



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

**DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA LA**  
**PARROQUIA SAN FRANCISCO DE BOLÍVAR, CANTÓN PELILEO,**  
**PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA TITULACIÓN DE**  
**GRADO**

**PRESEMNTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL**  
**TIRULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO**

**AUTOR: CÁRDENAS ZÚÑIGA BYRON GEOVANNY**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2018**

---

**Derechos de Autor copyright**

---

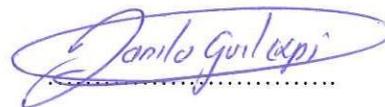
© 2017, Cárdenas Zúñiga Byron Geovanny

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

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

El tribunal del trabajo certifica que: el trabajo de investigación: **DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE BOLÍVAR, CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**, de responsabilidad del señor Cárdenas Zúñiga Byron Geovanny, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal de Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

**ING. EDMUNDO DANILO GUILCAPI PACHECO**  
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Handwritten signature of Danilo Guilcapi Pacheco in blue ink, enclosed in a blue oval stamp with a dotted line at the bottom.

**ING. NANCY PATRICIA TIERRA TIERRA**  
ASESOR DEL TRIBUNAL

Handwritten signature of Nancy Patricia Tierra Tierra in blue ink, enclosed in a blue oval stamp with a dotted line at the bottom.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Cárdenas Zúñiga Byron Geovanny 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 proviene 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, 04 de junio del 2017



Cárdenas Zúñiga Byron Geovanny

180421637-0

### Página de responsabilidad y compartir derechos

---

Yo, Cárdenas Zúñiga Byron Geovanny soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



.....  
Cárdenas Zúñiga Byron Geovanny

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación a toda mi familia especialmente a mis padres y hermanos, a mis amigos los que tuvimos una segunda oportunidad y terminar con ésta una de nuestras metas, así como a todos mis amigos que están mirándonos y cuidados desde arriba.

**Cárdenas Zúñiga Byron Geovanny**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios principalmente por darme una oportunidad más de vida, a mis padres a mis hermanos y amigos y docentes por todo el apoyo durante los buenos y también durante los momentos difíciles, muchas gracias.

**Cárdenas Zúñiga Byron Geovanny**

## Índice

II.	DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE BOLÍVAR, CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.....	1
III.	INTRODUCCIÓN .....	1
A.	JUSTIFICACIÓN.....	3
IV.	OBJETIVOS.....	4
A.	OBJETIVO GENERAL .....	4
B.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
V.	HIPÓTESIS .....	5
A.	HIPÓTESIS DE TRABAJO.....	5
VI.	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	6
A.	PRODUCTO AGROTURÍSTICO .....	6
1.	Definición.....	6
2.	Estructura .....	6
B.	EVALUACIÓN DEL POTENCIAL DE LA PARROQUIA PARA EL DESARROLLO DEL AGROTURÍSTICO .....	11
1.	Definición de agroturismo.....	11
2.	Condiciones del agroturismo.....	11
3.	Diagnóstico de los sistemas de producción agropecuarios.....	11
4.	Inventario de atractivos naturales y culturales .....	13
5.	Estudio de mercado .....	13
C.	EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES .....	15
1.	Definición.....	15
2.	Estudio de impacto ambiental .....	16
3.	Herramienta de estudio.....	16
4.	Matriz Lázaro Lagos .....	16
D.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	16
1.	Inversiones en el periodo pre-operacional.....	16

VII.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	18
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	18
1.	Localización .....	18
2.	Ubicación geográfica.....	19
3.	Límites.....	19
4.	Características climáticas .....	19
5.	Clasificación ecológica .....	20
6.	Materiales y metodos .....	20
B.	METODOLOGÍA .....	21
1.	Elaborar el diagnostico de los sistemas de producción agrícola y pecuaria de la parroquia San Francisco de Bolívar.....	21
2.	Elaborar el diseño técnico del producto agroturístico .....	26
3.	Evaluar la viabilidad ambiental y sociocultural del producto agroturístico .....	28
4.	Desarrollar el estudio económico financiero para la implementación del producto agroturístico.....	28
VIII.	RESULTADOS.....	29
A.	Diagnóstico de los sistemas agrícolas y pecuarios vinculados al potencial turístico de la parroquia .....	29
1.	Sistemas de producción agropecuaria de la parroquia San Francisco de Bolívar .....	29
2.	Diagnóstico de la situación actual del turismo en la parroquia .....	61
3.	Análisis de la competencia.....	72
4.	Análisis de la demanda.....	75
B.	Elaboración del diseño técnico del producto agroturístico .....	96
1.	Diseño técnico del producto .....	96
	El turismo de aventura vincula al agroturismo con la actividad de senderismo.....	110
2.	Estudio mercadotécnico .....	119
3.	Marco legal para la operación .....	123
4.	Modelo de gestión del producto turístico .....	125
C.	Evaluación de la viabilidad ambiental y sociocultural del producto agroturístico .....	138

1.	Análisis de componentes agua, aire, suelo, flora y fauna.....	138
2.	Análisis de actividades .....	139
3.	Matriz de evaluación de impactos .....	142
4.	Análisis de impactos.....	144
5.	Plan de manejo ambiental .....	147
D.	Desarrollo del estudio económico financiero para la implementación del producto agroturístico .....	148
1.	Proyección de la demanda.....	148
2.	Ingresos del proyecto .....	148
3.	Costos de operación y mantenimiento.....	149
4.	Inversión requerida.....	153
5.	Activos fijos .....	153
6.	Pérdidas y ganancias .....	154
7.	Flujo de caja .....	155
8.	Evaluación financiera.....	155
IX.	CONCLUSIONES .....	157
X.	RECOMENDACIONES.....	158
XI.	BIBLIOGRAFIA.....	159
XII.	ANEXOS.....	164

## Índice de tablas

<b>Tabla 1-7</b> Caracterización de las zonas de producción agropecuaria en la parroquia San Francisco de Bolívar.....	30
<b>Tabla 2-7</b> Producción agrícola de la parroquia.....	31
<b>Tabla 3-7</b> Producción pecuaria de la parroquia.....	31
<b>Tabla 4-7</b> Características generales de los productos agrícolas de la parroquia San Francisco de Bolívar.....	31
<b>Tabla 5-7</b> Características generales de los productos pecuarios de la parroquia San Francisco de Bolívar.....	32
<b>Tabla 6-7</b> Manzana .....	37
<b>Tabla 7-7</b> Claudia.....	39
<b>Tabla 8-7</b> Capulí.....	41
<b>Tabla 9-7</b> Mora .....	43
<b>Tabla 10-7</b> Fresa .....	45
<b>Tabla 11-7</b> Papas.....	47
<b>Tabla 12-7</b> Maíz.....	49
<b>Tabla 13-7</b> Quinoa.....	52
<b>Tabla 14-7</b> Arveja.....	54
<b>Tabla 15-7</b> Comunidad a la que pertenecen los productores.....	56
<b>Tabla 16-7</b> Género de los productores.....	56
<b>Tabla 17-7</b> Edad de los productores de la parroquia San Francisco de Bolívar.....	57
<b>Tabla 18-7</b> Principal actividad económica de los productores.....	57
<b>Tabla 19-7</b> Asociación de agricultores .....	57
<b>Tabla 20-7</b> Principal cultivos que se producen en la parroquia .....	58
<b>Tabla 21-7</b> Rendimiento de los cultivos.....	59
<b>Tabla 22-7</b> Ingresos que genera la producción de los cultivos .....	59
<b>Tabla 23-7</b> Formas de cultivos que emplean los productores .....	60
<b>Tabla 24-7</b> Asistencia técnica que reciben los productores.....	60
<b>Tabla 25-7</b> Nivel de recuperación de la inversión.....	60
<b>Tabla 26-7</b> Crianzas de especies animales para la comercialización.....	61
<b>Tabla 27- 7</b> Ingreso mensual que genera la producción animal.....	61
<b>Tabla 28-7</b> Nivel de recuperación de la inversión.....	61
<b>Tabla 29-7</b> Uso de medicamentos.....	62

<b>Tabla 30-7</b> Interés de participar en proceso de fincas agropecuarias.....	62
<b>Tabla 31-7</b> Cuadro resumen de los atractivos vinculados a los sistemas de producción agrícola.....	64
<b>Tabla 32-7</b> Matriz de sistematización de atractivos turísticos.....	66
<b>Tabla 33-7</b> Cuadro de estadísticas de la cobertura de los Servicios básicos en la parroquia Bolívar...	67
<b>Tabla 34-7</b> Asadero Restaurant Don Pollo.....	69
<b>Tabla 35-7</b> Restaurante Mama Thalía.....	70
<b>Tabla 37-7</b> Análisis de la competencia turística de la parroquia con relación a los demás proyectos agroturísticos de la provincia.....	74
<b>Tabla 38-7</b> Género.....	77
<b>Tabla 39-7</b> Edad.....	77
<b>Tabla 40-7</b> Procedencia.....	78
<b>Tabla 41-7</b> Nivel de instrucción.....	78
<b>Tabla 42-7</b> Motivación de viaje del turista.....	78
<b>Tabla 43-7</b> Consideración del turista a la hora de escoger un sitio turístico.....	79
<b>Tabla 44-7</b> Nivel del conocimiento de la parroquia San Francisco de Bolívar.....	79
<b>Tabla 45-7</b> Acompañante de viaje.....	79
<b>Tabla 46-7</b> Disposición de los turistas para realizar actividades de turismo en el Parroquia.....	80
<b>Tabla 47-7</b> Tipo de turismo le gustaría realizar en la parroquia San Francisco de Bolívar.....	80
<b>Tabla 48-7</b> Conocimiento sobre el Agroturismo.....	80
<b>Tabla 49-7</b> Conceptos que familiariza el turista con el Agroturismo.....	81
<b>Tabla 50-7</b> Actividades que le gustaría realizar dentro de la práctica del agroturismo.....	81
<b>Tabla 51-7</b> Actividades que complementen la práctica del agroturismo.....	82
<b>Tabla 52-7</b> Interés conocer y aprender procesos ecológicos para la producción agropecuaria.....	82
<b>Tabla 53-7</b> Cultivos que le interesaría conocer al turista.....	82
<b>Tabla 54-7</b> Especies de animales que le interesaría conocer al turista.....	83
<b>Tabla 55-7</b> Servicios turísticos disponibles en un recorrido Agroturístico.....	83
<b>Tabla 55-7</b> Lugares donde pernocharía el turista.....	84
<b>Tabla 56-7</b> Tipo de alimentación preferida en un recorrido agroturístico.....	84
<b>Tabla 57-7</b> Capacidad de gasto por persona, por día.....	84
<b>Tabla 58-7</b> Tiempo para hacer un recorrido Agroturístico.....	85
<b>Tabla 59-7</b> Medio habitualmente de información.....	85
<b>Tabla 60-7</b> Género.....	86
<b>Tabla 61-7</b> Edad.....	86

