



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA COMUNA EL
MORLÁN, PARROQUIA IMANTAG, CANTÓN COTACACHI,**

PROVINCIA DE IMBABURA

TRABAJO DE TITULACIÓN

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

LLERENA CRUZ JORGE AURELIO

Riobamba-Ecuador

2016

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

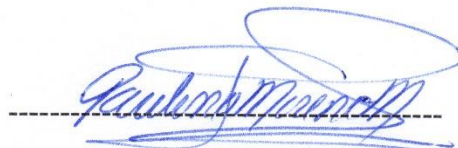
El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA COMUNA EL MORLÁN, PARROQUIA IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA**, de responsabilidad del señor Jorge Aurelio Llerena Cruz, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

DR. LUIS QUEVEDO



DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ING. PAULINA MORENO




MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jorge Aurelio Llerena Cruz, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 05 de febrero del 2016



Jorge Aurelio Llerena Cruz

CI. 060381274-4

AGRADECIMIENTOS

A la vida,
al momento y al tiempo...
que supo brindarme lo necesario.
y mostrarme el valor de las cosas

Jorge Aurelio Llerena Cruz

DEDICATORIA

*Este trabajo está dedicado a mi Tartolita,
por toda una vida de apoyo...
a mi CRUZ que me mostro el norte a seguir,
al juanka, a mi negrito y demás familiares
y ha todos quienes defienden
que el conocimiento
no es solamente valedero cuando sale de cuadro paredes,
o de una institución educativa,
sino también el que se genera mediante la autoformación
ratificando la decolonización del conocimiento.*

Jorge Aurelio Llerena Cruz

CONTENIDOS

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA COMUNA EL MORLÁN, PARROQUIA IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.....	1
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. JUSTIFICACIÓN.....	2
B. OBJETIVO.....	3
1. Objetivo general.....	3
2. Objetivos específicos.....	3
C. HIPÓTESIS	4
1. Hipótesis nula.....	4
2. Hipótesis alternante.....	4
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	5
A. TURISMO.....	5
1. Definición.....	5
2. Tipos de turismo.....	5
B. PRODUCTO TURÍSTICO.....	7
1. Diseño de un producto turístico.....	7
2. Desarrollo del producto turístico.....	8
3. Paquete turístico.....	9
C. ESTUDIO DE MERCADO.....	10
1. Análisis de la demanda.....	10
2. Análisis de la oferta.....	12
D. ESTUDIO AMBIENTAL.....	12
E. TURISMO SOSTENIBLE.....	13
F. TURISMO COMUNITARIO.....	13
IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....	15
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	15
1. Localización.....	15
2. Ubicación geográfica.....	15
3. Límites.....	16
4. Características climáticas.....	16
5. Clasificación ecológica.....	16
6. Características del suelo.....	18
7. Hidrología.....	18

B. MATERIALES Y EQUIPOS.....	19
1. Materiales.....	19
2. Equipos.....	19
C. METODOLOGÍA.....	20
1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Evaluar el potencial turístico en la comuna El Morlán, parroquia Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.....	20
2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Elaborar el estudio de mercado.....	20
3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Desarrollar el estudio técnico del producto turístico.....	22
4. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Elaborar el estudio ambiental del producto.....	23
5. Para el cumplimiento del quinto objetivo: Elaborar el estudio financiero del producto turístico.....	24
V. RESULTADOS	25
A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO.....	25
1. Inventario de los atractivos culturales y naturales de la comuna El Morlán.....	25
2. Análisis de la situación turística.....	52
B. ESTUDIO DE MERCADO.....	65
1. Análisis de la demanda.....	65
2. Análisis de la oferta.....	88
3. Confrontación de la demanda vs oferta.....	94
4. Diseño mercadotécnico.....	104
C. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO.....	106
1. Datos generales.....	106
2. Área de construcción y características de la planta turística.....	108
3. Paquetes turísticos.....	112
4. Marco legal.....	118
D. ELABORACIÓN DEL ESTUDIO AMBIENTAL EN LA FASE DE OPERACIÓN.....	129
1. Análisis de los impactos generados por la aplicación de la actividad turística en el sector..	129
2. Matriz de Lázaro Lagos.....	142
3. Matriz de cuantificación.....	143
4. Plan de mitigación.....	144
E. ESTUDIO FINANCIERO DEL PRODUCTO.....	133
1. Estructura de costo de los paquetes.....	133
2. Cálculo del punto de equilibrio.....	136
3. Gastos para el área administrativa.....	137
4. Materiales.....	137
5. Servicios básicos.....	138

6. Financiamiento.....	139
7. Análisis de la Hipótesis.....	140
8. Análisis económico financiero.....	140
VI. CONCLUSIONES.....	142
VII. RECOMENDACIONES.....	144
VIII. RESUMEN.....	145
IX. SUMMARY.....	146
X. BILIOGRAFIA.....	147
XI. ANEXOS.....	149

LISTA DE FIGURAS

N°	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Figura N°1: Comuna El Morlán.....	16
2	Figura N° 02. Lugar de procedencia de la demanda encuestada nacional.....	66
3	Figura N° 03. Lugar de procedencia de la demanda encuestada internacional.....	66
4	Figura N° 04. Género de la demanda encuestada.....	67
5	Figura N° 05. Género de la demanda encuestada.....	67
6	Figura N° 06 Edad de la demanda encuestada.....	68
7	Figura N° 07. Edad de la demanda encuestada.....	69
8	Figura N° 08. Nivel de educación demanda encuestada.....	70
9	Figura N° 09. Nivel de educación demanda encuestada internacional.....	70
10	Figura N° 10. Ocupación de la demanda encuestada.....	71
11	Figura N° 11. Ocupación de la demanda encuestada internacional.....	71
12	Figura N° 12. Motivo de la visita demanda encuestada nacional.....	72
13	Figura N° 13. Motivo de la visita demanda encuestada internacional.....	73
14	Figura N° 14. Número de personas que viaja con la demanda encuestada nacional.....	74
15	Figura N° 15. Número de personas que viaja con la demanda encuestada internacional.....	74
16	Figura N° 16. Forma de viaje de la demanda encuestada.....	75
17	Figura N° 17. Forma de viaje de la demanda encuestada internacional.....	75
18	Figura N° 18. Frecuencia de viaje de la demanda encuestada.....	76
19	Figura N° 19. Frecuencia de viaje de la demanda encuestada internacional.....	77
20	Figura N° 20. Tipo de turismo de la demanda encuestada nacional.....	78
21	Figura N° 21. Tipo de turismo de la demanda encuestada internacional.....	78
22	Figura N° 22. Actividades le gustaría hacer a la demanda encuestada nacional.....	79
23	Figura N° 23. Actividades le gustaría hacer a la demanda encuestada internacional.....	80
24	Figura N° 24. Disponibilidad para realizar turismo en la comunidad.....	81
25	Figura N° 25. Disponibilidad para realizar turismo en la comunidad.....	81
26	Figura N° 26. Promedio de gasto diario de la demanda encuestada.....	82
27	Figura N° 27. Promedio de gasto diario de la demanda encuestada.....	82
28	Figura N° 28. Forma de pago de la demanda encuestada nacional.....	83
29	Figura N° 29. Forma de pago de la demanda encuestada internacional.....	83
30	Figura N° 30. Tipo de transporte empleado por los turistas encuestados.....	84

31	Figura N° 31. Tipo de transporte empleado por los turistas encuestados.....	85
32	Figura N° 32. Medios utilizados por los turistas encuestados.....	86
33	Figura N° 33. Medios utilizan los turistas encuestados.....	86
34	Figura N° 37 Demanda futura nacionales.....	93
35	Figura N° 38. Demanda futura.....	93
36	Figura N° 39. Competencia actual.....	94
37	Figura N° 40. Competencia futura.....	96
38	Figura N° 41. Demanda insatisfecha.....	97
39	Figura N° 42. Demanda objetiva.....	98
40	Figura N° 43. Mapa turístico de la comuna El Morlán.....	107
41	Figura N° 44. Letrero Interpretativo.....	107
42	Figura N° 45. Diseño del C.T.C.....	108
43	Figura N° 46. Centro de turismo comunitario.....	109
44	Figura N° 47. Mapa temático del paquete CTCM01.....	113
45	Figura N° 48. Mapa temático del paquete CTCM02.....	115
46	Figura N° 49. Mapa temático del paquete CTCM03.....	116
47	Figura N° 50. Mapa temático del paquete CTCM04.....	118
48	Figura N° 51. Estructura administrativa.....	123

LISTA DE CUADROS

N°	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Cuadro N°1. Resumen de atractivos.....	52
2	Cuadro N°2. Análisis de los componentes de atractivos y actividades.....	54
3	Cuadro N° 3. Análisis de componentes de infraestructura básica.....	54
4	Cuadro N° 4. Análisis de componentes de servicios turísticos.....	55
5	Cuadro N° 5. Análisis de componentes de demanda turística.....	55
6	Cuadro N° 6. Análisis de componentes de promoción y mercadeo.....	56
7	Cuadro N° 7. Análisis de componentes de superestructura turística.....	56
8	Cuadro N° 8. Tabla de valores para la priorización de nudos críticos.....	57
9	Cuadro N° 9. Matriz de identificación y priorización de nudos críticos.....	58
10	Cuadro N° 10. Resumen de la matriz de identificación y priorización de nudos críticos.....	60
11	Cuadro N° 11. Matriz de identificación de factores claves de éxito.....	61
12	Cuadro N° 12. Resumen de la matriz de identificación de factores clave de éxito.....	62
13	Cuadro N° 13. Matriz de identificación de alternativas o estrategias.....	62
14	Cuadro N° 14. Matriz de determinación de estrategias de consolidación.....	64
15	Cuadro N° 15. Procedencia de la demanda encuestada nacional.....	65
16	Cuadro N° 16. Procedencia de la demanda encuestada Internacional.....	65
17	Cuadro N° 17. Género de la demanda encuestada nacional.....	66
18	Cuadro N° 18. Género de la demanda encuestada internacional.....	67
19	Cuadro N° 19. Edad de la demanda encuestada nacional.....	68
20	Cuadro N° 20. Edad de la demanda encuestada internacional.....	68
21	Cuadro N° 21. Nivel de educación demanda encuestada	69
22	Cuadro N° 22. Nivel de educación demanda encuestada internacional.....	69
23	Cuadro N° 23. Ocupación de la demanda encuestada.....	70
24	Cuadro N° 24. Ocupación de la demanda encuestada.....	71
25	Cuadro N° 25. Motivo de la visita demanda encuestada nacional.....	72
26	Cuadro N° 26. Motivo de la visita demanda encuestada internacional.....	72
27	Cuadro N° 27. Con cuantas personas viaja la demanda encuestada nacional...	73
28	Cuadro N° 28. Con cuantas personas viaja la demanda encuestada internacional.....	73
29	Cuadro N° 29. Forma de viaje de la demanda encuestada nacional.....	75

30	Cuadro N° 30. Forma de viaje de la demanda encuestada internacional.....	75
31	Cuadro N° 31. Frecuencia de viaje de la demanda encuestada nacional.....	76
32	Cuadro N° 32. Frecuencia de viaje de la demanda encuestada internacional....	76
33	Cuadro N° 33. Tipo de turismo de la demanda encuestada nacional.....	77
34	Cuadro N° 34. Tipo de turismo de la demanda encuestada internacional.....	77
35	Cuadro N° 35. Actividades que le gustaría hacer a la demanda encuestada nacional.....	79
36	Cuadro N° 36. Actividades que le gustaría hacer a la demanda encuestada internacional.....	79
37	Cuadro N° 37. Disponibilidad para realizar turismo en la comunidad.....	80
38	Cuadro N° 38. Disponibilidad para realizar turismo en la comunidad.....	80
39	Cuadro N° 39. Promedio de gasto diario de la demanda encuestada.....	81
40	Cuadro N° 40. Promedio de gasto diario de la demanda encuestada.....	82
41	Cuadro N° 41. Forma de pago de la demanda encuestada nacional.....	83
42	Cuadro N° 42. Forma de pago de la demanda encuestada internacional.....	83
43	Cuadro N° 43. Tipo de transporte empleado por los turistas encuestados.....	84
44	Cuadro N° 44. Tipo de transporte empleado por los turistas encuestados.....	84
45	Cuadro N° 45. Que medios utilizan los turistas encuestados.....	85
46	Cuadro N° 46. Que medios utilizan los turistas encuestados.....	85
47	Cuadro N° 47. Resumen del inventario.....	88
48	Cuadro N° 48. Lista de especies de flora.....	89
49	Cuadro N° 49. Lista de especies de aves.....	90
50	Cuadro N° 50. Lista de especies de mamíferos.....	91
51	Cuadro N° 51. Demanda futura, nacionales.....	92
52	Cuadro N° 52. Demanda futura, internacionales.....	93
53	Cuadro N° 53. Competencia actual.....	94
54	Cuadro N° 54. Competencia futura.....	95
55	Cuadro N° 55. Demanda insatisfecha.....	96
56	Cuadro N° 56. Demanda objetiva.....	97
57	Cuadro N° 57. Productos turísticos en la comuna El Morlán.....	100
58	Cuadro N° 58. Comisiones por venta de paquetes	100
59	Cuadro N° 59. Estrategias de promoción	101
60	Cuadro N° 60. Plan de medios publicitarios	102
61	Cuadro N° 61. Costos de construcción.....	109
62	Cuadro N° 62. Menaje y equipamiento para habitaciones	110
63	Cuadro N° 63. Equipamiento de oficina	111
64	Cuadro N° 64. Menaje y equipamiento de cocina y restaurante	111

65	Cuadro N° 65. Itinerario paquete CTCM01.....	112
66	Cuadro N° 66. Itinerario paquete CTCM02.....	114
67	Cuadro N° 67. Itinerario paquete CTCM03.....	115
68	Cuadro N° 68. Itinerario paquete CTCM04.....	117
69	Cuadro N° 69. Costo de los requisitos de funcionamiento.....	122
70	Cuadro N° 70. Administrador/a del centro de turismo comunitario.....	123
71	Cuadro N° 71. Matriz de Lázaro Lagos.....	131
72	Cuadro N° 72. Matriz de cuantificación.....	132
73	Cuadro N° 73. Matriz de mitigación.....	132
74	Cuadro N° 74. Estructura del paquete número 01.....	133
75	Cuadro N° 75. Estructura del paquete número 01.....	134
76	Cuadro N° 76. Estructura del paquete número 03.....	134
77	Cuadro N° 77. Estructura del paquete número 04.....	135
78	Cuadro N° 78. Resumen de costo de paquetes.....	136
79	Cuadro N° 79. Cálculo del punto de equilibrio.....	136
80	Cuadro N° 80. Talento humano.....	137
81	Cuadro N° 81. Materiales e insumos para el área productiva por año.....	137
82	Cuadro N° 82. Servicios básicos.....	138
83	Cuadro N° 83. Gastos de construcción.....	138

FICHAS

N°	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Ficha N° 01. Sitio sagrado ceremonial Muyu Urcu.....	25
2	Ficha N° 02. Sitio sagrado ceremonial Hierba buena.....	28
3	Ficha N° 03. Sitio sagrado ceremonial Baños del río Alambi.....	30
4	Ficha N° 04 Sitio sagrado ceremonial Turiñan.....	33
5	Ficha N° 05. Ceremonia del Paukar Raymi.....	35
6	Ficha N° 06. Mirador Muyu Urco.....	38
7	Ficha N° 07. Sendero aviturismo el despertar de las aves.....	40
8	Ficha N° 08. Bosque Primario el Jardín.....	43
9	Ficha N° 09. Cascada Caballito.....	45
10	Ficha N° 10. Cascada El Jardín.....	47
11	Ficha N° 11. Volcán Cotacachi.....	49

ANEXOS

N°	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Anexo 01: Ficha para el levantamiento de información de atractivos turísticos.....161	
2	Anexo 02: Ficha para el levantamiento de información de atractivos turísticos culturales inmateriales del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.....163	
3	Anexo 03: Encuesta para turistas nacionales165	
4	Anexo 04. Encuesta turistas extranjeros.....167	
5	Anexo 05: Matriz de Lázaro Lagos.....169	

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA COMUNA EL MORLÁN, PARROQUIA IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.

II. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. El turismo, entendido en su dimensión de fenómeno socioeconómico de gran magnitud, es el medio que ha de concretar los activos en desarrollo, las potencialidades en realidades tangibles y cuantificables que sean percibidas por la población protagonista de la implementación de proyectos y programas.

Las cifras demuestran la relevancia del turismo a nivel internacional, siendo la primera industria del planeta. De acuerdo a Ordóñez y Marco (2005), los ingresos totales del turismo internacional sobrepasaron a todas las demás categorías de comercio en 1998. Las previsiones de estos autores fijan el número de turistas a nivel internacional en 1,6 miles de millones en el año 2020, “frente a los 565 millones registrados en 1995, mientras que los ingresos del rubro superarán los 2.000 millones de dólares” (Íbid).

Ecuador ha ganado en los últimos años el reconocimiento internacional y se ha convertido en uno de los mejores destinos turísticos del mundo, tanto por la pluriculturalidad de pueblos y nacionalidades que lo componen, como por los hermosos paisajes que lo acompañan, sin olvidar su diversidad gastronómica. El recurso cultural con el que cuenta el país es una gran fortaleza que enriquece a todos los que conforman y visitan este territorio y sus hábitats. Como estrategia para el fomento e impulso de la actividad turística, Ecuador está recuperando y poniendo en valor su gran diversidad cultural y la mega diversidad que existe en sus cuatro regiones: Costa, Amazonía, Andes y Galápagos, que revelan el valor patrimonial que posee. La biodiversidad de flora y fauna que caracteriza a Ecuador convierten al país en uno de los más megadiversos del mundo. La riqueza natural se corresponde con una vasta expresión cultural “caracterizada por una gran variedad de tradiciones y costumbres que se evidencian en las forma de vida de las diferentes nacionalidades y pueblos del país” (MINTUR, 2014).

Todos estos elementos conforman el enorme potencial turístico de Ecuador y sus posibilidades para la dinamización de la economía, especialmente de las pequeñas localidades a través del

turismo comunitario. Pero el correcto desarrollo de las potencialidades turísticas de las comunidades pasa necesariamente por el diseño de un producto turístico que permita recuperar la riqueza natural, gastronómica y el legado ancestral de los territorios, entre otros elementos.

Dentro de los grandes atractivos naturales y culturales del país se encuentra la provincia de Imbabura. Localizada en la zona norte de la región Sierra, la provincia ofrece una infinidad de atracciones turísticas para el visitante. Aquí se encuentran maravillosos atractivos naturales como lagos, lagunas y montañas con una interesante y atractiva historia llena de tradiciones que, de generación en generación, han perdurado, como son los casos de la música, la danza, las creencias locales, la medicina tradicional y las artesanías. Todas ellas se identifican en varios de los cantones y parroquias que integran la provincia, como la comuna El Morlán, en la parroquia Imantag.

La comuna El Morlán está reconocida como un pueblo más de la nacionalidad kichwa de la Sierra Norte. Ubicada al pie del volcán Cotacachi, posee potencialidades en el área natural como lagunas, cascadas y gastronomía que podrían ser aprovechadas para el diseño de un producto turístico comunitario con posibilidad de recibir financiamiento del sector público, privado y/o comunitario mejorando la calidad de vida de los pobladores a través de una dinamización sostenible de la economía.

A. JUSTIFICACIÓN

En los últimos años, el turismo ha generado gran interés en la comuna El Morlán, a tal punto que busca mejoras socio productivas como vía de ingreso de divisas e incremento de la economía local. En este sentido, se han desarrollado distintas iniciativas que inserten la actividad turística en varios sectores aledaños que van visibilizando nuevos modelos de desarrollo, permitiendo cambios positivos a las poblaciones al ofrecer una vía de empleo que dinamiza la economía y ha disuadido el fenómeno de la migración.

Debido a que la potencialización turística no ha sido aprovechada, se propone el diseño de un producto turístico que permita realizar actividades económicas alternativas a las tradicionales. En este sentido, se realizará la evaluación del potencial turístico de la comuna El Morlán para identificar sus fortalezas y su posible aceptación en el mercado. Conscientes de las posibilidades

que ofrece esta actividad a la comuna, los representantes han mostrado su apoyo a la realización del presente trabajo.

Tratando de fomentar aspectos que a simple vista no han sido considerados, se pretende recuperar acontecimientos culturales, belleza paisajística y facilidades turísticas. Pero, sobre todo, para garantizar que la población local adquiera una visión técnica del aprovechamiento turístico sustentable que se podría dar a los recursos. El presente trabajo tiene como finalidad identificar escenarios que se puedan constituir como nuevos destinos turísticos, con responsabilidad ambiental, social, cultural y económica, basándose en la realidad y contextos locales. La presente investigación permitirá una planificación y administración técnicamente confiables y viables para la posterior implementación del producto turístico diseñado.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo general

Diseñar un producto turístico en la comuna El Morlán, parroquia Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

2. Objetivos específicos

1. Evaluar el potencial turístico de la comuna El Morlán, parroquia Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.
2. Realizar del estudio de mercado.
3. Desarrollar el estudio técnico del producto turístico.
4. Elaborar el estudio ambiental.
5. Realizar el estudio financiero del producto turístico.

C. HIPÓTESIS

1. Hipótesis nula

El diseño de un producto turístico no incide en la calidad de vida de los pobladores e impulsa el desarrollo turístico comunitario.

2. Hipótesis alternante

El diseño de un producto turístico mejora la calidad de vida de los pobladores e impulsa el desarrollo del turismo comunitario fomentando la dinamización de la economía en la comuna El Morlán, parroquia Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Definición

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos (OMT, 2013).

El turismo es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados de una manera temporal o por razones diferentes, es la actividad que se realiza según las motivaciones que experimente el individuo, para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este concepto permite un enfoque de la actividad completo de la actividad o funciones que se pueden desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado exista o no desplazamiento (Luque, 2009).

2. Tipos de turismo

De acuerdo a Toller (2006), el turismo se clasifica en turismo cultural y turismo de naturaleza:

a. Turismo cultural

- Creativo: vinculado a la realización de actividades artísticas y creativas en el lugar de destino.
- Urbano: desarrollado en ciudades, principalmente, en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Con clientes de nivel cultural y poder adquisitivo altos, es el tipo de turismo más grande del mundo y se caracteriza por un turismo masivo.

- Monumental: vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- Arqueológico: vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- Funerario: vinculados cementerios donde, o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos, o bien hay personajes famosos enterrados allí.
- De compras: vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.
- Etnográfico: vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
- Literario: motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.
- Idiomático: vinculado a los estudios, fundamentalmente a los de idiomas.
- Gastronómico: vinculado a la comida tradicional de un determinado lugar.
- Enológico: vinculado a los vinos de una zona.

b. Turismo de naturaleza

- Rural: es desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.
- Ecoturismo: basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen las reservas y parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.
- Agroturismo: su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
- Agro ecoturismo: es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa en las labores agrícolas, convive con la comunidad y consume los alimentos recolectados con la familia.
- Ornitológico: es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.
- Ictioturismo: es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca realizada en áreas naturales permitidas.
- Cinegético: Turismo enfocado a la caza de animales en lugares específicos (ranchos cinegéticos), donde se permite cazar solamente a animales que han sido criados específicamente para este fin (Toller, 2006).

B. PRODUCTO TURÍSTICO

La motivación del turista para trasladarse a ciertos lugares o espacios está vinculada directamente con la oferta turística que se ofrece. Según Cárdenas (1991), el viaje es motivado por el producto turístico, entendiendo éste como el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individualmente o en una amplia gama de combinaciones, para satisfacer las necesidades, requerimientos y deseos de los consumidores. Por su parte, Machado (2007) define el producto turístico como la combinación de una serie de elementos tangibles o intangibles que solo se reconocen al momento mismo del consumo.

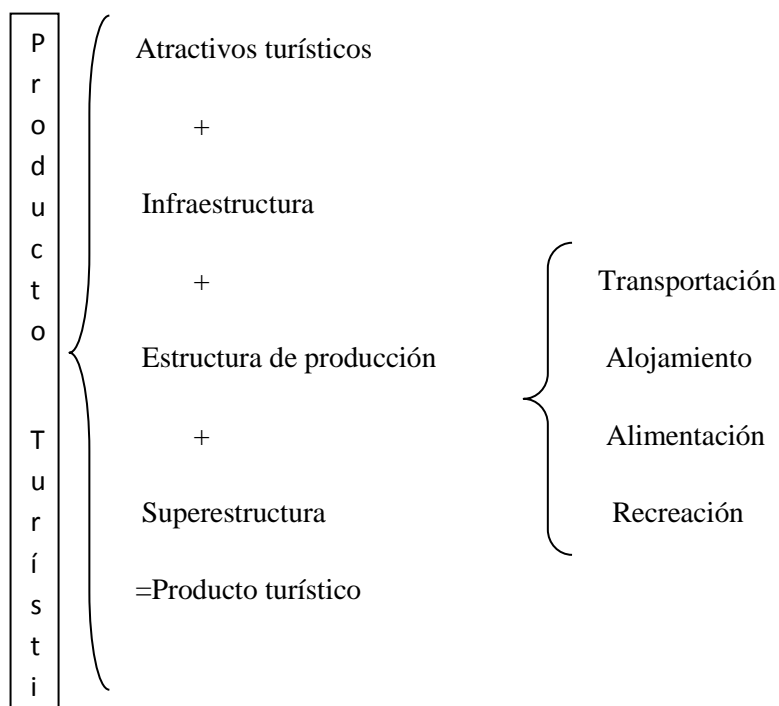
Todo diseño de producto turístico debe ser considerado como un trabajo artístico original, con los siguientes objetivos: rentabilidad económica social y ambiental; y la satisfacción de la demanda.

1. Diseño de un producto turístico

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno solo. Las posibilidades para el diseño de productos turísticos son enormes, en función de los deseos y gustos de los visitantes, ya que “no hay lugar del planeta que no sea un destino turístico actual o potencial: ríos, bosques, costas, montañas, lagos, tundras, desiertos y demás son lugares que los hombres han buscado para vivir y desarrollar actividades lúdicas” (Gurria, 1991).

Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones, pero debe contar con ciertas características más o menos comunes que permitan satisfacer las necesidades de los turistas tanto en su trayecto como en su destino. Tampoco es posible pensar que todos los destinos tengan absolutamente todos los elementos que más adelante se analizan (Gurría, 1996).

El producto, es decir, el servicio que usará o consumirá el turista, es el resultado de la suma de los elementos que ya se analizaron y se pueden resumir de la siguiente manera:



Fuente: Gurria, 1991.

2. Desarrollo del producto turístico

El producto turístico debe comprender los siguientes elementos:

- Generación de ideas de empleados, clientes, distribuidores, proveedores y competidores.
- Selección de ideas.
- Desarrollo y evaluación de conceptos con el mercado potencial (*target*).
- Formulación de la estrategia de mercadeo.
- Análisis del negocio (revisión de los costos, proyecciones de ventas y rentabilidad).
- Comercialización - Evaluación (López, 2002).
- El producto turístico, frente a un mercado exigente y dinámico, debe percibirse como:
 - Creativo: A la vez funcional, esto es, que se adapte a los requerimientos de la demanda.
 - Diferenciado: Con valores agregados, entendidos éstos como aquel “plus” que se otorga y por el que no se cobra.
 - Único: En un entorno cambiante.
 - Innovador: Posibilidad de recrearse en función de la aparición de nuevas necesidades y expectativas.

- Competitivo: Adecuada relación calidad-precio. Aquel que tiene la mayor calidad posible al menor precio posible (López, 2002).

3. Paquete turístico

Conjunto de facilidades, servicios y actividades que se estructuran de manera articulada y que satisfacen necesidades o deseos de los consumidores turísticos.

El “paquete” incluye gran variedad de facilidades y servicios complementarios adaptados a las necesidades del cliente. Permite programar la oferta para crear un producto turístico nuevo. Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado (transporte, alojamiento, comidas, diversiones), pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y en una sola transacción (Íbid).

En un sentido aplicado al tema de producto, el paquete turístico se ofrece contemplando opciones y condiciones diferentes a la prestación de servicios. Es usual encontrar una amplia gama de posibilidades que se resumen así:

- Tipo de facilidades y servicios ofrecidos: alojamiento, transporte, alimentación, esparcimiento.
- Plan de alimentación: continental, americano, europeo, continental modificado.
- Tipo de acomodación: sencilla (SGL), doble (DBL), suite, vista a la playa.
- Número de noches y días.
- Período de vigencia.
- Tours y/o actividades adicionales u opcionales (López, 2002).

a. Características

- Se nutre de las características del producto (destino) y de los paquetes.
- Implica una cadena de producción y servicio, por lo que es integral.
- Cada plan, en esencia, no posee carácter de diferenciación. Conlleva un factor de servicios y facilidades prestadas o incluidas.
- Se ofrece con frecuencia bajo el sello de una marca establecida.

C. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada, también identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien e, igualmente, el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios (Baca, 2001).

1. Análisis de la demanda

Es la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda, etc. (Íbid).

a. Perfil general del consumidor a captar

Una de las áreas más interesantes, esclarecedoras y definitivas en un estudio de mercado es aquella que está referida al perfil general del consumidor. Para fijarlo se recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura, potencial u objetivo. Para dicho agrupamiento se utilizan cinco tipos de variables que son: socioeconómicas, geográficas, motivacionales, de hábitos, gastos, preferencias y de personalidad (Hernández, 1997).

b. Muestreo

Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar qué parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población (Arboleda, 1998).

c. Muestra

En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, se trabaja con una muestra, entendiéndose 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 (Íbid).

d. Tamaño de la muestra

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: 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 (Íbid).

Para obtener información primaria vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la 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 de estudio

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia

e = Margen de error

z = Nivel de confianza

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo (Íbid).

2. Análisis de la oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado (Koch, 2009).

a. Análisis de la competencia

1) Competencia

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta. Es necesario investigar y analizar la competencia, para ello, debemos investigar para recabar información de una muestra representativa: dónde están ubicados, cuántos son, cuántos son según el tamaño, qué productos ofrecen, quiénes son sus clientes, por qué le compran, qué piensa sus clientes de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución, etc. (Íbid).

2) Aspectos para el análisis de la competencia

Se toman los siguientes aspectos:

- Localización de la competencia.
- Estacionalidad de la oferta.
- Líneas de productos.
- Capacidad instalada.

D. ESTUDIO AMBIENTAL

El Estudio de Impacto Ambiental (EsIA) es un documento técnico de carácter interdisciplinar que está destinado a predecir, identificar, valorar y considerar medidas preventivas o corregir las

consecuencias de los efectos ambientales que determinadas acciones antrópicas pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno. Su finalidad es que la autoridad de aplicación tome decisiones respecto a la conveniencia ambiental y social de la generación de nuevos proyectos en un determinado ámbito geográfico. Estos proyectos (que pueden abarcar la construcción de plantas de procesos químicos, obras de infraestructura, proyectos mineros, barrios de viviendas, etc.) tienen un común denominador: la obra en cuestión generará cambios irreversibles en el ambiente cercano y en las condiciones de vida de una sociedad. De allí la importancia del EsIA, que debe presentarse a la autoridad de aplicación para que ésta, luego de analizarlo y, si corresponde, lo apruebe mediante la Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), antes de que comiencen las obras (Coria, 2008).

E. TURISMO SOSTENIBLE

Son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje (OMT, 2012).

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo sostenible es aquel que “satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones donde se lleva a cabo el turismo, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro” (Íbid).

F. TURISMO COMUNITARIO

El turismo comunitario ha sido considerado como una de las variantes del turismo alternativo, con fuerte vinculación al área rural y al entorno natural. Según apuntan Castro y Llancaleo (2003),

“El turismo rural representa una de las variantes del denominado turismo alternativo o de intereses especiales, un tipo de turismo basado en el medio rural en un sentido amplio, que posee un interesante patrimonio natural, histórico – cultural y arquitectónico que despierta el interés de las personas que habitualmente viven en el medio urbano y que están dispuestas a invertir parte de su tiempo libre y recursos en

reencontrarse en muchos casos con sus orígenes o simplemente explotar formas o lugares para vacacionar que se encuentran más allá de su tenor de vida habitual”.

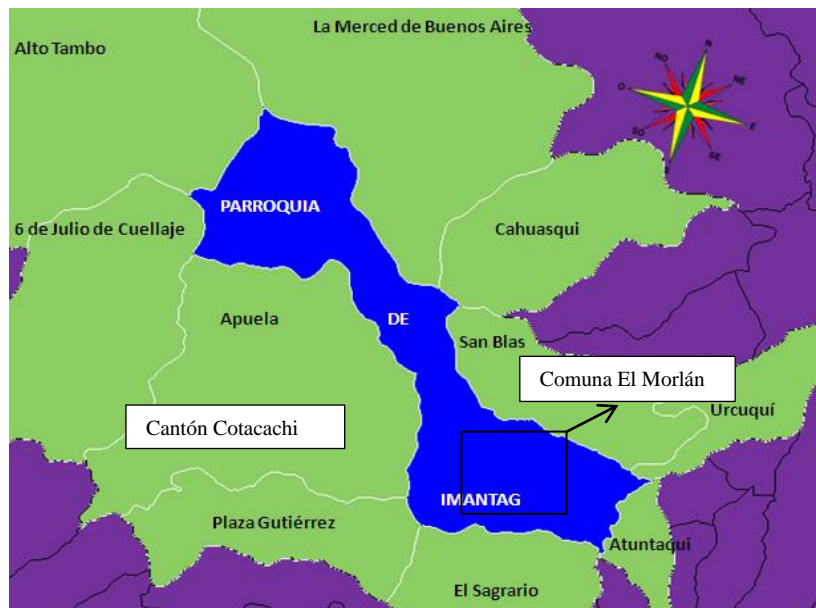
El turismo comunitario constituye una oferta construida, gestionada y controlada por la misma comunidad y que tiene como principal rasgo diferenciador la distribución de los beneficios. Así, este tipo de turismo se identifica con las actividades turísticas solidarias que permiten la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, con un manejo adecuado del patrimonio natural y con la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales (FEPTCE, 2006).

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

Figura N°1: Comuna El Morlán.



