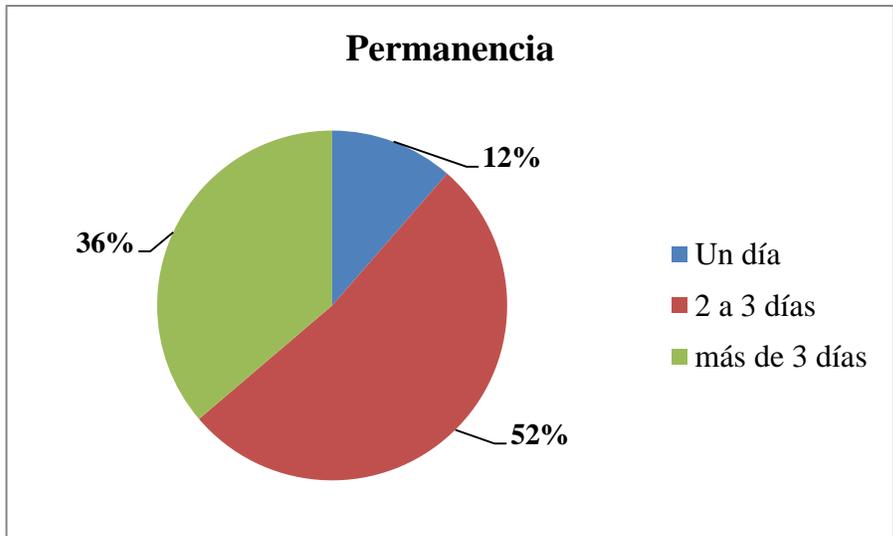


Gráfico N° 44: Tiempo que el turistas permanece un lugar

k. Medios de información

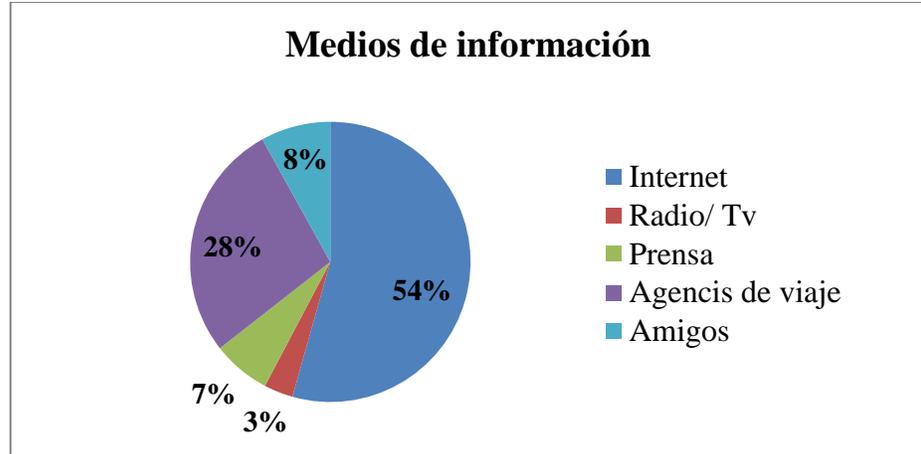


Gráfico N° 45: Medios de información más utilizados

l. Capacidad de gasto diario

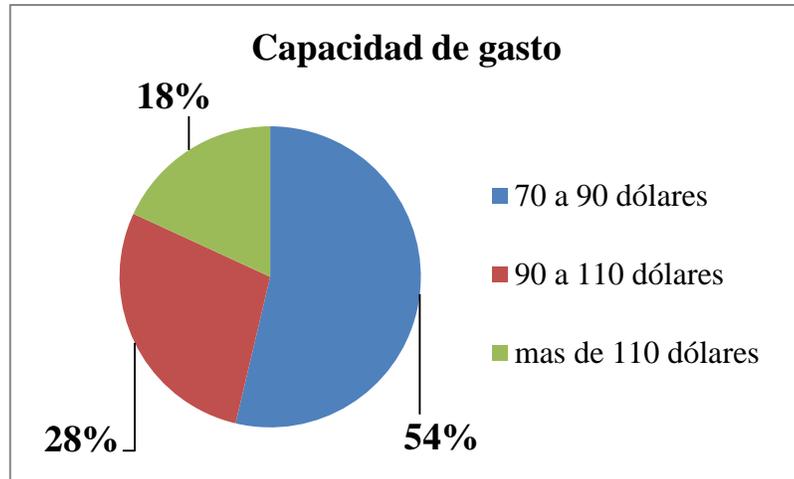


Gráfico N° 46: Capacidad de gasto por día de los turistas extranjeros

ANEXO N ° 4.

2. Hoja de evaluación para los visitantes

HOJA DE EVALUACIÓN PARA LOS VISITANTES			
GUIANZA	SI	NO	COMENTARIO
Recibiste buen trato por parte de guía			
El guía domina los temas que se trató en el recorrido			
ÁREA DE VISITA	SI	NO	COMENTARIO
Los senderos se encuentran en buen estado			
La señalización de los senderos son acorde con el ambiente			
Los sitios turisticos están conservados			
ACTIVIDADES REALIZADAS	SI	NO	COMENTARIO
Las actividades propuestas despiertan sus interés			
El tiempo de duración de las actividades fueros suficiente			
ALIMENTACIÓN	SI	NO	COMENTARIO
Le gusto los alimentos tradicionales			

ANEXO N °5

1. Ficha de inspección del área de alimentación

FICHA DE INSPECCIÓN DEL ÁREA DE ALIMENTACIÓN		
Nombre del responsable de limpieza:		
Fecha de limpieza:		Hora de limpieza:
Que evaluar	Detalle	Observación
Personal		
Sitio		
Nombre de menú		
Productos utilizados:		

ANEXO N° 6

1. Ficha de evaluación del área de visita

FICHA DE EVALUACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS						
Estado	Naturales		Culturales			
	Laguna de Culebrillas	Judas Machay	Paredones	Camino del inca	Piedra del molino	Champa Pukara
Conservado						
No conservado						