<b>Tabla 62-7</b> Procedencia.....	86
<b>Tabla 63-7</b> Nivel de instrucción.....	87
<b>Tabla 64-7</b> Motivación de viaje del turista.....	87
<b>Tabla 65-7</b> Consideración del turista a la hora de escoger un sitio turístico.....	88
<b>Tabla 66-7</b> Nivel del conocimiento de la parroquia San Francisco de Bolívar.....	88
<b>Tabla 67-7</b> Acompañante de viaje.....	88
<b>Tabla 68-7</b> Disposición de los turistas para realizar actividades de turismo en el Parroquia.....	89
<b>Tabla 69-7</b> Tipo de turismo le gustaría realizar en la parroquia San Francisco de Bolívar.....	89
<b>Tabla 70-7</b> Conocimiento sobre el Agroturismo.....	89
<b>Tabla 71-7</b> Actividades que le gustaría realizar dentro de la práctica del agroturismo.....	90
<b>Tabla 72-7</b> Actividades que complementen la práctica del agroturismo.....	90
<b>Tabla 73-7</b> Interés conocer y aprender procesos ecológicos para la producción agropecuaria.....	90
<b>Tabla 74-7</b> Servicios turísticos disponibles en un recorrido Agroturístico.....	91
<b>Tabla 75-7</b> Lugares donde pernocharía el turista.....	91
<b>Tabla 76-7</b> Tipo de alimentación preferida en un recorrido agroturístico.....	92
<b>Tabla 77-7</b> Capacidad de gasto por persona, por día.....	92
<b>Tabla 78-7</b> Tiempo para hacer un recorrido Agroturístico.....	92
<b>Tabla 79-7</b> Medio habitualmente de información.....	93
<b>Tabla 80-7</b> Demanda potencial turística.....	95
<b>Tabla 81-7</b> Proyección de la oferta turística.....	95
<b>Tabla 82-7</b> Proyección de la demanda insatisfecha.....	96
<b>Tabla 83-1</b> Demanda objetiva.....	96
<b>Tabla 84-7</b> Planta Turística.....	97
<b>Tabla 85-7</b> Establecimientos de alimentación.....	98
<b>Tabla 85-7</b> Establecimientos de alimentación.....	99
<b>Tabla 87-7</b> Costo del equipamiento por habitación.....	100
<b>Tabla 88-7</b> Costo del equipamiento para el baño por Agrohospedería.....	100
<b>Tabla 89-7</b> Parámetros para la mejora e Implementación del servicio de alimentación.....	101
<b>Tabla 90-7</b> Costos del equipamiento para el servicio de alimentación por Agrohospedería.....	102
<b>Tabla 91-7</b> Costo del diseño de credencial para guías.....	103
<b>Tabla 92-7</b> Perfil de proyecto de diseño para la implementación de senderos y señalética.....	105
<b>Tabla 93-7</b> Lineamientos básicos para el diseño de senderos y señalética.....	106
<b>Tabla 94-7</b> Letrero informativo.....	107
<b>Tabla 95-7</b> Letrero informativo de cada producción agropecuaria.....	108

<b>Tabla 96-7</b> Perfil del proyecto de implementación de huertos orgánicos.....	110
<b>Tabla 97-7</b> Paquete Taita Pacho.....	112
<b>Tabla 98-7</b> Detalle estimado del costo del paquete.....	113
<b>Tabla 98-7</b> Detalle estimado del costo del paquete.....	114
<b>Tabla 101-7</b> Detalle estimado del costo del paquete.....	115
<b>Tabla 111-7</b> Paquete El Tzigtze.....	116
<b>Tabla 112-7</b> Detalle estimado del costo del paquete.....	118
<b>Tabla 103-7</b> Canales de comercialización.....	120
<b>Tabla 104-7</b> Plan de publicidad.....	123
<b>Tabla 105-7</b> Funciones de cada área.....	127
<b>Tabla 106-7</b> Manual de funciones del presidente de la Asamblea General.....	128
<b>Tabla 107-7</b> Manual del Administrador.....	129
<b>Tabla 108-1-1</b> Manual de funciones del Coordinador de servicios.....	131
<b>Tabla 109-7</b> Manual de funciones de los Guías.....	132
<b>Tabla 110-7</b> Herramienta para la reservación.....	135
<b>Tabla 111-7</b> Encuesta de satisfacción.....	138
<b>Tabla 112-7</b> Análisis de la matriz de Lázaro Lagos.....	143
<b>Tabla 113-7</b> Matriz de cuantificación de impactos.....	144
<b>Tabla 114-2</b> Plan de manejo ambiental.....	148
<b>Tabla 116-7</b> Proyección de la demanda.....	149
<b>Tabla 117-7</b> Ingresos del proyecto.....	149
<b>Tabla 118-7</b> Proyección de ingresos venta de paquetes usd.....	150
<b>Tabla 119-7</b> Sueldos al personal.....	150
<b>Tabla 120-7</b> Servicios básicos.....	150
<b>Tabla 121-7</b> Costos de insumos para el servicio de alimentación.....	151
<b>Tabla 122-7</b> Costos baterías sanitarias.....	152
<b>Tabla 123-7</b> Costos de promoción.....	152
<b>Tabla 124-7</b> Costos alimentación de las áreas de Administración/ventas y de operación.....	153
<b>Tabla 123-7</b> Costo útiles de limpieza.....	153
<b>Tabla 126-7</b> Inversión total requerida.....	154
<b>Tabla 128-7</b> Depreciación de activos.....	155
<b>Tabla 129-7</b> Pérdidas y Ganancias.....	155
<b>Tabla 130-7</b> Análisis financiera del proyecto.....	156

**Índice de figuras**

<b>Figura 1- 6</b> Mapa de la Parroquia San Francisco de Bolívar.....	18
<b>Figura 2- 6</b> Uso y Cobertura de suelo.....	30

## **I. DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE BOLÍVAR, CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

### **II. INTRODUCCIÓN**

Durante décadas el turismo ha experimentado una continua diversificación y rápido crecimiento a tal punto de convertirse en uno de los sectores importantes para el progreso económico del mundo. Esta extensión global del turismo en los países industrializados y el desarrollo ha producido beneficios a muchos sectores afines desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones. El agroturismo es un importante medio para generar un vínculo entre el mundo rural con el mundo urbano pero que, colectivamente tienen un origen y un destino común, como su gente, su cultura y su territorio, por ende, crea alternativas positivas que lo convierten en una poderosa herramienta para el desarrollo y la expansión de la cultural.

En general, la situación agraria de los países latinoamericanos se caracteriza por la fuerte presencia del minifundio o producción poco rentable, como es el caso de Chile, México. En América del sur, Chile es el país que ha desarrollado una de las políticas más activas en materia de promoción de los establecimientos rurales que brindan servicios de alimentación y venden a los turistas productos artesanalmente elaborados, (Benalcázar, 2001).

La estrategia de turismo de Tungurahua es una política prioritaria para el desarrollo económico cantonal y provincial que fue diseñada en el año 2008 por los propios actores públicos y privados de sus nueve cantones con la finalidad de todos trabajar con objetivos y estrategias comunes, aunando esfuerzos y recursos para convertir a la provincia en una potencia turística del Ecuador trabajando conjuntamente con los agricultores para fomentar el agroturismo ya que es una forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de distracción, de esta manera atraer turistas con su naturaleza pero principalmente con su potencial agropecuario que además contribuye con la economía, lo social y ecológico además de un apoyo y una planeación emprendida y organizada por los gobiernos que incentivan al aprovechamiento de los territorios rurales y al desarrollo de nuevas líneas y tendencias de turismo como es el caso del agroturismo que tiene mucha relación con el turismo rural tomado para el beneficio de actores directos e indirectos de la actividad agro turística de la parroquia (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Tungurahua, 2015).

Es así que Tungurahua ha ido fortaleciendo rutas agroturísticas, sin embargo no todas las parroquias han sido vinculadas a esta iniciativa, es así que gracias al gran potencial agropecuario de la zona, un producto agroturístico podría ser un elemento clave que permita vincular a la parroquia en la ruta cantonal en medida de generar nuevas oportunidades de empleo y mejorar los sistemas de producción de la zona, ya que carece de un producto a ofertar con visión a la sostenibilidad, la equidad, la solidaridad y la protección del medio ambiente.

El 52,48% de la población de la parroquia San Francisco de Bolívar tiene un dinamismo agropecuario y aprovechan el 50% de su territorio para estas actividades, los principales productos agrícolas son el Maíz, las papas y la mora, se destaca también la crianza de especies menores como cuyes y conejos, en este sentido el producto turístico vinculado a los sistemas de producción agropecuarios de la zona está pensado como una estructura técnica de desarrollo que fomente la integración de atractivos y actividades a dichos sistemas, de esta manera establecer un nuevo atractivo en conjunto con el modelo del producto que genere una mayor afluencia de visitantes y forje otros beneficios para el desarrollo local (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Bolívar, 2015).

## **A. JUSTIFICACIÓN**

La estrategia de turismo de Tungurahua menciona que la agricultura constituye la actividad de mayor relevancia en la economía de la provincia, pues concentra en esta actividad a un 40% de la población económicamente activa y además cerca del 50% de las tierras se destinan a la actividad agropecuaria. Las variedades de suelos permiten que Tungurahua cuente con una producción agrícola diversificada y abundante especialmente de tubérculos, raíces, hortalizas y frutas.

Según los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia San Francisco de Bolívar, la población económicamente activa (PEA) es de 1348 personas, del cual el 52,48% de la población se dedica a la agricultura y ganadería como sector primario de la economía, sus principales productos son: quinua, cebolla, papas, arvejas, maíz, habas, mellocos, ocas, zanahoria, frutas como: manzanas, peras, claudias, capulí y animales como: cerdos, gallinas, cuyes, conejos, vacas entre otros. Además, el compromiso asumido por el gobierno parroquial en generar proyectos emprendedores que fomenten el desarrollo de la zona, obliga a que se apoye la iniciativa en el diseño de un producto agroturístico a nivel local que guarde estándares de calidad vinculados tanto a la parte agrícola como con la prestación de servicios turísticos, el mismo que debe ser diseñado técnicamente para que se aproveche las bondades productivas de la zona a más de impulsar la prestación de servicios de calidad garantizando una adecuada diversificación de la oferta turística a la par con la producción agropecuaria.

### **III. OBJETIVOS**

#### **A. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un producto agroturístico para la parroquia San Francisco de Bolívar, Cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua

#### **B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Evaluar el potencial de la parroquia San Francisco de Bolívar para el desarrollo del agroturismo
- Elaborar el diseño técnico del producto agroturístico
- Evaluar la viabilidad ambiental y sociocultural del producto agroturístico
- Desarrollar el estudio económico y financiero para la implementación del producto agroturístico

#### **IV. HIPÓTESIS**

##### **A. HIPÓTESIS DE TRABAJO**

El diseño técnico de un producto agroturístico para la parroquia San Francisco de Bolívar fomenta el desarrollo de la actividad turística en forma eficiente y el posicionamiento de la parroquia en el mercado turístico local.