Fuente: PDOT 2015

La investigación se realizó en la comuna El Morlán, ubicada en la parroquia Imantag del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

2. Ubicación geográfica

Su ubicación geográfica está entre una longitud $08^{\circ} 05' 51''$ O, una latitud de $00^{\circ} 42' 91''$ S y una altitud de 1.890 – 4.300 m.s.n.m. al norte de la ciudad de Cotacachi. Con una temperatura media anual de 15°C , una precipitación media anual de 1000 - 2000 mm.

3. Límites

Los límites de la parroquia de Imantag son:

- Al norte, con la parroquia San Blas, cantón Urcuquí.
- Al sur, con la parroquia del El Sagrario, cantón Cotacachi.
- Al este, con la parroquia de Chaltura, cantón Antonio Ante.
- Al oeste, con la parroquia de Apuela, cantón Cotacachi.

4. Características climáticas

Las condiciones climáticas de alta humedad y la alta concentración de carbono orgánico en el suelo determinan un ecosistema caracterizado por una gran cantidad de agua por unidad de volumen (80-90% por cm^3) con una excepcional capacidad de regulación hídrica (MAE, 2012).

5. Clasificación ecológica

Este ecosistema abarca la mayor extensión de los ecosistemas de montaña en el Ecuador; se extiende a lo largo de las dos cordilleras de los Andes desde el Carchi hasta Loja (Hofstede et al. 2003; Beltrán et al. 2009). Se caracteriza por el paisaje de los ecosistemas alto-andinos del Ecuador y se localiza generalmente en los valles glaciares, laderas y llanadas montañosas sobre los 3300 m de elevación. Se caracteriza por tener suelos Andisoles con un profundo horizonte A, rico en materia orgánica que puede alcanzar los 60 kg carbono/ m^2 (MAE, 2012).

La estructura y composición de la vegetación de este ecosistema está influida fuertemente por las quemadas asociadas a la ganadería extensiva (Lægaard 1992; Verweij y Budde 1992). Un complejo mosaico resulta de estas prácticas, creando diferencias temporales y espaciales a lo largo de la gradiente altitudinal. En lugares donde existe una mayor intensidad en las quemadas y el pastoreo, los herbazales tienen una menor altitud, han perdido biomasa, el estrato arbustivo está ausente y muchas de las especies rastreras que crecen en las condiciones de microclimas de los pajonales son escasas. Las comunidades de plantas que crecen en estas condiciones están

generalmente dominadas por *Agrostis* spp., *Festuca* spp., *Lachemilla orbiculata* y *Paspalum* spp. (MAE, 2012).

Este ecosistema está caracterizado por tener una vegetación densa dominada por gramíneas amacollada de los géneros *Calamagrostis*, *Agrostis*, *Festuca*, *Cortaderia bífida* y *Stipa*. En las comunidades húmedas de más de un metro de alto domina *Calamagrostis effusa* y en los pajonales pluviestacionales, *Calamagrostis recta* junto con parches de arbustos xerofíticos de los géneros *Diplostephium*, *Hypericum* y *Pentacalia* y una abundante diversidad de hierbas en roseta, rastreras y diversas formas de vida creciendo (MAE, 2012).

Los arbustos y las pajas amacolladas desaparecen gradualmente a lo largo del gradiente de elevación y son reemplazados en importancia por los cojines, rosetas acaulescentes, arbustos postrados y hierbas de tallo corto (Cuatrecasas 1968; Harling 1979; Cleef 1981; Luteyn 1999; Ramsay y Oxley 1997). La composición y fisonomía de estos herbazales difieren altitudinal y latitudinalmente (Ramsay 1992). Factores tales como el clima, la historia geológica, la diversidad de hábitats junto con la influencia humana configuran la diversidad de la biota del páramo a escalas locales (alfa) y del paisaje (gama) (Cleef 1981; Sklenar y Ramsay 2001).

Estas diferencias se expresan geográficamente llegando a configurar diferencias en la composición y estructura de las comunidades de flora de este ecosistema. En el norte y centro del país, las comunidades de su franja altitudinal inferior (3400-4100 m) se componen de *Calamagrostis* spp, *Oreomyrrhis andicola* y *Gnaphalium pensylvanicum*. Entre el Altar y los páramos del Cajas, la comunidad varía por las condiciones de humedad bajan y se crean asociaciones entre *Calamagrostis* sp. y *Viola humboldtii*. Hacia el sur del país, en los páramos de Oña, Zapote Naida y Cajas forma asociaciones entre *Calamagrostis* sp, *Paspalum tuberosum* y *Chrysactinium acaule* (MAE, 2012).

a. Especies diagnósticas: En el norte, hasta los 3°S, *Calamagrostis* spp., *Gnaphalium pensylvanicum*, *Oreomyrrhis andicola*, *Viola humboldtii*. En el sur: *Agrostis breviculmis*, *Calamagrostis* intermedia, *C. recta*, *C. effusa*, *Chrysactinium acaule*, *Festuca asplundii*, *Pteridium arachnoideum*, *Puya lanata*, *P. eryngioides*, *P. pigmea*, *Paspalum tuberosum*, *Stipa ichu*. Entre estos penachos crecen especies de pequeñas herbáceas como *Bartsia pedicularoides*, *Bidens andicola*, *Castilleja fissifolia*, *Eryngium humile*, *Geranium siboldioides*, *Orthrosanthus*

chimboracensis, *Pedicularis incurva*, *Werneria nubigena*, diversas especies de *Carex*, *Oreobolus*, *Puya*, *Baccharis genisteloides*, *Bromus lanatus*, *Gaultheria erecta*, *Hypochaeris sessiliflora*, *H. sonchoides*, *Niphogeton dissecta*, *Pentacalia andicola*, *Puya glomerifera*, *Clinopodium nubigenum*, *Huperzia spp.*, *Calamagrostis effusa*, *Festuca asplundii*, *Festuca sublimis*, *Valeriana microphylla*, *V. bracteata*, *V. clematitis*; especies arbustivas dispersas de los géneros *Baccharis*, *Brachyotum jamesonii*, *Diplostephium* *Gaultheria*, *Gynoxys*, *Pentacalia*, *Pernettya prostrata* entre otra (MAE, 2012).

6. Características del suelo

El territorio de la parroquia de Imantag posee suelos negros, profundos y partes con cangahuas. Posee considerable cantidad de arcilla y materia orgánica; consecuentemente son suelos de origen volcánico.

Se estima que toda la superficie del suelo de la zona alta tiene profundidades mayores a 20 cm, en tanto que las zonas media y baja poseen profundidad menor a 20 cm, en partes con presencia de cangaguas (Diagnóstico Proyecto de Riego Imantag, 2002).

7. Hidrología

Dentro de la parroquia existen varias subcuencas hidrográficas que alimentan a la cuenca de río Chota, como los ríos Alambi, Tushila, Caballito, Warmi Yacu, Kari Yacu y Piñanque, que se forman en las faldas orientales del volcán Cotacachi y el Yana Urcu, cuyos principales afluentes se originan a partir de los deshielos de los mencionados volcanes.

La parte occidental de la parroquia de Imantag es la que abarca mayor territorio dentro de la zona de amortiguamiento de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, el cual posee uno de los ecosistemas de mayor biodiversidad y endemismo (Diagnóstico Proyecto de Riego Imantag, 2002).

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Materiales

- Papel periódico (por pliegos)
- Marcadores
- Libreta de campo
- Esferográficos
- Lápices
- Papel bond
- Cinta adhesiva
- Tijeras normales
- Tarjetas de cartulina
- Tinta de impresora
- Cd's
- Linterna
- Pilas recargables

2. Equipos

- Computadora portátil
- Cámara digital
- Impresora
- Memoria portátil
- Proyector
- Gps

C. METODOLOGÍA

1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Evaluar el potencial turístico en la comuna El Morlán, parroquia Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura

a. Inventario de atractivos naturales y culturales:

Para inventariar los atractivos naturales y culturales se realizaron cuatro salidas de campo para identificar el atractivo y su clasificación, así como tipo y subtipo. Posteriormente se obtuvo información secundaria sobre el atractivo y sus características aplicando su respectiva ficha, concluyendo con su evaluación y jerarquización. Para esto se utilizó la ficha para inventariar atractivos naturales del MINTUR 2004, y la ficha del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural para inventariar atractivos culturales inmateriales (anexos 1 y 2).

b. Análisis situacional de la comunidad

Se realizó un análisis con respecto al sector turístico basado en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015 de la parroquia Imantag para la comuna El Morlán. Además con la utilización de la matriz CPES se determinaron los problemas, causa, efecto, solución. Posteriormente, se procedió a elaborar la matriz FODA identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la comuna, realizando así un análisis interno y externo para el aprovechamiento turístico. Para esto se realizaron cuatro talleres en los cuales participaron principalmente las autoridades de la comuna.

2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Elaborar el estudio de mercado

a. Análisis de la demanda:

Para el análisis de la demanda se procedió a definir el segmento de mercado enfocado al turista nacional e internacional que visita la parroquia Imantag hacia la reserva Cotacachi-Cayapas y la comuna El Morlán. Para esto se recabó la información que reposa en el Boletín de Estadísticas

Turísticas, facilitadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador (Boletín Ministerio de Turismo, 2014).

Se utilizó la fórmula de Cannavos adaptada por Muñoz (1998) para la muestra:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N-1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)} = n = \frac{115963(0.5 * 0.5)}{(115963-1) \left(\frac{0.08}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)} = 28990.75/193.9 = 150$$

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N-1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)} = n = \frac{37582(0.5 * 0.5)}{(37582-1) \left(\frac{0.08}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)} = 9395.5/63.01=149$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio = 115.963 turistas nacionales y 37.582 turistas internacionales.

p = Probabilidad de ocurrencia = 5%

q = Probabilidad de no ocurrencia = 5%

e = Margen de error = 0.08

z = Nivel de confianza = 1.96%

1) Se elaboró un cuestionario dirigido a una muestra de 196 encuestas para turistas nacionales y 195 para turistas internacionales, correspondientes a un universo de 115.963 turistas nacionales y 37.582 turistas internacionales que han visitado la zona en el año 2014. (Anexo 3 y 4).

2) Se tabularon y analizaron los datos obtenidos de la encuesta.

3) Se realizó la proyección de la demanda.

b. Análisis de la oferta:

Debido a que el presente estudio es de carácter turístico, se procedió a realizar un análisis en función de los componentes del sistema turístico, tanto de la oferta que se evidencio en el inventario y la oferta complementaria.

c. Confrontación demanda oferta:

La proyección de la demanda y oferta se obtuvo mediante la aplicación de la fórmula del interés compuesto, detallada a continuación:

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

Co= Demanda/Oferta Proyectada.

Cn= Demanda actual de turistas. Oferta actual.

i = Incremento anual de turismo nacional

n = El año a proyectarse.

Luego se calculó la demanda insatisfecha, la misma que se obtuvo mediante la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta de la competencia proyectada (Peralvo, 2014).

d. Estudio mercadotécnico:

Una vez definido el producto turístico a ofertar, se identificaron estrategias de comercialización y se desarrolló un plan de publicidad para apoyar el posicionamiento del producto en el mercado, tomando en cuenta los siguientes elementos:

- 1) Producto: Diseño y descripción del producto ofertado.
- 2) Precio: De acuerdo a los costos de operación fijados.
- 3) Plaza: Determinar a los potenciales clientes y la capacidad de oferta para cubrir la demanda.
- 4) Promoción: Canales de comercialización empleados para dar a conocer el producto.

3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Desarrollar el estudio técnico del producto turístico

a. Diseño técnico del producto turístico

Según el diagnóstico situacional del área y la percepción del producto por parte de la demanda, se determinó la localización del proyecto.

Una vez obtenidos los resultados del estudio de mercado y de la evaluación y jerarquización en el inventario de los atractivos naturales y culturales de la comuna, se procedió al diseño de paquetes turísticos, tomando en cuenta el nivel técnico de esfuerzo y tipo de potenciales clientes, además de parámetros que se analizaron para realizar la actividad, la modalidad en la que se encuentra, número de pax establecidos, y criterios técnicos de ejecución.

Se definieron las características principales del producto, primeramente, identificando la planta turística necesaria (hospedaje y alimentación) para desarrollar la actividad turística. En segundo lugar, se determinaron las facilidades turísticas para mejorar o implementar servicios turísticos como: diseño de la infraestructura para la prestación del servicio turístico, diseño del paquete turístico, requerimientos para la visita, senderos, señalización.

b. Marco legal para la operación:

1) Base legal

Se revisaron las leyes competentes para desarrollo de la actividad turística, según su jerarquía.

Se analizaron:

- a) Constitución Política de la República de Ecuador.
- b) Ley de Turismo
- c) Ley de compañías (Empresa de economía popular y solidaria)
- d) Reglamento de registros o constitución.

c. Gestión del producto turístico con la finalidad de estructurarlo

La gestión de la operación del producto se definió mediante reuniones y talleres participativos con los dirigentes de la comuna El Morlán, siendo necesaria la construcción de:

- 1) La estructura administrativa.
- 2) Manual de operación para la prestación de servicios turísticos
- 3) Manual de funciones para la prestación de servicios turísticos.

4. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Elaborar el estudio ambiental del producto

Para la elaboración del estudio ambiental se realizó un análisis de los impactos generados, directa e indirectamente, por la operación turística llevada a cabo en el sector, además de los factores susceptibles que podrían ser afectados y los efectos del proyecto en el medio. Así mismo, se aplicó la matriz de Lázaro Lagos para la evaluación del impacto ambiental (Anexo 5). Finalmente, se elaboró un plan de mitigación de impactos ambientales.

5. Para el cumplimiento del quinto objetivo: Elaborar el estudio financiero del producto turístico

Se realizó el estudio económico y financiero, tomando en cuenta los costos e inversiones del proyecto: activos fijos, activos diferidos y las inversiones en capital de trabajo que componen los gastos que necesita el proyecto para ejecutarse, además los gastos de mantenimiento e ingresos, las proyecciones de ventas y utilidades.

Se determinó el flujo de caja para obtener una visión de la liquidez del proyecto, la cual sirve de base para calcular la rentabilidad del mismo, determinando la RCB (Razón-Costo-Beneficio), VAN, (Valor Neto Actual) y TIR, (Tasa Interna de Retorno).


V. RESULTADOS

A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

1. Inventario de los atractivos culturales y naturales de la comuna El Morlán

a) Atractivos


Ficha N° 01. Sitio sagrado ceremonial Muyu Urcu

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		CÓDIGO IM-10-03-53-000-16-000001
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia: Imbabura	Cantón: Cotacachi	
Parroquia: Imantag	<input type="radio"/> Urbana	<input type="radio"/> Rural
Localidad: Comuna El Morlán		
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X(Este) 766649	Y(Norte) 9802756	Z(Altitud) 2.974
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
Descripción de la fotografía: Sitio sagrado ceremonial Muyu Urcu		
Código fotográfico: 01		
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
Sitio sagrado ceremonial Muyu Urcu	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	L	
INDÍGENA, MESTIZO	L1	KICHWA
	L2	ESPAÑOL
Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	

ESPACIOS SIMBÓLICOS		N/A			
Breve reseña					
El sitio sagrado ceremonial Muyu Urco es uno de los más representativos de la comuna El Morlán, ya que a través de los años han venido realizándose rituales y ceremonias con diferentes pedidos, los mismos que al ser recibidos han logrado aumentar su fe y confianza de los pobladores.					
4. DESCRIPCIÓN					
El sitio sagrado ceremonial Muyu Urco es un monte que pertenece a los denominados “sitios sagrados históricos”. En la comuna El Morlán existen varios que son considerados como energéticos y utilizados en la realización de ceremonias de purificación e iniciación espiritual.					
En la cumbre del Muyu Urco toda la población afirma que existe mucha energía positiva ya que está conectado directamente con el Imbabura y el Cotacachi por su hermosa vista, así como a las ciudades de Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi pero, en la actualidad, al pertenecer a personas particulares, estas cumbres se han destinado al alquiler de antenas de televisión y radio, como repetidoras de internet, siendo sumamente molesto para quienes visitan este lugar.					
El sitio se convierte en un espacio de comunión entre lo divino y lo natural en donde la devoción y la fe de las personas que visitan el lugar y los milagros se hacen presentes. De hecho, existen varios relatos de este lugar, como el de la sanación y el de la procreación de las personas.					
Narración(versión1)					
Estructura		<input type="radio"/> Prosa		<input type="radio"/> Prosa	
Fecha o período		Fecha o			
X	Anual	Las personas llegan al sitio ceremonial por motivos ceremoniales o de visita, esto es evidente en varias épocas del año, sin embargo, se puede apreciar mayor afluencia en los solsticios y equinoccios durante el año, que son el 21 de marzo, 21 de junio, 21 de septiembre y 21 de diciembre.			
	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
	Local	Las personas que acuden al lugar proceden de varios sectores del país como consecuencia de la migración existente en la comuna. Estos han compartido sus experiencias y favores con este sitio espiritual con otras personas. No obstante, la mayor parte de visitantes son de la parroquia o del cantón Cotacachi.			
	Provincial				
	Regional				
X	Nacional				
	Internacional				
Uso simbólico		Descripción del			
X	Ritual	En este sitio sagrado es muy común que se realicen ceremonias que pueden comenzar a las 12 de la noche y culminar a las 12 del día o, simplemente, el estar en contacto con la naturaleza.			
	Festivo				
	Lúdico				
	Narrativo				
	Otro				
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Luis Araque	30 años de actividad.	Presidente Com. El Morlán	Com. El Morlán	Com. El Morlán
Colectividades					

Instituciones					
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres-hijos	Este legado ha sido transmitido desde el tiempos de los señoríos de los Cotacachis y, posteriormente, de padres a hijos. Por el deseo de compartir los saberes ancestrales, se ha buscado aprendices por parte de los yachakunas (maestros ceremoniales) con el objetivo de mantener este conocimiento.			
X	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres-hijos	La transmisión es oral, y se da principalmente de padres a hijos. Otra forma en la que se ha mantenido la manifestación es cuando un aprendiz busca a un maestro para que le prepare durante varios años, a fin de lograr conseguir el conocimiento para conectarse con la naturaleza. No obstante, el nexo entre generaciones se ha roto debido al desinterés de los hijos y por la salida de la juventud desde las comunidades hacia otras ciudades.			
X	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Los rituales entorno al sitio sagrado ceremonial Muyu Urco son uno de los más representativos de la parroquia, ya que lo acompañan historias que se han ido difundiendo a través del tiempo, razón por la cual, según la cosmovisión andina, es un centro ceremonial energético que invita a los pobladores a realizar diferentes tipos de actividades en agradecimiento a las cosechas o por los favores recibidos.					
Sensibilidad al cambio					
X	Alta	En la actualidad existe un grado medio de riesgo para que se pierda esta tradición cultural, ya que en su mayoría son personas adultas mayores las que mantienen este legado y conocimiento. En este momento, comparten este conocimiento con las pocas personas que muestran interés en aprender.			
	Media				
	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Luis Araque		Comuna El Morlán	0939673377	Masculino	30 años
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito		Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/ Nombre	
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.		Espacios simbólicos.	Sitios sagrados	Sitio ceremonial	
9. ANEXOS					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
		IM-06-01-56-004-15-000001			
10. OBSERVACIONES					
En el trabajo de campo realizado se ha podido observar que en este sitio existe gran cantidad de basura por la ausencia de un adecuado sistema de manejo para los desperdicios inorgánicos.					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
Inventariado por: Llerena, Jorge			Fecha de inventario: 12-12-		
Revisado por: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno			Fecha revisión: 5-2-2016		
Aprobado por: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno			Fecha aprobación: 5-2-2016		
Registro fotográfico: Llerena, Jorge IM-10-03-53-000-16-000001					


Ficha N° 2. Sitio sagrado ceremonial Hierba Buena

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		CÓDIGO IM-10-03-53-000-16-000002	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: Imbabura		Cantón: Cotacachi	
Parroquia: Imantag		<input type="radio"/> Urbana <input checked="" type="radio"/> Rural X	
Localidad: Comuna El Morlán			
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X(Este) 766368		Y(Norte) 9802292	Z(Altitud) 2.935
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Sitio sagrado ceremonial Hierba Buena			
Código fotográfico: 02			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		00.tra (s)denominación (es)	
Sitio sagrado ceremonial Hierba Buena		D1	N/A
		D2	N/A
Grupo social		L	
Indígena, mestizo		L1	Kichwa
		L2	Español
Sub ámbito		Detalle del sub ámbito	
Ritos		Ritos Apotropaico	
Breve reseña			
<p>El sitio sagrado ceremonial posee una singular forma y se le atribuyen poderes de sanación y de carga energética de la que se benefician las personas que acuden a este sitio a bañarse y realizar meditación con limpiezas en las aguas que nacen desde la roca. Es muy habitual encontrar personas que se acercan a este lugar en diferentes épocas del año.</p>			
4. DESCRIPCIÓN			
<p>El sitio sagrado ceremonial es uno de los lugares energéticos que existen en la comuna El Morlán. En estos espacios las personas vienen a realizarse ceremonias de purificación e iniciación para conectarse con la naturaleza.</p>			
Narración(versión1)			

Estructura						<input type="radio"/> Prosa	<input type="radio"/> Prosa	<input type="radio"/>
Fecha o período		Fecha o período						
	Anual	Las actividades que se realizan en este lugar son ocasionales, ya que no existe una fecha o temporada específica. Se trata de eventos esporádicos.						
	Continua							
X	Ocasional							
	Otros							
Alcance		Detalle del alcance						
	Local	Las personas que visitan este sitio son de la comuna y parroquia Imantag, el cantón Cotacachi y de diferentes sectores del país.						
	Provincial							
	Regional							
X	Nacional							
	Internacional							
Uso simbólico		Descripción del						
X	Ritual	En dicho sitio se realizan ceremonias y ritos, ya que es considerado un lugar energético que ayuda a la sanación y limpieza espiritual al estar conectado con lo supremo, como la naturaleza.						
	Festivo							
	Lúdico							
	Narrativo							
	Otro							
5. PORTADORES/ SOPORTES								
Tipo		Nombre		Edad	Cargo, función o	Dirección	Localidad	
				/				
				T				
Individuos		Ernesto Araque		30	Presidente Com. El	Com. Morlán	Com. Morlán	
Colectividades								
Instituciones								
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia						
X	Padres-hijos	Desde años atrás, esta actividad ha sido realizada y divulgada por los mismos pobladores que han entendido a la naturaleza como un dios al que se le debe demostrar respeto.						
	Maestro-aprendiz							
	Centro capacitación							
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión						
X	Padres-hijos	Se ha venido transmitiendo de padres a hijos, en especial con los niños varones, ya que permite ganarse el respeto de los demás pobladores.						
	Maestro-aprendiz							
	Centro capacitación							
6. VALORACIÓN								
Importancia para la comunidad								
Para la comuna El Morlán es muy importante, ya que reafirma la identidad de su pueblo que ha sabido mantener lo espiritual como parte fundamental de su diario vivir.								
Sensibilidad al cambio								
X	Alta	Es sensible al cambio porque los que mantienen estas costumbres son personas adultas mayores y son pocas las personas que quieren aprender y mantener este legado.						
	Media							

7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Ernesto Araque	Comuna El Morlán	0939673377	Masculino	30 años
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/	
9. ANEXOS				
T	Fotog	Videos	Audio	
	IM-06-01-56-004-15-000002			
10. OBSERVACIONES				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
Inventariado por: Llerena Jorge			Fecha de inventario: 12-12-	
Revisado por: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno			Fecha revisión: 3-2-2016	
Aprobado por: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno			Fecha aprobación: 5-2-2016	
Registro fotográfico: Llerena Jorge IM-10-03-53-000-16-000002				


Ficha N° 3. Sitio sagrado ceremonial baños del río Alambi

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		CÓDIGO IM-10-03-53-000-16-000003
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia: Imbabura	Cantón: Cotacachi	
Parroquia: Imantag	<input type="radio"/> Urbana	<input checked="" type="radio"/> Rural X
Localidad: Comuna El Morlán		
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X(Este) 766544	Y(Norte) 9800175	Z(Altitud) 2.862
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
Descripción de la fotografía: Sitio sagrado ceremonial baños del río Alambi		

Código fotográfico: 03					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación		Otra (s)denominación (es)			
Sitio sagrado ceremonial baños del río Alambi		D1	N/A		
		D2	N/A		
Grupo social		L			
Indígena, Mestizo		L1	Kichwa		
		L2	Español		
Sub ámbito		Detalle del sub ámbito			
Ritos		Ritos Apotropaicos			
Breve reseña					
Los baños del río Alambi tienen gran representatividad, debido a que sus aguas descienden de las montañas y diferentes cascadas relacionan este baño con la purificación del cuerpo y espíritu. En este espacio se realizan ritos y ceremonias para alejar a los malos espíritus o para pedir una mejor cosecha en ese año.					
4. DESCRIPCIÓN					
Los baños mantienen en su caudal del río Alambi unas pozas que sirven como estanques en los que las personas acuden a realizarse baños en sus aguas. Hoy en día es un punto energético utilizado por varios shamanes de la zona para realizar limpiezas y baños de purificación.					
Narración(versión1)					
Estructura <input type="radio"/> Prosa <input type="radio"/> Prosa <input type="radio"/>					
Fecha o período		Fecha o período			
	Anual	La realización de la ceremonia es esporádica y no necesita mucha preparación, en varias ocasiones es preparada por cada familia o por amigos.			
	Continua				
X	Ocasional				
	Otros				
Alcance		Detalle del alcance			
	Local	Las personas que realizan esta actividad son bastante creyentes y respetuosos con las manifestaciones que les han sido contadas por sus familiares o amigos, razón por la que mantienen esta actividad y en ocasiones se trasladan desde sus distintos lugares de residencia para realizar este rito.			
	Provincial				
X	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
Uso simbólico		Descripción del			
X	Ritual	En este sitio es muy común encontrar ofrendas que han sido depositadas por las personas que han realizado el rito, asciende por las distintas laderas y partes secas del río y dan inicio a los cantos ceremoniales.			
	Festivo				
	Lúdico				
	Narrativo				
	Otro				
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Luis Araque	30	Presidente Com. El Morlán.	Com. Morlán	Comuna El

Colectividades					
Instituciones					
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres-hijos	A través de los años este legado ha sido heredado de padres a hijos, y por el deseo de compartir los saberes ancestrales.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres-hijos	La transmisión es asociada como un medio de enseñanza a cierta edad entre un padre y su hijo.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Para la comunidad es importante que se sigan realizando estos eventos que ratifican la identidad de un pueblo que se encuentra arraigado con los eventos naturales de su entorno.					
Sensibilidad al cambio					
X	Alta	En la actualidad existe un grado medio de riesgo para que se pierda esta tradición cultural, ya que en su mayoría son personas adultas mayores las que mantienen este legado y conocimiento que comparten con aquellas personas que muestran interés en aprender. Además, por los cambios climáticos existe bajo caudal en el río y son escasas estas pozas.			
	Media				
	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Luis Araque		Comuna El Morlán	0939673377	Masculino	30 años
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito		Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/ Nombre	
9. ANEXOS					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
		IM-06-01-56-004-15-000003			
10. OBSERVACIONES					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora:					
Inventariado por: Llerena, Jorge			Fecha de inventario: 12-12-2015		
Revisado por: Dr. Luis Quevedo, Ing. Paulina Moreno			Fecha revisión: 03-01-2016		
Aprobado por: Dr. Luis Quevedo, Ing. Paulina Moreno			Fecha aprobación: 05-02-2016		
Registro fotográfico: Llerena, Jorge IM-10-03-53-000-16-000003					


Ficha N° 04. Sitio sagrado ceremonial Turiñan

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		CÓDIGO IM-10-03-53-000-16-000004
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia: Imbabura	Cantón: Cotacachi	
Parroquia: Imantag	<input type="radio"/> Urbana	<input checked="" type="radio"/> Rural
Localidad: Comuna El Morlán		
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X(Este)766544	Y(Norte) 9800175	Z(Altitud) 2.862
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
Descripción de la fotografía: Sitio sagrado ceremonial Turiñan		
Código fotográfico: 04		
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
Sitio sagrado ceremonial Turiñan	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	L	
Indígena, Mestizo	L1	Kichwa
	L2	Español
Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	
Espacios simbólicos	N/A	
Breve reseña		
<p>Al igual que los otros sitios sagrados de la comuna, las personas piden bendiciones y van a pedir salud y consejo. Las madres peinan a sus hijos en estas aguas para que les vaya bien en sus actividades diarias, resulta apropiado para la meditación y la purificación espiritual.</p>		
4. DESCRIPCIÓN		
<p>Este lugar es utilizado para realizar bautizos e iniciaciones de los jóvenes en las diferentes etapas de su vida, es considerado un lugar energético para sus pobladores.</p>		
Narración(versión1)		
<p>Estructura <input type="radio"/> Prosa <input type="radio"/> Prosa <input type="radio"/></p>		

Fecha o período		Fecha o			
	Anual	La visita al sitio ceremonial por motivos espirituales es evidente en varias épocas del año, dependiendo del tipo de ritual que se vaya a realizar.			
	Continua				
X	Ocasional				
	Otros				
Alcance		Detalle del			
	Local	Las personas que acuden al lugar proceden de varios sectores del país.			
	Provincial				
	Regional				
X	Nacional				
	Internacional				
Uso simbólico		Descripción del			
X	Ritual	En este sitio se realizan ritos y ceremonias energéticas que ayudan al desarrollo del individuo.			
	Festivo				
	Lúdico				
	Narrativo				
	Otro				
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Ernesto Araque	30 años en la actividad	Presidente Com. El Morlán	Com. El Morlán	Com. El Morlán
Colectividades					
Instituciones					
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres-hijos	La procedencia es de los pueblos originarios en este sector, en la actualidad se da de padres a hijos cuando existe interés en aprender.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres-hijos	La transmisión en pocas ocasiones es de padres a hijos.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
El caracterizarse como un pueblo ancestral que mantiene sus tradiciones es muy importante para fortalecer su identidad.					
Sensibilidad al cambio					
X	Alta	La sensibilidad al cambio es media ya que existe desinterés en este sector por parte de los jóvenes en aprender.			
	Media				
	Baja				
7. INTERLOCUTORES					

Apellidos nombres	Direcci	Teléfono	Sexo	
Ernesto Araque	Com. El Morlán	0939673377	Masculino	30
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/	
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
	IM-10-03-53-000-16-000004			
10. OBSERVACIONES				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora:				
Inventariado por: Llerena, Jorge		Fecha de inventario: 12-12-2015		
Revisado por: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno		Fecha revisión: 3-01-2016		
Aprobado por: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno		Fecha aprobación: 5-2-2016		
Registro fotográfico: Llerena, Jorge IM-10-03-53-000-16-000004				

Ficha N° 05. Ceremonia del Paukar Raymi

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS			CÓDIGO IM-10-03-53-000-16-
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: Imbabura	Cantón: Cotacachi		
Parroquia: Imantag	<input type="radio"/> Urbana		<input checked="" type="radio"/> Rural X
Localidad: Com. El Morlán			
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X(Este) 766543	Y(Norte) 9830175	Z(Altitud) 2.862	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Ceremonia del Paukar Raymi			

Código fotográfico: 05					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación		Otra (s)denominación (es)			
Paukar Raymi		D1	N/A		
		D2	N/A		
Grupo social		L			
Indígena, Mestizo		L1	Kichwa		
		L2	Español		
Sub ámbito		Detalle del sub ámbito			
Fiestas		Fiestas religiosas			
Breve reseña					
Año tras año la población se organiza para realizar el Paukar Raymi. Cada año realizan y dan a conocer su programa de fiestas en los que intervienen un sin número de actividades que involucra a todos los residentes propios y extraños festejan de esta actividad.					
4. DESCRIPCIÓN					
Las festividades inician desde el 21 al 23 de diciembre. A las 5 de la mañana se le da la bienvenida al sol y, en la Plaza Central, los sacerdotes realizan un gran baile general para la población y son invitados diferentes artistas.					
Nar					
Estructura <input type="radio"/> Prosa <input type="radio"/> Prosa <input type="radio"/>					
Fecha o período		Fecha o periodo			
X	Anual	Cada 21 y 23 de diciembre de cada año.			
	Continua				
	Continua				
	Continua				
Alcance		Detalle del alcance			
	Local	Es nacional ya que varias personas se trasladan desde distintos lugares del país para este evento.			
	Provincial				
	Regional				
X	Nacional				
	Internacional				
Uso simbólico		Descripción del			
	Ritual	Es una fiesta que se realiza cada año por motivo del Pukar Raymi.			
X	Festivo				
	Lúdico				
	Narrativo				
	Otro				
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad

Individuos	Luis Araque	30 años en la actividad	Presidente Com. El Morlán	Com. El Morlán	Com. El Morlán
Colectividades					
Instituciones					
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres-hijos	Desde años atrás ha pasado de padres a hijos como una herencia que se va heredando en la Comuna El Morlán.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres-hijos	Es algo muy típico que se aprende en las familias ya que lo festejan de distinta manera y, dependiendo de sus medios económicos, los priostes festejan con mayor intensidad.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la					
Para la comunidad es muy importante ya que se da a conocer a nivel nacional las diferentes actividades que se realizan en esta					
Sensibilidad al					
	Alta	Debido a que esta fiesta cuenta con gran aceptación, existe poco riesgo al cambio ya que se suman cada vez más personas a esta celebración. La fiesta de Paukar Raymi está declarada como patrimonio intangible por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.			
X	Media				
	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Luis Araque		Com. El Morlán	0939673377	Masculino	30 años
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito		Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/ Nombre	
9. ANEXOS					
Textos			Fotografías	Videos	Audi
			IM-10-03-53-000-16-000005		
10. OBSERVACIONES					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora:					
Inventariado por: Llerena, Jorge			Fecha de inventario: 12-12-2015		
Revisado por: Dr. Luis Quevedo, Ing. Paulina Moreno			Fecha revisión: 3-01-2016		
Aprobado por: Dr. Luis Quevedo, Ing. Paulina Moreno			Fecha aprobación: 05-02-2016		
Registro fotográfico: Llerena Jorge IM-10-03-53-000-16-000005					

Ficha N° 06. Mirador Muyu Urco

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Llerena, Jorge	1.2 Ficha N°06
1.3 Supervisor Evaluador: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno	1.4 Fecha: 12-12-2015
1.5 Nombre del Atractivo: Mirador de Muyu Urco	
1.6 Categoría: Manifestaciones naturales	
1.7 Tipo: Montaña	1.8 Subtipo: Cerro
	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Imbabura	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cotacachi
2.3 Parroquia: Imantag	
2.4 Latitud: 762825	2.5 Longitud: 9803842
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Comuna El Morlán	3.2 Distancia: 2 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 2.800 m.s.n.m	
4.2 Temperatura: 12-16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 -2000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo: Se encuentra ubicada a 2km del centro comunal, puede ser fácilmente visitado ya que se toma el sendero que va desde la comuna al	
4.5 Descripción del atractivo: El mirador Muyu Urco es uno de los más cercanos que se encuentran en la comuna El Morlán. Desde el lugar mencionado se puede observar fácilmente el volcán Imbabura, el Fuya fuya, el Cotacachi y todos los montes que rodean este atractivo, así como las ciudades de Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi, entre otras. La cima cuenta con un espacio de 50 metros de largo y 20 de ancho. En el ascenso se pueden observar varias aves del sitio, así como conejos de campo. El ascenso está calificado como dificultad media, ya que necesita algo de condición física para su subida. En la actualidad, el lugar ha sido utilizado como centro estratégico para colocar antenas sean de radio teléfono e internet, lo que ha causado gran molestia al resto de pobladores.	

4.6 Atractivos individuales que lo conforman(flora, fauna):	
Al lugar llegan personas de las comunidades aledañas en la época de Semana Santa para dar el wakchakaray por la resurrección de Cristo y las almas. Además, entre la flora del lugar se encuentra el quishuar, kikuyo, sig sig algunas especies de eucalipto, pino y ciprés. Entre la fauna se encuentra aves como mirlos, tórtolas, huirachuros, águila pechinegra, semillero colifageado, chiguacos y curiquingues junto con lobos de páramo e insectos y réptiles, como las lagartijas.	
4.7 Permisos y restricciones: Ninguno.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales:	
En la actualidad está destinado como mirador y punto estratégico para colocar antenas de varias empresas que brindan comunicación.	
4.8.2 Usos Potenciales:	
-Mirador -Sendero auto guiado	
4.8.3 Necesidades turísticas:	
-Adecuación de senderos -Señalización turística -Medios interpretativo	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos:	
-La conservación del mirador genera un interés de aprovechamiento sustentable en la colectividad.	
4.9.2 Impactos negativos:	
-Compactación del suelo. -Destrucción de fauna y flora.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: Alterado	
5.2 Causas:	
Erosión por factores ambientales y daño paisajístico debido a la instalación de antenas de distintos medios de comunicación.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: En proceso de deterioro.	
6.2 Causas: La continua presencia de moradores y animales provocan erosión en el suelo por Pastoreo, deforestación y contaminación.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestres	7.2 Subtipo: Segundo Orden (Lastre)
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Cooperativa de transporte 6 de julio, además de camionetas que cumplen la función de taxi.
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Si se visita el lugar llevar ropa adecuada para el campo.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
-Al momento no cuenta con ningún tipo de facilidad turística, solamente en la comuna existen tres tiendas que pueden vender algunos productos básicos.	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: no	
9.2 Energía Eléctrica: no	

9.3 Alcantarillado: no		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: -Baño de purificación	10.2 Distancia: -1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación y/o organización	4
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		35
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		
El atractivo obtuvo una puntuación de 35 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con potencial, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.		

Ficha N° 07. Sendero aviturístico el despertar de las aves.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Llerena, Jorge	1.2 Ficha N 02
1.3 Supervisor Evaluador: Dr. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 12-12-2015
1.5 Nombre del Atractivo: Sendero aviturístico el despertar de las aves.	
1.6 Categoría: Manifestaciones naturales	
1.7 Tipo: Montaña	1.8 Subtipo: Cerro



2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Imbabura

2.2 Ciudad y/o Cantón: Cotacachi

2.3 Parroquia: Imantag

2.4 Latitud: 765344

2.5 Longitud: 9800622

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Comuna El Morlán

3.2 Distancia: 1 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3.120 m.s.n.m

4.2 Temperatura: 12 -14°C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 300 -400 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo:

Se encuentra a 3 kilómetros del centro poblado

4.5 Descripción del atractivo:

Este sendero es de gran importancia para las personas aficionadas del aviturismo, ya que en la zona encontramos aves propias del lugar, y especies menores, es un lugar privilegiado ubicado en el camino al bosque primario.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

-Especies de flora y fauna endémicas del lugar, además de hermosos paisajes, que hacen inolvidable la visita de este sitio.

4.7 Permisos y Restricciones: Ninguno

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales:

Actualmente se lo usa como ingreso al río Alambi

4.8.2 Usos Potenciales:

- Fotografía de las aves.
- Recorridos por el paisaje natural presente en la zona
- Aviturismo

4.8.3 Necesidades turísticas:

- Adecuación de senderos
- Señalización turística
- Medios interpretativos que relaten los tipos de especies existentes en la zona.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos:

- Conservación del lugar


4.9.2 Impactos negativos:		
-Falta de señalética		
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:		
5.1 Estado: Alterado		
5.2		
Causas		
6. ENTORNO:		
6.1 Entorno: Conservado		
6.2 Causas: Por su distancia a centros poblados se encuentra conservado.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestres	7.2 Subtipo: Segundo Orden (Lastre)	
7.3 Estado de Vías: Malo	7.4 Transporte: Se debe rentar un automóvil para poder movilizarse a la zona.	
7.5 Frecuencias:	7.6 Temporalidad de acceso: Cuando sea requerido por los	
7.7 Observaciones: Para visitar el atractivo se recomienda usar ropa abrigada y zapatos para caminar ya que se encuentra lejos del centro poblado.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
-Señalización turística.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: No		
9.2 Energía Eléctrica: No		
9.3 Alcantarillado: No		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.6 Distancia:	
-Río Alambi	-1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	8
	d) Estado de conservación y/o organización	7
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	2
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		41

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía III

El atractivo obtuvo una puntuación de 41 puntos, jerarquía III, lo que indica que es un atractivo con mérito suficiente, que podría motivar la visita de varias personas a realizar turismo científico y de conservación.

Ficha N° 08. Bosque primario el Jardín


1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Llerena Jorge	1.2 Ficha N 03
1.3 Supervisor Evaluador: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno	1.4 Fecha: 12-12-2015
1.5 Nombre del Atractivo: Bosque primario el Jardín	
1.6 Categoría: Manifestaciones Naturales	
1.7 Tipo: Natural	1.8 Subtipo: Bosque
	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Imbabura	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cotacachi
2.3 Parroquia: Imantag	
2.4 Latitud: 765244	2.5 Longitud: 9801622
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Comuna El Morlán	3.2 Distancia: 5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3.120 m.s.n.m	
4.2 Temperatura: 6-14°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 300 -400 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo:	
El bosque primario el Jardín se encuentra a 5 kilómetros de la comuna El Morlán, cuenta con una gran variedad de flora y fauna propia del lugar, por su posición geográfica lo hace rico en biodiversidad.	
4.5 Descripción del atractivo:	
Es un bosque donde se encuentran especies endémicas de la zona, en la antigüedad las personas mencionan que existían gran cantidad de osos que bajaban a la comunidad, sin embargo por la lejanía del lugar, muy pocas personas evidencian este hallazgo.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: (flora, fauna)	
4.7 Permisos y Restricciones: Ninguno	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales:	
Actualmente se realizan caminatas y como sector de camping.	
4.8.2 Usos Potenciales:	
-Turismo de aventura	

4.8.3 Necesidades turísticas:	
-Adecuación de senderos	
-Señalización turística	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos:	
-Conservación del lugar	
4.9.2 Impactos negativos:	
-Ninguno	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: No alterado	
5.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: No alterado	
6.2 Causas:	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Segundo Orden (Lastre)
7.3 Estado de Vías: Inexistente	7.4 Transporte: No existe
7.5 Frecuencias:	7.6 Temporalidad de acceso:
7.7 Observaciones: Para visitar el atractivo se recomienda usar ropa abrigada y zapatos para caminar ya que se encuentra lejos del centro poblado.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS	
-Ninguna	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua:	

9.2 Energía Eléctrica:		
9.3 Alcantarillado: no		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: -Cascada Caballito	10.6 Distancia: -1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación y/o organización	4
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	5
	a) Local	5

SIGNIFICADO	b)Provincial	5
	c) Nacional	2
	d)Internacional	5
TOTAL		47
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía III		
El atractivo obtuvo una puntuación de 47 puntos, jerarquía III, lo que indica que es un atractivo con mérito suficiente para motivar la visita de este lugar, que se encuentra en la zona de amortiguamiento de la reserva Cotacachi Cayapas.		

Ficha N° 09. Cascada Caballito

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Llerena, Jorge	1.2 Ficha N 04
1.3 Supervisor Evaluador: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno	1.4 Fecha: 12-12-2015
1.5 Nombre del Atractivo:	
1.6 Categoría: Sitio natural	
1.7 Tipo: Ambiente lacustre	1.8 Subtipo: Cascada
	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Imbabura	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cotacachi
2.3 Parroquia: Imantag	
2.4 Latitud: 765744	2.5 Longitud: 9823622
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Comuna El Morlán	3.2 Distancia: 6 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 2.650 m.s.n.m	
4.2 Temperatura: 12 -16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 -2000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo:	
4.5 Descripción del atractivo:	
La Cascada Caballito tiene una altura de 10 metros aproximadamente y una poza de agua de 7 metros aproximadamente. En épocas de verano puede disminuir el caudal de agua.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: (flora, fauna)	
A más de la cascada se puede apreciar especies de flora y fauna típicas de la zona.	

4.7 Permisos y Restricciones: Ninguno.		
4.8 Usos		
4.8.1 Usos actuales: Actualmente es visitado por los comuneros para baños.		
4.8.2 Usos Potenciales: -Fotografía de la cascada -Baños de purificación		
4.8.3 Necesidades turísticas: -Adecuación de senderos -Señalización turística.		
4.9 Impactos		
4.9.1 Impactos positivos: -Conservación del lugar - Lugares de relajación.		
4.9.2 Impactos negativos: -Contaminación por desechos sólidos y erosión del suelo.		
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:		
5.1 Estado: No Alterado		
5.2 Causas: Se cuida el sector con los pobladores		
6. ENTORNO:		
6.1 Entorno: No alterado		
6.2 Causas: Al momento es visitado por los comuneros y estos no generan mayores impactos.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestres	7.2 Subtipo: Segundo Orden (Lastre)	
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Alquiler de camionetas.	
7.5 Frecuencias: Según la necesidad.	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año.	
7.7 Observaciones: Para visitar el atractivo se recomienda usar ropa abrigada, ya que el clima puede ser muy variante.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
-Ninguna		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: No		
9.2 Energía Eléctrica: No.		
9.3 Alcantarillado: No		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: -Río Alambi	10.2 Distancia: -1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación y/o organización	5


APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		27

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 27 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo sin mérito suficiente para considerarlo a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forma parte del atractivo turístico como elemento que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Ficha N° 10. Cascada El Jardín

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Llerena Jorge	1.2 Ficha N 05
1.3 Supervisor Evaluador: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno	1.4 Fecha: 12-12-2015
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada El Jardín	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ambiente lacustre	1.8 Subtipo: Cascada
	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Imbabura	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cotacachi
2.3 Parroquia: Imantag	
2.4 Latitud: 765344	2.5 Longitud: 9800622
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Comuna El Morlán	3.2 Distancia: 5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3.120 m.s.n.m	

4.2 Temperatura: 12-16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 -2000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo: <p>.La cascada caballito se encuentra en las riberas del río Alambi, a unos 7 kilómetros de la comuna El Morlán, su acceso es obligadamente atravesando por el sendero aviturismo y el río Alambi, por lo que inevitable bañarse en sus aguas.</p>	
4.5 Descripción del atractivo: <p>La cascada el Jardín es una caída de agua de aproximadamente 20 metros de altura, sus aguas cristalinas descenden del volcán Cotacachi, en épocas de verano suele llegar a secarse, sin embargo en invierno puede ser muy fuerte la caída de sus aguas y del río por lo que es necesario ir con personas de la comunidad.</p>	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: (flora, fauna) <p>Río Alambi y sendero aviturismo.</p>	
4.7 Permisos y Restricciones: Ninguno.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales:	
4.8.2 Usos Potenciales: <p>- Fotografía -Recorridos en la zona</p>	
4.8.3 Necesidades turísticas: <p>-Adecuación de senderos -Señalización turística -Medios interpretativos.</p>	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos: <p>-Conservación del lugar</p>	
4.9.2 Impactos negativos: <p>-Contaminación por desechos sólidos</p>	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: No Alterado	
5.2 Causas: Se conserva el lugar	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: Debido a la fe religiosa de sus pobladores se encuentra conservada.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestres	7.2 Subtipo:
7.3 Estado de Vías: Inexistente	7.4 Transporte:
7.5 Frecuencias:	7.6 Temporalidad de acceso:
7.7 Observaciones:	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
-Señalización turística	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: No	
9.2 Energía Eléctrica: No	
9.3 Alcantarillado: No	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: -Baños Río Alambi	10.6 Distancia: -2 km
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:	
11.1 Difusión: Local	
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO	


VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación y/o organización	5
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		28

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 28 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo sin mérito suficiente para considerarlo a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forma parte del atractivo turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cual quiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Ficha N° 11. Volcán Cotacachi

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Llerena Jorge	1.2 Ficha N° 06
1.3 Supervisor Evaluador: Dr. Luis Quevedo; Ing. Paulina Moreno	1.4 Fecha: 12-12-2014
1.5 Nombre del Atractivo: Volcán Cotacachi	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Montaña	1.8 Subtipo: Volcanes
	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Imbabura	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cotacachi
2.3 Parroquia: Imantag	
2.4 Latitud: 766926	2.5 Longitud: 9800550
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Comuna El Morlán	3.2 Distancia: 10 k
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 4939 msnm	
4.2 Temperatura: 12 - 16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 -2000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo: Este atractivo se ubica al oeste de la cabecera parroquial de Imantag aproximadamente a 11 Km, de la misma manera se puede acceder por las comunidades de El Morlán, San Luis, Peribuela y Pucalpa de 1 a 2 Km de distancia.	
4.5 Descripción del atractivo: Volcán Cotacachi es una montaña empinada con múltiples peñascos con una altura de 4.939 msnm, en su cima presenta dos cúspides separadas por una pequeña ensillada a manera del volcán Iliniza. A pocos kilómetros al norte de la caldera volcánica del Cuicocha está el volcán Cotacachi, con el que forma una misma unidad geológica, este volcán presentó actividad durante el Pleistoceno, periodo en el cuál se extinguió para dar paso luego a la actividad del volcán Cuicocha. <u>Por ser el volcán más alta de la localidad sirve como mirador en donde se puede observar volcanes cercanos como: Imbabura.</u>	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Cascada Wualaví. Esta cascada se encuentra aproximadamente a 300 metros al norte del volcán, tiene una altura de caída de agua de 40 metros que forma parte del Río Warmi Yacu y posee una gran diversidad de flora y fauna propias del páramo. Además en este atractivo se puede encontrar vegetaciones de plantas nativas como el kishuar (Buddleja incana), arrayán (Eugenia sp), zig zig (Cortadeiraradiumscola), tzimbalo (Solanum caripense), entre otras, en donde albergan especies de fauna como: semillero colifajado (Catamenia analis), chiguaco (Turdus chiguanco) curiquingues (Philcoboenus caranculata), lobo de paramo (Pseudalopex curapeus), como característicos de la zona.	
4.7 Permisos y Restricciones: Ninguno	
4.8 Usos Actualmente este volcán es utilizado para realizar andinismo y excursionismo.	
4.8.1 Usos Actuales: Actualmente se usa para toda celebración	
4.8.2 Usos Potenciales: -Sobre este atractivo se podría implementar actividades turísticas como observación de aves, escaladas en rocas, tracking y camping.	
4.8.3 Necesidades turísticas: -Señalización turística -Medios interpretativos - Formación de guías locales	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos: -Conservación del lugar	
4.9.2 Impactos negativos: -	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: No alterado	
5.2 Causas:	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	

6.2 Causas: Se cuida el entorno.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestres	7.2 Subtipo: Sendero	
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte:	
7.5 Frecuencias:	7.6 Temporalidad de acceso:	
7.7 Observaciones: Ninguna		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
-Señalización turística		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua:		
9.2 Energía Eléctrica:		
9.3 Alcantarillado:		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: -Cascada caballito	10.2 Distancia: -2 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación y/o organización	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	5
	c) Nacional	5
	d) Internacional	4
TOTAL		43
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía III		
El atractivo obtuvo una puntuación de 43 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con rasgos llamativos, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, ya sea del mercado interno y receptivo que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

a. Resumiendo, diremos que se determinaron 11 atractivos turísticos

Cuadro N°1. Resumen de Atractivos

Nº de ATR.	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	JERARQUÍA
1	Mirador Muyu Urco	Manifestaciones culturales	N/A
2	Sitio sagrado ceremonial Hierba Buena	Atractivo Cultural	N/A
3	Baños del río Alambi	Atractivo Cultural	N/A
4	Turiñan	Atractivo Cultural	N/A
5	Paukar Raymi	Atractivo Cultural	N/A
6	Mirador Muyu Urco	Manifestaciones naturales	II
7	Sendero aviturismo	Manifestación natural	III
8	Bosque primario el Jardín	Manifestación natural	III
9	Cascada Caballito	Sitio natural	II
10	Cascada el Jardín	Sitio natural	II
11	Volcán Cotacachi	Sitio natural	III

2. Análisis de la situación turística.

La comuna de El Morlán pertenece a la parroquia Imantag que está dentro el cantón Cotacachi. Su actual presidente es el ingeniero Ernesto Araque, posesionado al cargo en el año 2012 y reelegido hasta la presente fecha. A más de este cargo, realiza las funciones de vicepresidente de la UNORCAC (Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi) y es director de Gestión Social y Cultural en el GAD del Catón Cotacachi.

Según informó el presidente dentro de la comunidad, existen varias necesidades, como es el caso de los servicios básicos. Para paliar este déficit, se iniciaron proyectos productivos: a partir del año 2013 se comenzó a trabajar en la ampliación de la cobertura de energía eléctrica, que permitió aumentar la cobertura del alumbrado eléctrico hasta un 70%. En el momento actual, se están realizando las gestiones pertinentes para alcanzar una cobertura del 100%. Respecto al servicio de agua potable, durante el año 2015 se ampliaron las nuevas redes de agua potable y se recuperaron espacios que habían pertenecido a una hacienda. También se llevaron a cabo mejoras en las vías internas que pasaron de una anchura de entre 3 y 4 metros a una ampliación de 6 metros en vías internas y 9 metros en vías principales, según el COOTAD. Hasta el momento, las vías se han ampliado en un 70%, obras realizadas con la financiación del gobierno de Imantag y de Imbabura. Por otro lado, se dispone de un financiamiento de 100.000 USD para

la construcción de un alcantarillado que abarca el 20% y tres plantas de tratamiento de aguas servidas.

Todo lo relacionado con el turismo comunitario está a cargo de la asamblea comunitaria de El Morlán, que decidió destinar a este tipo de turismo un predio comunitario en desuso con el objetivo de obtener una vía de ingresos para la comunidad. Las actividades incluidas en el turismo comunitario se consideran como actividades alternativas a las labores cotidianas de la población. Además, al ser parte de la zona de amortiguamiento de la reserva Cotacachi-Cayapas, se entiende que estos proyectos podrían ayudar a la mejora y conservación del medio ambiente. En la comunidad existe un notable interés en promocionar el turismo comunitario y desarrollar la infraestructura necesaria para este fin. En el predio donde anteriormente funcionaba el Centro Infantil del Buen Vivir será rediseñado el centro de turismo comunitario.

La comuna El Morlán fue fundada en el año 1939, con Acuerdo Ministerial 446. A partir de ese momento, los dirigentes hicieron los trámites de legalización de tierras y se le dio el nombre de El Morlán por una planta arbustiva que existía en un 90% del territorio. En el momento actual, el número de familias que conforman la comuna es de 250 jefes y jefas de hogar, estando cada familia conformada por entre 5 y 6 integrantes. El último censo, realizado en el mes de enero de 2015, confirmó un total de 1.568 integrantes en la comuna.

La agricultura es la principal fuente de ingresos de los habitantes de la comunidad, con el tomate de árbol como principal producto producido, seguido del frejol y el choclo. Estos tres productos se sacan en grandes cantidades al mercado mayorista y, el resto de productos, son un complemento de lo que se obtiene en la producción. Los terrenos dedicados a la agricultura se abastecen del riego, y el resto del territorio es utilizado para la ganadería en un mínimo porcentaje.

En las visitas realizadas en la comuna, sus habitantes destacaron como aspecto positivo la unión entre los miembros de El Morlán en la toma de decisiones. En cambio, manifestaron su descontento porque la gestión de las actividades culturales se deba realizar a nombre del cabildo. Además, plantean la existencia de problemas con las personas extranjeras que tienen terrenos dentro de la comuna, pero que no colaboran en las actividades comunitarias, como las mingas para el mejoramiento vial.

Como parte de la organización comunitaria se encuentra la Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi (UNIORCACC), que forma parte de las 45 comunas del cantón Cotacachi. Esta organización apoya a los proyectos productivos y a madres embarazadas. Estos proyectos se ejecutan en las comunidades con apoyo de la cooperación exterior, entre ellas, la fundación alemana Hanns Jeis dedicada a la capacitación en equidad de género, proyectos productivos, escuelas para padres y familias. En este año, está previsto el apoyo con becas universitarias a cinco jóvenes bachilleres.

a. Matriz FODA.

Cuadro N°2. Análisis de los componentes de atractivos y actividades.

POSITIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDAD
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Territorio con gran extensión con varios atractivos naturales y culturales. ➤ Pueblo agricultor: gran potencial para el agroturismo y turismo vivencial. ➤ Existen importantes manifestaciones naturales y culturales, como cerros que son lugares sagrados para este pueblo. ➤ Se encuentra a corta distancia del cantón Cotacachi y la cabecera parroquial. ➤ Cercanía a centros turísticos con gran afluencia turística del país. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Demanda creciente de productos turísticos relacionados con lo natural y cultural. ➤ Existen organismos públicos y privados que aportan al desarrollo de proyectos de índole turístico. ➤ Los dirigentes y comuneros de la parroquia están empeñados en colaborar para iniciar con la actividad turística.
NEGATIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	DEBILIDAD	AMENAZA
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Como debilidad diremos que no existe valoración del patrimonio natural y cultural existente en la comuna por parte de la población local. ➤ Inexistencia de un inventario turístico de la comuna. ➤ Falta de medios interpretativos, informativos, equipamiento y señalética en los atractivos. ➤ Atractivos naturales y culturales en deterioro. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Como amenaza tenemos existentes productos turísticos empaquetados y de mayor relevancia y consolidados en los centros turísticos aledaños a la comuna.

Cuadro N° 3. Análisis de componentes de infraestructura básica.

POSITIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDAD
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dispone de cobertura de telefonía fija y móvil de todas las operadoras en el territorio. ➤ Presencia de carros particulares y una cooperativa de transporte que recorre toda la comuna. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejoramiento de la red vial de la comuna, por parte del Concejo Provincial.
NEGATIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	DEBILIDAD	AMENAZA
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bajo nivel de cobertura de servicios básicos en especial el alcantarillado. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de interés de organismos y autoridades en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas de la comuna El Morlán.

Cuadro N°4. Análisis de componentes de servicios turísticos.

POSITIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDAD
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personas con interés de invertir en establecimientos de alojamiento y alimentación en sus inmuebles. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Inversión en infraestructura por parte de organizaciones e instituciones públicas y privadas.
NEGATIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	DEBILIDAD	AMENAZA
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Inexistencia de establecimientos que brinden servicios de hospedaje y alimentación. 	

Cuadro N°5. Análisis de componentes de demanda turística.

POSITIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDAD
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existe gran afluencia de turistas que llegan a los centros turísticos cercanos a la comuna ➤ Llegan visitantes para hacer turismo de naturaleza en la Cascada Caballito. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Captar el flujo de la demanda existente en la provincia de Imbabura. ➤ Presentar una diversidad de productos compatibles con el perfil de turistas que llegan a la región y a todo el Ecuador.

NEGATIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	DEBILIDAD	AMENAZA
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los visitantes no permanecen en la comuna, ya que no existe ningún tipo de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los turistas prefieren una modalidad de turismo no bien concertada en la comunidad.

Cuadro N° 6. Análisis de componentes de promoción y mercadeo.

POSITIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDAD
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cercanía a centros turísticos para dirigir la promoción y publicidad turística. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyo del Ministerio de Turismo para elaboración de material promocional.
NEGATIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	DEBILIDAD	AMENAZA
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No existe un enfoque de manejo e incursión en la actividad turística. ➤ La comunidad carece de atractivos identificados y jerarquizados. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No recibir el apoyo de las autoridades y organismos para incursionar en estrategia de promoción y publicidad de la comuna.

Cuadro N° 7. Análisis de componentes de superestructura turística.

POSITIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDAD
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El GAD de Cotacachi es el encargado de planificar y ejecutar proyectos para el bienestar de la población de la comuna. ➤ Existe la competencia del concejo provincial para vinculación en proyectos sociales, ambientales y turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyo de instituciones públicas (MAE, MINTUR, MIES, MAGAP, Ministerio de Cultura, INPC), con apoyo técnico y financiero en el área de turismo.
NEGATIVO	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	DEBILIDAD	AMENAZA
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Carencia de personal técnico calificado, para brindar asesoría a los diferentes actores privados y comunitarios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bajo interés de las autoridades en el desarrollo turístico local.

b. Identificación y priorización de nudos críticos

Para la priorización de nudos críticos se aplicó la siguiente tabla de valores, donde se evidenció el grado de dificultad, impacto y duración de la siguiente manera:

Cuadro N° 8. Tabla de valores para la priorización de nudos críticos

PUNTAJE	DIFICULTAD	IMPACTO	DURACION
1	Bajo	Bajo	Corto plazo
2	Medio	Medio	Mediano plazo
3	Alto	Alto	Largo plazo

Fuente: Jara J. 2013

Los criterios de valoración son:

1) Dificultad:

Para 1 corresponde el criterio bajo, ya que el nudo crítico correspondiente es de fácil solución.

Para 2 corresponde el criterio medio, ya que para la solución de este nudo crítico se necesita conocimientos técnicos básicos.

Para 3 corresponde al criterio alto, ya que para la solución de este nudo crítico es necesario conocimientos técnicos y científicos.

2) Impacto:

Para 1 corresponde el criterio bajo, ya que el nudo crítico tiene un impacto relativamente significativo.

Para 2 corresponde el criterio medio, ya que este nudo crítico afecta a la población local y causa daños considerables.

Para 3 corresponde al criterio alto, ya que este nudo crítico, bien pudiera acabar con la actividad turística de la zona causando daños irreparables.

3) Duración:

Para 1 corresponde el criterio corto plazo, ya que la solución puede ser inmediata, no más de un mes.

Para 2 corresponde el criterio mediano plazo, ya que este nudo crítico se puede tardar meses en buscar una posible solución.

Para 3 corresponde al criterio al largo plazo, ya que dar solución al nudo crítico, puede tardar más de un año y dependerá de terceros.

Cuadro N° 9. Matriz de identificación y priorización de nudos críticos

	NUDOS CRÍTICOS	CAUSA	EFECTO	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
				Dificultad	Impacto	Duración	Total
Atractivos y actividades	➤ Uso no planificado del territorio.	Inexistencia de una zonificación concertada.	Pérdida de especies de flora y fauna.	3	3	3	9
	➤ Nula planificación, gestión y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.	Falta de iniciativa para la gestión de obtención de recursos para implementación de facilidades, equipamiento, infraestructura y señalización. Presencia de conflictos territoriales y desconfianza de las comunidades locales para la incursionar en proyectos turísticos.	Difícil identificación de los atractivos para los visitantes.	3	2	2	7
	➤ No existen procesos de fortalecimiento de las manifestaciones naturales y culturales.	Desconocimiento de la población del valor del patrimonio natural y cultural existente.	Pérdida de las manifestaciones culturales.	2	3	2	7
	➤ Nula información técnica e histórica de los atractivos, actividades existentes en la comuna.	Inexistencia del personal técnico encargado para ello. Falta de interés y desconocimiento para registra la información	Se desconoce las ventajas comparativas y potenciales de la comuna.	3	1	2	6

	➤ Generación de basura en los sitios de visita.	Desconocimiento por parte del visitante sobre los impactos que genera la contaminación ambiental.	Alteración de los sistemas ecológicos.	1	1	1	5
Infraestructura básica	➤ Limitada cobertura de telefonía convencional y servicio de internet.	Por la poca predisposición de entidades gubernamentales, para implementar estos servicios en toda la comuna y bajos recursos económicos.	Falta de conectividad.	2	2	3	7
	➤ Deficiente en servicios básicos (alcantarillado, vías de acceso).	Mala gestión para la dotación de servicio de alcantarillado, alumbrado público, y vías de acceso.	Baja calidad de vida de las personas locales. Imposibilidad de brindar un buen servicio en las zonas de localización de los atractivos turísticos.	3	2	3	8
Planta turística	➤ No existe un centro de información turística en la zona.	Desconocimiento de atractivos turísticos por parte de los visitantes.	Poca afluencia de turistas.	2	2	2	6
	➤ No existen sitios de hospedaje en la zona.	Inversión nula para implementación de estos servicios.	Los turistas no pernoctan.	2	2	1	5
	➤ Nulo conocimiento servicios turísticos.	Personal no capacitado, para emprender en prestación de servicios turísticos.	Inexistencia de una imagen turística en la comuna.	2	2	3	7
	➤ Poco nivel de inversión en el ámbito	Por la falta de capacitación.	Poca oferta turística.	1	2	2	5

Superestructura	turístico por parte de GAD parroquial.						
	➤ No existe un departamento técnico de turismo en la parroquia.	Por la inexistencia del inventario y jerarquización de atractivos en la comuna no existe una entidad de turismo.	Carencia de proyectos turísticos que aporten al desarrollo cultural.	3	2	3	8
	➤ No dispone de un grupo organizado responsable de las actividades turísticas.	Pocas actividades de esta índole en administraciones anteriores.	Poco desarrollo de esta actividad.	2	2	2	6
Demanda turística	➤ Información técnica de demanda nula, para la potencial gestión y planificación turística.	Deficiencia de personal técnico dedicado al levantamiento, registro y análisis de la información relacionada con oferta y demanda.	Carencia de productos, rutas y circuitos turísticos en la comuna.	3	2	3	8
Promoción y Publicidad	➤ Carencia de un enfoque de mercado al cual dirigir la promoción y la publicidad.	La comuna carece de un plan de marketing turístico.	No existen servicios, atractivos y facilidades por lo cual no genera relevancia en el sector turístico local.	3	2	3	8

Una vez analizada la matriz para la valoración de debilidades y amenazas bajo los siguientes criterios de duración, impacto y dificultad, se llegó a definir como nudos críticos los siguientes aspectos:

Cuadro N° 10. Resumen de la matriz de identificación y priorización de nudos críticos.