## **V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

### **A. PRODUCTO AGROTURÍSTICO**

#### **1. Definición**

Un producto agroturismo es el conjunto de servicios y actividades agropecuarias articulada, que mediante la explotación agropecuaria (granjas o plantaciones), los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios (Organización Mundial del Turismo, 2010).

#### **2. Estructura**

##### **a. Diseño de producto turístico**

Diseñar un producto turístico implica desempeñar con destreza unas funciones de comercialización y organización y manejar con conocimiento técnicas de evaluación de recursos y planificación de actuaciones concretas. En una primera fase se aborda cómo analizar el potencial turístico que poseen las diferentes zonas territoriales mediante técnicas de evaluación de recursos e identificación de características y ventajas comparativas de los mismos; asimismo, se estudia cómo determinar la oportunidad de creación, modificación o eliminación de un servicio turístico y se detallan las formas de relación de los diferentes recursos (Díaz , 2011).

##### **b. Paquete turístico**

Un paquete turístico es aquel que: Incluye gran variedad de facilidades y servicios complementarios adaptados a las necesidades del cliente. Posibilita 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 (Vera, 2011).

### **c. Componentes del producto turístico**

#### **1) Bienes, servicios, servicios auxiliares**

“En primer lugar, tenemos los bienes y servicios requeridos para cubrir la satisfacción de la experiencia, es decir la materia prima del producto: productos alimenticios, productos de uso en las instalaciones turísticas, material deportivo y de limpieza y prestaciones tales como la recepción, la acogida, la información entre otros.

Los servicios auxiliares son aquellos que complementan la oferta central constituida por el viaje, el alojamiento, la restauración y las atracciones, nos referimos a los equipamientos comerciales e industriales, lavanderías, librerías, cines, las tiendas de vehículos de alquiler, guías turísticos, azafatas, organizadores y asistentes, empresas de ingeniería, empresas de consultoría, empresas de seguro, etc.” (Morocho Quisnancela, 2011)

#### **2) Recursos turísticos**

“La atracción basada en los recursos naturales o artificiales o sociales es la razón que mueve al turista a dirigirse a un destino u otro” (Morocho Quisnancela, 2011).

#### **3) Atractivos turísticos**

Un atractivo turístico son los “valores propios existentes, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo” (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2016).

#### **4) Estructura y equipamientos**

Las infraestructuras y los equipamientos son aquellas construcciones básicas de un territorio que permiten su accesibilidad y disfrute. El concepto de infraestructura y equipamiento debe interpretarse como un valor añadido para el destino, capaz de hacerlo accesible y agradable pero siempre del criterio general de planificación” (Morocho Quisnancela, 2011).

#### **d. Modelo de gestión administrativo y operativo**

#### **5) Base legal de operaciones**

El proyecto turístico para su operación y funcionamiento debe sujetarse entre otras a los siguientes impuestos y controles estatales:

- Impuestos municipales
- Impuestos al sistema de rentas internas, RUC.
- Impuestos por la licencia anual de funcionamiento otorgada por el Ministerio de Turismo
- Permiso de operación al ministerio del ambiente en caso de ejecutar el proyecto en Áreas naturales Protegidas, etc., (Yucta, 2002).

#### **6) Administrativo y operativo**

Esta será la base de las demás áreas ya que aquí contara con la información necesaria que permita el trabajo de las otras áreas, a partir de esta área se organiza y panificaran los procesos, controlando y evaluando los procesos que realizan (Morocho Quisnancela, 2011).

#### **e. Precio**

Como consecuencia de la propiedad de agregabilidad del producto turístico, el precio presenta una variable multidimensional en la medida que existen diversos componentes con precios específicos,

como el coste del alojamiento, coste de transporte, costes de restauración o precios de entrada a determinadas atracciones (Nicolau, 2016)

## **f. Marketing**

### **1) Concepto**

El Marketing apunta a la satisfacción del cliente. Identifica que necesidades insatisfechas hay en el mercado para ofrecerle al individuo lo que ellos requieren. El enfoque marketing mantiene que la clave para alcanzar los objetivos de la empresa consiste en identificar las necesidades y deseos del público objetivo y en ser más efectivos que los competidores a la hora de crear y ofrecer valores a sus mercados objetivos. (Menene, 2012)

### **2) Canales de distribución**

Los canales se caracterizan por su longitud y su amplitud. La longitud del canal indica el número de niveles que tiene, donde cada intermediario constituye un nivel, y la i amplitud del canal representa la intensidad de la distribución en cada nivel de a intermediación, (intensiva, selectiva y exclusiva) (Nicolau, 2016).

### **3) Estrategias de canales de distribución**

Existen dos orientaciones alternativas, o bien se puede realizar una combinación de ambas:

#### **a) Estrategias de empuje (push):**

El producto planifica que canal le sirve como instrumento para promover su producto.

**b) Estrategias de atracción (pull):**

El mismo autor menciona que el productor dirige la promoción del producto directamente al consumidor final, encargándose plenamente él de todas las actividades oportunas, con el objetivo de fomentar por sí mismo la demanda del producto y atraer al consumidor hacia el canal de distribución. Una vez elegido el segmento a trabajar o mercado objetivo y con el producto en poder, o próximo a ser fabricado; debemos darle POSICIONAMIENTO, es decir, dotarle de una personalidad clara y definida en el mercado y en la mente de nuestro consumidor meta.

Esto se logra trabajando en el denominado Marketing Mix que está basado en los siguientes componentes:

- **Producto / servicio:** Una de las definiciones más claras sobre producto es aquella que indica que es un bien (tangible) o servicio (intangibles) que cubre alguna necesidad específica de un grupo de consumidores.
- **Precio:** El precio es la equivalencia monetaria del valor que los consumidores asignan a un producto o servicio
- **Plaza:** Si se tiene un buen producto, con un buen precio, corresponde ahora hacerlo llegar a los posibles compradores en la forma más rápida y eficiente. Esto se llama Plaza o Distribución.
- **Promoción y publicidad:** El mejor producto, con un buen precio y eficazmente distribuido no será bien recibido por los consumidores si éstos no conocen sus beneficios o si no se sienten motivados a comprarlo y usarlo. Por esta razón es labor esencial del productor comunicar al consumidor las características y beneficios y hacerlos en forma agradable posible a la vista y oídos del consumidor potencial (Nicolau, 2016).

## **B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL DE LA PARROQUIA PARA EL DESARROLLO DEL AGROTURÍSTICO**

### **1. Definición de agroturismo**

El agroturismo es una de las modalidades del turismo en espacios rurales, en el que se incluyen el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros. El agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios, de acuerdo con la definición de (La Organización Mundial del Turismo, 2010).

### **2. Condiciones del agroturismo**

Las condiciones del agroturismo por lo general, la mayoría de turistas prefieren zonas que ofrezcan una gama interesante de oportunidades recreativas y participativas y no sectores donde se prestan servicios de forma aislada y también áreas que cuentan con buenas vías de acceso y de telecomunicaciones con agua potable y energía eléctrica. Es necesario entonces identificar en cada zona las ventajas particulares de cada atractivo turístico, diferenciar el producto y seleccionar la escala apropiada y en base a ello, identificar las necesidades en infraestructura, las mejores que deban ser introducidas, su costo y finalmente evaluar la viabilidad de un desarrollo agroturístico en zonas determinadas (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2001).

### **3. Diagnóstico de los sistemas de producción agropecuarios**

#### **a. ¿Cómo se hace un diagnóstico?**

En primer lugar, es necesario realizar las labores de búsqueda de información a través de entrevistas, revisión de fuentes de información, aplicación de encuestas y guías de observación. Estas tareas vendrán determinadas de manera más concreta, por las conclusiones derivadas de la etapa anterior, una

vez levantada la información e campo, el grupo de trabajo comenzara con la tarea de sistematización y análisis. Se elabora una primera parte descriptiva y una segunda analítica o evaluativa que constituirá el diagnostico propiamente dicho (Blanco , 2008).

**b. ¿Que contiene un diagnostico?**

Un diagnostico debe contener el análisis del entorno territorial. El análisis de la situación turística y agroturística, el inventario de atractivos, análisis de la oferta, análisis de la demanda, análisis e la competencia. (Blanco , 2008).

**c. Sistemas agrícolas**

Los sistemas agrícolas se definen como conjuntos de explotaciones agrícolas individuales con recursos básicos, pautas empresariales, medios familiares de sustento y limitaciones en general similares, a los cuales corresponderían estrategias de desarrollo e intervenciones parecidas. Según el alcance del análisis, un sistema agrícola puede abarcar unas docenas o a muchos millones de familias según la (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2016).

**d. Sistemas pecuarios**

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2016)., la producción animal se constituye en una forma de subsistencia y alivio a la pobreza en amplios sectores marginados por la agricultura moderna, principalmente en los sistemas de producción campesinos, en los cuales se desarrolla una amplia gama de medios de vida que les permiten resistir los embates del mercado y los desastres naturales.

#### **4. Inventario de atractivos naturales y culturales**

Para la evaluación de los atractivos del territorio con potencial para el desarrollo del agroturismo, se emplea la metodología de evaluación del patrimonio turístico desarrollada por CICATUR/OEA. Esta consiste básicamente en identificar los atractivos y agruparlos en cinco categorías, a saber:

- Atractivos naturales
- Patrimonio histórico y museos
- Folclore y manifestaciones de la cultura tradicional
- Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas (incluyendo fincas agropecuarias, las agroindustrias y otras formas de procedimiento artesanal)
- Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas. (Blanco , 2008)

#### **5. Estudio de mercado**

##### **a. ¿Cómo se hace?**

Un estudio de mercado es un proceso de investigación en el cual se recoge información sobre diferentes factores relacionados con la actividad empresarial (cliente, competencia, entorno y variables que intervienen en un marco delimitado de actuación), luego se somete a un análisis e interpretación y se extraen una serie de conclusiones que facilitan la toma de decisiones sobre la viabilidad o reformulación de un proyecto empresarial (CEPYME, 2018).

##### **b. Análisis de la oferta**

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2016), la oferta turística comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista.

Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística: Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por

turistas. Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto, la mayoría de sus clientes sean turistas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2016).

### **1) Oferta actual**

Este aspecto permite conocer de la situación actual y potencial y los puntos críticos de los aspectos que explican el desarrollo turístico de la zona, lo que permite detectar las áreas fundamentales en las que actuar. Esto incluye tanto los atractivos como los aspectos de la demanda y la oferta básica, la competencia su promoción y comercialización. (Blanco , 2008)

### **2) Competencia**

Es de interés comparar el territorio de estudio con otros de mayor desarrollo agroturístico y los aspectos que interesa analizar son los principales territorios con los que se competirá, que productos se ofrecen en el mercado, puntos fuertes y débiles de los territorios competidores. (Blanco , 2008)

### **c. Análisis de la demanda**

El análisis de la demanda tiene como objetivo *“medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda”* (Baca Urbina, 2011).

#### **1) Segmento**

La segmentación del mercado es la división de la población en sub-grupos con motivaciones similares, los criterios más utilizados para segmentar incluyen las diferencias geográficas, diferencias de personalidades, diferencias demográficas, diferencias en el uso de productos y diferencias pictográficas.

## 2) Muestra

La muestra es el subconjunto de elementos que forman parte de la población la muestra representa a esta población. El tamaño maestral es el número de elementos u observaciones que tomamos, se denota por  $n$  o  $N$ . (Raya , 2004)

Para obtener la muestra se aplicó la fórmula de la muestra de Canavos, por medio de la cual se obtiene el número de encuestas a realizarse a través de la siguiente fórmula:

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

En donde:

**n:** tamaño de la muestra.

**N:** tamaño de la población.

**e:** margen de error o precisión admisible

**z:** nivel de confianza

**p:** probabilidad de éxitos

**q:** probabilidad de fracaso

## C. EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

### 1. Definición

Acciones humanas que alteran el equilibrio natural del ambiente, el impacto Ambiental refiere al efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos, en términos más técnicos, podríamos decir que el impacto ambiental es aquella alteración de la línea de base como consecuencia de la acción antrópica o de eventos de tipo natural, (Onmidla LTDA, 2016).

## **2. Estudio de impacto ambiental**

Es estudio de impacto ambiental es el documento que describe pormenorizadamente las características de una proyecto o actividad que se pretenda llevar a acabo o su modificación. Debe proporcionar antecedentes fundados para la predicción, identificación e interpretación de su impacto ambiental y describir la o las acciones que ejecutara para impedir o minimizar sus efectos significativos adversos.

## **3. Herramienta de estudio**

El objetivo de EIA consiste en establecer un método de estudio y diagnostico con el fin de identificar, predecir, interpretar y comunicar el impacto de una acción sobre el funcionamiento del medio ambiente.

## **4. Matriz Lázaro Lagos**

La matriz Lázaro Lagos consta de dos tablas que la una idéntica, describe, evalúa y la otra donde se cuantifica los impactos. Utiliza criterios de evaluación entre cualitativos y cuantitativos lo mismo que son: la naturaleza, considerado en el diseño, la magnitud, la importancia, la certeza, el tipo, la reservación, la duración, el tiempo en aparecer, considerado en el diseño (Calderón, 2016)

## **D. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA**

### **1. Inversiones en el periodo pre-operacional**

Las inversiones realizadas antes de la puesta en marcha del proyecto se clasifican en tres grupos:

- Inversiones en activos fijos
- Inversiones en activos diferidos
- Inversiones en capital de trabajo

**a. Inversiones en activo fijo**

Los activos fijos son un pilar fundamental de cualquier empresa. No obstante, su importancia puede variar en función del tipo de compañía o de su actividad empresarial. Si tienes un negocio industrial, puede que la inversión en activos fijos, como la compra de maquinaria o la compra de edificios sea el destino principal de tus inversiones de capital y recursos. Por el contrario, si una pyme se centra en una actividad comercial seguramente se dedique más capital a los inventarios o si lo que hace es ofrecer servicios, probablemente se invierta más en capital humano. Sea como sea, ninguna empresa puede prescindir de los activos fijos, ya sean propios, arrendados o en usufructo. La inversión en activos fijos es una de las inversiones más significativas de una pyme, en ocasiones, la más significativa. Sin activos fijos el funcionamiento y la puesta en marcha de su actividad sería virtualmente imposible (Talaverano, 2010)

**b. Inventario en activos diferidos**

Los cargos diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización. En este grupo, se clasifican los siguientes conceptos, entre otros (Leon ,2001).

**c. Inversiones en capital de trabajo y calendario de inversiones**

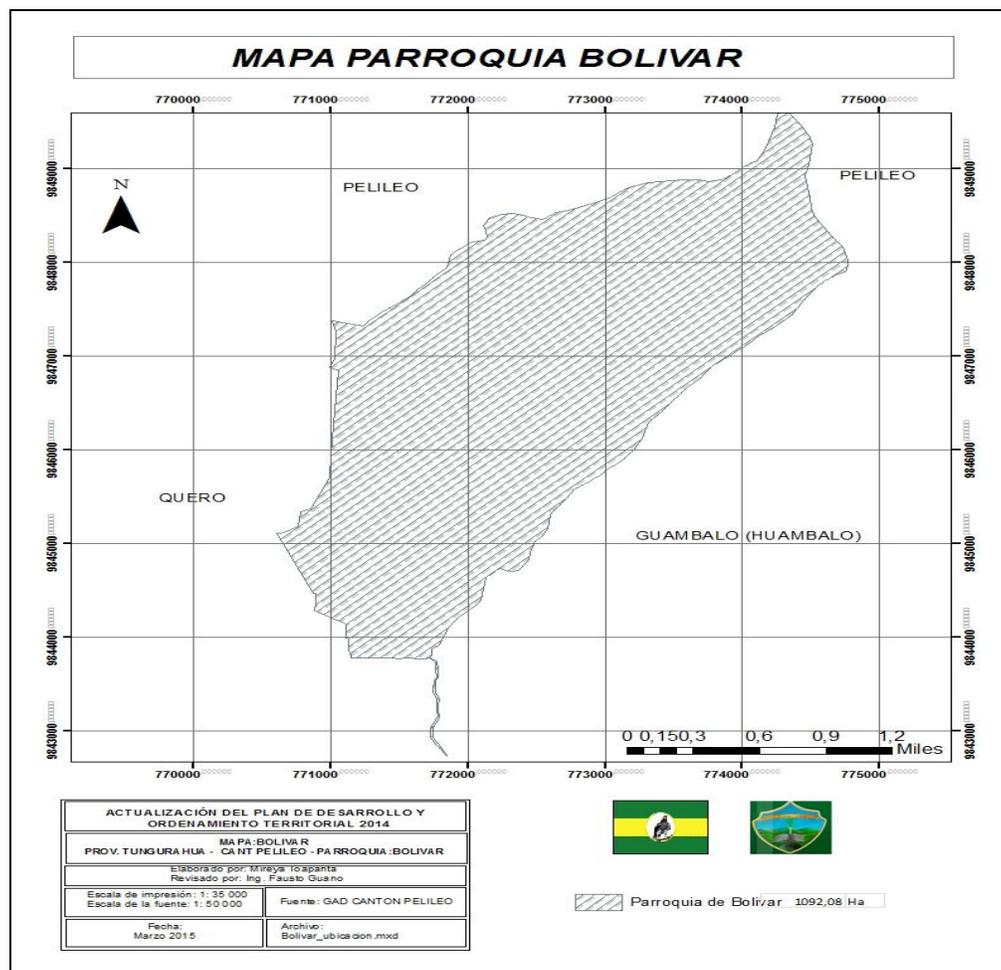
Para Yucta (2002), la inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados, Los datos de las inversiones iniciales en activos fijos, diferidos y capital de trabajo del proyecto, se debe elaborar un calendario de inversiones previas a la operación, que identifique los montos para invertir en cada período anterior a la puesta en marcha del proyecto.

## VI. MATERIALES Y MÉTODOS

### A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

#### 1. Localización

El diseño técnico del producto agroturístico se realizó en la parroquia San Francisco de Bolívar que se encuentra situada a 8 km en el Cantón San Pedro de Pelileo y a 26 km de distancia del Cantón Ambato en la provincia de Tungurahua



**Figura 2- 6 Mapa de la Parroquia San Francisco de Bolívar**

Nota: En (Gobierno autonomo Descentralizado parroquial San Francisco de Bolivar, 2015)

## 2. Ubicación geográfica

Coordenadas proyectadas UTM Zona 17S de acuerdo con el (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San Francisco de Bolívar, 2015).

### **Datun WGS 84**

**X:** 773433 **Y:** 9847151

**Altitud:** entre los 2800 y 3500 msnm.

**Superficies:** 35 km<sup>2</sup>

## 3. Límites

Según el Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial San Francisco de Bolívar (2015), la parroquia tiene los siguientes limites:

**Norte:** Cabecera Cantonal (Quinchibana y Huasimpamba)

**Sur:** Parroquia Huambaló – Cantón Quero

**Este:** Cabecera Cantonal – Parroquia Huambaló

**Oeste:** Cantón Quero

## 4. Características climáticas

Según el (Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial San Francisco de Bolívar , 2015), corresponde:

**Temperatura:** Tiene una temperatura media de 14°C.

**Precipitación:** 700 – 900 mm/año

**Humedad relativa:** 70% - 85%

## **5. Clasificación ecológica**

De acuerdo con el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San Francisco de Bolívar (2015), tiene la siguiente clasificación ecológica:

Bosque muy húmedo montano. - Ubicado dentro de la parroquia entre los 3000 y 3600 msnm, correspondiente a la parte más alta, en los sectores de Shuapotrero, Llano Grande, Cucharahuasi entre otros.

Bosque Húmedo Montano Bajo. - dentro de la parroquia, se lo encuentra entre los 3200 y 3000 msnm aproximadamente, se presenta en relieves menos abruptos que la categoría anterior, en el sector de Quitocucho y se extiende en sentido norte – sur a lo largo de la parroquia.

Bosque Húmedo montano – Bosque muy Húmedo. - se encuentra en la parroquia entre los 2800 y 3000 msnm, y es en la zona que se encuentra la cabecera parroquial y los barrios El Tzigtze, Bellavista y San Alfonso.

Bosque Seco Montano Bajo. - Se encuentra bajo los 2800 msnm, en la parte más baja del territorio parroquial en relieve casi plano (Comuna Oriental).

## **6. Materiales y metodos**

### **a. Materiales**

Los materiales que se utilizaran son: libreta de campo, esferográficos, hojas de papel Bond, Lápiz, borrador, Carpetas, Flash memory.

### **b. Equipos**

Los equipos que se utilizará en el estudio será: Laptop, Cámara digital, GPS, Impresora, Proyector de video.

## B. METODOLOGÍA

La presente investigación fue realizada mediante técnicas de revisión bibliográfica y de campo a nivel exploratorio, descriptivo y analítico, donde los objetivos se cumplieron de la siguiente manera:

### 1. Elaborar el diagnóstico de los sistemas de producción agrícola y pecuaria de la parroquia San Francisco de Bolívar

#### a. Diagnóstico de los sistemas agrícolas y pecuarios vinculados a la potencia turística de la parroquia

Para el desarrollo de este ítem se realizó la caracterización de los sistemas de producción agropecuaria de la parroquia mediante la metodología propuesta por Cabrera, Cruz y Martínez (2004), que frecuentemente se utiliza en los trabajos de caracterización y tipificación de los sistemas de producción, de acuerdo con el siguiente procedimiento:

##### 1) Población de estudio

Para esta investigación se tomó como población de estudio a los 175 productores agropecuarios de la parroquia San Francisco de Bolívar, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Bolívar (2015).

##### 2) Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula de la muestra mediante la técnica del muestreo aleatorio simple al azar, con el uso de la fórmula propuesta por Lázaro Lagos.