NUMERO	Nudos críticos identificados	Valoración
--------	------------------------------	------------

1	Uso no planificado del territorio.	9
2	Información técnica de demanda nula, para la potencial gestión y planificación turística.	8
3	Nulo conocimiento y aplicación de estándares y normas de calidad en los establecimientos para brindar servicios turísticos.	8
4	Deficiente alcantarillado, vías de acceso.	8
5	Nula planificación, gestión y aprovechamiento de los recursos culturales.	8
6	Carencia de un enfoque de mercado al cual dirigir la promoción y la publicidad.	7
7	No existe un departamento técnico de turismo en la parroquia.	7
8	No existen procesos de fortalecimiento de manifestaciones culturales.	7

4) Identificación de factores claves de éxito

Cuadro N° 11. Matriz de identificación de factores claves de éxito

N°	FACTORES CLAVE DE ÉXITO	PRIORIZACIÓN DE FACTORES CLAVES DE ÉXITO			
		CALIDAD	PRODUCTIVIDAD	COMPETITIVIDAD	TOTAL
F1	Gran número de sitios naturales y culturales.	3	2	3	8
F2	Apoyo de instituciones gubernamentales, no gubernamentales, asociaciones y ONG's (MAE, MINTUR, MIES, MAGAP, Ministerio de Cultura, INPC) con apoyo técnico y financiero para la elaboración de programas y proyectos.	3	2	3	8
F3	El GAD de Cotacachi asume las competencias turísticas, mediante el Departamento Técnico de Turismo.	3	3	3	9
F4	Pueblo agricultor y ganadero en menor escala lo cual constituye en un gran potencial para el agroturismo.	3	3	1	7
F5	Cercanía a centros turísticos con gran afluencia.	3	2	3	8
F6	Conectividad, con otros atractivos e gran relevancia en la provincia.	3	2	3	8

Una vez analizada la matriz para la valoración de fortalezas y oportunidades bajo los siguientes criterios de, calidad, productividad, y competitividad se llegó a definir como factores claves de éxito lo siguiente:

Cuadro N° 12. Resumen de la matriz de identificación de Factores Clave de éxito

NUMEROS	FACTORES CLAVE	VALORACIÓN
1	Gran número de sitios naturales y culturales	8
2	Apoyo de instituciones gubernamentales, no gubernamentales, asociaciones y ONG's (MAE, MINTUR, MIES, MAGAP, Ministerio de Cultura, INPC) con apoyo técnico y financiero para la elaboración de programas y proyectos.	8
3	El GAD de Cotacachi asumen las competencias turísticas, mediante el Departamento Técnico de Turismo.	9
4	Pueblo agricultor y ganadero en menor escala lo cual constituye en un gran potencial para el agroturismo.	7
5	Cercanía a centros turísticos	8
6	Conectividad, con otros atractivos con gran relevancia dentro de la provincia.	8

5) Identificación de alternativas o estrategias

Cuadro N° 13. Matriz de identificación de alternativas o estrategias

NUDOS CRITICOS	ESTRATEGIAS DE CAMBIO	ACTOR COMPETENTE
Uso no planificado del territorio.	➤ Proyecto de planificación y zonificación territorial en la comuna El Morlán.	➤ GAD de Cotacachi. ➤ Municipio de Riobamba
Información técnica de demanda nula, para la potencial gestión y planificación turística.	➤ Proyecto de planificación turística.	➤ GAD de Cotacachi, (unidad de turismo). ➤ MINTUR.
Nulo conocimiento y aplicación de estándares y normas de calidad en los	➤ Proyecto de capacitación del personal en atención al cliente en	➤ MINTUR ➤ GAD Cotacachi.

establecimientos para brindar servicios turísticos.	diferentes actividades relacionadas con el turismo.	➤ INPC
Deficiencia en alcantarillado y vías de acceso.	➤ Proyecto de implementación de servicios básicos en la comuna El Morlán.	➤ Consejo Provincial de Imbabura. ➤ GAD de Cotacachi ➤ GAD de Imantag.
Nula planificación, gestión y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.	➤ Proyecto de planificación, gestión y aprovechamiento de recursos naturales y culturales. ➤ Proyectos de Fortalecimiento cultural. ➤ Proyecto de investigación, preservación y potenciación turística de bienes patrimoniales. ➤ Proyecto de fomento y capacitación de actividades gastronómicas.	➤ INPC ➤ MINTUR ➤ Consejo Provincial de Imbabura. ➤ Establecimientos educativos de tercer nivel.
Gran número de sitios naturales y culturales	➤ Proyecto de mejoramiento y dotación de facilidades, equipamiento e infraestructura ➤ Proyecto de planificación y fomento de productos turísticos; rutas, circuitos, etc.	➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ MINTUR. ➤ Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.
Apoyo de instituciones gubernamentales, no gubernamentales, asociaciones y ONG's (MAE, MINTUR, MIES, MAGAP, Ministerio de Cultura, INPC) con apoyo técnico y financiero para la elaboración de programas y proyectos.	➤ Proyecto de gestión y dotación de alumbrado público. ➤ Proyecto de planificación e implementación de alcantarillado. ➤ Proyecto de gestión y mejoramiento de las vías hacia los atractivos naturales y culturales.	➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ GADP Imantag. ➤ Población local.
El GAD de Cotacachi y el GADP de Imantag asumen las competencias turísticas, mediante el Departamento Técnico de Turismo.	➤ Proyecto de capacitación en emprendimientos y área operativa de servicios en los establecimientos de hospedaje y alimentación. ➤ Proyecto de gestión y administración de empresas turísticas.	➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ GADP Imantag. ➤ MINTUR. ➤ Personas interesadas en emprender en el sector turístico.
Pueblo agricultor y ganadero en menor escala lo cual constituye en un gran potencial para el agroturismo.	➤ Proyecto de estructuración de la planificación estratégica del departamento técnico de turismo. ➤ Capacitación sobre las modalidades de turismo que se puede realizar en la comuna.	➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ GADP Imantag. ➤ MINTUR.
Cercanía a centros turísticos con gran afluencia turística.	➤ Personal técnico dedicado al levantamiento, registro y análisis de la información relacionada con oferta y demanda.	➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ GADP Imantag. ➤ MINTUR.

Conectividad con varios atractivos que serían una ruta turística.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaboración de un mapa vial y turístico con los atractivos jerarquizados en este estudio 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ GADP Imantag. ➤ MINTUR.
---	--	--

6) Determinación de estrategias de consolidación

Cuadro N° 14. Matriz de determinación de estrategias de consolidación

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	ESTRATEGIAS DE CONSOLIDACION	ACTOR COMPETENTE
Cercanía a centros turísticos con gran afluencia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fomentar la promoción y publicidad turística de la comuna, tanto de rutas, circuitos y atractivos. ➤ La correcta estructuración de productos acorde a la demanda potencial presente en las zonas turísticas cercanas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ GADP Imantag. ➤ MINTUR.
Conectividad con atractivos de gran interés por los turistas.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementación de medios informativos y señalética ➤ Mejoramiento de las condiciones de las vías de accesibilidad hacia los atractivos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ GADP Imantag. ➤ MINTUR.
Apoyo de instituciones gubernamentales, no gubernamentales, asociaciones y ONG's (MAE, MINTUR, MIES, MAGAP, Ministerio de Cultura, INPC) con apoyo técnico y financiero para la elaboración de programas y proyectos.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Establecimiento de programas de capacitación orientado a la población local, estudiantes en diversos ámbitos de turismo, con recursos técnicos de las instituciones vinculadas. ➤ Programas de Guías nativos que brinden información en los atractivos turísticos. ➤ Vinculación de los recursos técnicos presentes en estas instituciones para diversos ámbitos de diagnóstico y levantamientos de información básica y estratégica para la planificación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ GADP Imantag. ➤ MINTUR.
El GAD de Cotacachi y el GADP de Imantag asumen las competencias turísticas, mediante el Departamento Técnico de Turismo.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Establecer una correcta planificación estratégica para el desarrollo turístico integral y sostenible de la parroquia. ➤ Estructurar productos turísticos innovadores competitivos y pertinentes con la demanda del 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ GADP Imantag. ➤ MINTUR.

	sector.	
Gran número de sitios naturales y culturales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestionar programas de aprovechamiento sostenible de recursos naturales y culturales. ➤ Planificación y gestión de productos eco turísticos. ➤ Proyectos de turismo comunitario y turismo vivencial. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ GAD Cotacachi. ➤ Gobierno Provincial de Imbabura. ➤ GADP Imantag. ➤ MINTUR.

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Segmentación de mercado

Se definió el universo de estudio por los turistas que visitaron la reserva Cotacachi-Cayapas en el año 2014 con lo cual se determinó la segmentación y el tamaño de la muestra con un universo de 115.963 personas nacionales y 37.582 turistas internacionales (Guía de facilidades turísticas del Ecuador 2014).

1) Procedencia

Cuadro N° 15. Procedencia de la demanda encuestada nacional.

Lugar de procedencia	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Quito	107	107	71	71
Guayaquil	12	119	8	79
Ibarra	31	150	21	100

Cuadro N° 16. Procedencia de la demanda encuestada Internacional.

Nationality	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Europa	96	96	64	64
Asia	15	111	10	74
América	38	149	26	100

Figura N° 02. Lugar de procedencia de la demanda encuestada nacional.

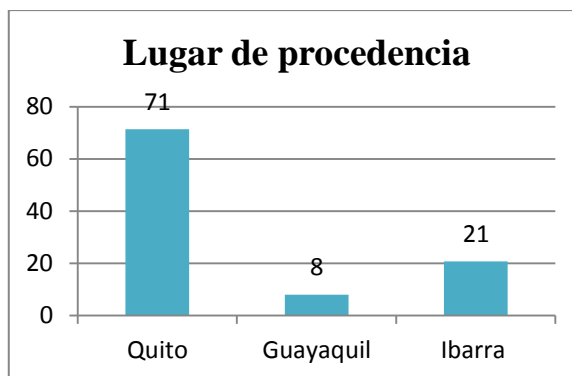
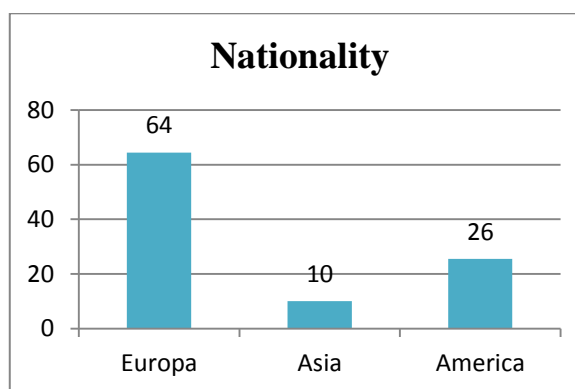


Figura N° 03. Lugar de procedencia de la demanda encuestada internacional.



Esto indica que el 71% son de procedencia quiteña, el 21% son de la ciudad de Ibarra y el 8% de Guayaquil, mientras que en el caso del turista extranjero el 64% proviene de Europa, el 10% de Asia y el 26% de América.

a) Género

Cuadro N° 17. Género de la demanda encuestada nacional.

Género	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Masculino	87	87	58	58
Femenino	63	150	42	100

Cuadro N° 18. Género de la demanda encuestada internacional.

Gender	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Male	65	65	44	44
Female	84	149	56	100

Figura N° 04. Género de la demanda encuestada turista nacional.

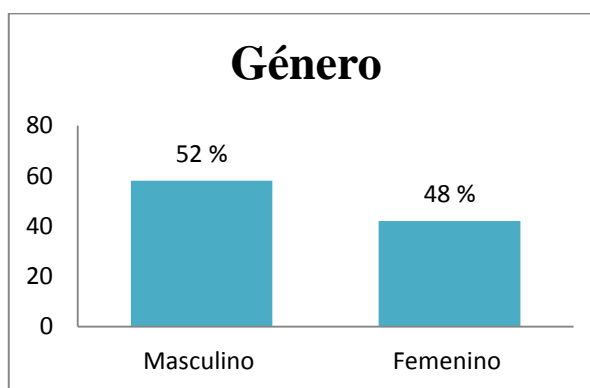
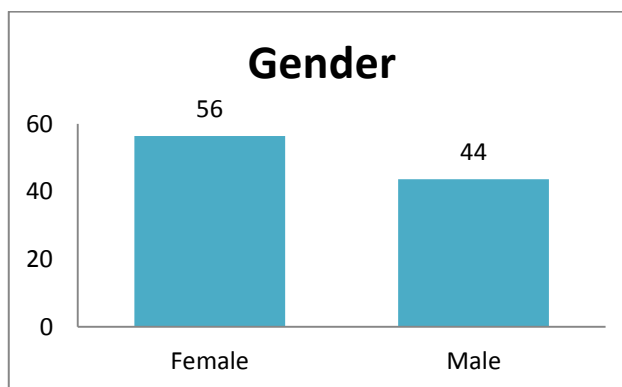


Figura N° 05. Género de la demanda encuestada turista internacional.



El cuadro indica que el 48% de las encuestas aplicadas pertenecen al género femenino, mientras que el 52% restante al género masculino de total de la muestra calculada, para el estudio extranjero el 44% es masculino mientras que el 56% femenino.

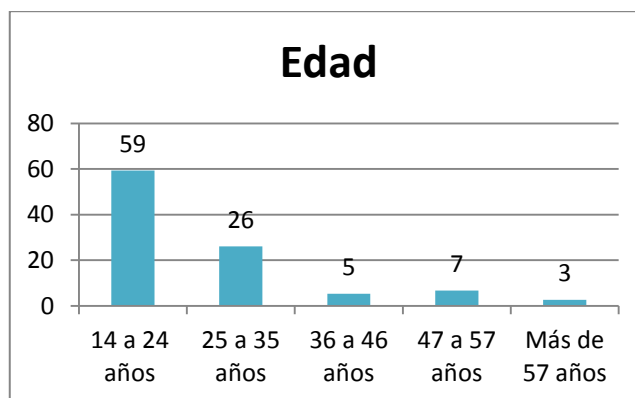
b) Edad

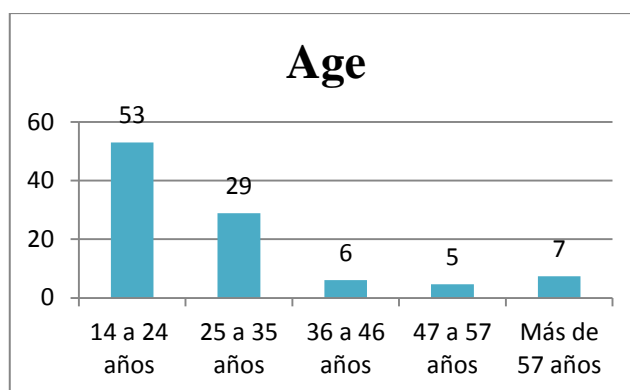
Cuadro N° 19. Edad de la demanda encuestada nacional.

Edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
14 a 24 años	89	89	59	59
25 a 35 años	39	128	26	85
36 a 46 años	8	136	5	91
47 a 57 años	10	146	7	97
Más de 57 años	4	150	3	100

Cuadro N° 20. Edad de la demanda encuestada internacional.

Age	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual%	Frecuencia porcentual acumulada
14 a 24 años	79	79	53	53
25 a 35 años	43	122	29	82
36 a 46 años	9	131	6	88
47 a 57 años	7	138	5	93
Más de 57 años	11	149	7	100

Figura N° 06 Edad de la demanda encuestada nacional.**Figura N° 07.** Edad de la demanda encuestada internacional.



El cuadro indica que el 59% de las encuestas aplicadas pertenecen al rango de edades de 14 a 24 años; el 26% se encuentran en el rango de edades de 25 a 35 años y para los extranjeros el 53% de 14 a 24 años y el 29% de 25 a 35 años, lo que apunta a que los paquetes turísticos deben tomar en cuenta de forma preferente el segmento de edad de 14 a 35 años.

c) Nivel de Educación

Cuadro N° 21. Nivel de educación demanda encuestada.

Nivel de preparación	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Primaria	4	4	3	3
Secundaria	15	19	10	13
Universitaria	122	141	81	94
Postgrado	9	150	6	100

Cuadro N° 22. Nivel de educación demanda encuestada internacional.

Education	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Primary	0	0	0	0
Secondary	11	11	7	7
University	93	104	62	70
Post graduate	45	149	30	100

Figura N° 08. Nivel de educación demanda encuestada.

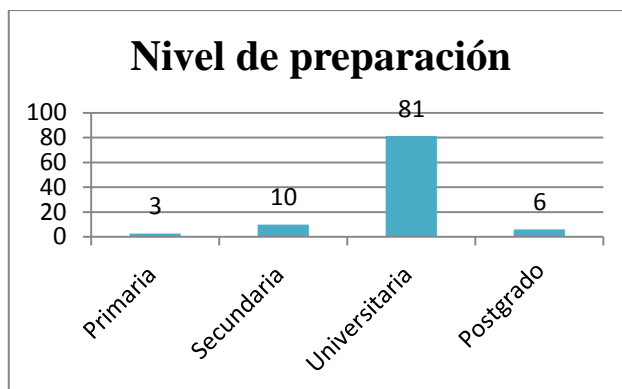
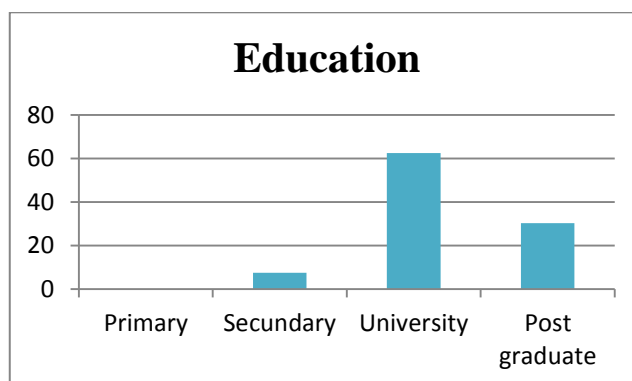


Figura N° 09. Nivel de educación demanda encuestada internacional.



El cuadro indica que el 81% tiene educación universitaria; el 10% educación secundaria y el 6% posgrado, dejándonos evidenciar que existe un 3% que solamente ha cruzado la primaria, para el caso extranjero el 62% tiene estudios universitarios mientras que el 30% estudios de post grado.

d) Ocupación

Cuadro N° 23. Ocupación de la demanda encuestada.

Ocupación	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Estudia	4	4	3	3
Trabaja	15	19	10	13
Estudia y trabaja	131	150	87	100

Cuadro N° 24. Ocupación de la demanda encuestada.

Occupation	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Study	65	65	44	44
Work	58	123	39	83
Study and work	26	149	17	100

Figura N° 10. Ocupación de la demanda encuestada nacional.

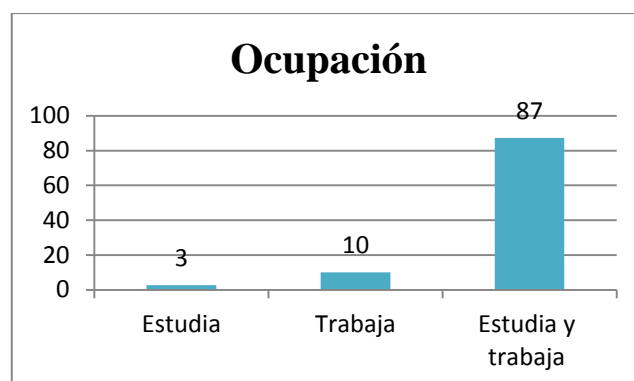
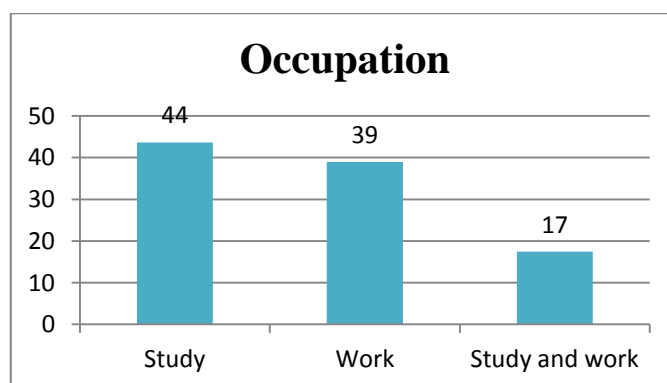


Figura N° 11. Ocupación de la demanda encuestada internacional.



El cuadro indica que, en referencia a la ocupación de las personas encuestadas, el 87% estudia y trabaja; el 10% solamente trabaja y el restante solamente estudia, a nivel internacional el 44% se encuentra realizando estudios ya sean de intercambio o investigaciones y el 39% se encuentra trabajando en este país ya que lo consideran como una buena oportunidad.

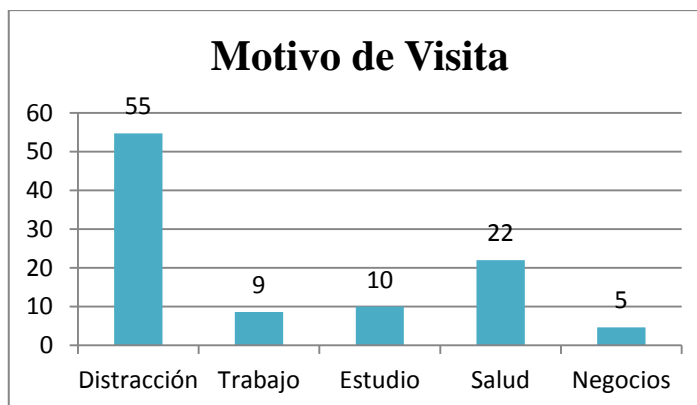
e) Motivo de visita

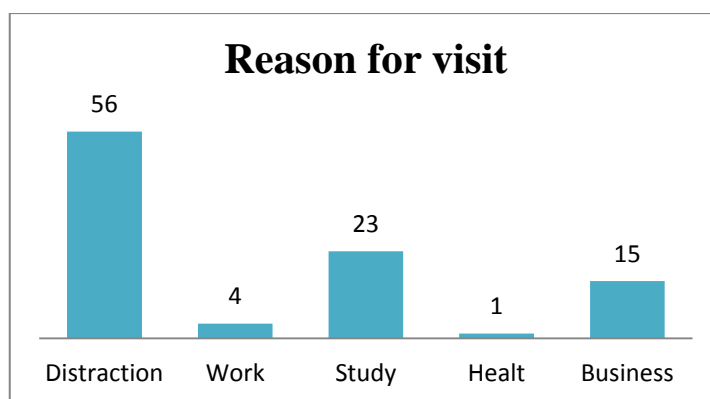
Cuadro N° 25. Motivo de la visita demanda encuestada nacional.

Motivo de Visita	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Distracción	82	82	55	55
Trabajo	13	95	9	63
Estudio	15	110	10	73
Salud	33	143	22	95
Negocios	7	150	5	100

Cuadro N° 26. Motivo de la visita demanda encuestada internacional.

Reason for visit	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Entertainment	83	83	56	56
Work	6	89	4	60
Study	35	124	23	83
Health	2	126	1	85
Business	23	149	15	100

Figura N° 12. Motivo de la visita demanda encuestada nacional.**Figura N° 13.** Motivo de la visita demanda encuestada internacional.



El cuadro indica que el 55% ha visitado el lugar por distracción; el 22% por salud dato que se explica por la existencia en el sector de nacientes de aguas reconocidas como milagrosas y curativas; y el 10% por estudios; y el restante por asuntos de trabajo y negocios.

Para el turista internacional el 56% se encuentra visitando el país por distracción, mientras que el 23% realizando estudios y un 15% por negocios.

f) Con Cuántas Personas Viaja

Cuadro N° 27. Número de personas que viaja la demanda encuestada nacional.

Número de personas	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
1 a 3 personas	63	63	42	42
4 a 6 personas	79	142	53	95
Más de 6	8	150	5	100

Cuadro N° 28. Número de personas que viaja con la demanda encuestada internacional.

How many people traveling with you?	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
1 a 3 persons	75	75	50	50
4 a 6 persons	63	138	42	93
More the 6	11	149	7	100

Figura N° 14. Personas que viaja la demanda encuestada nacional.

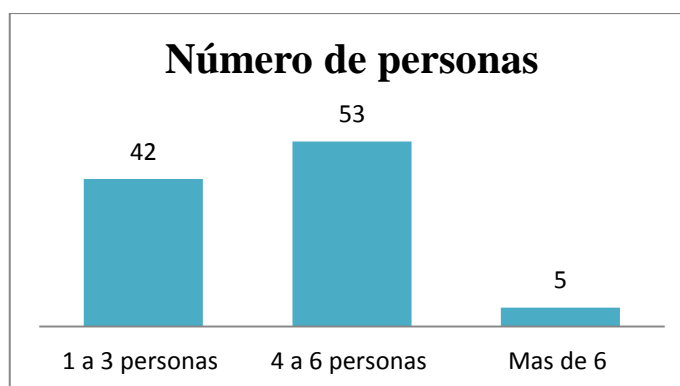
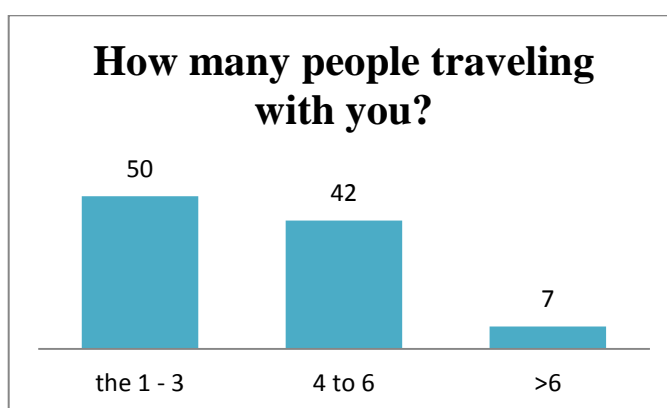


Figura N° 15. Personas que viaja la demanda encuestada internacional.



El cuadro indica que las personas encuestadas prefieren realizar viajes de turismo en grupos de 4 a 6 personas el 53%; seguido de un 42% que viaja en grupos de hasta 3 personas; y un restante que prefiere viajar en grupos superiores a 6 personas, en el caso extranjero el 50% viaja con una a tres personas, el 42 de 4 a 6 personas.

En un futuro, el diseño de paquetes turísticos se debería realizar preferentemente para un número de pax de entre 4 a 6 personas.

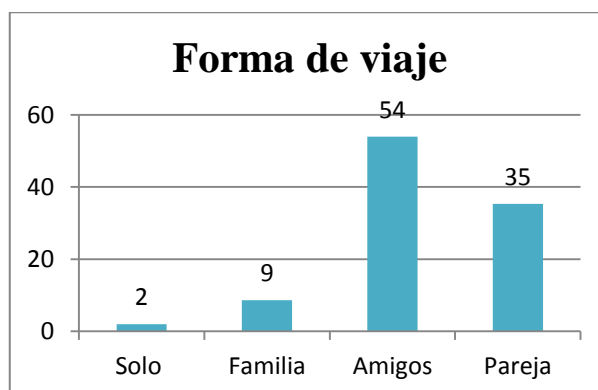
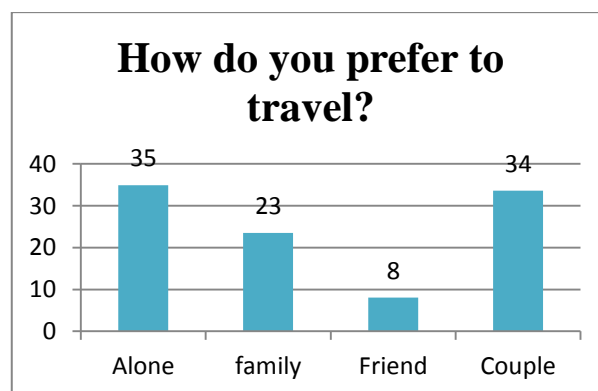
g) Forma de viaje

Cuadro N° 29. Forma de viaje de la demanda encuestada nacional.

Forma de viaje	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Solo	3	3	2	2
Familia	13	16	9	11
Amigos	81	97	54	65
Pareja	53	150	35	100

Cuadro N° 30. Forma de viaje de la demanda encuestada internacional.

How do you prefer to travel?	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Alone	52	52	35	35
Family	35	87	23	58
Friend	12	99	8	66
Couple	50	149	34	100

Figura N° 16. Forma de viaje de la demanda encuestada.**Figura N° 17.** Forma de viaje de la demanda encuestada internacional.

El presente cuadro hace referencia a las formas de viaje: el 9% viajan en familia: el 54% con amigos; el 35% en pareja, y el restante solo. Para el mercado internacional se evidencio que el 35% prefiere viajar solo, mientras que el 34% con su pareja, dejando un 23% que viaja en familia, esto ayudo al diseño de la planta turística presentado.

h) Frecuencia de viaje

Cuadro N° 31. Frecuencia de viaje de la demanda encuestada nacional.

Frecuencia de viaje	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Enero-Abril	3	3	2	2
Mayo- Agosto	48	51	32	34
Septiembre-Diciembre	42	93	28	62
Otro	57	150	38	100

Cuadro N° 32. Frecuencia de viaje de la demanda encuestada internacional.

Which season?	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
January-April	31	31	21	21
May to August	18	49	12	33
September- December	57	106	38	71
Other	43	149	29	100

Figura N° 18. Frecuencia de viaje de la demanda encuestada.

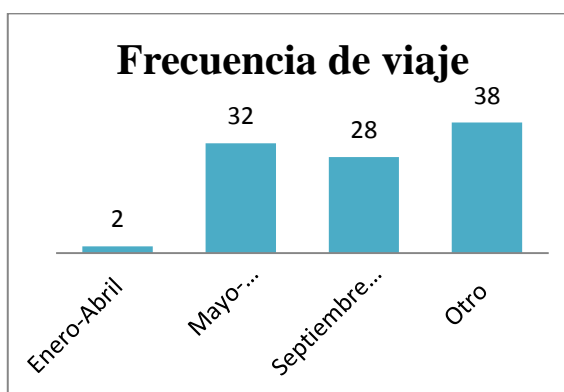
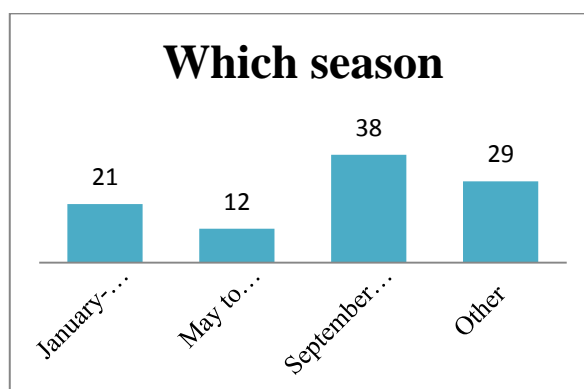


Figura N° 19. Frecuencia de viaje de la demanda encuestada internacional

El cuadro indica que 38% de las personas encuestadas realizan viajes de turismo ocasionalmente y en feriados y vacaciones, contemplando el campo de otros, seguidos del 32% que viajan en los meses de mayo a agosto; el 28%, de septiembre a diciembre; y el 2% en los meses de enero a abril, para el mercado internacional el 38% prefiere viajar en épocas de invierno de sus países, mientras que el 29% viaja indistintamente en cualquier época del año, tomando en cuenta sus vacaciones o disponibilidad de dinero y el 21% de Enero a Abril.

i) Tipo de Turismo

Cuadro N° 33. Tipo de turismo de la demanda encuestada nacional.

Servicios	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Agroturismo	9	9	6	6
Aventura	34	43	23	29
Científico	36	79	24	53
Comunitario	42	121	28	81
Salud	29	150	19	100

Cuadro N° 34. Tipo de turismo de la demanda encuestada internacional.

What kind of tourism do you prefer?	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Agrotourism	12	12	8	8
Adventure	52	64	35	43
Scientific	24	88	16	59
Comunity	52	140	35	94
Healt	9	149	6	100

Figura N° 20. Tipo de turismo de la demanda encuestada nacional.

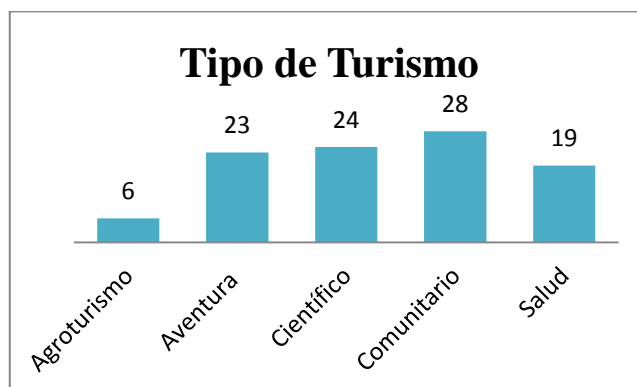
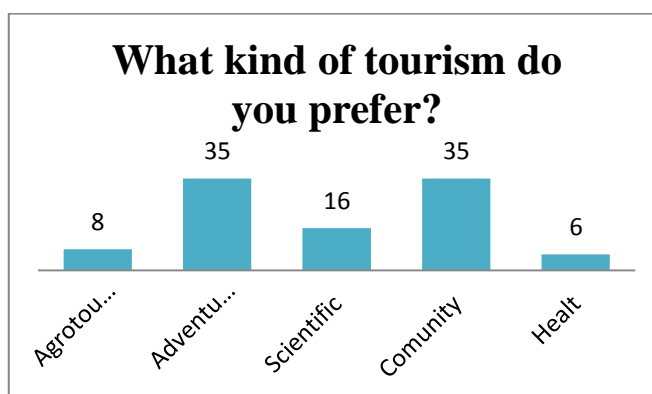


Figura N° 21. Tipo de turismo de la demanda encuestada nacional.



El cuadro indica que el 28% de las personas encuestadas preferirían realizar actividades de turismo comunitario; el 24% científico; seguido del 23% por deportes de aventura; el 19% por salud y el 6% por agroturismo, al mercado extranjero el 35% nos informó que prefiere el turismo de aventura, con otro 35% que le gustaría realizar turismo comunitario y un 16% turismo científico.

Debiendo planificar con estos resultados para proyectos futuros nuevas rutas para realizar excursiones dentro de la parroquia, pero sin dejar aparte las actividades de convivencia cultural, cabalgatas y técnicas de agricultura.

j) Qué actividades le gustaría hacer

Cuadro N° 35. Actividades que le gustaría hacer a la demanda encuestada nacional.

Actividades	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Caminatas	36	36	24	24
Camping	14	50	9	33
Intercambio cultural	37	87	25	58
Cabalgatas	12	99	8	66
Dep. y recreación	20	119	13	79
Todos los anteriores	31	150	21	100

Cuadro N° 36. Actividades que le gustaría hacer a la demanda encuestada internacional.

Which of the following activities would you like to do?	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Walking	17	17	11	11
Camping	35	52	23	35
Cultural exchange	25	77	17	52
Horse	13	90	9	60
Sport and recreation	26	116	17	78
All above	33	149	22	100

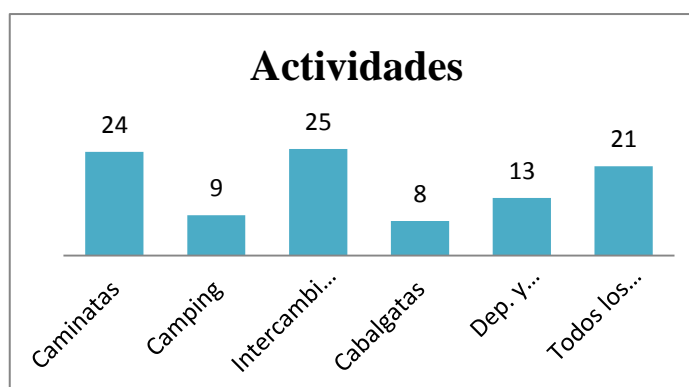
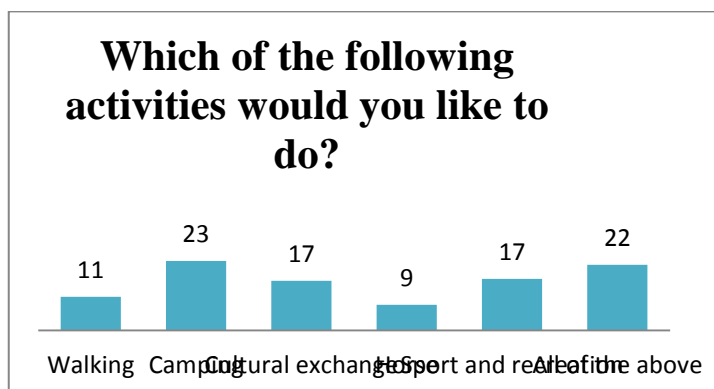
Figura N° 22. Actividades que le gustaría hacer a la demanda encuestada nacional.

Figura N° 23. Actividades que le gustaría hacer a la demanda encuestada internacional.