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

$$n = \frac{715 (0,5 - 0,5)}{(715 - 1) \left(\frac{0,10}{1,65}\right)^2 + (0,5 - 0,5)}$$

$$n = 175$$

Dónde:

**n:** tamaño de la muestra

**N:** universo de estudio

**e:** margen de error o precisión admisible de 0,15

**z:** nivel de confianza 1,65

**p:** probabilidad de éxito 0,5

**q:** probabilidad de fracaso 0,5

El tamaño de la muestra corresponde a 175 personas (total de agriculturas)

### 3) Técnica para el levantamiento de información

La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento al cuestionario. El levantamiento de información toma en cuenta factores de productividad (agrícolas y pecuarios), de acuerdo a los siguientes componentes:

#### a) Guía para la encuesta y el análisis

##### i. Producción agrícola

- Sistemas y asociaciones
- Labores agrícolas
- Tipos de riego (aspersión surco goteo)
- Utiliza tracción animal y/o tractores
- Producción
- Árboles maderables y frutales

**ii. Condición pecuaria**

- Tipo y cantidad
- Alimentación
- Situación sanitaria y epizootiológica. Uso de medicamentos
- Producción

**4) Identificación de los productos agropecuarios**

La información fue sintetizada en una ficha técnica de cada producto agropecuario.

La ficha consta con la siguiente información:

- Datos generales
- Localización
- Descripción del producto
- Caracterización agrícola
- Caracterización pecuaria
- Caracterización cultural

**b. Diagnóstico de la situación actual del turismo en la parroquia**

La elaboración del diagnóstico de la situación actual del turismo en el área se basó en los elementos del sistema turístico que son:

**1) Atracciones y atractivos**

Se ejecutó el estudio y análisis de la situación actual de la zona con respecto a sitios naturales y las manifestaciones culturales.

## **2) Infraestructura turística**

Se efectuó la correspondiente investigación sobre la situación actual de la zona con respecto al agua, sanidad, energía, vialidad y conectividad.

## **3) Planta turística**

Se realizó el análisis de la situación actual de la zona con respecto al equipamiento turístico (alojamiento, alimentación, esparcimiento, etc.) instalaciones turísticas (de agua, montaña, generalidades), entre otros.

## **4) Superestructura**

Se hicieron las respectivas observaciones y el respectivo análisis de la situación actual de la zona con respecto a los organismos responsables de la organización y buen funcionamiento del sistema turístico, a nivel público, privado y comunitario. Se pondrá énfasis en normativas, reglamentos, resoluciones y otros similares que a nivel local promuevan o regulen el desarrollo del turismo en la zona.

### **c. Análisis de la demanda**

#### **1) Segmentación del mercado**

Para la segmentación del mercado se tomó en cuenta mercados de proximidad con oportunidad para la captación de demanda, definiendo los mercados: los turistas nacionales y extranjeros que arribaron por motivos de turismo a la ciudad de Baños de Agua Santa.

#### **2) Universo**

Se tomó como universo de estudio 71500 turistas que arribaron a la ciudad de Baños de Agua Santa en el año 2015 entre nacionales y extranjeros detallados de la siguiente manera:

Turistas nacionales: 53000

Turistas extranjeros: 18500

### 3) Muestra

Para obtener la muestra se aplicó la fórmula de la muestra propuesta por Lázaro Lagos y mediante la técnica el muestreo aleatorio estratificado al azar, el cálculo determinó el número de encuestas que fueron aplicadas tanto a turistas nacionales y extranjeros.

La fórmula se detalla a continuación:

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

Dónde:

**n:** tamaño de la muestra

**N:** universo de estudio

**e:** margen de error o precisión admisible de 6% (0,06)

**z:** nivel de confianza 1,65

**p:** probabilidad de éxito 0,5

**q:** probabilidad de fracaso 0,5

**a) Muestra de los turistas nacionales**

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

$$n = \frac{53000 * (0,5 - 0,5)}{(53000 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 381$$

**b) Muestra de los turistas extranjeros**

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

$$n = \frac{18500 * (0,5 - 0,5)}{(18500 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 376$$

La población total de turistas que visitaron la ciudad de Baños de Agua Santa en el año 2015 fue de 71500, de las cuales 381 se aplicarán a turistas nacionales y 376 a turistas extranjeros.

**2. Elaborar el diseño técnico del producto agroturístico**

**a. Diseño técnico del producto**

En una primera fase y en base a los resultados del diagnóstico se identificaron los requerimientos en cuanto a:

- Infraestructura social básica (servicios básicos)
- Planta turística (servicios de hospedaje, alimentación y recreación)
- Facilidades turísticas (miradores, senderos, señalización, entre otros)

Una vez determinados los elementos anteriores, se realizó el diseño técnico del producto agroturístico mediante la metodología propuesta por Tierra ( 2009), de acuerdo a los siguientes pasos:

- Diseño del servicio turístico (planta turística, alojamiento, alimentación, operación)
- Diseño de facilidades turísticas
- Diseño de la oferta complementaria

- Equipamiento

#### **b. Estudio mercadotécnico**

Con el producto agroturístico ya definido se identificaron estrategias de comercialización y se desarrolló un plan de publicidad para apoyar en el posicionamiento del producto en el mercado local, se propusieron estrategias en base al Marketing Mix tomando en cuenta el Producto, precio, plaza y promoción

#### **c. Marco legal para la operación**

Para el estudio legal se revisaron las leyes y reglamentos para desarrollo de la actividad turística, dicha información permitió definir la figura legal para la operación, se revisó según su jerarquía:

- Constitución Política de la República del Ecuador
- Ley de turismo
- Ley de compañías
- Ley de la economía solidaria
- Reglamento de registro o constitución
- Otros

#### **d. Gestión del producto turístico**

Mediante reuniones y talleres participativos con los involucrados, se definió modelo de gestión para la operación del producto, estableciendo:

- La estructura administrativa
- Manual de funciones
- Manual de operaciones para la prestación de servicios turísticos
- Normativas y regulaciones

### **3. Evaluar la viabilidad ambiental y sociocultural del producto agroturístico**

Para la evaluación de impactos ambientales y socioculturales se aplicó la matriz de Lázaro Lagos Pérez, método fácil, rápido y sencillo que permitió generar información precisa para establecer acciones y valorar los componentes físicos y naturales, actividades a realizar, sus impactos y criterios de valuación para luego cuantificar los impactos positivos y los impactos negativos que se identificaron durante la investigación, basados en los factores físicos, biológicos y socioeconómicos involucrados. En base a este estudio de impacto ambiental se establecieron las medidas de mitigación, prevención y compensación, para los impactos ambientales negativos que pudiese provocar tanto en la implementación como en la operación del producto agroturístico.

### **4. Desarrollar el estudio económico financiero para la implementación del producto agroturístico**

Para el estudio económico y financiero se tomó en cuenta los costos e inversiones del proyecto: activos fijos, activos diferidos y las inversiones en capital de trabajo, además los gastos de mantenimiento e ingresos, las proyecciones de ventas y utilidades.

También se determinó el flujo de caja para obtener una perspectiva de la liquidez del proyecto que servirá la base para calcular la rentabilidad del mismo, se calculó el VAN (valor neto actual), el TIR (Tasa interna de retorno), el RCB (Razón – Costo – Beneficio), y finalmente se determinó el periodo de recuperación del capital.

## VII. RESULTADOS

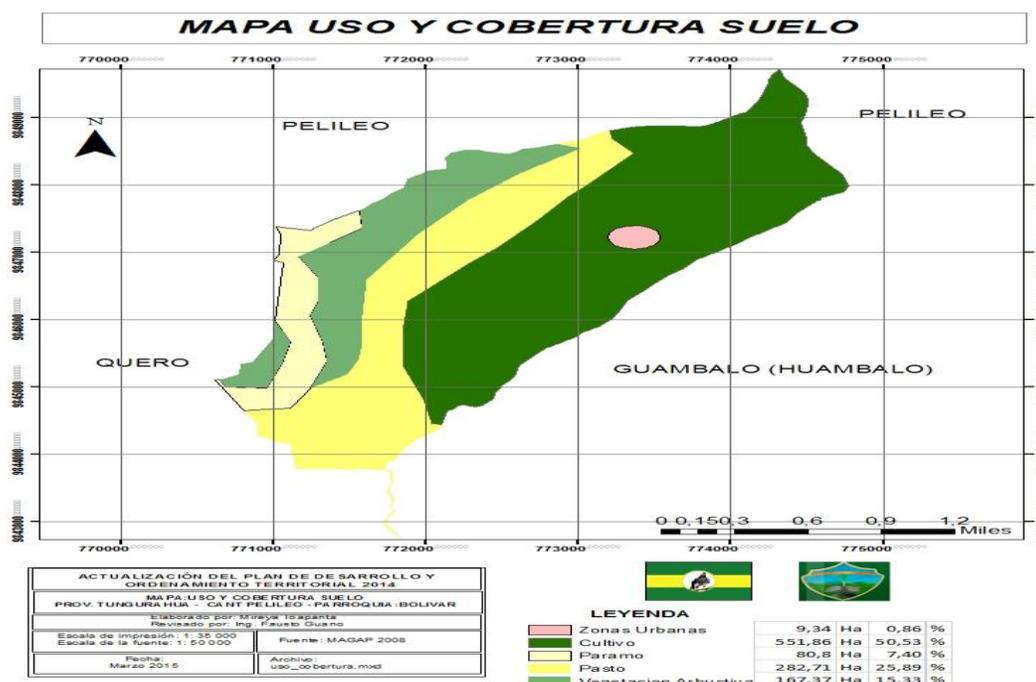
### A. Diagnóstico de los sistemas agrícolas y pecuarios vinculados al potencial turístico de la parroquia

#### 1. Sistemas de producción agropecuaria de la parroquia San Francisco de Bolívar

##### a. Características generales de la producción agropecuaria de la parroquia San Francisco de Bolívar

**Tabla 1-7** Caracterización de las zonas de producción agropecuaria en la parroquia San Francisco de Bolívar

CARACTERIZACIÓN DE LA ZONA			
COMUNIDAD	ALTURA	TEMPERATURA	EXTENSIÓN
Bolívar	3200 msnm	Temperatura media entre 14 <sup>o</sup> C	10.92 Km <sup>2</sup>
Huambalito	2800 msnm	Temperatura media entre 9 <sup>o</sup> C y 13 <sup>o</sup> C	5.37 Km <sup>2</sup>
Quitocucho	3300 msnm	Temperatura media entre 12 <sup>o</sup> C	18.71 Km <sup>2</sup>



**Figura 1.6** Uso y Cobertura de suelo

**Nota:** En (Gobierno autonomo Descentralizado parroquial San Francisco de Bolivar, 2015)

La parroquia posee 551,8 ha agrícolas y pecuarias siendo el 50,53% de total de su territorio, tiene como productos principales el maíz, la papa, la cebolla blanca, la quinua, productos que son aprovechados dentro del sistema agropecuario y que son aprovechados también conjuntamente con los atractivos naturales y culturales que posee la parroquia para lograr posesionar a la misma como un destino agroturístico.

A continuación, se detalla la información de los productos agropecuarios dando a conocer sus valores nutritivos, su valor histórico y el sistema de producción. De donde saco los datos anteriores

## b. Producción agropecuaria de la Parroquia San Francisco de Bolívar

### 1) Información agrícola de la parroquia

**Tabla 2-7** Producción agrícola de la parroquia

COMUNIDAD	CULTIVOS	PORCENTAJE DE COMERCIALIZACIÓN
<b>Bolívar</b>	Maíz, Papas, Cebolla blanca	60 %
<b>Huambalito</b>	Quinua, Maíz, Mora, fresa	65 %
<b>Quitocucho</b>	Papas, cebolla blanca	80 %

### 2) Información pecuaria de la parroquia

**Tabla 3-7** Producción pecuaria de la parroquia

COMUNIDAD	TIPO DE ANIMAL	PORCENTAJE DE COMERCIALIZACIÓN
<b>Bolívar</b>	Cuyes, ganado porcino, ganado vacuno	70 %
<b>Huambalito</b>	Cuyes, conejos	60 %
<b>Quitocucho</b>	Ganado vacuno	60 %

**Tabla 4-7** Características generales de los productos agrícolas de la parroquia San Francisco de Bolívar

Características generales de los principales productos agrícolas de la parroquia San Francisco de Bolívar			
Producto	Nombre científico	Valor nutricional	Reseña histórica
<b>Maíz</b>	<i>Zea mays L.</i>	El maíz contiene inositol, un	El origen del maíz se sitúa en Centroamérica hace unos

	<p>nutriente similar a la vitamina B3 que facilita el sueño y ayuda a metabolizar las grasas. Ayuda a rebajar el colesterol, es antioxidante, rico en fibra para problemas intestinales, es un cereal recomendado para las personas con alergia al gluten. Vitaminas B1 (25%), B3 (9%), y A (12%).</p>	<p>10000 años, desde aquí se extendió por el sur de América y hacia el norte incluyendo las tribus indígenas del Canadá, asimismo su cultivo llegó a algunas islas caribeñas, con la llegada de los españoles se extendió en Europa y el resto del mundo.</p> <p>Las evidencias más antiguas del cultivo del maíz en el Ecuador, obtenida a partir de fotolitos hallados en el sitio Vegas de la Costa Sur, data de hace 5000 años, el cambio hacia el maíz duro de 8 hileras empezaría a darse aún más tarde, las evidencias arqueológicas del cultivo del maíz se suceden para distintas culturas de los periodos históricos Formativo, Desarrollo Regional, Integración e Incario.</p> <p>En la actualidad EEUU y China son los mayores productores de maíz, otros grandes productores de maíz son Brasil, México, Francia y Argentina.</p>
<p><b>Quinua</b>     <i>Chenopodium quinoa</i></p>	<p>La Quinua posee un alto contenido de vitaminas del complejo B, C y E, DONDE SU CONTENIDO DE VITAMINAS B y C es superior al del trigo, es rica en caroteno y niacina B3. Contiene sustancias más riboflavina B2, tocoferol vitamina E y más caroteno que el trigo y el arroz. Contiene además fibra, grasas, minerales y proteínas.</p>	<p>La quinua es una planta andina procedente de los alrededores del lago Titicaca, ubicado en Perú y Bolivia. Las teorías sobre el origen de la quinua son disímiles. Según evidencias arqueológicas del norte de Chile, por la quinua fue utilizada 3000 años antes de Cristo, mientras que hallazgos en la zona de Ayacucho, en el Perú, indicarían que la domesticación de la quinua ocurrió incluso 2 mil años antes.</p> <p>En el Ecuador los Cañaris cultivaban la planta antes de la llegada de los españoles, a finales del siglo XVI fue uno de los alimentos preferidos, en el Ecuador las primeras evidencias de la quinua datan desde hace 300 – 500 A.C. En el siglo XVII, Juan de Velasco distingue dos tipos de quinua, la blanca y la colorada.</p>
<p><b>Arveja</b>     <i>Pisum sativum</i></p>	<p>El aporte energético es muy diferente si se trata de arvejas frescas unas 74 calorías por 100 gramos o de arvejas secas de unas 317 calorías por 100 gramos, este contenido calórico es debido a presencia de hidratos de carbono 56%, y proteínas 21.6%, ya que su contenido en grasa es poco significativo 2.3%.</p>	<p>La arveja llamada también guisante o chícharo, fue uno de los primeros cultivos de la humanidad, algunos dicen que la palabra inglesa PEA proviene del sanscrito, no obstante, la mayoría está de acuerdo que la palabra latina Pisum, parecida a la más antigua griega, pison o pison, es el verdadero origen de la palabra. La palabra anglosajona se convirtió en pise o pisu, y más tarde en inglés posee. Según el diccionario inglés Oxford las dos últimas letras desaparecieron hacia el 1600, porque la gente creyó que la palabra era plural y si se formó la singular pea que conocemos ahora.</p> <p>En el Ecuador tiene un espacio productivo muy acogedor</p>

			pues el país posee características geográficas y climáticas adecuadas para su desarrollo sembrándose en especial en la sierra en las provincias de Bolívar, Chimborazo, Loja, Cañar, Carchi, Imbabura, Pichincha, Azuay y Tungurahua. En los meses de marzo, abril, mayo y junio.
<b>Papas</b>	<u><i>Solanum tuberosum</i></u>	La papa contiene una cantidad moderada de hierro, pero el gran contenido de vitamina C fomenta la absorción de este mineral. Además, este tubérculo tiene vitamina B1, B3, y B6, y otros minerales como potasio, fósforo, y magnesio, así como folato, ácido pantoténico y riboflavina.	En el año 1541 unos oficiales españoles que exploraban el territorio peruano se sorprendieron ante unos sembradores desconocidos para ellos. En efecto, ante sus ojos extendían, hasta donde la vista alcanzaba, unas plantas pequeñas, de hojas ligeramente plateadas, con flores blancas y bayas amarillas. Pensando que estaban plantas que cultivaban por sus frutos, probaron las pequeñas bayas, las encontraron muy amargas y su jugo viscoso les dejó en la boca una impresión tan desagradable que no dudaron fueran tóxicas, y creyeron que los indígenas las usaban para emponzoñar sus flechas.
<b>Manzana</b>	<u><i>Pyrus malus</i></u> <u><i>L</i></u>	Por cada ración de 100 gramos el alimento tiene un total de 52,0% calorías y la siguiente información nutricional 0,3% g de proteínas, 13,8% g de carbohidratos y 0,2% g de grasa.	Sea o no sea cierta la historia de la manzana de Eva, lo que sí es verdad, es que la manzana es previa al paleolítico y durante este periodo los movimientos migratorios del hombre la difundían por todos los sitios. Las manzanas llegaron a Europa desde el Oriente Medio y fue en este continente donde evolucionó gracias, sobre todo, a la cultura grecorromana. Hesíodo, 800 años a.C. ya se refiere a la manzana. También se cree que el fruto es originario de Europa Oriental, del Cáucaso y de Asia Central.
<b>Claudia</b>	<u><i>Prunus domestica</i></u>	Posee grandes propiedades laxantes, altas cantidades de fibra, pectina, la fructosa y el azufre, la convierte en un remedio natural y sano para quienes padecen de estreñimiento, contiene una importante cantidad de hierro, posee también vitamina A y vitamina E.	La Claudia es un fruto que ha acompañado al hombre a lo largo de la historia. Se cree que su existencia proviene de zonas de los antiguos Cáucaso y Persia. Los romanos fueron los encargados de descubrirlas para el mundo occidental, llevando este rico fruto a todos los rincones de su imperio. También en Asia, la ciruela fue pronto conocida y apreciada. Confucio no explica, a través de sus escritos que se trata de un alimento muy común en China. Por su parte, los japoneses la llamaban la fruta de la prosperidad pues su árbol era de los primeros en florecer con el paso del invierno, lo que simbolizaba renacimiento y alegría.
<b>Capulí</b>	<u><i>Prunus serótina</i></u>	Las frutas son consumidas frescas procesadas, tiene propiedades diuréticas, sedativas y	El Aguaymanto conocido en el mundo como cape gooseberry u ochuva, tan peruano que su nombre científico es <i>Physalis peruviana</i> , sin embargo, para los

		<p>antirreumáticas. Es extremadamente rico en vitamina A, con concentraciones de 3000 UI, seis veces más que los tomates, así como la vitamina B y C. Aguaymanto tiene una sustancia similar a la insulina, razón por la que es apropiado para los diabéticos.</p>	<p>Extranjeros es colombiano. Esto porque Colombia es el principal productor de este producto. El capulí crece de forma silvestre en Cusco, Apurímac, La Libertad, Huancavelica y Ancash a altitudes cercanas a los 3000 metros. En el Ecuador la producción se da en toda la región andina, principalmente en Tungurahua.</p>
<b>Mora</b>	<u><i>Rubus glaucus</i></u>	<p>Los grupos vitamínicos más destacados de la mora son el C y las betas carotenos, el primero con índices superiores incluso a las naranjas, siendo el responsable del sabor ácido. Además, está presente el grupo B, principalmente tiamina y riboflavina. Entre los minerales presentes porcentajes elevados el potasio, fósforo, magnesio y calcio.</p>	<p>Europa y Asia son las dos zonas que actualmente constituyen en el centro y origen de esta especie, ya que gran parte de su territorio posee las condiciones naturales ideales para el desarrollo de la mora, creciendo silvestre en sus veredas, caminos y humedales. En la región de Murcia destaca en humedales como el Cañón de almadenes y otros bosques de ribera del río Segura. Ya en la Grecia clásica las moras silvestres eran conocidas junto a otros frutillos del bosque como, sangre de titanes, en referencia a sus intensos ojos rojos, morados, violáceos y negros. No obstante, la primera referencia que destaca el consumo de moras como parte de recetas en gastronomía, se debe a la obra de recuina de Apicio, gastrónomo romano del siglo I d.C.</p>
<b>Fresa</b>	<u><i>Fragaria vesca L</i></u>	<p>Son ricas en vitaminas C y otros antioxidantes como vitamina E y flavonoides que retrasan el envejecimiento y combaten los radicales libres, las infecciones, etc. Los polifenoles de la fresa nos protegen ante enfermedades cardiovasculares. Posee gran contenido en potasio y muy bajo en sodio, lo que favorece la eliminación de líquidos.</p>	<p>Podemos decir que la fresa fue introducida en Europa por los primeros colonos de Virginia que vinieron desde Estados Unidos, además con la llegada de la fresa a Virginia en el siglo XIX, se obtuvieron nuevas variedades de fresas por sus cultivos y mezcla con otras clases de fresas que generaron en tamaño perdieron en sabor. Los criterios se originaron hace unos 20 millones de años en el sudeste asiático, los árabes trajeron a Andalucía y Levante español limoneros naranjos amargos, pero se utilizaban como decoración en los jardines por su belleza y aroma.</p>