El cuadro indica que el 25% de la demanda está interesada en el intercambio cultural; el 24% en realizar caminatas; el 9% camping; el 13% en deportes extremos; el 8% cabalgatas, y el 21% en realizar todas las actividades, en el caso extranjero el 23% estaría dispuesto a realizar camping, el 17% intercambio cultural y el 17% deportes.

k) Estaría dispuesto a realizar turismo en la comunidad:

Cuadro N° 37. Disponibilidad para realizar turismo en la comunidad.

Dispuesto a realizar turismo en la comunidad	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
No	2	2	1	1
Si	148	150	99	100

Cuadro N° 38. Disponibilidad para realizar turismo en la comunidad.

If you would create tourism products within El Morlán community. Are you willing to make tourism?	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Yes	149	149	100	100
No	0	149	0	100

Figura N° 24. Disponibilidad para realizar turismo en la comunidad.

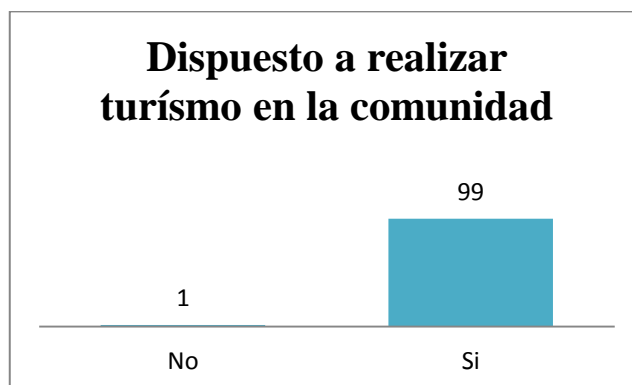
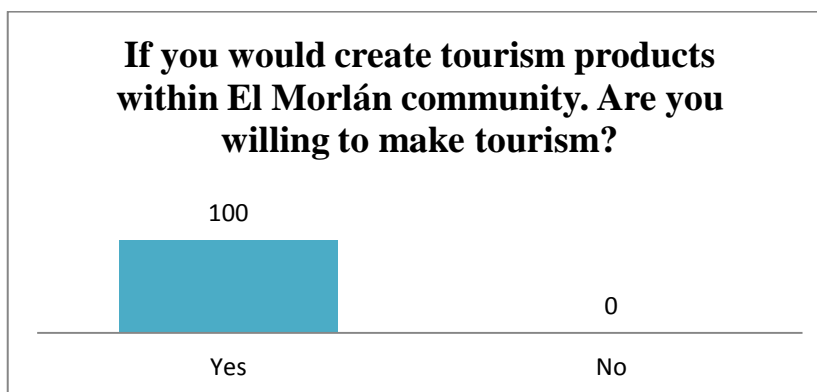


Figura N° 25. Disponibilidad para realizar turismo en la comunidad.



El cuadro indica que el 100% de las personas encuestadas desearían conocer la comuna El Morlán siendo esto para los dos casos, a futuro nuestra posible demanda actual para nuevos proyectos.

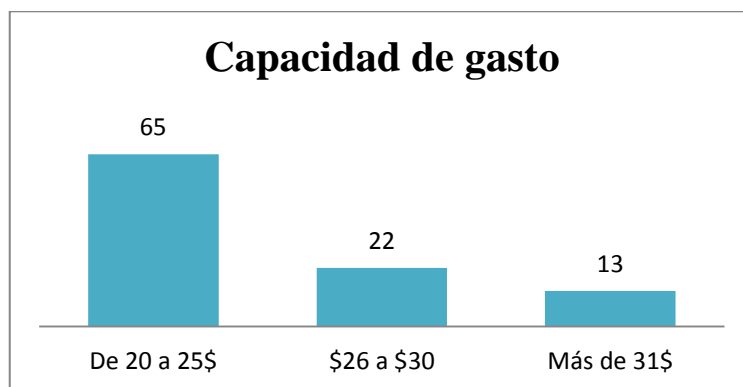
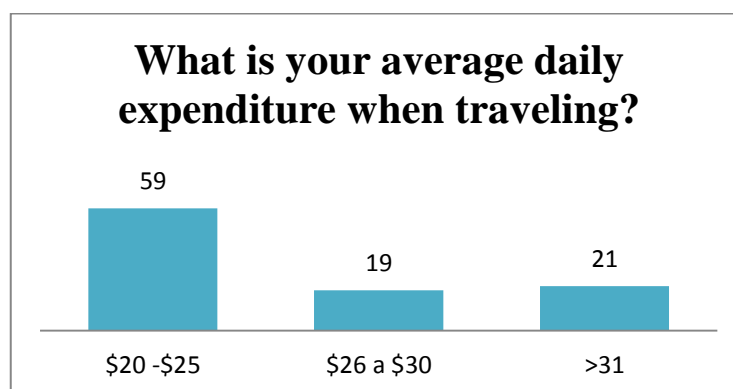
l) Cuál es el promedio de gasto diario cuando viaja:

Cuadro N° 39. Promedio de gasto diario de la demanda encuestada.

Capacidad de gasto	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
De 20 a 25\$	97	97	65	65
\$26 a \$30	33	130	22	87
Más de 31\$	20	150	13	100

Cuadro N° 40. Promedio de gasto diario de la demanda encuestada.

What is your average daily expenditure when traveling?	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
\$20 -\$25	88	88	59	59
\$26 a \$30	29	117	19	79
More 31	32	149	21	100

Figura N° 26. Promedio de gasto diario de la demanda encuestada.**Figura N° 27.** Promedio de gasto diario de la demanda encuestada.

El cuadro indica que el 65% de las personas encuestadas prefieren gastar de \$20 a \$25 por día, seguido del 22% de \$26 a \$30 por día, el 13% más de \$31, para extranjeros el 59% estaría en capacidad de invertir de 20 a 25 dólares por día.

m) Forma de pago:

Cuadro N° 41. Forma de pago de la demanda encuestada nacional.

Forma de pago	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Efectivo	144	144	96	96
Tarjeta	6	150	4	100

Cuadro N° 42. Forma de pago de la demanda encuestada internacional.

How do you prefer to pay?	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Credit card	35	35	23	23
Cash	114	149	77	100

Figura N° 28. Forma de pago de la demanda encuestada nacional.

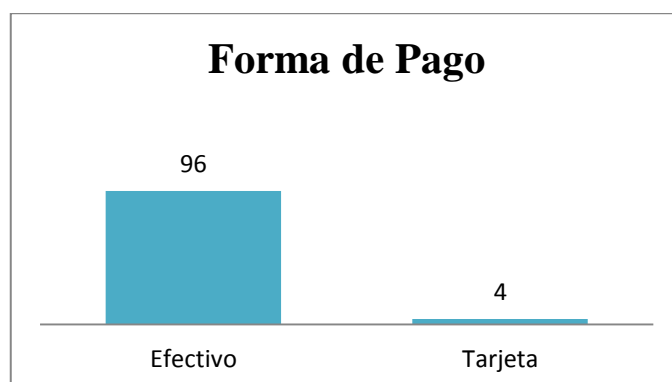
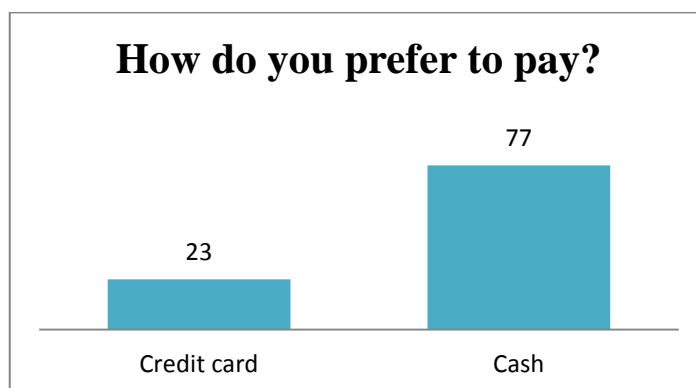


Figura N° 29. Forma de pago de la demanda encuestada internacional.



El cuadro indica que el 96% de las personas encuestadas realizan su pago en efectivo, y el resto con tarjeta de débito, en extranjeros el 77% paga en efectivo y el 23% con tarjeta de débito.

n) Tipo de transporte:

Cuadro N° 43. Tipo de transporte empleado por los turistas encuestados.

Tipo de Transporte	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Personal	47	47	31	31
Alquilado	38	85	25	57
Autobús	65	150	43	100

Cuadro N° 44. Tipo de transporte empleado por los turistas encuestados

What type of transport use to visit tourist places?	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Own	12	12	8	8
Rented	31	43	21	29
Bus	106	149	71	100

Figura N° 30. Tipo de transporte empleado por los turistas encuestados

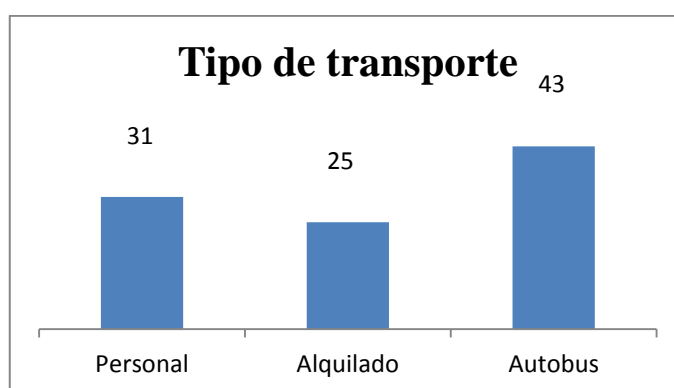
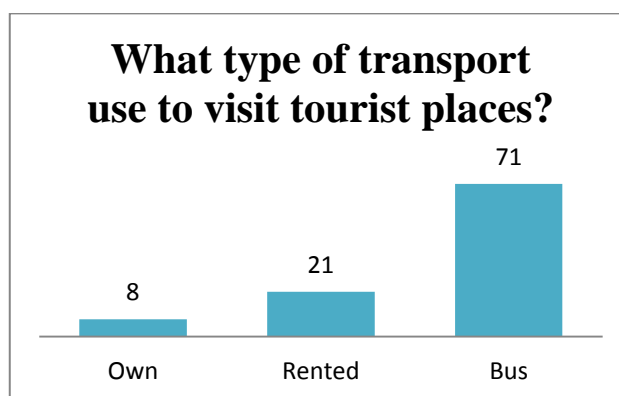


Figura N° 31. Tipo de transporte empleado por los turistas encuestados

El presente cuadro indica que el 43% realiza sus viajes tomando autobús; el 31% viaja en su propio vehículo y el 25% renta un automóvil. Para extranjeros el 71% viaja en bus y el 21% renta un auto.

o) A través de qué medios se informa:

Cuadro N° 45. Medios que utilizan los turistas encuestados.

Medio de información	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Amigos	17	17	11	11
Guías turísticas y folletos	12	29	8	19
Televisión	39	68	26	45
Internet	45	113	30	75
Puntos de Información	22	135	15	90
Radio	15	150	10	100

Cuadro N° 46. Medios que utilizan los turistas encuestados.

What is the way about you informed above tourist activities?	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
Friends	8	8	5	5
Guides	2	10	1	7
TV	0	10	0	7
Internet	117	127	79	85
Turism information	13	140	9	94
Radio	9	149	6	100

Figura N° 32. Medios que utilizan los turistas encuestados.

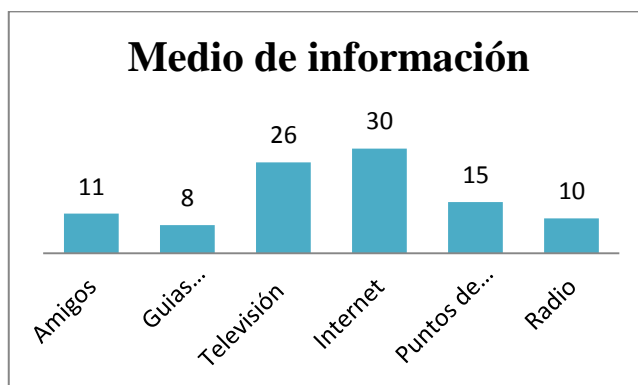
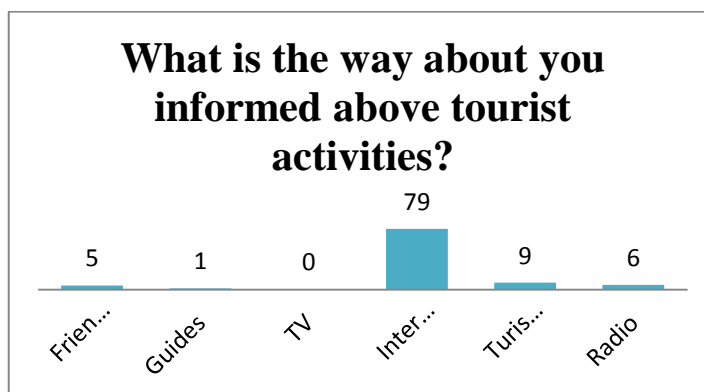


Figura N° 33. Medios que utilizan los turistas encuestados.



El cuadro indica que el 30% de las personas encuestadas prefieren informarse mediante el internet; seguido del 26% por la televisión; el 10% por la radio; el 15% por puntos de información; el 11% por amigos; y el 8% por guías de información, para informarse el 79% prefiere hacerlo por internet para el caso extranjero.

1) Perfil del turista nacional

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la reserva Cotacachi Cayapas, se obtuvo la siguiente información:

El 42% de la demanda pertenece al género femenino, mientras que el 58% es de género masculino; la demanda está en rangos de edad de (14-24) con el 59%; seguidos del 26% entre el

rango (25-35) años; el 81% tienen estudios universitarios y el 10% han culminado sus estudios secundarios.

El 55% de la demanda viaja por distracción; seguidos del 22% que viaja por salud una vez al mes. De esta demanda, el 53% viaja en grupos de 4 a 6 personas; con amigos el 54% y con su pareja prefiere viajar el 35%.

El 28% de la demanda está interesado en realizar turismo comunitario, mientras que el 24% está interesado en realizar turismo científico y el 23% turismo de aventura. El 19% turismo de salud o shamanismo y el 6% agroturismo.

El 30% de las personas encuestadas prefieren informarse mediante el internet, seguido del 26% por la televisión, el 15% por puntos de información y el 11% por amigos, además que el 43% realiza sus viajes en autobús y el 31% se traslada en auto propio, realiza el pago en efectivo el 96% y el 99% está dispuesto a visitar la comuna El Morlán.

2) Perfil del turista extranjero

El 64% proviene de Europa y el 56% de la demanda pertenece al género femenino, mientras que el 44% es de género masculino; esta demanda está en rangos de edad de (14-24) con el 53%; seguidos del 29% entre el rango (25-35) años; el 62% tienen estudios universitarios y el 30% han culminado sus estudios posgrado.

El 56% de la demanda viaja por distracción; seguidos del 23% que viaja por estudios. De esta demanda, el 50% viaja en grupos de 1 a 3 personas; solos el 35% y con su pareja prefiere viajar el 34%.

El 35% de la demanda está interesado en realizar turismo comunitario, mientras que el 35% está interesado en realizar turismo de aventura.

El 79% de las personas encuestadas prefieren informarse mediante el internet, además que el 71% realiza sus viajes en autobús, realiza el pago en efectivo el 77% y el 100% está dispuesto a visitar la comuna El Morlán.

2. Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta se dirá que los recursos naturales y culturales que se encuentran en la comuna El Morlán son de gran valor no solo para las personas que habitan en ese lugar, sino para todos quienes llegan a este maravilloso lugar, motivo por el cual muchas colonias de personas extranjeras han decidido hacer de este lugar su nuevo hogar. En los últimos años la comuna ha ido caminando de la mano con el mejoramiento de todos sus servicios principalmente los básicos, ya se al caso de mejoramiento de vías como de calidad de agua y luz eléctrica, haciendo más grata la visita de propios y extraños.

En la actualidad no existe una oferta turística establecida o que se esté desarrollando, sin embargo, las personas están conscientes del gran potencial que tiene y de los beneficios que podría traer para todas sus familias. La comuna El Morlán cuenta con una serie de recursos turísticos naturales y culturales los mismos que se encuentran ubicados en los alrededores de la comuna con una gran importancia para todos los moradores y quienes han podido visitar este sitio.

Con relación a los atractivos naturales y culturales se debe recalcar los componentes relacionados a las cosas de respeto, fiestas tradicionales y forma de vida actual que conservan en su gran mayoría intactas.

a. Resumen del inventario.

Cuadro N° 47. Matriz resumen.

N° de AT R.	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA I - II - III - IV
1	Mirador Muyu Urco	Manifestaciones culturales	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Espacios simbólicos	
2	Sitio sagrado ceremonial Hierba Buena	Atractivo Cultural	Ritos	Espacio simbólico	
3	Baños del río Alambi	Atractivo Cultural	Ritos	Ritos apotropaicos	

4	Turiñan	Atractivo Cultural	Espacio simbólico		
5	Paukar Raymi	Atractivo Cultural	Fiestas	Celebración religiosa	
6	Mirador Muyu Urco	Manifestaciones naturales	Montaña	Cerro	II
7	Sendero aviturismo	Manifestación natural			III
8	Bosque primario el Jardín	Manifestación natural	Natural	Bosque	III
9	Cascada Caballito	Sitio natural	Ambiente lacustre	Cascada	II
10	Cascada el Jardín	Sitio natural	Ambiente lacustre	Cascada	II
11	Volcán Cotacachi	Sitio natural	Nevado	Nevado	III

Los Atractivos Naturales y Culturales de la comuna El Morlán son muy importantes para la identidad de este pueblo, por lo cual en la evaluación los que más han destacado son, mirador Muyu Urco, Hierba buena, el sendero de aviturismo, los baños del río Alambi, la cascada del jardín, la cascada caballito, el bosque primario el Jardín, los baños de Turiñan, la fiesta del Paukar Raymi, el volcán Cotacachi, dando como fortaleza el momento de plantear a la comuna como un nuevo producto turístico cultural tanto nacional como internacional.

El valor patrimonial cultural y natural ha sido pieza clave para profundizar en la revalorización cultural de este pueblo que ha tenido solamente la agricultura como fuente de ingresos, ahora con la nueva idea de cambio de la matriz productiva se considera al turismo como una idea que podría ser acertada para el desarrollo de los pueblos.

b. Listado de especies de flora y fauna existentes en la zona

Cuadro N° 48. Lista de especies de flora

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	USOS
AGAVACEAE	Faucroyo sp.	Cabuya negra	Alimento para el ganado vacuno.
ASTERACEAE	<i>Bacharis floribundum</i>	Chilco	Alimento para cuyes
AGAVACEAE	<i>Agave americana</i>	Cabuya blanca	Fines comerciales
ASTERACEAE	<i>Taraxacu officinalis</i>	Diente de león	Medicinal
ASTERACEAE	<i>Ambrosia arborescen</i>	Marco	Medicinal

ASTERACEAE	<i>Dodonea viscosa</i>	Chamana	Alimento para cuyes
BIGNONIACEAE	<i>Tecomastans</i>	Cholán	Uso forestal
BROMELIACEAE	<i>Tillandsia tectorum</i>	Bromelia	Ornamental
BRASSICACEAE	<i>Brassica sp.</i>	Col	Alimenticio
CACTACEAE	<i>Opuntia sp.</i>	Tuna	Alimento
CRUSIFERACEAE	<i>Brassicinapus</i>	Nabo	Planta silvestre
FABACEAE	<i>Humulus lupulus</i>	Lupina	Ornamental
FABACEAE	<i>Spartium junceum</i>	Retama	Medicinal
FABACEAE	<i>Trifolium repens.</i>	Trébol blanco	Ornamental
FABACEAE	<i>Lupinus mutabilis</i>	Chocho	Alimenticio
FABACEAE	<i>Vicia haba</i>	Habas	Alimento
LEGUMINOSAE	<i>Tara spinosa</i>	Guarango	Ornamental
MIRTACEAE	<i>Eucalyptus globulus</i>	Eucalipto	Maderable
MIRTACEAE	<i>Ecugenia sp.</i>	Arrayan	Medicinal
MALVACEAE	<i>Malva silvestris</i>	Malva	Medicinal, Maderable
OXALIDACEAE	<i>Oxalis tuberosa</i>	Oca	Alimento
PINACEAE	<i>Pinu sradiata</i>	Pino	Maderable
POACEAE	<i>Cortadeira radiumscola</i>	Zig zig	Alimento para ganado
POACEAE	<i>Hordeum vulgare</i>	Cebada	Alimento
POACEAE	<i>Pennicetum clandestinum</i>	Kicuyo	Alimento para animales
PLANTAGINACEAE	<i>Plantagomajor</i>	Llantén	Medicinal
SOLANACEAE	<i>Solanum caripense</i>	Tsimbalo	Planta silvestre
SOLANACEAE	<i>Solanum tuberosa</i>	Papas	Alimento
TILIACAE	<i>Sambucus nigra</i>	Tilo	Medicinal y Ornamental
URTICACEAE	<i>Urticadicica</i>	Ortiga	Medicinal
VERVENACEAE	<i>Lipiacitriodora</i>	Cedrón	Medicinal
POLYPODIACEAE	<i>Polypodiumlasiopus. Klotzsch</i>	Helechos (yurajchaqui)	Ornamental
SCROPHULARIACEAE	<i>Buddleja incana</i>	Quishuar	Ornamental
VERBENACEAE	<i>Verbenalitorelis.Kuntze</i>	Verbena	Medicinal

Cuadro N°49. Lista de especies de aves

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
FRINGULIDAE	<i>Catamenia analis</i>	Semillero colifajeado
FALCONIDAE	<i>Falco peregrinus</i>	Halcón peregrino
FALCONIDAE	<i>Geranoaetus melanoleucus</i>	Águila pechinegra
HIRUNDINIDAE	<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>	Golondrina azuliblanca
UIRINDINIDAE	<i>Notiochelidon murina</i>	Golondrina ventricafe
PASSERIDAE	<i>Passerdomesticus</i>	Gorrión europeo
PASSERIDAE	<i>Zonotrichia capensis</i>	Chingolo
FALCONIDAE	<i>Tyto alba</i>	Lechuza campanaria
TURDIDAE	<i>Turdus chiguanco</i>	Mirlo chiguanco
TROCHILIDAE	<i>Aglaeactiscupripennis</i>	Rayito brillante
PASSERIDAE	<i>Zonotrichia capensis</i>	Gorrión

TROCHILIDAE	<i>Patagona gigas</i>	Colibrí gigante
FALCONIDAE	<i>Buteopolyosoma</i>	Gavilán variable
HIRUNDINIDAE	<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>	Golondrina

Cuadro N° 50. Lista de especies de mamíferos

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
CAVIDAE	<i>Cavia porcellus</i>	Cuy
LEPORIDAE	<i>Silvilagus brasiliensis</i>	Conejo silvestre
MURIDOS	<i>Mus musculus</i>	Ratón común
CANIDAE	<i>Pseudalopex culpaeus</i>	Zorros del páramo
SCIURUDAE	<i>Sciurus granatensis</i>	Chucuri
DIDELFIDAE	<i>Didelphysp</i>	Raposa

Fuente: Araque 2013

c. Servicios turísticos

En la actualidad la comuna El Morlán no se encuentra prestando ningún servicio turístico.

d. Alojamiento y alimentación

La comuna no cuenta con espacios donde puedan brindar servicios de alojamiento o alimentación, sin embargo, la cabecera parroquial cuenta con cuatro restaurantes que podrían brindar alimentación permanente, hasta que se termine de instalar la plata turística que contara con este servicio y se capacite al personal.

e. Guianza

La comunidad no cuenta con guías nativos, pero se espera contar con el apoyo de las autoridades cantonales para poder capacitar a las personas.

f. Demanda actual

La demanda actual es de 115963 turistas nacionales y 3752 internacionales.

g. Demanda futura

La demanda futura se calculó en base a la fórmula de incremento compuesto cuyo modelo matemático es:

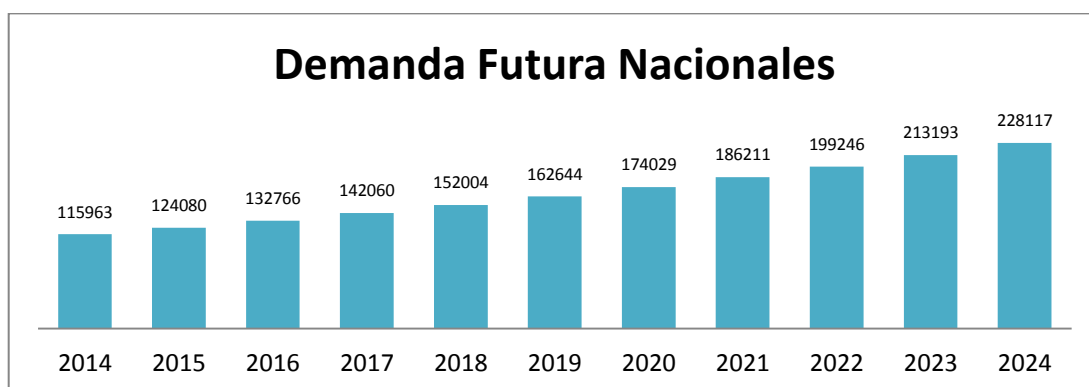
$$C_n = C_0 (1+i)^n$$

Co=	115963
i=	7%

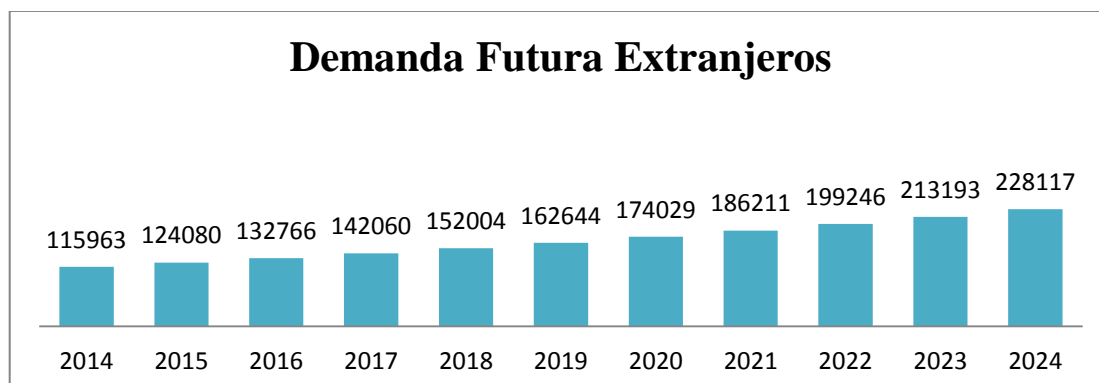
Para proyectar la demanda futura se tomó en consideración los datos que reposan en el boletín de estadísticas turísticas 2015.

Cuadro N° 51. Demanda futura, nacionales.

Año	Demanda
2014	115963
2015	124080
2016	132766
2017	142060
2018	152004
2019	162644
2020	174029
2021	186211
2022	199246
2023	213193
2024	228117

Figura N° 37. Demanda futura nacional.**Cuadro N° 52.** Demanda futura, internacionales.

Año	Demanda
2014	37582
2015	40213
2016	43028
2017	46040
2018	49262
2019	52711
2020	56400
2021	60348
2022	64573
2023	69093
2024	73929

Figura N° 38. Demanda futura.

El cuadro indica la demanda futura comenzando en el año 2014 hasta el año 2024, considerando el porcentaje de incremento establecido en el Barómetro Turístico del Ecuador para el turismo interno y externo.

3. Confrontación de la oferta vs demanda.

a. Análisis de la competencia

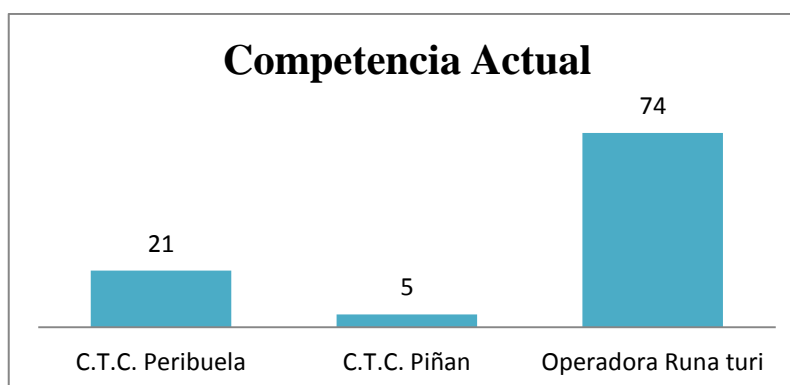
Para determinar la competencia se tomó en cuenta organizaciones que oferten actividades y servicios con características similares a las propuestas en la presente investigación, como son el centro de turismo comunitario Peribuela, el centro de turismo comunitario Piñan y la operadora de turismo Runa Rupari dando un total de 4415 turistas.

b. Competencia actual

Cuadro N° 53. Competencia actual.

Competencia actual	Frecuencia absoluta (# de turistas)	Frecuencia acumulada	Frecuencia porcentual %	Frecuencia porcentual acumulada
C.T.C. Peribuela	947	947	21	21
C.T.C. Piñan	215	1162	5	26
Operadora Runa turi	3253	4415	74	100

Figura N° 39. Competencia actual.



Se puede observar en la figura que la operadora de turismo Runa tupari ocupa el 74% de la competencia identificada, luego el centro de turismo comunitario Peribuela y por último el C.T.C. Piñan, debemos tomar en cuenta que Runa tupari ofrece sus servicios en toda la provincia de Imbabura.

c. Competencia futura

La demanda futura se calculó en base a la fórmula de incremento compuesto cuyo modelo matemático es:

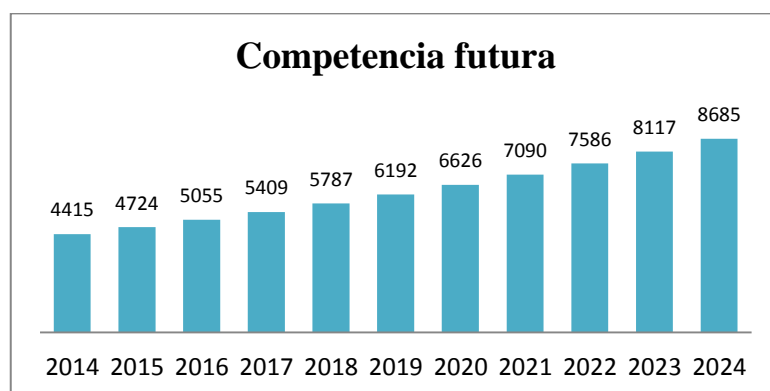
$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Co=	9475
i=	2%

Para proyectar la demanda futura se tomó en consideración los datos del barómetro turístico de Ecuador del 2014, la tasa anual de crecimiento sobre viajes internos es del 7%. (Barómetro Turístico del Ecuador, 2014).

Cuadro N° 54. Competencia futura.

Año	Competencia
2014	4415
2015	4724
2016	5055
2017	5409
2018	5787
2019	6192
2020	6626
2021	7090
2022	7586
2023	8117
2024	8685

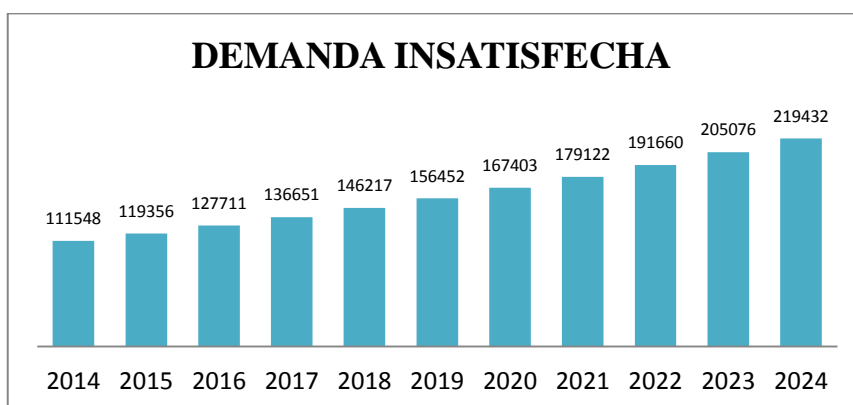
Figura N° 40. Competencia futura.

El cuadro nos indica la demanda futura comenzando en el año 2014 hasta el año 2024 considerando el porcentaje de incremento establecido en el barómetro turístico del Ecuador para el turismo interno.

a. Demanda insatisfecha

Cuadro N° 55. Demanda insatisfecha.

AÑO	DEMANDA FUTURA.	COMPETENCIA FUTURA	DEMANDA INSATISFECHA.
2014	115963	4415	111548
2015	124080	4724	119356
2016	132766	5055	127711
2017	142060	5409	136651
2018	152004	5787	146217
2019	162644	6192	156452
2020	174029	6626	167403
2021	186211	7090	179122
2022	199246	7586	191660
2023	213193	8117	205076
2024	228117	8685	219432

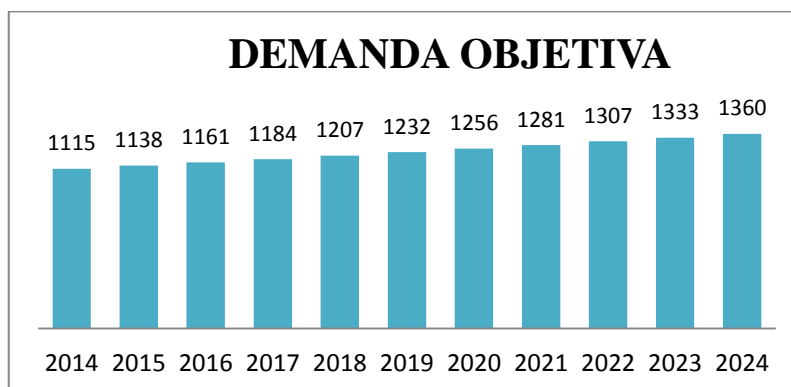
Figura N° 41. Demanda insatisfecha.

El cuadro indica que para el año 2014 el total de la demanda insatisfecha es 111548 y proyectada a 10 años con la fórmula del incremento compuesto con una tasa del 7% que especifica el barómetro turístico de Ecuador para el crecimiento del turismo interno en el año 2024 será de 219432 turistas.

b. Demanda objetiva

Cuadro N° 56. Demanda objetiva.