**Tabla 5-7** Características generales de los productos pecuarios de la parroquia San Francisco de Bolívar

Producto	Valor nutricional	Reseña histórica
<b>Ganado vacuno</b>	En la composición de la carne de vacuno destacan, la proteína de alto valor biológico, hierro de elevada biodisponibilidad, notable cantidad de otros micronutrientes como el zinc, magnesio, fósforo, selenio, contenido destacable de vitaminas hidrosolubles. - B12, niacina y ácido fólico.	Las regiones de la costa y Amazonía producen principalmente ganado de carne, mientras que le ganado lechero se encuentra sobre todo en la sierra, la lechería se lleva a cabo en la sierra en los valles fértiles en particular entre Riobamba y la frontera con Colombia. El ganado de carne es relativamente nuevo en la Amazonía. La ganadería de leche es uno de los reglones de mayor importancia del sector agropecuario a tal punto que los ganaderos exhiben como insignia el hecho de que el país ahora 500 millones anuales al no tener que importar el producto.
<b>Ganado porcino</b>	En pequeñas cantidades son necesarias para el crecimiento, desarrollo y reproducción humana. En la carne de cerdo sobresalen las vitaminas del complejo B, y en especial la B1 que se encuentra en mayor cantidad que en otras carnes. También rica en vitaminas B6, B12 y Riboflavina.	La domesticación del cerdo tubo origen en China 4900 años, antes de nuestra era. Es uno de los primeros animales utilizados por el ser humano, algunos pueblos consumían la carne de cerdo, pero otros la consideraban indeseable. Los cerdos en Ecuador tienen su origen en las razas ibéricas importadas durante el periodo de la conquista, algunos remanentes de estos ejemplares, se los encuentra en sitios apartados del país. En Loja se encuentran un hato de cerdos criollos que pueden ser considerados ancestrales, los mismo han conservados sus características debido al criterio de su propietario que ha preferido mantener a sus animales en estado puro dadas las bondades zootécnicas de los mismos.
<b>Conejos</b>	Es un alimento magro por lo que es bajo en grasas, recomendados para dietas con bajo colesterol, es rico en vitamina B12, esta aconsejado para mujeres embarazadas. Ayuda a personas con problemas estomacales, bajo en sodio para personas con hipertensión, elevado contenido en potasio, rico en proteínas de alto valor biológico, recomendado en dietas de adelgazamiento.	Las estadísticas nacionales ignoran generalmente la producción de conejo, sin embargo, partiendo de algunos datos disponibles, se ha estimado la producción mundial aproximadamente en 1.2 millones de toneladas de canales. Los principales países productores del mundo son Italia, Francia, China, España.
<b>Cuyes</b>	El cuy es un alimento rico en proteínas y de alto valor biológico 21% y también es muy bajo en grasas 7%, además posee gran cantidad de colágeno, vitaminas y minerales, así como una	Los orígenes del cuy se pierden en la noche del tiempo, pero es un hecho de hace 5000 años ya servía como alimento a los antiguos indígenas, como testimonian los restos que se encontraron de este

	alta presencia de ácidos grasos esenciales para el ser humano como el AA y el DHA.	noble animalito en cuevas prehistóricas ayacuchanas. El cuy es un mamífero calificado en diversos lugares con nombres como cobayo, conejillo de indias, cuye, huanco, oriundo de las quebradas interandinas de Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia.
<b>Ovejas</b>	La carne de oveja contiene un alto contenido de vitaminas como minerales, es especialmente rico en vitaminas del grupo B12 y B6, así como minerales como el hierro, fósforo y zinc.	Aun en tiempos de la colonia lo que es ahora Ecuador, fue un centro de producción de paños y telas destinadas a la explotación y a la metrópoli y consecuentemente existía alrededor de 7 millones de ovejas de la raza Merino Española, churro y manchega, que fueran traídas por los españoles estos ovinos se reproducían y producían lana para los llamados obrajes. La manufactura de telas y vestidos de lanas se desarrolló rápidamente, convirtiéndose el Ecuador en un importante centro fabril industrial que alcanzó un máximo esplendor durante los siglos 17 y 18.
<b>Aves de corral</b>	Su carne es una buena fuente de vitamina B que protege contra el cáncer, niacina componentes de AND requieren niacina, y una deficiencia de niacina, así como otras vitaminas del complejo B, una porción de cuatro onzas de pollo proporciona 72.0% del valor diario de niacina.	Las aves han sido domesticadas durante miles de años, evidencias arqueológicas sugieren que las gallinas domésticas existían en China desde hace 8000 años y que luego se expandieron hacia Europa occidental, posiblemente a través de Rusia. La domesticación puede haber ocurrido separadamente en India o haber sido introducida a través del sur de Asia.

Se realizó la caracterización de la producción agrícola y pecuaria de la parroquia identificando de esta manera los sistemas de producción agropecuaria y que arroja los siguientes sistemas:

- **Sistemas de producción frutícola:** son los cultivos de todas aquellas plantas que producen frutos, y la preparación de los frutos para su posterior comercialización.
- **Sistema de producción cunicola:** se refiere a la crianza y domesticación de conejos.
- **Sistema de producción cavícola:** es la crianza y cuidados del cuy una especie andina, para comercialización.
- **Sistemas de producción avícola:** es la práctica de cuidar y criar aves con diferentes fines.
- **Sistema de producción vacuna:** consiste en la domesticación y aprovechamiento de vacas, toros y bueyes.

## c. Caracterización de los productos agrícolas

### 1) Fichas de caracterización cultural de los productos agrícolas

Mediante los resultados obtenidos se observa que la mayoría de los productores tienen una inclinación mayor hacia el cultivo de frutales.

#### a) Productos agrícolas

**Tabla 6-7** Manzana

IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS RELEVANTES		Fotografía del producto
1.1. Ficha N°: 1		
1.2. Fecha: 20-11-2016		
1.3. Elaborado por: Byron Cárdenas		
1.4. Revisado por: Ing. Danilo Guilcapi y Ing. Patricia Tierra		
1.5. Especie		
1.5.1 Nombre Vulgar:	Manzana	
1.5.2. Nombre Científico:	<i>Pyrus malus L.</i>	
1.5.3. Familia:	ROSACEA	
<b>2. LOCALIZACIÓN</b>		
2.1. Comunidad	2.2. Barrio	
Bolívar, Huambalito, Quitocucho	San Alfonso, Barrio Central	
<b>3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>		
3.1. Descripción de la especie		
El árbol de Manzana alcanza como máximo 10 metros de altura con una copa globosa.		
Tronco verdoso con escamas, con una vida de unos 60 a 80 años.		
Sus hojas son ovaladas, cortamente acuminadas, aserradas con dientes obtusos, blandas con el haz verde claro y tomentoso, de doble longitud que el peciolo.		
Sus flores son grandes casi sentadas o cortamente pedúnculos que se abren unos días antes que las hojas, son hermafroditas de color rosa pálido, a veces blanco y en número de 3 a 6 unidades en corimbo.		
La floración tiene lugar en primavera generalmente en abril o mayo.		
Su fruto pomo globoso con pedúnculo corto y numerosas semillas de color pardo brillante.		
3.2. Condiciones climáticas y de producción		
Es más resistente al frío que el peral y no necesita tanta cantidad de calor y luz para la maduración.		
Este fruto soporta temperaturas inferiores a los -10°C, sin que por ello se afecte su corteza. Por tener el sistema radicular superficial puede vivir en terrenos poco profundos.		

---

### 3.3. Reseña histórica

El manzano tiene origen en Asia Central y se piensa remonta a la era Neolítica donde parece estuvieron los antiguos antepasados de los actuales manzanos botánicos.

---

### 3.4. Origen Introducido

3.5. Variedades Las razas y variedades de manzana son innumerables ya que han acompañado al hombre desde tiempos remotos.

---

3.6. Producción La producción aproximada de este fruto es de 75 kilos por planta.

---

## 4. CARACTERÍSTICAS AGRICOLAS

---

### 4.1. Descripción del cultivo

Los marcos de plantación son muy variables depende de su densidad se aconseja hacer la plantación a distancia tal que no queden ni muy distantes, de forma que se desaproveche el terreno ni tan juntos que lleguen a perjudicarse mutuamente.

El sistema de riego más empleado es el de inundación o manta, aunque en las nuevas zonas de producción es cada vez más frecuente la utilización de riego localizado, bien sea por goteo o por micro aspersión, el árbol adulto de manzana requiere de forma general entre 200 y 300 litros de agua por año y kilo de fruta producido.

---

### 4.2. Tipo de cultivo

Caducifolio

---

### 4.3. Forma de cultivo

Aplicación de productos químicos de sello verde en ciertos casos

---

### 4.4. Tiempo de vida de la especie

Tiene una vida de unos 60 a 80 años.

---

### 4.5. Temporada de cosecha

Generalmente de febrero a mayo.

---

### 4.6. Distribución geográfica de la especie en el Ecuador

Principalmente en la sierra centro en la provincia de Tungurahua, seguido de las provincias de Chimborazo, Loja y Cañar

---

## 5. CARACTERÍSTICAS CULTURALES

---

### 5.1. Conocimientos de uso tradicional

#### 5.1.2. Conocimiento ecológico

Procesos de poda e injerto asociados con las etapa de la luna tierna

---

#### 5.1.3. Uso medicinal

Inflamaciones del estómago, buen regulador del aparato digestivo, enfermedades de obesidad y reumáticas, anticatarral, anti colesterol, sedante muy bueno para dormir bien, para rebajar fiebre.

---

#### 5.1.4. Conocimiento gastronómico

Se preparan dulce de manzana casero, así como la colada de manzana y vino de su pulpa.

---

5.1.5. Creencias la manzana ya existía en el paraíso, Eva ofreció a Adán un amanzana, que al comer de ella desobedecieron al Señor creando el pecado y llegando a la expulsión del paraíso.

---

### 5.2. Tradiciones y Expresiones Orales

5.2.1 Cuentos La manzana siempre ha sido una tentación, en cuentos de hadas en Blancanieves y los 7 enanitos, la manzana es usada para introducir veneno en una hermosa joven haciéndola dormir hasta que un príncipe la despierte de su profundo sueño.

---

**5.2.2 Leyendas:** Para la mitología griega la manzana a pesa de ser deliciosa también causa la discordia y es llamada la manzana dorada de la discordia. La diosa Eris o Eride al no ser invitada a la boda de Pelo, se presentó durante la celebración y lanzo sobre la mesa una manzana dorada de oro para la diosa más hermosa. Esto causo que afrodita, Atenea y Hera se disfrutaran por ella. Inmediatamente Zeus tuvo que intervenir y pidió a Paris, que escogiera a la más hermosa y que le entregara la manzana dorada. Todos intentaron convencerlo ofreciéndole poder, sabiduría o amor, Paris se decidió aceptando el amor de la mujer más bella del mundo y dio la manzana a Afrodita quien cumplió su promesa, Paris se enamoró de Helena, la mujer de Menelao, rey de Esparta a quien secuestraria. Y es debido a la manzana de la discordia que tiene inicio la guerra de Troya.