AÑO	DEMANDA FUTURA.	COMPETENCIA FUTURA	DEMANDA INSATISFECHA.	DEMANDA OBJETIVA(1%)
2014	115963	4415	111548	1115
2015	118282	4503	113779	1138
2016	120648	4593	116055	1161
2017	123061	4685	118376	1184
2018	125522	4779	120743	1207
2019	128033	4875	123158	1232
2020	130593	4972	125621	1256
2021	133205	5071	128134	1281
2022	135869	5173	130696	1307
2023	138587	5276	133310	1333
2024	141358	5382	135976	1360

Figura N° 42. Demanda objetiva

El cuadro nos indica que tomando en cuenta la aceptación para conocer la comunidad los servicios y actividades se consideró para el año 2014 que la cuota de mercado a captar es el 1% con un total de 1115 turistas y proyectada a 10 años con la fórmula del incremento compuesto con una tasa del 2% que especifica el barómetro turístico de Ecuador para el crecimiento del turismo interno en el año 2024.

4. Diseño mercadotécnico

Como se ha podido evidenciar en el estudio de mercado, los turistas dentro de sus preferencias está el turismo comunitario y de aventura, por lo tanto, estos son los parámetros que se han tomado en consideración para poder realizar las estrategias necesarias.

a. Declaratoria de la imagen turística de la comuna El Morlán.

La comuna El Morlán pertenece a la parroquia Imantag del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, cuenta con trece atractivos turísticos.

En cuanto a la tipología de los atractivos de la parroquia, se tiene que dentro de los atractivos el 100% son culturales con valor material e inmaterial correspondiente al ámbito de conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo. En este sentido tenemos tres atractivos con categoría III y tres con categoría II siendo estos últimos pertenecientes a las fichas del MINTUR, dándonos un total de once atractivos junto con los inventariados con las fichas del I.N.P.C.

Esto indica que son atractivos de interés local y nacional, aclarando que a más de los atractivos identificados se pueden realizar en la zona actividades tales como convivencia comunitaria, participación en fiestas, degustación de la gastronomía, paseo a caballo, avistamiento de flora y

fauna, aviturismo, turismo de aventura (bikking, camping, canopping), para el desarrollo turístico del lugar.

La imagen turística de la comuna El Morlán se define por ser poseedora de atractivos naturales y culturales que se complementan, generando la posibilidad de desarrollar actividades turísticas. Por lo tanto, la imagen turística de la comuna El Morlán es la siguiente:

“Comuna El Morlán, historia con magia y cultura, cuna de la herencia Cotacachi con un legado ancestral en la provincia de Imbabura”



b. Dotación de facilidades turísticas

En todo el proceso de planificación y ejecución del proyecto se tomarán en cuenta todos los aspectos que permitan una mejor estancia del turista, sea para esto necesario la adecuación de una planta turística, el mejoramiento de los senderos, la capacitación del personal y el aprovechamiento de los recursos tanto naturales como culturales de una manera sustentable.

c. Interpretación de los atractivos durante el tour

Durante toda la estancia se dará prioridad a la interpretación de los recursos, para poder entender de una mejor manera su papel e importancia en todo el entorno, además permitirá brindar un producto con valor agregado ya que estaremos brindando un producto que concientice y permita conocer más de nuestro alrededor.

d. Carácter del paquete

Los productos tendrán una interrelación de lo natural con lo cultural ya que los dos van de la mano, al encontrarse en una zona en la cual es parte de su cosmovisión

Cuadro N°57. Productos turísticos en la comuna El Morlán

Nº	PAQUETE	MERCADO OBJETIVO	TIEMPO DE DURACIÓN	CARÁCTER DEL PAQ.	NUMERO DE PAX
1	Saberes ancestrales	Turistas nacionales y extranjeros.	Dos días, dos noches.	Natural y cultural.	4 12 24
2	El despertar de las aves	Turistas nacionales y extranjeros.	Un día	Natural y cultural.	4 12 24
3	Runa yacu	Turistas nacionales y extranjeros.	Tres días dos noches.	Natural y cultural.	4 12 24
4	Cotacachi pamba	Turistas nacionales y extranjeros.	Tres días dos noches.	Natural y cultural.	4 12 24

e. Estrategias de precio

Para establecer un valor que sea estratégicamente adecuado, se tomó en cuenta el mercado objetivo, a la vez los costos que estaban en el mercado para poder ser una buena opción el momento de ofertar los productos.

f. Promoción en ventas, plazas.

En los planes de ventas se tendrá que implantar estrategias que sean tentadoras para nuestros futuros clientes, sea el caso que por cada diez clientes uno gratis, así como promover el viaje en temporada baja disminuyendo los costos de operación, buscando un posicionamiento en el mercado.

g. Comisión por ventas por parte de operadoras

Para tener alianzas estratégicas se propondrá a las operadoras de turismo y agencias de viaje un 5% en las ventas realizadas, a fin de fomentar una dinamización económica en varios frentes comerciales.

Cuadro N° 58. Comisiones por venta de paquetes.

PAQUETES	4	12	24	5%	5%	5%
Saberes ancestrales	\$105	\$99	\$93	\$5,25	\$4,95	\$4,65
El despertar de las aves	\$79	\$64	\$58	\$3,95	\$3,2	\$2,9
Runa yacu	\$84	\$69	\$63	\$4,2	\$3,45	\$3,15
Cotacachi pamba	\$151	\$138	\$116	\$7,55	\$6,9	\$5,8

PAQUETES	5%	5%	5%
Saberes ancestrales	\$110,25	\$103,95	\$97,65
El despertar de las aves	\$82,95	\$67,2	\$60,9
Runa yacu	\$88,2	\$72,45	\$66,15
Cotacachi pamba	\$158,55	\$144,9	\$121,8

h. Estrategias de plaza

Para poder tener una adecuada plana de ventas se publicitará nuestros servicios en varias ciudades del país por medio de la página web y alianzas estratégicas que previamente serian establecidas.

i. Estrategias de promoción

Para una adecuada estrategia en promociones y servicios ofertados se dará a conocer sobre los productos con la ayuda de varios medios publicitarios y participación en ferias turísticas, así como las noticias en la página web del C.T.C.

Cuadro N° 59. Estrategias de promoción

ESTRATÉGIA	POLÍTICA	TARGET
Participar en ferias y eventos de turismo	Ser un prestador de servicios turísticos reconocido.	Realizar charlas con personas claves en el mundo del turismo, como gerentes de empresas turísticas y autoridades gubernamentales.
Distribución de informativos	Estar presentes con información de nuestra empresa en todo momento.	Entregar material publicitario a visitantes nacionales y extranjeros, además de operadoras y agencias de viaje.
Contratación de medios publicitarios eventuales.	Tener espacios establecidos de difusión turística ambiental	Realizar cuñas radiales ofertando nuestros productos y promoviendo la realización de esta actividad, con profesionales del área.

Cuadro N° 60. Plan de medios publicitarios

TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	OBJETIVO	PÚBLICO	ESTRATEGIA	COSTO ANUAL \$
MEDIOS PUBLICITARIOS					
Radio	Contratar el servicio de cuñas publicitarias	Darse a conocer en diferentes sectores de la provincia	Brindar información eficaz de los servicios que ofertamos a todas las personas	Pasar tres cuñas durante el día, durante las horas de mayor audiencia.	240
Prensa	Contratar un espacio en el periódico en el cual enviemos información y promociones a la ciudadanía.	Poder ganar mercado mediante la creación del interés del visitante.	Todas las personas que puedan acceder a este medio de comunicación.	Contratar un espacio cada domingo en la página de noticias.	144
Internet	Crear una página web en la cual podamos darnos a conocer, recibir noticias y crear nuevos contactos	Poder mostrarnos al mundo con la ayuda del internet y en varios idiomas	Todos los interesados en nuestra página sean turistas nacionales o internacionales, o quien desee información sobre nuestro servicio.	Brindar información gratuita y la opción de descargarse artículos de nuestros viajes y visitas.	165
MATERIAL PROMOCIONAL					
TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	OBJETIVO	PÚBLICO	ESTRATEGIA	COSTO ANUAL \$
Llaveros	Diseñar llaveros por parte de la comuna para la entrega de los visitantes	Darnos a conocer de una manera permanente con nuestros clientes.	Todos quienes visiten nuestra empresa.	Entregar un llavero a todos quienes visiten nuestro C.T.C.	50
Esferos	Elaborar esferos con el logotipo del CTC.	Tener un gesto de amabilidad y brindar propaganda que será útil tanto para el cliente como para el C.T.C.	Todas las personas con quienes se entable una charla	Entregar un esfero el momento de hacer contacto con alguna persona.	25
Tarjetas	Tarjetas que se entreguen a todos los contactos que se	Darnos a conocer y mantener un contacto con personas estratégicamente	Personas estratégicas para el desarrollo de la empresa	Entregar una tarjeta a personas que deseen ponerse en contacto con	18

	realicen	importantes para el desarrollo de nuestra actividad.		nosotros.	
Hojas membretadas	Formato A4 de 70g.	Realizar todos los tramites que sean necesarios en hojas que tengan el logotipo del CTC.	Todos con quienes debemos entablar una relación.	Redactar todo tipo de documento en las hojas con nuestro logotipo	36
Trípticos	Diseño de un tríptico informativo	Entregar material informativo con los datos principales del CTC.	Turistas nacionales y extranjeros	Situarlos en lugares de fácil acceso, son el fin de que puedan ser obtenidos fácilmente por los turistas	60
TOTAL					738

j. Tarjetas de presentación



**Centro de Turismo Comunitario
El Morlán**

Actividades turísticas y alojamiento en construcción tradicional.

Comuna El Morlán, Parroquia Imantag
Cantón Cotachachi, Provincia Imbabura

Teléfono: 072567555
Cel: 098 42 12 416
Correo electrónico: centroelmorlan@gmail.com

k. Hojas membretadas

Centro de Turismo Comunitario
El Morán
Comuna El Morán
Parroquia Imbabura, Canelo
Cotacachi, Provincia de Imbabura

Teléfono: 072547555
Cel: 092 42 04 507
canoelemoran@gmail.com
canoelemoran.blogspot.com



I. Trípticos

Actividades turísticas

El área natural de la comuna El Morlán permite la realización de diversas actividades turísticas en función de las necesidades y gustos del visitante. Los baños en las cascadas son la opción ideal para las personas que buscan descanso y bienestar. Los centros sagrados son un lugar privilegiado para conocer de primera mano la historia y la cultura de las poblaciones que habitan la comuna. Las actividades en el área natural permiten el contacto con la naturaleza y el avistamiento de fauna, aves y mamíferos de la zona.



MÁS INFORMACIÓN

Centro de Turismo Comunitario El Morlán
Comuna El Morlán
Parroquia Imantag, Cantón Cotacachi, Provincia
Teléfono: 0725673555
Cel: 098 42 04 507
Correo electrónico: centroelmorlan@gmail.com



*El Morlán,
un jardín a los pies del Cotacachi*



Centro de Turismo
Comunitario
El Morlán

centroelmorlan.blogspot.com

Centro de Turismo Comunitario El Morlán

El Morlán es una comunidad situada a los pies del volcán de Cotacachi, un lugar excepcional en el norte del Ecuador. La zona cuenta con diversos lugares de interés cultural, patrimonial y natural que lo convierten en un área con un alto valor turístico.

El Centro de Turismo Comunitario El Morlán ofrece un alojamiento tradicional para las personas que desean conocer las faldas del volcán Cotacachi de manera sostenible y respetuosa con el entorno.

Descubriendo El Morlán

El Centro de Turismo Comunitario de El Morlán permite al visitante descansar en pleno corazón de la provincia de Imbabura. El centro dispone de habitaciones grupales, dobles e individuales, para ofrecer una estancia inolvidable adaptada a las distintas necesidades.

A pocos kilómetros del centro se pueden realizar las diversas actividades lúdicas que ofrece el centro y que se pueden solicitar en forma de paquetes turísticos: La Cascada Caballito, la Cascada El Jardín, el Centro Sagrado Ceremonial Yerba Buena, el Centro Sagrado Ceremonial Muyo Urco y los Baños Sagrados del Río Alambi son algunas de las propuestas lúdicas para todos los gustos y necesidades.



PARA MÁS INFORMACIÓN

Centro de Turismo Comunitario El Morlán
Comuna El Morlán
Parroquia Imantag, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura
Teléfono: 0725673555
Cel: 098 42 04 507
Correo electrónico: centroelmorlan@gmail.com

C. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO

1. Datos generales

a. Ubicación

El centro de recepción del visitante estará en el centro de la Comuna El Morlán, en un espacio de uso público, al mismo que se le ha realizado una reconstrucción que permita cumplir con los objetivos planteados para el desarrollo del turismo comunitario, siendo este ubicado estratégicamente para cumplir con los recorridos que se ofertarán en los paquetes estructurados.

b. Objetivos

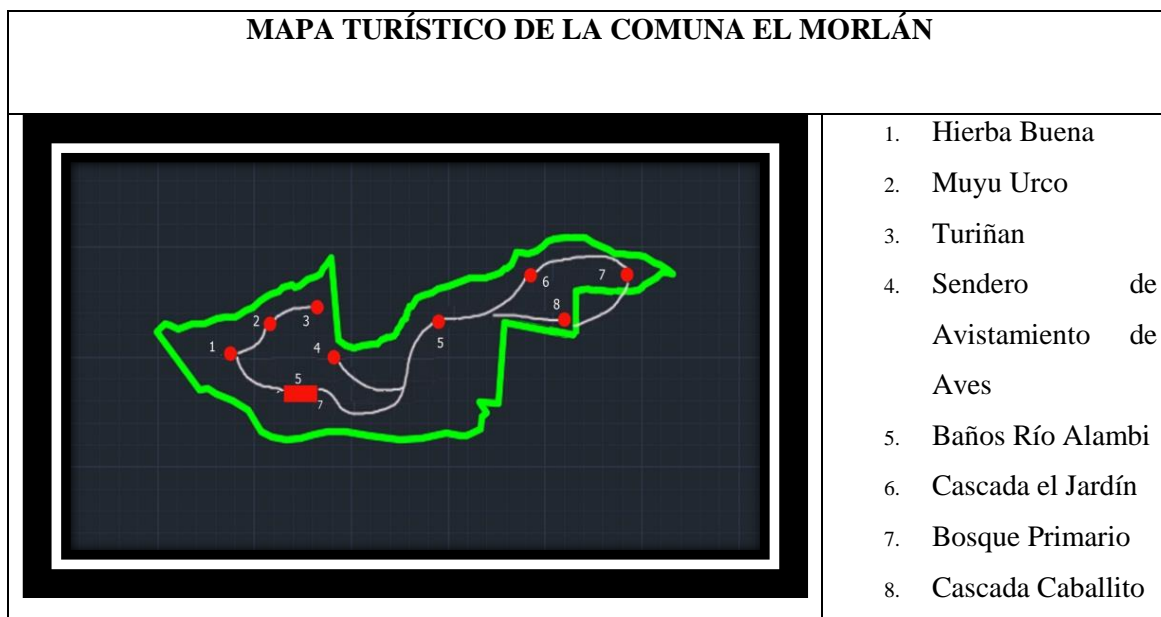
- Fomentar la actividad turística en el sector y la dinamización de la economía.
- Ayudar a las familias a realizar actividades alternativas a las existentes y mejorar sus ingresos económicos.
- Revalorizar y fortalecer culturalmente a la comuna El Morlán.
- Posesionar a la comuna El Morlán como un destino turístico que sea apreciado por los turistas tanto nacionales como internacionales.

c. Atractivos

- Mirador Muyu Urco
- Centro ceremonial Hierba Buena
- Baños del río Alambi
- Turiñan
- Paukar Raymi
- Mirador Muyu Urco
- Sendero de avistamiento de aves
- Bosque primario el Jardín
- Cascada Caballito
- Cascada El Jardín
- Volcán Cotacachi

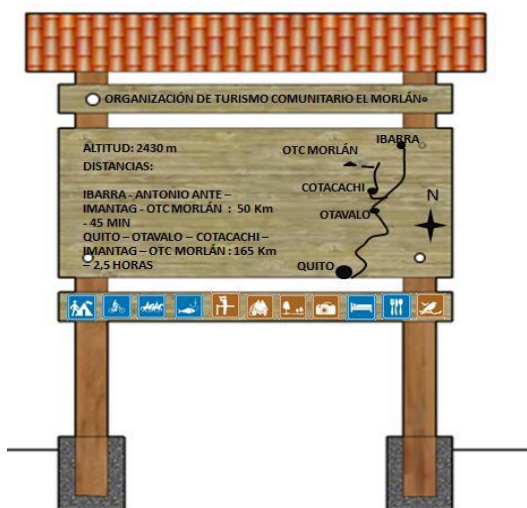
d. Mapa turístico de la comuna El Morlán

Figura N° 43. Mapa turístico de la comuna El Morlán



e. Letrero Interpretativo

Figura N° 44. Letrero Interpretativo.



Por: Araque 2013

2. Área de construcción y características de la planta turística

La comuna El Morlán cuenta con un espacio de 60 m. de largo por 30 m. de ancho en el mismo que se instalará un centro de recepciones que contará con una recepción, una sala de estar, un centro de interpretación cultural y ambiental, una cocina, baterías sanitarias y ocho dormitorios

que estarán destinados a los distintos grupos que visiten el lugar. En la parte externa se dispondrá un centro ceremonial hacia el nacimiento y ocultamiento del sol, y una cabaña privada destinada a parejas o familias que visiten la comuna. Además, el área será decorada con jardines.

a. Tipología de la construcción

La construcción será mixta, de una sola planta, en su mayoría se utilizarán materiales de la zona para su construcción para disminuir los impactos ambientales.

b. Decoración

Todas las áreas estarán decoradas con fotografías de los atractivos de la comunidad El Morlán, así como de las manifestaciones culturales que se identifican en la zona. Los tapetes y cortinas en su mayoría serán manufacturados por las personas de la comunidad

c. Diseño de la planta turística

Figura N° 45. Diseño del C.T.C.

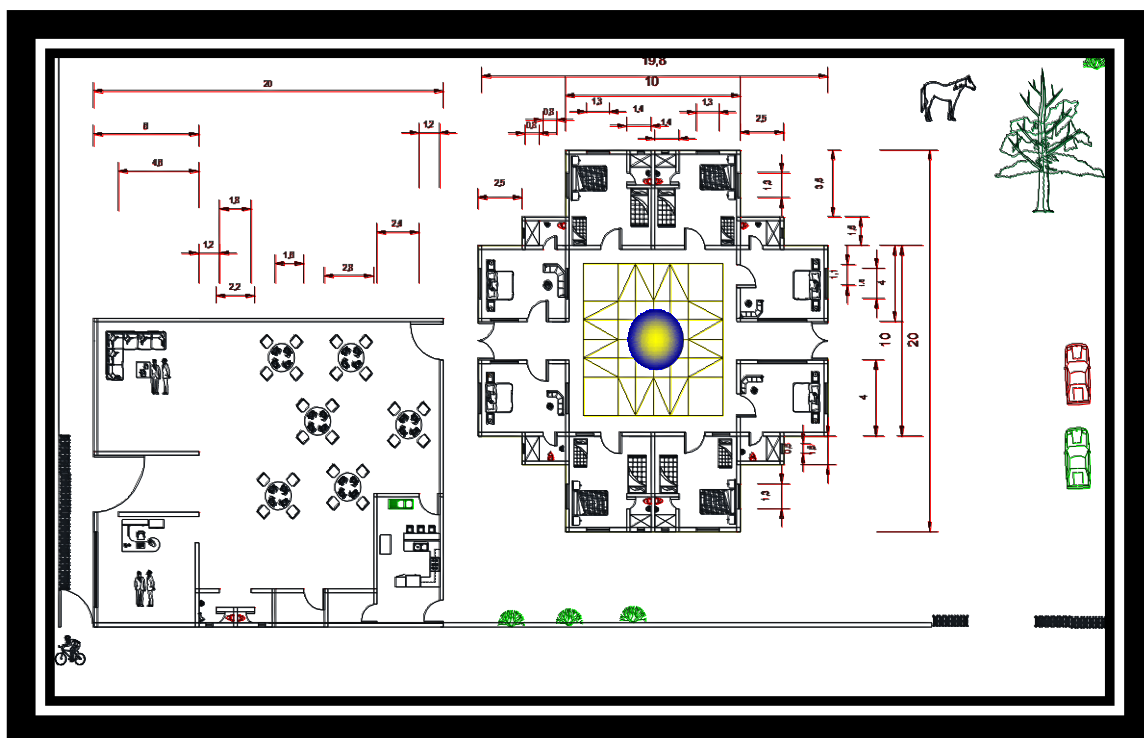


Figura N° 46. Centro de turismo comunitario.



1) Costos de construcción

Cuadro N° 61. Costos de construcción

Gasto previo a la construcción	Cantidad	unidad	Precio unitario	TOTAL \$
Limpieza y desbroce del terreno	295.86	m2	0.10	29586
Nivelación del terreno	20	m3	1	20
Excavación de plintos	20	m3	2.50	50
Excavación de cimientos	19	m3	2.50	47,5
CONSTRUCCIÓN				
Plintos	10	m3	150	1500
Columnas	23	m3	150	3450
Cimientos de cadena	30	m3	120	3600
Cadenas inferiores	10	m3	120	1200
Vigas	10	m3	100	1000
CUBIERTA				
Viga superior de madera 10,6	2	unidad	30	60
Viga inferior de madera 5,6	10	unidad	15	1500
Estructura de cubierta	1	unidad	500	500
Tejas	200	m2	5	1000
MAMPOSTERIA				
Ladrillos	480	m2	12	5760
PISOS				
Madera	100	m2	12	1200
Cerámica en cocina y baños	20	m2	15	300
Porcelanato	200	m2	18	3600
VENTANAS				
Ventanas de madera con vidrio de 6mm	68	m2	40	2720
PUERTAS				
Puertas de madera para plata turística	18	unidad	120	2160
INSTALACIONES				
Eléctrica	70	unidad	4	280

Agua entubada	1	unidad	200	200
Pozos ciegos	10	unidad	100	1000
Duchas	8	unidad	15	120
SERVICIOS SANITARIOS Y LAVADEROS				
Lavantin de cocina	1	unidad	30	30
Lavabos	10	unidad	30	300
Inodoros	10	unidad	55	550
Urinario	1	unidad	45	45
TOTAL				\$61778,5

d. Equipamiento necesario

Todas las habitaciones estarán equipadas con lo necesario para contar con una estancia cómoda, tomando en cuenta las exigencias que se evidenciaron en el estudio de mercado y el segmento a ofertar. (Cuadro 59)

1) **Habitaciones:** Todas las habitaciones contarán con su cama matrimonial y en otros casos serán individuales y familiares, además se las podrá adecuar para grupos de amigos.

2) **Baños:** Todos los baños en las habitaciones contarán con el menaje necesario esto es toallas, jabón papel y shampoo. (Cuadro 59)

Cuadro N° 62. Menaje y equipamiento para habitaciones

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	TOTAL \$
Sábanas de 2 pl.	8	12	96
Sábanas de 1 pl.	16	10	160
Toallas grandes	24	8	192
Toallas pequeñas	24	5	120
Hedredones grades	8	25	200
hedredones peq.	16	15	120
Almohadas	24	8	192
Bases grandes	8	50	400
Bases peq.	16	38	304
Literas	4	70	280
mesas de noche	16	35	560
Colchones de 2 plaz.	8	150	600
Colchones de 1 plaz.	16	100	1600
Cortinas	32	60	1920
Juego de muebles	6	180	1080
cortinas de baño	8	2	16

TOTAL			\$7840

- 2) **Oficina y recepción:** En esta sección se procurará contar con todo el mobiliario necesario para recibir a los turistas y realizar la operación turística.

Cuadro N° 63. Equipamiento de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	TOTAL \$
Escritorio	1	150	150
Sillas	2	35	70
Archivador	1	40	40
Computadora	1	650	650
Silla giratoria	1	125	125
Teléfono	1	30	30
Impresora	1	35	35
Botellón de Agua	1	10	10
Dispensador de agua	1	25	25
TOTAL			\$1135

- 4) **Área de la cocina y el restaurante:** La cocina deberá contar con todo el menaje necesario, así como con el mobiliario que permita realizar las actividades a satisfacción y sin inconvenientes ya que es aquí donde se procesaran los alimentos, en su mayoría propios de la zona. En el restaurante se proporcionará del mobiliario y menaje necesarios para que los clientes puedan sentirse a gusto el momento de degustar de los alimentos.

Cuadro N° 64. Menaje y equipamiento de cocina y restaurante

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	TOTAL \$
Colador	4	5	20
Platera	1	50	50
Menaje (mantelerías, servilletas, etc.)	6	30	180
Juego de cuchillos	2	45	90
Tabla de picar	2	2	4
Juego de útiles de cocina	2	45	90
Juego de ollas	2	50	100
Jarras	2	8	16
Comedor	6	100	600
Horno	1	200	200
Tanque de gas	2	55	110
Cocina industrial	1	450	450
Juego de sartenes	2	35	70

Vajilla	24	5	120
TOTAL			\$2100

2. Paquetes turísticos

Para el diseño de los paquetes turísticos se han tomado en cuenta los atractivos que han sido inventariados anteriormente y han sido considerados estratégicamente para que pueden complementarse entre sí, para brindar una mejor experiencia a quienes los visiten. A más de esto se ha considerado poner en algunos casos los nombres en kichwa ya que es propio de la zona y conlleva un significado con la actividad a realizarse.

a. **Paquete número uno: “Saberes Ancestrales”**

1) Características generales del paquete

Nombre del tour: Saberes Ancestrales

Código: CTCM01

Duración: Dos noches, dos días

Carácter: Naturaleza y cultural

Dificultad: Moderado

Altitud: 2800 m.s.n.m.

Precio: de 4 pax \$105 por persona; de 12 pax \$99 por persona; de 24 \$93 por persona.

2) Itinerario

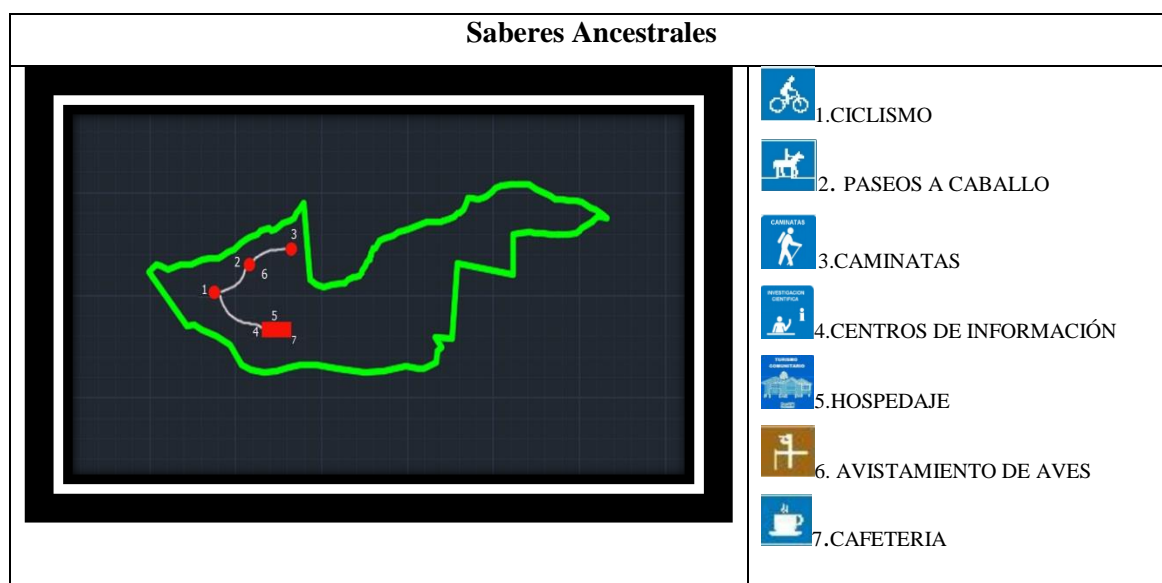
Cuadro N° 65. Itinerario paquete CTCM01

SABERES ANCESTRALES		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
1	5 pm	Coctel de bienvenida, presentación del guía y recomendaciones generales
	6 pm	Cena tradicional
	7 pm	Presentación de grupo musical.
	8 pm	Descanso
2	4:30 am	Salida al centro ceremonial Hierba buena
	5 am	Inicio de la ceremonia del nacimiento del sol
	8 am	Fin de ceremonia
	8:30 am	Box lunch
	9:00 am	Ascenso al centro ceremonial Muyu Urco
	13:00 pm	Almuerzo
	14:00 pm	Preparación del camping

	15:00 pm	Tarde cultural
	17:00 pm	Ceremonia de despedida del sol
	16:00 pm	Cena
	19:00 pm	Noche cultural
	22:00 pm	Descanso
3	8:00 am	Desayuno
	10:00 am	Visita al centro ceremonial Turiñan
	11:00 am	Regreso al C.T.C. El Morlán
	12:00 pm	Almuerzo
	13 pm	Despedida
<p>Descripción del paquete:</p> <p>Los turistas llegan al centro de turismo comunitario, en horas de la tarde, para luego de recibir un coctel de bienvenida tener las indicaciones que deberán llevar a cabo en su estancia.</p> <p>Luego de instalarse en las habitaciones estará prevista una cena tradicional con la que podrán degustar los platos típicos de la zona, sin embargo, podrán escoger platos a la carta y bebidas que no están incluidos en el costo del paquete. Posteriormente se presentara un grupo musical de la comuna con el que degustaran los visitantes, para luego retirarse a sus habitaciones ya que al día siguiente se tendrá que salir a las vertientes naturales en horas de la madrugada. Al día siguiente se saldrá del C.T.C. a las cuatro y treinta de la mañana para dirigimos al centro ceremonial Hierba Buena, para dar inicio a la ceremonia del nacimiento del sol, en esta ceremonia se purificara el cuerpo y alma como lo hacían los abuelos con sus hijos y nietos. Al finalizar la ceremonia recibirán un refrigerio reforzado en compensación al desayuno del día, continuando con el ascenso del mirador y centro ceremonial Muyu Urco. En la cima del cerro se recibirá un almuerzo previamente preparado y se realizará el levantamiento del campamento en el cual se realizará la ceremonia de despedida del sol y en la noche se tendrá la participación de varios artistas de la comuna.</p> <p>EL último día se brindará el almuerzo a las 8 de la mañana para luego descender y visitar el último centro ceremonial del tour Turuñan para seguidamente regresar al C.T.C. y prepararse para el almuerzo, entrega de subvenir y despedida.</p>		
<p>Rango de Pax:</p> <p>4: \$105; 12: \$99; 24: \$93</p>		

Incluye: hospedaje, coctel de bienvenida, dos cenas, dos almuerzos, un box lunch y souvenir.

Figura N° 47. Mapa temático del paquete CTCM01.



b. Paquete número dos: “El Despertar de las Aves”

1) Características generales del paquete

Nombre del tour: El Despertar de las Aves

Código: CTCM02

Duración: Dos días, una noche.

Carácter: Naturaleza y cultural

Dificultad: Moderado

Altitud: 2230 m.s.n.m.

Precio: de 4 pax \$79 por persona; de 12 pax \$64 por persona; de 24 \$58 por persona.

2) Itinerario

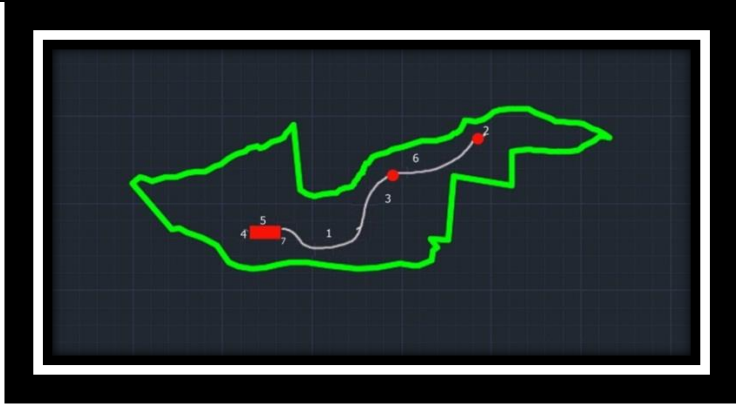
Cuadro N° 66. Itinerario paquete CTCM02








EL DESPERTAR DE LAS AVES		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
1	5 pm	Coctel de bienvenida
	7 pm	Cena
	8 pm	Noche cultural
	10 pm	Descanso
2	5:30 am	Desayuno
	6:00 am	Salida al sendero
	6:20 am	Inicio del sendero
	7:00 am	Avistamiento de aves
	11:00 am	Visita a los baños del río Alambi
	11:00 am	Box lunch
	13:00 pm	Regreso al C.T.C.
	14:00 pm	Almuerzo
	15:00 pm	Entrega de souvenir
	15:30 pm	Despedida
<p>Descripción del paquete:</p> <p>Los turistas llegan al centro de turismo comunitario, en horas de la tarde, para luego de recibir un coctel de bienvenida tener las indicaciones que deberán llevar a cabo en su estancia. Luego de instalarse en las habitaciones estará prevista una cena tradicional con la que podrán degustar los platos típicos de la zona, sin embargo podrán escoger platos a la carta y bebidas que no están incluidos en el costo del paquete. Posteriormente se presentará un grupo musical de la comuna con el que degustaran los visitantes, para luego retirarse a sus habitaciones ya que al día siguiente se tendrá que salir al sendero de aviturismo, donde se podrán observar aves endémicas de la zona y especies menores. Posteriormente se transitará por el sendero hasta llegar al río Alambi y en un trayecto corto llegar a las pozas de agua cristalina que se forman en su interior, donde podrán tomar baños que según los pobladores purifican a las personas que se bañan en sus aguas, eliminando las malas energías y renovando las positivas, a la vez se entregara el box lunch.</p> <p>A las doce del día se retornará al C.T.C. donde se arreglarán para el almuerzo, posterior entrega de souvenir y despedida.</p>		
<p>Rango de Pax:</p> <p>4 \$79; 12 \$64; 24: \$58</p>		

Incluye: Hospedaje, coctel de bienvenida, dos cenas, dos almuerzos, un box lunch y subvenir.

Figura N° 48. Mapa temático del paquete CTCM02.

El Despertar de las Aves



-  1. CICLISMO
-  2. PASEOS A CABALLO
-  3. CAMINATAS
-  4. CENTROS DE INFORMACIÓN
-  5. HOSPEDAJE
-  6. AVISTAMIENTO DE AVES
-  7. CAFETERIA

c. Paquete número tres: “Runa Yacu”

1) Características generales del paquete

Nombre del tour: Runa Yacu

Código: CTCM03

Duración: Tres días, dos noches

Carácter: Naturaleza y cultural

Dificultad: Moderado

Altitud: 2200 m.s.n.m.

Precio: de 4 pax \$84 por persona; de 12 pax \$69 por persona; de 24 \$63 por persona.

2) Itinerario

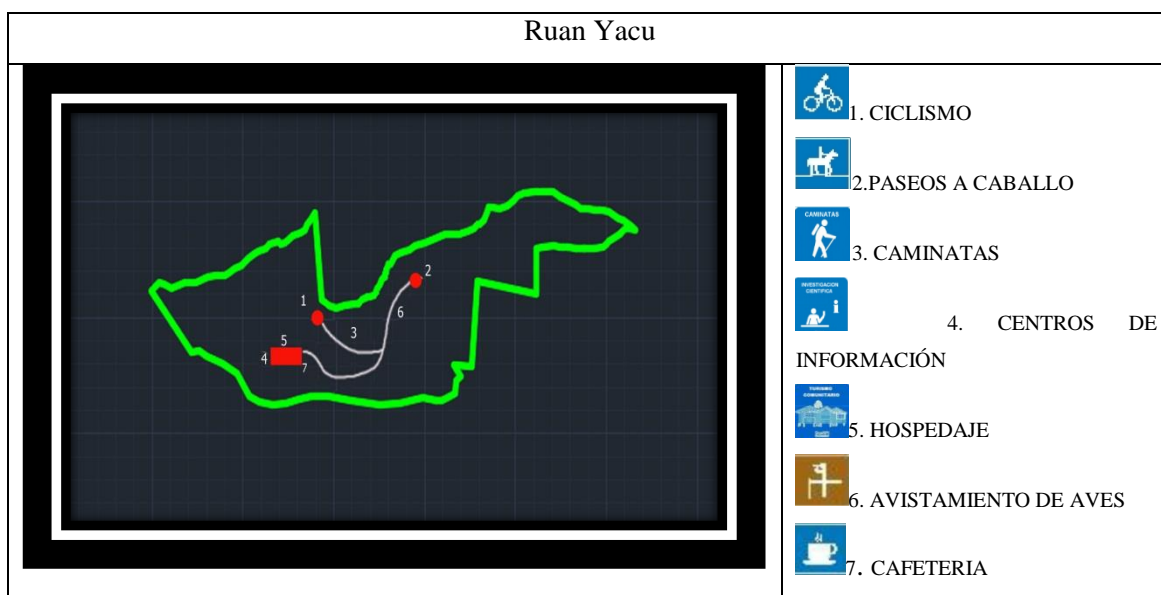
Cuadro N° 67. Itinerario paquete CTCM03

RUNA YACU		
DÍA	HORA	ACTIVIDAD
1	9 am	Bienvenida y coctel
	10am	Salida a los baños del río Alambi
	10.30 am	Box lunch.
	8 pm	Retorno al C.T.C
2	4:30 am	Almuerzo
	5 am	Descanso
	8 am	Salida al mirador Muyu Urco
	8:30 am	Descenso
	9:00 am	Visita al centro ceremonial Hierba Buena

	13:00 pm	Retorno al C.T.C.
	14:00 pm	Prácticas ancestrales
	15:00 pm	Cena
	17:00 pm	Noche Cultural
	19:00 pm	Descanso
3	9:00 am	Desayuno
	10am	Despedida
<p>Descripción del paquete:</p> <p>Los turistas llegan al centro de turismo comunitario, en horas de la tarde, para luego de recibir un coctel de bienvenida tener las indicaciones que deberán llevar a cabo en su estancia.</p> <p>Luego de instalarse en las habitaciones estará prevista una cena tradicional con la que podrán degustar los platos típicos de la zona, sin embargo, podrán escoger platos a la carta y bebidas que no están incluidos en el costo del paquete. Posteriormente se presentará un grupo musical de la comuna con el que degustaran los visitantes, para luego retirarse a sus habitaciones ya que al día siguiente se tendrá que salir a las vertientes naturales en horas de la madrugada.</p> <p>Al día siguiente se saldrá del C.T.C. a las cuatro y treinta de la mañana dirigirse al centro ceremonial Hierba Buena, para dar inicio a la ceremonia del nacimiento del sol, en esta ceremonia se purificará el cuerpo y alma como lo hacían los abuelos con sus hijos y nietos. Al finalizar la ceremonia recibirán un refrigerio reforzado en compensación al desayuno del día, continuando con el ascenso del mirador y centro ceremonial Muyu Urco. En la cima del cerro se recibirá un almuerzo previamente preparado y se realizara el levantamiento del campamento en el cual se realizará la ceremonia de despedida del sol y en la noche se tendrá la participación de varios artistas de la comuna.</p> <p>El último día se brindará el almuerzo a las 8 de la mañana para luego descender y visitar el último centro ceremonial del tour Turuñan para seguidamente regresar al C.T.C. y prepararse para el almuerzo, entrega de subvenir y despedida.</p>		
<p>Rango de Pax:</p> <p>4 \$84; 12 \$69; 24 \$63</p>		

Incluye: Hospedaje, coctel de bienvenida, dos cenas, dos almuerzos, un box lunch y souvenir.

Figura N° 49. Mapa temático del paquete CTCM03.



d. Paquete número cuatro: “Cotacachi Pamba”

1) Características generales del paquete

Nombre del tour: Cotacachi Pamba

Código: CTCM04

Duración: Tres días,dos noches

Carácter: Naturaleza y cultural

Dificultad: Moderado

Altitud: 3200 m.s.n.m.

Precio: de 4 pax \$151 por persona; de 12 pax \$138 por persona; de 24 \$116 por persona.

2) Itinerario

Cuadro N° 68. Itinerario paquete CTCM04

COTACACHI PAMBA		
DÍA	HORA	ACTIVIDADES
1	9 am	Coctel de bienvenida
	10 am	Salida al sendero de aviturismo
	11 am	Llegada al río Alambi
	12 am	Legada a los baños del río Alambi y entrega de box lunch
2	3 pm	Visita a la cascada el Jardín
	4 pm	Salida al bosque primario el jardín
	5 pm	Llegada al bosque primario
	5:30 pm	Armado del campamento
	6:30 pm	Cena
	20:00 pm	Descanso
3	8:00 am	Desayuno
	9:00 am	Salida a la cascada Caballito
	11: am	Visita a la cascada caballito
	11:30 am	Box lunch
	14:00pm	Regreso al C.T.C.
	15:00 pm	Tarde cultural
	19:00 pm	Cena
	20 pm	Descanso
	9:00 am	Desayuno
	10:00 am	Entrega de subvenir y despedida
<p>Descripción del paquete:</p> <p>Los turistas llegan al centro de turismo comunitario, en horas de la mañana, para luego de recibir un coctel de bienvenida tener las indicaciones que deberán llevar a cabo en su estancia.</p> <p>Luego de recoger su equipo se comenzará el viaje que los llevará por varios atractivos de la comuna El Morlán, llegaremos al sendero de aviturismo denominado el despertar de las aves, posteriormente visitaremos los baños del río Alambi donde nos refrescaremos en sus aguas y nos recuperaremos con un lunch recargado.</p> <p>La caminata a la cascada el Jardín nos tomara alrededor de 2 horas y seguidamente avanzaremos hasta el bosque primario el Jardín donde instalaremos el campamento.</p> <p>Al día siguiente daremos un pequeño recorrido por el bosque y nos trasladaremos hacia la cascada Caballito nos refrescaremos en sus aguas, y poder regresar al C.T.C., para de ahí disfrutar de una tarde de convivencia comunitaria.</p>		

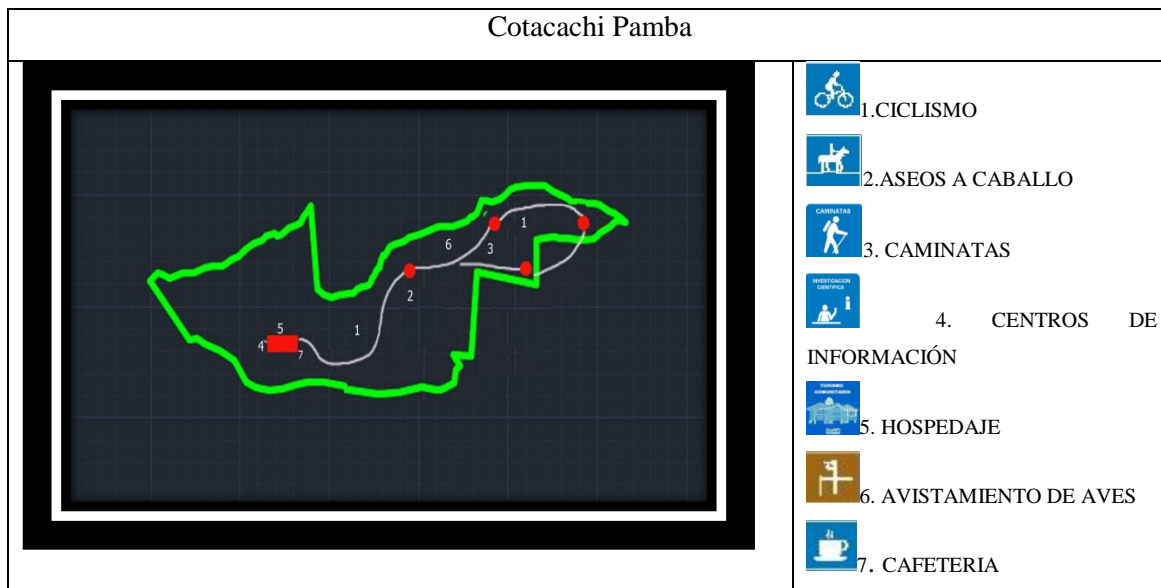
En la noche disfrutaremos de una noche cultural, para al día siguiente poder despedirnos.

Rango de Pax:

4: \$151; 12: \$138; 24: \$116

Incluye: Hospedaje, coctel de bienvenida, dos cenas, dos almuerzos, un box lunh y souvenir.

Figura N° 50. Mapa temático del paquete CTCM04



4. Marco legal

Se analizaron las leyes que son competentes para el desarrollo de la actividad turística, tomando en cuenta los requerimientos que serán necesarios dentro de la comuna.

a. **Constitución política de la república del Ecuador: Art. 84, 85, 245, 246**

Se reconoce y garantiza a las comunas, comunidades de las nacionalidades y pueblos el derecho pleno a ejercer y hacer respetar los derechos colectivos a la cultura, a la economía, a los recursos naturales, al territorio en donde se produce la vida

b. **Ley de turismo**

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

Art. 13.- Créase el Consejo Consultivo de Turismo, cómo un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador; sobre los temas que le fueren consultados por el Ministerio de Turismo.

Art. 14.- El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por los siguientes miembros con voz y voto:

1. El Ministro de Turismo, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
2. El Ministro de Relaciones Exteriores o su delegado;
3. El Ministro del Ambiente o su delegado;
4. Un representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR;
5. Dos representantes ecuatorianos de las Asociaciones Nacionales de Turismo legalmente reconocidas y en forma alternativa;
6. Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador - AME;
7. Un representante del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador - CONCOPE; y,

8. Un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FPTCE.

El quórum para las sesiones se constituirá con siete miembros y sus resoluciones se tomará por mayoría de los miembros presentes en la sesión.

Los representantes a que se refieren los numerales 5 y 8 deberán tener sus respectivos alternos, quienes actuarán en caso de ausencia o impedimento del titular.

La designación de los representantes a que se refiere estos numerales se harán en un colegio electoral convocado y presidido por la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR para los representantes señalados en el numeral 5.

El Consejo Consultivo de Turismo nombrará a su secretario de una terna presentada por el Ministro de Turismo.

c. Ley de economía popular y solidaria: Art. 24-33

Art.- 24.- Son organizaciones económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar, en forma conjunta, su producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economías de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación.

Se podrán constituir asociaciones en cualquiera de las actividades económicas, con excepción de la vivienda, ahorro y crédito, transportes y trabajo asociado.

Art.- 33.- Una vez resuelta la disolución, voluntaria o forzosa, se procederá a la liquidación de los activos y pasivos y, de existir un remanente, se lo destinará de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 28 de la presente Ley.

d. Reglamento de centros turísticos comunitarios

Art. 1.- Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento.
- Alimentos y bebidas.
- Transportación turística.
- Operación.
- Organización de eventos.

- Congresos.
- Convenciones.

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

1) Procedimiento

Todas las personas que ejerzan la actividad turística deben cumplir con los siguientes requerimientos

- Obtener el registro otorgado por el ministerio de turismo, que certifica que la actividad está enmarcada dentro de las normativas establecidas.
- Obtener la licencia única de anual funcionamiento, otorgada por el ministerio de turismo o el GAD competente según sea la actividad a desarrollar, esta licencia tendrá la vigencia de un año.

Para cumplir con estos requerimientos las personas naturales o jurídicas que estén desarrollando la actividad turística deben reunir los siguientes documentos:

a) Requisitos para el Ministerio de Turismo

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo, en donde se detallarán las actividades que se van a desarrollar.
- Estar constituida como cualquier organización que le permita desarrollar la actividad turística, a excepción del Art. 7 de la ley de turismo.
- Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del peticionario de registro o nombre del centro turístico comunitario.
- Acta en la que conste el centro turístico registrado y la firma de sus miembros.
- Certificados que demuestren que las personas encargadas de brindar el servicio han recibido la capacitación necesaria para desarrollar la actividad.
- Certificado del pago estipulado por el Ministerio de Turismo.

- Informe técnico que certifique la calidad de los servicios ofertados, expedido por la Secretaria de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario (FEPTCE).
- Determinación de los servicios que brindará y la zona geográfica en la que se suscribe el desarrollo del servicio turístico comunitario.
- Art.2 Reglamento para el registro de centros turísticos comunitarios vigentes.

b) Obtención de la licencia única anual de funcionamiento (LUAF)

Se la obtiene si ya se cuenta con el registro expedido por el ministerio de turismo o con la autoridad municipal competente.

Los requisitos para obtener la LUAF son:

- a) Constancia del valor de este pago.
- b) Copia certificada del Registro de Turismo

Ante los GADs la obtención del LUAF, varía de acuerdo a las ordenanzas.

La operación del producto está definida en función de las necesidades evidenciadas, dichas resoluciones se las tomaron en varios talleres con las personas de la comuna.

- c) Costo de los requisitos de funcionamiento:

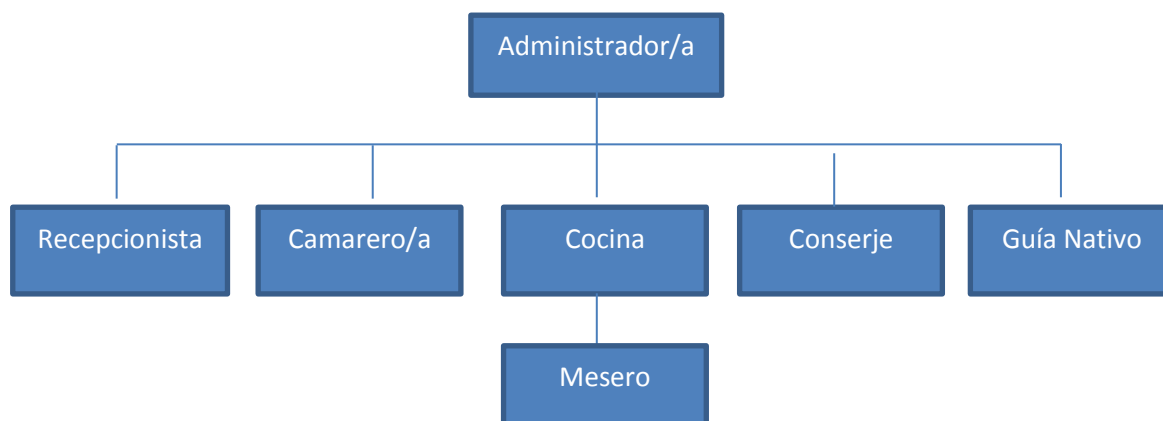
Cuadro N° 69. Costo de los requisitos de funcionamiento

Requisitos	Gasto
Licencia única anual de funcionamiento	50,00
Registro de turismo	50,00
R.U.C	00,00
Patente	320,00
Permiso de los bomberos	50,00
Registro sanitario	50,00
Informe bomberil favorable	00,00
Total	\$520,00

5. Gestión del producto turístico con la finalidad de estructurarlo

a. Estructura Administrativa de cargos y funciones

Figura N° 51. Estructura administrativa



b. Manual de funciones del equipo de gestión

Cuadro N° 70. Administrador/a del Centro de Turismo Comunitario

Centro de Turismo Comunitario El Morlán			
Datos de Identificación			
Localización	Administración		
Nivel de Reporte inmediato	Directiva de la comuna		
Misión del Cargo			
Administrar el sistema operativo del centro turístico comunitario			
Colaboradores Directos		Contactos Internos	Contactos Externos
Personal administrativo y de apoyo operativo		Todos los componentes	Instituciones y organizaciones públicas y privadas.
Perfil			
Formación Académica	Conocimientos y Destrezas	Experiencia	Idiomas
Ingeniero en Ecoturismo Ingeniero en Administración de Empresas Ingeniero en Marketing	Conocimiento en desarrollo de Proyectos Conocimientos de Marketing Conocimiento de Office Conocimiento de Talento Humano	Desarrollo de proyectos Un año en cargos similares	Inglés avanzado
Responsabilidades del cargo			
Realiza el reglamento de funciones			

<p>Coordinar actividades para lograr los objetivos planteados</p> <p>Coordina las actividades del centro comunitario con las actividades de gestión</p> <p>Gestiona las reuniones y evaluaciones internas y externas que se realizan del trabajo efectuado.</p> <p>Se encarga de gestionar la comercialización del producto turístico.</p>	
Indicadores de Medición	
Indicadores de Propósito	Indicador de Proceso
Efectuar turismo en la comuna	Cumplir con las metas planteadas
Condiciones de Trabajo	
Elaborar el trabajo y brindar las condiciones adecuadas para todo el personal que brinda sus servicios en la planta turística, además contara con todo el apoyo logístico que fuera necesario para desarrollar sus actividades tanto dentro como fuera de la comuna.	
Perfil de Competencia	
Compromiso	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de presencia	Se siente identificado, practica, transmite y promueve los objetivos de la organización.
Lealtad	Es el compromiso organizacional, exige compromiso de todos los miembros de la organización, define directrices y normas de respeto y colaboración con los demás.
Respeto	Brinda respeto, apertura y tolerancia, define normas y principios a seguir.
Trabajo en Equipo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Comparte, propone y aprueba planes y programas relacionados al mejoramiento de la organización
Sinergia	Capacidad para trabajar en equipo buscando garantizar el éxito estratégico.
Integridad	
Moral	Exige el modelo de normas morales y de respeto de todos los colaboradores de la organización, define las normas de actuación y comportamientos generales.
Institucional	Cumple y transmite iniciativa y fuerza a la organización, vela por la calidad y eficiencia en la ejecución de las actividades previstas.
Respeto a la Institucionalidad	Define las normas y políticas de la organización, vigila el cumplimiento de leyes y reglamentos establecidos que impacten en la organización estableciendo planes de acción.
Competencias Generales	
Orientadas al Cliente y Mercado	
Atributo	Nivel Ideal Requerido
Énfasis en el servicio a la comunidad	Entiende y satisface las necesidades del cliente, cumple con los objetivos y estrategias de mercado, comprende la cadena de valor y las necesidades a largo plazo de los clientes.
Posibilidades y oportunidades de funcionamiento	Aprueba e implementa estrategias para buscar fuentes de financiamiento.
Liderazgo	
Atributo	Nivel Ideal Requerido
Desarrollo de personas	Aprueba programas de capacitación (interna y externa) y desarrollo de competencias, valores que influyan en toda la organización. Desarrolla destrezas en el equipo para el logro de metas organizacionales.
Conducción efectiva de equipos	Con el ejemplo inspira a miembros de la organización a alcanzar la excelencia en sus actividades.
Delegación, empoderamiento	Ofrece poder de decisión para con autonomía tomar decisiones para mantener e incrementar el desarrollo organizacional.
Visión a largo plazo	Detecta oportunidades y amenazas para crear planes estratégicos, buscando nuevas formas para afrontar con éxito los desafíos de la organización.
Orientación a resultados	

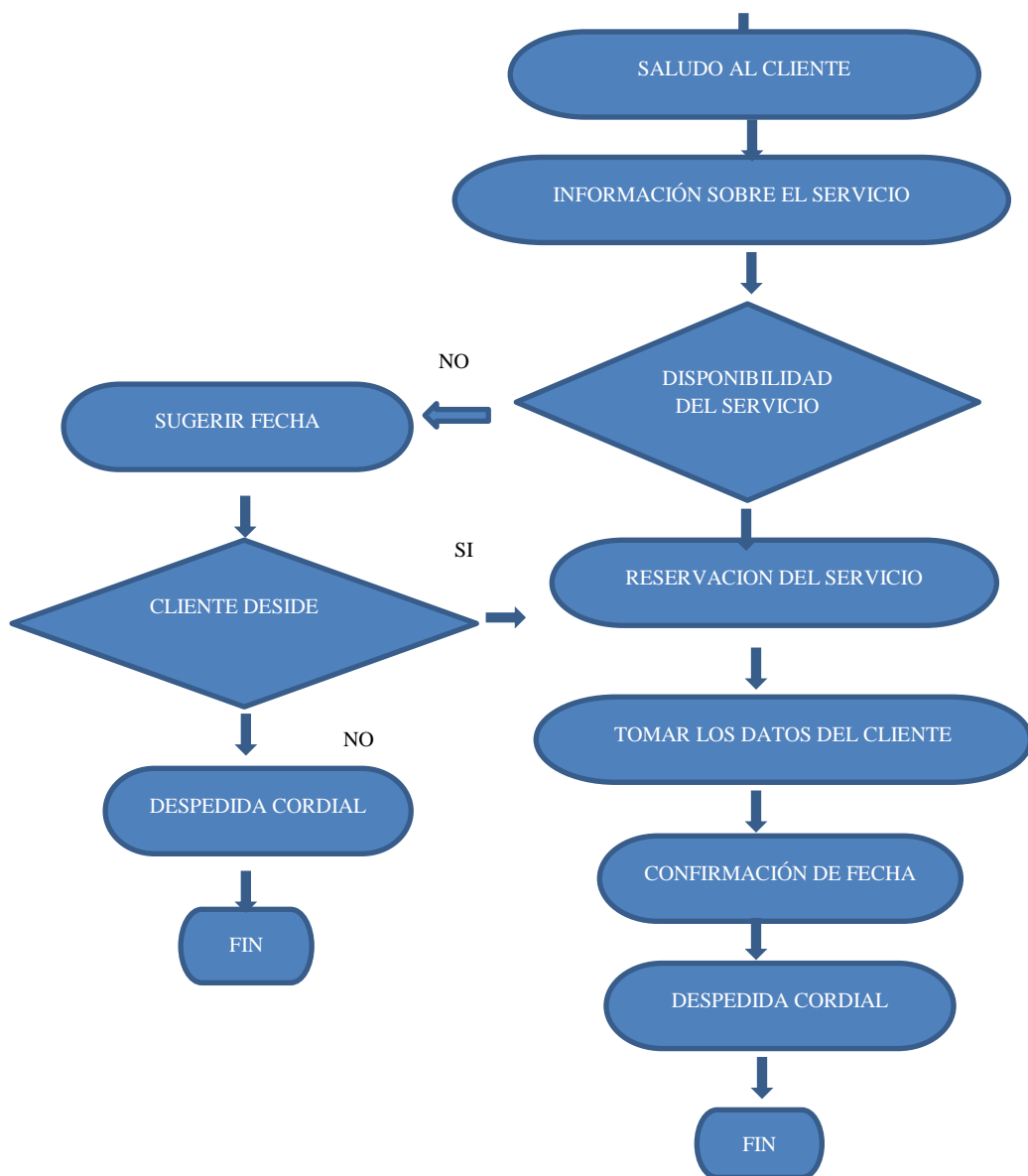
Atributo	Nivel Ideal Requerido
Direcciona el cumplimiento de los indicadores	Entiende todo el mercado, sus características y cambios, definiendo junto al grupo ejecutivo la estrategia organizacional. Define metas para la organización, monitorea su cumplimiento a través de indicadores estratégicos.
Administración de los supuestos	Evalúa, identifica y mide los riesgos de la organización a través de la utilización de herramientas técnicas y minimiza al máximo la exposición de la organización o todos los riesgos identificados.
Generación de valor	Establece los lineamientos estratégicos para las mejoras organizacionales con énfasis en la generación de valor para los accionistas, colaboradores y la comuna, establece parámetros de excelencia para el retorno de la inversión.
Competencias técnicas	
Sentido de Competitividad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Creación de diferencial competitivo	Realiza iniciativas de creación de competitividad en la organización y verifica su cumplimiento efectivo. Desarrolla estrategias y prácticas estratégicas para que la organización genere un factor de diferencia reconocido en el mercado.
Valor percibido por los beneficios	Establece los lineamientos y estrategias que impactan en la generación de valor y sustentabilidad de la organización.
Creatividad e innovación	Define nuevas estrategias que agregan valor a todos los servicios de la organización, que busquen un diferencial competitivo en el mercado y la generación de valor en la organización.
Conocimiento del Mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Inteligencia de mercado	Conoce los mercados, clientes y competidores en los cuales desarrolla sus negocios la organización. Investiga inicia y promueve mejoras que inciden en toda la organización.
Exploración y curiosidad	Busca las mejoras de los productos y servicios de la organización, mantiene una red de contactos estratégicos, para la generación de nuevos negocios, servicios y productos.
Implementación de acciones y estrategias	Establece directrices estratégicas generales para la organización, define aprueba y monitorea el cumplimiento de dichas acciones con los miembros de la organización.
Orientación a la calidad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de excelencia	Define estándares de excelencia en los productos, servicios y programas de mejora en la organización. Es ejemplo de calidad y actuación en la organización.
Mejora continua	Define estándares de excelencia en base a datos históricos para productos, servicios y programas de mejora de procesos. Verifica el cumplimiento de toda la organización.
Enfoque de calidad	Realiza las cosas con calidad desde su primera vez no requiere de supervisión ni control, Es ejemplo de actitud hacia la calidad para la organización.
Dependencia: Depende de la directiva de la común El Morlán.	
Subrogación: En caso de ausencia será designada otra persona.	

c. Manual de operaciones para la prestación de servicios turísticos

1) Propuesta para la realización de una reserva.

Proceso a seguir:

INICIO



2) Propuesta de procedimiento para la llegada del cliente.

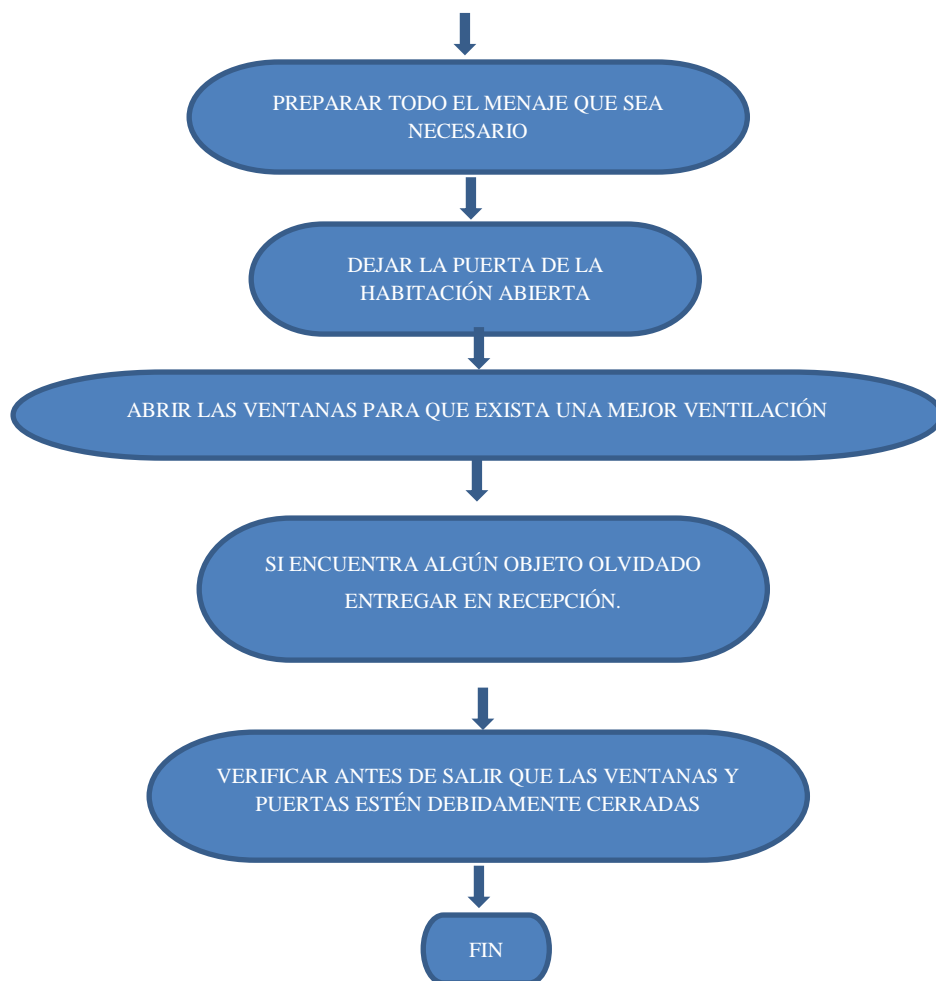
Procedimiento:





3) Propuesta de procedimiento para la limpieza de la habitación.





A. ELABORACIÓN DEL ESTUDIO AMBIENTAL EN LA FASE DE OPERACIÓN

1. Análisis de los impactos generados por la aplicación de la actividad turística en el sector

Debido al trabajo realizado en la Comuna El Morlán para realizar la actividad turística se identificaron los posibles impactos (positivos y negativos), que se podrían generar el momento de desarrollar la actividad turística.

a. Factores ambientales que podrían ser afectados el momento de desarrollar la actividad turística.

- 1) **Aire:** En este factor la alteración será mínima ya que no existen actividades que alteren el aire, al ser actividades que no necesitaran la utilización de automóviles nada más que al movilizarse a la comuna.
- 2) **Suelo:** En este factor la alteración será baja ya que se necesitará adecuar el sitio para la instalación de la planta turística y la adecuación de los senderos para que puedan ser transitados por los turistas.
- 3) **Agua:** En este factor se notará una alteración, ya que existen rutas que involucran directamente la utilización de este recurso. La creación de la planta turística aumentará el consumo del agua, pero, en tanto que la comuna no cuenta con alcantarillado, se crearán pozos ciegos para la descarga de aguas residuales.
- 4) **Flora y Fauna:** Estos elementos son fundamentales para la realización de la actividad turística. Serán tomados en cuenta para realizar el mínimo impacto posible, además de utilizar medidas de mitigación amigables con el entorno.
- 5) **Socioeconómico:** La idea de implementar la actividad turística en este sector es mejorar y dinamizar la economía de todos los pobladores y crear fuentes de trabajo, ya que se realizará la disciplina de turismo comunitario todos serán participantes y beneficiarios de toda la operación.
- 6) **Paisaje:** Este factor es muy importante porque será el que motive al turista a desplazarse al sector, por tanto, es uno de los complementos que le darán la potencialidad al atractivo.

b. Efectos de proyecto sobre el medio

- 1) **Implementación de la planta turística:** Para la implementación de la planta turística se generará un impacto mínimo en la zona, ya que ocupa un espacio en la zona habitable de la comuna y este proceso será realizado hasta la culminación de la infraestructura turística. Cabe mencionar que esto será a largo plazo un impacto positivo en tanto que las personas comenzarán a ser concienciadas sobre lo importante que es cuidar todos nuestros recursos.
- 2) **Mejoramiento y Desbroce de los senderos:** Esta actividad generará un mínimo impacto, ya que se necesitará implantar la planta turística, mejorar los senderos existentes para que los turistas puedan movilizarse a los atractivos y por último se generará impacto el momento de colocar la señalética necesaria para el desarrollo de la actividad.
- 3) **Implementación de Señalética:** Para la implementación de la señalética se generará un impacto mínimo debido a que esta actividad es necesaria para la visita de los turistas.
- 4) **Desplazamiento de los turistas a la comuna:** En esta actividad se realizará la utilización de automóviles, que pueden transitar por una vía de segundo orden que ya es existente en la comuna por lo tanto las emisiones de Co2 serán mínimamente perceptibles.
- 5) **Visita de los turistas a los atractivos:** El momento de la visita por los diferentes atractivos que están diseñados en la comunidad se generará un impacto mínimo y que cumpla con las especificaciones establecidas en la capacidad de carga que puede soportar la zona.
- 6) **Baños en cascadas y manantiales:** Al ser fuentes naturales del recurso hídrico se genera impacto negativo que será eliminado por la oxigenación propia de agua, ya que se encuentran en cascadas ríos y manantiales.
- 7) **Desechos orgánicos e inorgánicos:** Todos los desechos generados en la operación turística serán tratados para mitigar su impacto directo en el ambiente.

2. Matriz de Lázaro Lagos

Cuadro N° 71. Matriz de Lázaro Lagos.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES							IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Operación y planta turística	2. Mejoramiento y Desbroce de	3. Implementación de	4 Desplazamiento de los turistas a la comuna	5. Visita de los turistas a los atractivos	6. Baños en cascadas y	7. Desechos orgánicos e		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. AIRE	X			X				Emisión de gases contaminantes	-	1	1	C	Pr	2	3	C	N	6
	X							Cambio de hábitos de transporte	+	3	3	I	Pr	2	3	C	S	14
B. SUELO	X						X	Construcción del proyecto	-	1	1	D	Pr	2	3	M	N	6
	X			X			X	Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	-	1	1	D	Sc	1	1	C	N	3
C. AGUA	X		X				X	Mitigación de impactos	+	2	3	D	Pr	1	1	C	N	8
D. FLORA Y FAUNA	X						X	Recolección de especies flora y fauna	-	1	1	C	Pr	1	1	C	N	3
	X			X			X	Desequilibrio ecológico	-	1	1	D	Sc	2	2	M	N	5
		X	X				X	Protección a especies de fauna	+	2	2	D	Sc	3	3	M	S	9
E. SOCIO-ECONÓMICO	X	X			X	X	X	Aumento de turismo en la zona	+	3	3	I	Pr	3	3	L	S	14
		X	X		X	X	X	Sensibilización de turistas y comuneros	+	3	2	D	Pr	3	3	M	S	11
	X		X		X			Intercambio cultural	+	2	3	C	Pr	3	3	M	S	11
	X				X			Dinamización de la economía local	+	2	2	D	Pr	3	3	M	S	9
	X				X	X		Fomento de deportes de aventura y esparcimiento	+	3	3	I	Pr	3	3	C	S	14
F. PAISAJE	X					X	X	Generación y eliminación de Basura	-	2	2	D	Pr	1	1	C	N	6
	X						X	Perturbación por ruido	-	1	1	D	Pr	1	1	C	N	3

(+) Impacto positivo; (-) impacto negativo; Pr: primario; Sc: secundario; NA: no aplica;

Certeza C: si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%

D: si el impacto ocurrirá con una probabilidad entre 50 y 75%

I: si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto

Tiempo en aparecer: C: corto plazo; M: mediano plazo; L: largo plazo

3. Matriz de cuantificación

Cuadro N° 72. Matriz de cuantificación.

COMPONENTES	ACTIVIDADES									
	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL (-)	TOTAL (+)	TOTAL
A	-6			-6				12		12
	+14								14	14
B	-6						-6	12		12
	-3			-3			-3	9		9
C	+8		8			8			24	24
D	-6						-6	12		12
	-5			-5			-5	15		15
		+9	+9			+9			27	27
E	+14	+14			+14	+14			56	56
		+11	+11		+11	+11	+11		55	55
	+11		+11		+11				33	33
	+9				+9				18	18
	+14				+14	+14			42	42
F	-6	-6		-6		-6	-6	30		30
	-3						-3	6		6
TOTAL (+)	62	34	31		59	48	11		269	
TOTAL (-)	39	6		21		9	30	81		
TOTAL	101	40	31	21	59	57	41			350

a. Interpretación de la matriz

Una vez analizados los impactos tanto positivos como negativos tenemos un total de 350 puntos, dando 81 puntos negativos, frente 269 puntos positivos, obteniendo que el proyecto es altamente viable, teniendo los mayores puntajes en el campo socioeconómico, dando como resultado que el proyecto mejorará la calidad de vida de los pobladores gracias a la dinamización de la economía.

4. Plan de mitigación

Cuadro N° 73. Matriz de mitigación.

SITUACIÓN NEGATIVA	ESTRATEGIA	ACCIONES	BENEFICIOS	RESPONSABLE
Emisión de gases debido a la movilización	Realizar el uso mínimo de los automotores	Promover el uso de medios de transporte alternativos.	Evitar la contaminación del entorno	Administrador del C.T.C.
Generación de desechos orgánicos e inorgánicos	Clasificar los desechos producidos	Encargarse del manejo de los desechos producidos en toda la operación	Evitar la contaminación en toda el área de intervención	Administrador del C.T.C.
Aumento del consumo	Promover estrategias	Colocar letreros	Disminuir el consumo	Administrador y

de recursos (agua, energía eléctrica)	de concienciación del consumo de los recursos	informativos en cada punto donde se utilice el recurso	de recursos (agua, energía eléctrica) en el C.T.C.	personal logístico del C.T.C.
Contaminación de los recursos hídricos	Promover un adecuado uso del recurso	Impedir el uso de producto que no sean biodegradables	Mantener las fuentes de agua limpias	Administrador y personal logístico del C.T.C.

E. ESTUDIO FINANCIERO DEL PRODUCTO

1. Estructura de costo de los paquetes

a. Estructura del paquete número 01. Saberes ancestrales

Cuadro N° 74. Estructura del paquete número 01

COSTOS	NUMERO DE PAX		
	4	12	24
Transporte	20	60	120
Guía Nativo	40	80	80
TOTAL COSTOS GENERALES	60	140	200
COSTOS INDIVIDUALES			
Desayuno	6	6	6
Box Lunch	3	3	3
Cena	6	6	6
Hospedaje	10	10	10
Recuerdo	1	1	1
Almuerzo	6	6	6
Coctel	1	1	1
Alquiler de carpa	10	10	10
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES	43	43	43
TOTAL COSTOS GENERALES	60	140	200
TOTAL COSTOS POR PAX	58	54,7	51,3
GASTOS ADMINISTRATIVOS 10%	5,8	5,47	5,13
GASTOS DE DEPRECIACIÓN 5%	2,9	2,73	2,57
PRECIO TOTAL	66,7	62,9	59,0
PRECIO VENTA	88,9	83,8	78,7
	0,75	0,75	0,75
MARGEN DE RANGO 25%	22,2	21,0	19,7
PRECIO GROSS	4,4	4,2	3,9
IVA 12%	11,7	11,1	10,4

PRECIO FINAL AL PUBLICO	\$105	\$99	\$93
--------------------------------	-------	------	------

b. Estructura del paquete número 02. El despertar de las aves

Cuadro N° 75. Estructura del paquete número 02

COSTOS	NUMERO DE PAX		
	4	12	24
Transporte	40	60	120
Guía Nacional	40	80	80
TOTAL COSTOS GENERALES	80	140	200
COSTOS INDIVIDUALES			
Desayuno	3	3	3
Box Lunch	3	3	3
Cena	3	3	3
Hospedaje	10	10	10
Coctel	1	1	1
Almuerzo	3	3	3
Subvenir	1	1	1
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES	24	24	24
TOTAL COSTOS GENERALES	80	140	200
TOTAL COSTOS POR PAX	44	35,7	32,3
GASTOS ADMINISTRATIVOS 10%	4,4	3,57	3,23
GASTOS DE DEPRECIACIÓN 5%	2,2	1,78	1,62
PRECIO TOTAL	50,6	41,0	37,2
PRECIO VENTA	67,5	54,7	49,6
	0,75	0,75	0,75
MARGEN DE RANGO 25%	16,9	13,7	12,4
PRECIO GROSS	3,4	2,7	2,5
IVA 12%	8,1	6,6	5,9
PRECIO FINAL AL PUBLICO	\$79	\$64	\$58

c. Estructura del paquete número 03. Runa yacu

Cuadro N° 76. Estructura del paquete número 03

COSTOS	NUMERO DE PAX		
	4	12	24
Transporte	40	60	120

Guía Nacional	40	80	80
TOTAL, COSTOS GENERALES	80	140	200
COSTOS INDIVIDUALES			
Desayuno	6	6	6
Box Lunch	3	3	3
Cena	3	3	3
Hospedaje	10	10	10
Coctel	1	1	1
Almuerzo	3	3	3
Subvenir	1	1	1
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES	27	27	27
TOTAL COSTOS GENERALES	80	140	200
TOTAL COSTOS POR PAX	47	38,7	35,3
GASTOS ADMINISTRATIVOS 10%	4,7	3,87	3,53
GASTOS DE DEPRECIACIÓN 5%	2,35	1,93	1,77
PRECIO TOTAL	54,1	44,5	40,6
PRECIO VENTA	72,1	59,3	54,2
	0,75	0,75	0,75
MARGEN DE RANGO 25%	18,0	14,8	13,5
PRECIO GROSS	3,6	3,0	2,7
IVA 12%	8,6	7,1	6,5
PRECIO FINAL AL PÚBLICO	\$84	\$69	\$63

d. Estructura del paquete número 04. Cotacachi pamba.

Cuadro N° 77. Estructura del paquete número 04

COSTOS	NUMERO DE PAX		
	4	12	24
Transporte	40	60	120
Guia Nacional	120	320	320
TOTAL COSTOS GENERALES	160	380	440
COSTOS INDIVIDUALES			
Desayuno	6	6	6
Box Lunch	6	6	6
Cena	6	6	6
Hospedaje	10	10	10
Coctel	1	1	1
Almuerzo	3	3	3
Subvenir	1	1	1

Alquiler carpa	20	20	20
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES	53	53	53
TOTAL COSTOS GENERALES	160	380	440
TOTAL COSTOS POR PAX	93	84,7	71,3
GASTOS ADMINISTRATIVOS 10%	9,3	8,47	7,13
GASTOS DE DEPRECIACIÓN 5%	4,65	4,23	3,57
PRECIO TOTAL	107,0	97,4	82,0
PRECIO VENTA	142,6	129,8	109,4
	0,75	0,75	0,75
MARGEN DE RANGO 25%	35,7	32,5	27,3
PRECIO GROSS	7,1	6,5	5,5
IVA 12%	1,7	1,6	1,3
PRECIO FINAL AL PÚBLICO	\$151	\$138	\$116

e. Resumen de los paquetes

Cuadro N° 78. Resumen de costo de paquetes

NOMBRE DEL PAQUETE	4	12	24
Saberes Ancestrales	\$105	\$99	\$93
El despertar de las Aves	\$79	\$64	\$58
Runa Yacu	\$84	\$69	\$63
Cotacachi Pamba	\$151	\$138	\$116

3. Cálculo del punto de equilibrio

La aplicación del punto de equilibrio sirve para conocer en qué nivel la operación no genera ni pérdida ni ganancia, permitiendo tener una idea de la rentabilidad a la empresa.

Cuadro N° 79. Cálculo del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO							
Paquete	Costos fijos	Precio de Mercado	Costo unitario variable	Unidades Vendidas	Ingresos	Margen	%
Saberes ancestrales	60	138	53	330	45540	85	29,60
El despertar	80	79	24	330	26070	55	29,60

de las aves							
Runa yacu	80	84	27	220	18480	57	19,73
Cotacachi pamba	160	151	53	235	35485	98	21,08
TOTAL	\$380	\$452	\$157	1115	\$125575		

$$CF = Q1(P1 - Cvm1) + Q2(P2 - Cvm2) + Q3(P3 - Cvm3) + Q4(P4 - Cvm4)$$

$$380 = 1.53 + 1.53 + 1.02 + 1.07$$

$$380 = 5.157$$

$$380 = 73.68$$

3. Gastos para el área administrativa

a. Talento humano

Cuadro 80. Talento humano

DESCRIPCIÓN	TOTAL		
	Mensual	Semestral	Anual
Administrador	670,27	4021,60	8043,20
Recepcionista	405,08	2430,48	4860,95
Camarero/a	405,08	2430,48	4860,95
Personal de Limpieza	405,08	2430,48	4860,95
Cocinero	405,08	2430,48	4860,95
Mesero	405,08	2430,48	4860,95
Mantenimiento	405,08	2430,48	4860,95
Guardia de seguridad	405,08	2430,48	4860,95
Guía nativo	405,08	2430,48	4860,95
Contador/a	405,08	2430,48	4860,95
Total	\$4315,98	\$25895,88	\$51791,77

4. Materiales

Cuadro 81. Materiales e insumos para el área productiva por año

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL \$
Esferográficos	24	0,35	8,40
Lápices	12	0,25	3,00
Marcadores permanentes/borrables	20	1,75	35,00
Borradores	5	0,85	4,25
Papelógrafos	100	0,30	30,00
Folders	20	4,00	80,00

Tinta para cartuchos	4	3,00	12,00
Papel Bond (Resma)	10	5,50	55,00
Sellos – tinta	3	6,00	18,00
Numerador automático-tinta	2	30,00	60,00
Facturas - notas de venta	100	0,17	17,00
Sobres de manila	100	0,15	15,00
Tableros de campo	5	6,00	30,00
Clips	100	0,05	5,00
Grapas	100	0,05	5,00
TOTAL			\$ 377,65
DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL \$
Limpiador de pisos (galón)	12	5,00	60,00
Cloro (galón)	12	6,00	72,00
Jabón líquido (galón)	6	5,50	33,00
Ambiental (galón)	12	4,50	54,00
Escoba	6	2,00	12,00
Toallas de papel para baño (100u)	24	18,00	432,00
Papel higiénico pack 24 rollos	10	10,50	105,00
Basureros	4	5,00	20,00
Trapeador	6	3,50	21,00
TOTAL			\$809,00

5. Servicios básicos

Cuadro 82. Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Agua Potable	90,00
Energía Eléctrica KW/H	240,00
Internet	150,00
Teléfono	240,00
Total	\$720,00

Cuadro N° 83. Gastos de construcción

a) ACTIVOS FIJOS	TOTAL \$
	-
Equipamiento y adecuación	22.816,20
Muebles y enseres	505,00
Equipos de oficina	207,00
Equipos de computación	1.327,00
Otros Equipos	650,00

Materiales para talleres en las instalaciones	65,00
Subtotal Activos Fijos	25.570,20
b) ACTIVOS DIFERIDOS	TOTAL \$
Gasto por constitución	714,00
Gasto promoción y publicidad	1.353,00
Gasto capacitación	500,00
Subtotal Activo Diferido	2.567,00
c) CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL
a) Costos de Producción	809,15
b) Gastos Generales	1.199,60
c) Costos de Operación	32.397,96
Subtotal Capital de Trabajo	34.406,71
TOTAL, DE INVERSIÓN (Fijos+Diferidos+C.Trabajo)	\$62.543,91

6. Financiamiento

Para la ejecución el GAD cantonal proveerá con el 70% del gasto, mientras que un 20% lo financiara el GAD parroquial y el 10% restante la comuna, además de mano de obra, cabe mencionar que la inversión no es rembolsable.

a. Flujo de caja

CONCEPTO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
+ INGRESOS	-	22.300,00	27.678,76	68.709,75	85.282,55	105.852,70	131.384,37	163.074,28	202.407,79	251.228,55
- Costos Producción	1.597,25	1.646,86	1.698,72	1.752,92	1.809,57	1.848,78	1.910,67	1.975,35	2.042,96	2.113,62
= UTILIDAD MARGINAL	-1.597,25	20.653,14	25.980,04	66.956,83	83.472,98	104.003,92	129.473,70	161.098,92	200.364,83	249.114,93
- Costos Administración	32.347,96	33.810,09	35.338,30	36.935,60	38.605,08	40.350,03	42.173,86	44.080,11	46.072,53	48.155,01
- Costos de Ventas	50,00	52,26	54,62	57,09	59,67	62,37	65,19	68,13	71,21	74,43
= UTILIDAD BRUTA	-	-	-9.412,89	29.964,15	44.808,22	63.591,51	87.234,66	116.950,68	154.221,08	200.885,48
- 23% Impuesto Renta	-7.818,90	-3.038,12	-2.164,96	6.891,75	10.305,89	15.897,88	21.808,66	29.237,67	38.555,27	50.221,37
- 15% Trabajadores	-5.099,28	-1.981,38	-1.411,93	4.494,62	6.721,23	9.538,73	13.085,20	17.542,60	23.133,16	30.132,82
= UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	-	-	-5.835,99	18.577,77	27.781,10	38.154,91	52.340,79	70.170,41	92.532,65	120.531,29

- 10% Reservas										
Capitalización	-2.107,70	-818,97	-583,60	1.857,78	2.778,11	3.815,49	5.234,08	7.017,04	9.253,26	12.053,13
= UTILIDAD NETA	-	-7.370,74	-5.252,39	16.719,99	25.002,99	34.339,42	47.106,71	63.153,37	83.279,38	108.478,16

7. Análisis de la Hipótesis

La hipótesis planteada tanto nula como alternante evidencia que el diseño de un producto turístico incide en la calidad de vida de los pobladores de la comunidad El Morlán, he impulsa el desarrollo turístico de la zona, ya que el turismo es dinamizador de economía e integrador, además involucra a la participación de varias personas, directa e indirectamente, así como se ha podido evidenciar en las comunidades aledañas que ya han implementado esta actividad.

Como ya se ha podido comprobar en las encuestas empleadas a los turistas, existe una gran aceptación de la propuesta, ya que el lugar es altamente concurrido por turistas nacionales y extranjeros como nos muestra el Boletín de Estadísticas Turísticas y el barómetro turístico del Ecuador.

En el diseño de la planta turística se pudo evidenciar que servirá como enlace entre los pobladores y visitantes para establecer un fortalecimiento cultural y nexo de aprendizaje para las futuras generaciones, ya que además de brindar el servicio de hospedaje y alimentación, servirá como un espacio para la recuperación de saberes. El estudio ambiental muestra que el proyecto generará impactos negativos de corta duración en la fase de construcción.

En el análisis de rentabilidad y gastos que se generarán se ha podido analizar que la inversión será mínima en comparación a los beneficios que se podrán alcanzar a largo plazo, ya que el proyecto es sumamente beneficioso para los habitantes del sector.

Para el presente caso, se ha comprobado que la hipótesis alternante planteada es verdadera, ya que la propuesta de un diseño de producto turístico en la comuna El Morlán mejorará la calidad de vida de los pobladores, además impulsará el desarrollo del turismo en la comuna y fomentará la economía, concluyendo el presente trabajo como un proyecto viable.

8. Análisis económico financiero

El estudio se lo realizó mediante un análisis del flujo de caja actualizado, del estudio económico, el mismo que permite conocer la rentabilidad del proyecto.

INDICADOR	RESULTADO
-----------	-----------

INVERSIÓN	\$ 62.543,91
VAN	\$14.982,77
TIR	12.29%
COSTO-BENEFICIO	\$1.99
TIEMPO RECUPERACIÓN	5 años

El proyecto es viable ya que muestra tener seguridad en la inversión, rentabilidad y liquides según los siguientes criterios.

El VAN es positivo por tanto el proyecto es viable económicamente

El TIR está en el rango de aceptabilidad para la inversión pública siendo económicamente rentable el 12.29%

La relación costo beneficio da como resultado que por cada dólar invertido se va a recuperar 1.99 dólares

El tiempo de recuperación del proyecto es de 5 años en relación a los 10 años de vida útil del mismo.

VI. CONCLUSIONES

La comuna El Morlán es una de las más privilegiadas del país, ya que cuenta con una gran calidad paisajística y cultural que se puede explotar apropiadamente buscando el bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de todos los pobladores. En el inventario de atractivos turísticos reveló que, contamos con once atractivos turísticos de los cuales cinco son culturales y seis naturales, entre los cuales están el mirador Muyu Urco, el sitio ceremonial Hierba buena, los baños del río Alambi, los baños del Turiñan y la fiesta del Paukar Raymi y entre los naturales el mirador Muyu Urco con una jerarquía II, el sendero aviturismo jerarquía III, el bosque primario el Jardín jerarquía III, la cascada Caballito jerarquía II y por último la cascada el Jardín con jerarquía II. Si bien no todos los atractivos tenían una valoración alta, éstos podrían resultar atractivos para el turista si se complementaban con otros de características similares, sabiendo de antemano que la variedad de actividades y el significado de estas puede llamar el interés de todos los visitantes.

Para la elaboración del estudio de mercado se aplicaron varias estrategias y se realizaron alianzas con otros prestadores de servicios turísticos, ya que, en la mayoría de los casos, no se contaba con el apoyo inicial de los encuestados por encontrarse realizando otras actividades. Debido a esto, se llevó a cabo una socialización en restaurantes, hoteles, cafeterías, etc., lo que permitió obtener mejores resultados en la fase de recogida de información.

En el estudio de mercado se identificaron turistas procedentes de Norteamérica y de Europa. Cabe destacar que en el mismo sector de la comuna El Morlán existen colonias de personas extranjeras jubiladas que ya habitan desde hace algunos años en la zona y no se consideran turistas, es decir, como pobladores de la comuna no presentan interés en la contratación de paquetes turísticos. Muy al contrario, en el cantón Otavalo se pudo contar con toda la predisposición de todos los encuestados, que, en el caso de los turistas nacionales, proceden en su gran mayoría de la ciudad de Quito, Ibarra y Guayaquil, que se desplazan al cantón atraídos principalmente por la feria que se realiza los días sábado.

El estudio de mercado reflejó las preferencias de los visitantes por el turismo de tipo comunitario, un interés que se tomó en consideración para el diseño de los paquetes turísticos propuestos.

Para el diseño de la planta turística se realizó una construcción que permite destacar los valores culturales que identifican a ese pueblo, como es la Chacana, que, dentro de su cosmovisión, es la regente de toda la vida al estar llena de significados que proponen un desarrollo generalizado e interrelacionado del mundo espiritual con el material.

Los paquetes diseñados están dirigidos a varios intereses y preferencias de los turistas identificados en el estudio de mercado y, a la vez, se ofrecen actividades que pueden resultar más atractivas que las existentes en el mercado, buscando garantizar un mercado apetecible para los futuros consumidores.

Mediante el estudio ambiental se identificó que el proyecto es viable, ya que no genera impactos ambientales a largo plazo ni de gran magnitud.

Podemos afirmar que el proyecto es altamente rentable en tanto que en el análisis de costos realizado se contemplaron escenarios posibles, como el caso de una baja ocupación del centro turístico y un nivel de gasto mínimo. Aun así, los resultados siguen siendo positivos. En el caso del VAN se obtiene \$14.982,77; una TIR 12.29%; y un beneficio/costo 1.99. Todos estos datos confirman la viabilidad económica del proyecto con los consiguientes beneficios para la comuna.

VII. RECOMENDACIONES

Por el grado aceptable de turismo que tienen los cantones aledaños, se recomienda entablar alianzas estratégicas con los prestadores de servicios que se encuentran en estas zonas, ya que ayudaría a tener un mayor flujo de visitas y mejorar los mercados de comercialización.

Asimismo, sería oportuno realizar convenios con instituciones públicas y privadas, en especial con universidades que forman profesionales en esta área, con el objetivo de los estudiantes brinden su conocimiento académico a las personas que están colaborando en el Centro de Turismo Comunitario, a la vez que adquieren la experiencia en el campo laboral, lográndose un beneficio en las dos direcciones.

Para el caso de los paquetes diseñados se recomienda realizar un análisis anual de su aceptabilidad, tratando de estar a la par de las exigencias del mercado.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: diseñar un producto turístico en la comuna El Morlán, parroquia Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, para contribuir al fortalecimiento cultural y dinamización de la economía del sector, donde se evaluó el potencial turístico de la comuna; el estudio de mercado; el estudio técnico del producto, posteriormente el estudio ambiental, y el estudio económico financiero. Se identificaron once atractivos entre naturales y culturales; en el estudio de mercado se realizó la muestra empleando un universo de 115,963 turistas para el mercado nacional y 37,582 para el mercado internacional, se utilizaron datos del Boletín de Estadísticas Turísticas del Ecuador 2014. Con esta información se realizó el diseño del producto, tomando en cuenta la cosmovisión andina para la planta turística y cuatro paquetes turísticos para la oferta, considerando costos fijos y variables que fueron requeridos, y preferencias reflejadas en encuestas aplicadas; el estudio ambiental determinó que el proyecto es viable ya que no genera impactos negativos de larga duración. Para el estudio financiero se determinó una inversión de \$62,543.91 dólares, RC/B de \$1.99, una TIR de 12.29% y un período de recuperación de 5 años. Se concluye que el proyecto es viable generando impactos positivos a la comunidad, por lo tanto se recomienda entablar alianzas estratégicas con prestadores de servicios existentes, teniendo mayor flujo de visitas y mejorando los mercados de comercialización.

Palabras clave: producto turístico, potencial turístico, atractivos entre naturales y culturales.



IX. SUMMARY

The current research proposes: To design a touristic product in the commune El Morlán, Imantag, Cotacachi canton, province of Imbabura in order to contribute to the cultural strengthen and the activation of sector economy; where the touristic potential, the marketing research, the technical study of product, the environmental study and the financial and economic studies were evaluated. Thirteen tourist attractions were identified between natural and cultural; in the marketing study the sample was done with a universe of 115,963 tourists for national market and 37,582 for international market. Data from Touristic Statistical of Ecuador official bulletin 2014. The desing of product was done from this information, taking into account the Andean Cosmo vision for the touristic plant and four touristic packages for the offer, considering fixes and variables costs required and preferences reflected in applied surveys; the environmental study determined the feasibility of the project due to it does not generate long term negative impacts. For financial study an investment of \$62,543.91 dollars was determined, R C/B relation cost- benefit of \$1.99, TIR (internal return rate) of 12.29% and a recovering period of five years. It is concluded that the project is viable generating positive impacts to the community; therefore it is recommended to establish strategically alliances with existent service providers, having major number of visits and improving the trading markets.

Key Words: Touristic product, touristic potential, natural and cultural attractions.



X. BIBLIOGRAFIA

- Arboleda, G. (1998). *Proyectos formulación, evaluación y control*. Colombia: AC.
- Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill
- Bormann (2009). Turismo. Fecha de consulta: 03/10/2015. Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/turismo>.
- Castro, K., & Llancaleo, P. (2003). *Turismo: una apuesta al desarrollo de las comunidades indígenas de Chile*. Chile: Santiago.
- Cárdenas, T. (1991). *Producto turístico. Aplicación de la estadística y el muestreo para su Diseño*. México: Trillas.
- Coria, I. (2008). El estudio de impacto ambiental: características y metodologías. Argentina. *Invenio*, Vol. 11, núm. 20, pp. 125-135.
- De la Torre, F. (1991). *Introducción al estudio del turismo*. México: Continental.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2006). *Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya –Yala.
- Gurría, M. (1991). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
- Hernández, E. (1997). *Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos*. Cuba.:Santiago
- Jara, J. (2013). Implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en el lodge Ipanlo, comunidad Pavacachi, cantón Arajuno, provincia de Pastaza - Programa Rainforest Alliance - See more at. Fecha de Consulta. 15/01/2016. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/290/browse?type=author&order=ASC&rpp=20&value=Jara+Vel%C3%A1squez%2C+John+Darwin#sthash.5PoLTKV1.dpuf>
- Koch, J. (2009). Manual del empresario exitoso. Fecha de consulta: 02/09/2015. Disponible en: <http://www.esmas.com/emprendedores.html>.
- Lázaro, L. (1999). *Metodología de evaluación de impactos ambientales*. Cuba: Cárdenas del Río.
- López, H. (2002). *Gestión y desarrollo del turismo regional*. Bogotá: CCB.

- Luque, Y. (2009). Definiciones de turismo. Fecha de Consulta: 28 de septiembre del 2015. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos17//turismo.shtml>.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2012). *Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador continental*. Quito - Ecuador: Subsecretaría de Patrimonio Natural.
- Machado, E. L., & Hernández, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Teoría y Praxis, Vol. 4*, pp. 161-174.
- Ministerio de Turismo. (2004). *Metodología para inventarios de atractivos turísticos*. Quito - Ecuador: MINTUR.
- Muñoz, E. (2007). *Guía Metodológica para la formulación y evaluación de proyectos. Una aplicación de marco lógico*. Riobamba: ESPOCH.
- Organización Mundial de Turismo. (2012). *Naturaleza, cultura y desarrollo endógeno: un nuevo paradigma del turismo sustentable*. África: Gedosa.
- Ordóñez, M., & Marco, F. (2005). Políticas de empleo en la planificación turística local de Ecuador. Herramientas para su formulación. *CEPAL Serie Mujer y Desarrollo, Vol. 69*, (1-84).
- Toller, N. (2006). *Clasificación del turismo según el motivo*. Mar del Plata: Los Ríos.
- Capece, C. (2012). Turismo Sostenible. Fecha de Consulta: 04/10/2015. Disponible en: <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

XII. ANEXOS

Anexo 01: Ficha para el levantamiento de información de atractivos turísticos (MINTUR, 2004).

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador:	1.2 Ficha N°
1.3 Supervisor Evaluador:	1.4 Fecha:
<u>1.5 Nombre del Atractivo:</u>	
1.6 Categoría:	
1.7 Tipo:	
1.8 Subtipo:	
FOTO	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia:	2.2 Ciudad y/o Cantón:
2.3 Parroquia:	
2.4 Latitud:	2.5 Longitud:

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	
4.2 Temperatura:	
4.3 Precipitación Pluviométrica:	
4.4 Ubicación del Atractivo	
4.5 Descripción del atractivo	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
4.7 Permisos y Restricciones	

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales
4.8.2 Usos Potenciales
4.8.3 Necesidades turísticas
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos
4.9.2 Impactos negativos

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado:	
5.2 Causas:	

6. ENTORNO:	
6.1 Entorno:	

6.2 Causas:

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo:

7.2 Subtipo:

7.3 Estado de Vías:

7.4 Transporte:

7.5 Frecuencias:

7.6 Temporalidad de acceso:

7.7 Observaciones:

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua:

9.2 Energía Eléctrica:

9.3 Alcantarillado:

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

10.2 Distancia:

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco b) Valor extrínseco c) Entorno d) Estado de Conservación y/o Organización	
APOYO	a) Acceso b) Servicios c) Asociación con otros atractivos	
SIGNIFICADO	a) Local b) Provincial c) Nacional d) Internacional	
TOTAL		

13. JERARQUIZACIÓN

Anexo 02: Ficha para el levantamiento de información de atractivos turísticos culturales inmateriales del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO		
				N°		
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN						
Provincia: Cantón:						
Parroquia:			Urbana	Rural		
Localidad:						
Coordenadas X:		Y:		Altitud:		
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL						
Descripción de la fotografía:						
Código fotográfico:						
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Denominación						
Grupo social			Lengua (s)			
Ámbito						
Subámbito			Detalles del Subámbito			
4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN						
Fecha o período.			Detalle de la periodicidad			
Anual						
Continua						
Ocasional						
Otros						
5. PORTADORES / SOPORTES						
Tipo		Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	
Individuos						
Colectividades						
Instituciones						
6. VALORACIÓN						
Importancia para la localidad						
Sensibilidad al cambio						
		Manifestaciones vigentes				
		Manifestaciones vigentes vulnerables				

	Manifestaciones de la memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Código/Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del Subámbito		
9. ANEXOS					
Textos	Fotografías	Video	Audio		
10. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora:					
Registrado por: Llerena Jorge			Fecha de registro:		
Revisado por:			Fecha revisión:		
Aprobado por:			Fecha aprobación:		
Registro fotográfico:					

Anexo 03: Encuesta para turistas nacionales

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES / ESCUELA DE ECOTURISMO**

ANALISIS DEL POTENCIAL TURISTICO DE LA COMUNA EL MORLÁN

La comuna El Morlán se encuentra desarrollando la elaboración de un análisis del potencial turístico. Le solicitamos por favor conteste las siguientes preguntas. Gracias

1. Procedencia.....
2. Género: a) M F
3. Edad:
4. Nivel de educación:
- a) Secundaria b) Superior c) Post grado
5. Ocupación:
- a) Estudia b) Trabaja c) Estudia y trabaja
6. Motivo de visita:
- a) Distracción b) Trabajo c) Estudio d) Salud e) Negocios
7. ¿Con cuántas personas viaja?
- a) 1-3 b) 4-6 c) >6
8. ¿Con quién prefiere viajar?
- a) Solo/a b) Familia c) Amigos d) Pareja
9. ¿En qué temporada? Otro (feriados y vacaciones)
- a) Enero – Abril b) Mayo – Agosto c) Septiembre – Diciembre
10. ¿Qué tipo de turismo prefiere usted?
- a) Agroturismo b) Aventura c) Científico
- d) Comunitario e) Salud
11. ¿Cuál de las siguientes actividades le gustaría hacer?
- a) Caminatas b) Camping c) Intercambio cultural
- d) Cabalgatas e) Deportes y recreación f) Todos los anteriores
12. Si se crearían productos turísticos dentro de la comuna El Morlán. ¿Estaría dispuesto a realizar turismo?

a) Si b) No

13. **¿Cuál es el gasto promedio diario cuando viaja?**

a) 20– 25\$ b) 26 – 30\$ Más de 31\$

14. **¿Cómo prefiere pagar su viaje?**

a) Tarjeta de crédito b) Efectivo

15. **¿Qué tipo de transporte generalmente usa para dirigirse a visitar lugares turísticos?**

a) Transporte personal b) Vehículo rentado c) Bus

16. **¿A través de qué medios se informa a cerca de las actividades turísticas?**

a) Amigos b) Guías turísticas o folletos c) TV

d) Internet e) Puntos de información turística f) Radio

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 04. Encuesta turistas extranjeros

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES / ESCUELA DE ECOTURISMO**

ANALISIS DEL POTENCIAL TURISTICO DE LA COMUNA EL MORLÁN

The Morlán community is developing an analysis of the tourism. We request you answer the following questions. Thank you.

1. **Nationality**.....
2. **Gender:** a) Male b) Female
3. **Age:**
4. **Education:**
- a) Secondary b) University c) Post Graduate
5. **Occupation:**
- a) Study b) Work c) Study and work
6. **Reason for visit:**
- a) Entertainment b) Work c) Study d) Health e) Business
7. **How many people traveling with you?**
- a) 1-3 b) 6-4 c) > 6
8. **How do you prefer to travel?**
- a) Alone b) Family c) Friends d) Couple
9. **Which season?**
- a) January-April b) May - August c) September-December
10. **What kind of tourism do you prefer?**
- a) Agrotourism b) Adventure c) Scientific
- d) Community e) Health
11. **Which of the following activities would you like to do?**
- a) Walking b) Camping c) Cultural Exchange
- d) Horse riding e) Sports and Recreation f) All above

12. If you would create tourism products within El Morlán community. Are you willing to make tourism?

- a) Yes b) No

13. What is your average daily expenditure when traveling?

- a) 20-25 \$ b) 26 - \$ 30 c) > \$ 31

14. How do you prefer to pay?

- a) Credit card b) Cash

15. What type of transport use to visit tourist places?

- a) Personal transport b) Vehicle rented c) Bus

16. What is the way about you informed above tourist activities?

- a) Friends b) Guides and brochures c) TV
d) Internet e) Tourist information points f) Radio

Thank you!