**5.2.3 Historia local:** No se registran

**5.2.4 Mitos:** El manzano era tan importante que los druidas celtas se reunían debajo de este, debido que representaba la inmortalidad, en la cual había una isla llamada Pomorum donde no nevaba, ni llovía, y donde iban los guerreros muertos de las batallas, era un lugar paradisiaco para aquellos que pelaron.

**Tabla 7-7** Claudia

#### IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS RELEVANTES

1.1. Ficha N°: 2

1.2. Fecha: 20-11-2016

1.3. Elaborado por: Byron Cárdenas

1.4. Revisado por: Ing. Danilo Guilcapi , Ing. Patricia Tierra

1.5. Especie

1.5.1 Nombre Vulgar: Claudia

1.5.2. Nombre Científico: *Prunus domestica*

1.5.3. Familia: ROSACEA

Fotografía del producto



#### 2. LOCALIZACIÓN

2.1. Comunidad

Bolívar, Huambalito, Quitocucho

2.2. Barrio

Barrio Bellavista, Barrio Central, San Alfonso

#### 3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

3.1. Descripción de la especie

Árbol de tamaño mediano que alcanza una altura máxima de 5 a 6 metros.

Tronco con corteza pardo azulada brillante y lisa, produce ramas alternas, pequeñas, delgadas, unas lisas y otras pubescentes y vellosas.

Sus raíces son largas, fuertes, plegables, tortuosas, poco ramificadas y poco profundas.

Hojas caducifolias y oblongas, aserradas, de color verde, liso por el haz y pubescentes por el envés.

Las flores aparecen en pequeños ramos cortos de un año de edad, blanco, solitario con pedúnculos cortos.

Su fruto una drupa u oval recubierta por una cera blanquecina de color amarillo rojo o violáceo con pedúnculo mediano, peloso, con hueso oblongo comprimido y algo áspero.

3.2. Condiciones climáticas y de producción

Es uno de los frutales más rústicos y fáciles de cultivar, resiste las bajas temperaturas, los frutos y las ramas finas son sensibles a los vientos, en cuanto al suelo soporta la caliza, la humedad los terrenos compactos.

---

### 3.3. Reseña histórica

Es cultivado desde la antigüedad, se piensa que el ciruelo que es originario del mar Caspio

---

### 3.4. Origen

Introducida

---

### 3.5. Variedades

Golden Japan, santa rosa, Reina Claudia Verde, Reina Claudia de Oullins.

---

### 3.6. Producción

Un árbol de aproximadamente 2 metros puede producir entre 95 kilos

---

## 4. CARACTERÍSTICAS AGRICOLAS

---

### 4.1. Descripción del cultivo

Los marcos de plantación dependen del patrón utilizado y de la poda de formación, pudiendo oscilar entre 4,50 x 4,50 m a 10 x 10 m, se debe tener el terreno bien abonado, se utiliza riego de surco a manta, en la poda se debe conservar los ramilletes.

---

### 4.2. Tipo de cultivo

Caducifolio

---

### 4.3. Forma de cultivo

Cultivo orgánico con uso de abono animal, humus de lombriz.

---

### 4.4. Tiempo de vida de la especie

De acuerdo al cuidado que se les dé pueden vivir de 40 a 80 años

---

### 4.5. Temporada de cosecha

De Noviembre a Febrero

---

### 4.6. Distribución geográfica de la especie en el Ecuador

Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi

---

## 5. CARACTERÍSTICAS CULTURALES

---

### 5.1. Conocimientos de uso tradicional

#### 5.1.1. Conocimiento ecológico

Con requerimientos ecológicos flexibles, ya que prospera naturalmente en suelos compactos, duros y empobrecidos, aunque en cultivares controlados con la adición de nutrientes como el nitrógeno ven amentada la producción de frutos, requiere de irrigación constante pero no a niveles de saturación.

---

#### 5.1.2. Uso medicinal

Por su contenido de sorbitol tiene efecto laxante, por lo cual también es un buen remedio para afecciones de este tipo debido a eso, en ocasiones no es recomendable comerlas en exceso, algunos médicos las recomiendan para problemas del estómago, también se ha detectado la presencia de compuestos fenólicos, antocianinas, carotenoides y vitamina C.

---

#### 5.1.3. Conocimiento gastronómico

Se hacen mermeladas, compotas, almibares, zumos, jaleas, confituras y frutillas glaseadas.

---

#### 5.1.4. Creencias

La variedad Claudia reina de color verde pálido y especialmente pulposa fue llamada así en honor de la reina Claudia de Francia, tanto la Claudia como su árbol son los símbolos del huerto de frutas de China.

---

### 5.2. Tradiciones y Expresiones Orales

#### 5.2.1 Cuentos

---

Cuanto sobre un árbol de Claudia que se llamaba Don Amargo y a este árbol no le gustaba que le quiten sus frutos porque decía que es injusto que eran de él y que no tenían por qué sacarle nada. Nosotros estamos para alimentar a las personas le decía el árbol de mandarina, sino para que servimos le dijo, a lo que responde que ellos están para embellecer los campos para dar sombra sin que nos quiten lo nuestro decía.

#### 5.2.2 Leyendas:

Cuentan que en la antigüedad un estudioso chino viajó por el sur del país a buscar inspiración para su creación literaria. En una noche de invierno y perdido en el bosque, durmió bajo la colina y soñó con una hermosa mujer y un niño cantando y bailando, al despertar vio que durmió sobre un ciruelo y en una de sus ramas estaba un pajarito con plumas de color esmeraldas y se dio cuenta que en su sueño era el árbol de ciruelo y el pajarito, entonces la flor de ciruelo es sinónimo de pureza y elegancia.

#### 5.2.3 Historia local:

No se registra

5.2.4 Mitos: comer la Claudia con piel es más nutritivo porque la mayoría de las sustancias activas de la fruta e encuentran en la cáscara

**Tabla 8-7** Capulí

### IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS RELEVANTES

1.1. Ficha N°: 3

1.2. Fecha: 20-11-2016

1.3. Elaborado por: Byron Cárdenas

1.4. Revisado por: Ing. Danilo Guilcapi , Ing. Patricia Tierra

1.5. Especie

1.5.1 Nombre Vulgar: Capulí

1.5.2. Nombre Científico: *Prunus serótina*

1.5.3. Familia: ROSACEA

Fotografía del producto



### 2. LOCALIZACIÓN

2.1. Comunidad

Bolívar, Huambalito, Quitocucho

2.2. Barrio

Bellavista, San Alfonso, Quitocucho, Huambalito

### 3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

3.1. Descripción de la especie

Árbol pequeño o arbusto caducifolio de 3 a 8 m. de altura, con un diámetro a la altura de pecho de hasta 20 cm, con un copa estatificada y hojas simples, alternas, oblongo-lanceoladas, de 6 a 14 cm de largo por 2 a 4 centímetros de ancho.

Su tronco monopódico, generalmente cilíndrico con ramas extendidas horizontales, corteza extensa lisa de color gris pardusco, e interna fibrosa de color crema claro, astringente.

Las flores blancas perfectas de 2 a 2.2 cm de diámetro, axilares, solitarias o en fascículo de 1 a 5 flores, su fruto es una baya carnosa, multicolor, elipsoide, jugosa y dulce.

---

### 3.2. Condiciones climáticas y de producción

Crece en tierras bajas de entre los 800 a 1200 0msnm y las Antillas mayores, frecuentemente en terrenos planos, lomeríos y cañadas, sobre suelos negros y amarillo rocoso, arcilloso, arenoso, calcáreo.

---

### 3.3. Reseña histórica

Originario de América tropical

---

### 3.4. Origen

Introducida

---

### 3.5. Variedades

Capulí rojo, capulí coco

---

### 3.6. Producción

En un promedio de 225 kilos por un árbol promedio de 15 metros de altura.

---

### 3.7. Valor nutricional

Tiene propiedades diuréticas, sedativas y antiirreumáticas, es extremadamente rico en vitamina A, con concentraciones de 3000 UI, así como la vitamina B y C

---

## 4. CARACTERÍSTICAS AGRICOLAS

---

### 4.1. Descripción del cultivo

Se los siembra de una forma que se encuentren separados y no se perjudiquen uno con el otro, se los abona con abono de animal, normalmente se utiliza la inundación como forma de riego

---

### 4.2. Tipo de cultivo

Caducifolio

---

### 4.3. Forma de cultivo

Se usan abonos orgánicos y en ocasiones abonos químicos

---

### 4.4. Tiempo de vida de la especie

De 50 a 100 años

---

### 4.5. Temporada de cosecha

Los meses de Septiembre a Diciembre

---

### 4.6. Distribución geográfica de la especie en el Ecuador

En la sierra ecuatoriana

---

## 5. CARACTERÍSTICAS CULTURALES

---

### 5.1. Conocimientos de uso tradicional

---

#### 5.1.1. Conocimiento ecológico

Es una especie secundaria, se establece bien después de perturbaciones como fuego, tala y ciclones, los arboles nunca llegan a la parte alta del dosel del bosque en estadios sucesionales tardíos, pero si hay plántulas en el sotobosque que pueden sobrevivir hasta 5 años.

---

#### 5.1.2. Uso medicinal

Corteza, hojas, en infusión se usa como expectorante, estimulante, febrífugo, antiespasmódico, tónico, sedante y para combatir las diarreas. El polvo de la corteza aplicado en los ojos desvanece las nubes, aclara la vista cura las inflamaciones, el fruto es jarabe se usa contra la tos. Los extractos, infusiones y jarabes preparados con las ramas, corteza y raíces, se usan como tónicos y sedantes en el tratamiento de la tisis pulmonar y en la debilidad nerviosa.

---

#### 5.1.3. Conocimiento gastronómico

Fruto muy apreciado como complemento alimenticio por su agradable sabor. Se come crudo o en conserva, jaleas,

---

mermeladas, y bebidas frescas, en los mercados suelen venderse tamales de capulí, se elaboran bebidas embriagantes con el fruto fermentado. El jucho es una de las bebidas más importantes que se preparan con el capulí.

#### 5.1.4. Creencias

Cuenta un relato indígena que en un tiempo de hambruna llegaron unos chirotes con pepas de capulí, las sembraron y al día siguiente nacieron los árboles de esta fruta.

### 5.2. Tradiciones y Expresiones Orales

#### 5.2.1 Cuentos

Historia popular ecuatoriana en un pequeño pueblo de la sierra ecuatoriana vive EL CAPULI un hombre que a pesar de su aspecto grande y tosco siempre ha soñado con ser peluquero. Los moradores del pueblo le temen y se burlan de su aspecto, pero el destino le dará una nueva oportunidad para alcanzar su sueño y tratará de convertir cada burla en un nuevo corte de pelo.

#### 5.2.2 Leyendas:

No se registra

#### 5.2.3 Historia local:

El jucho es considerado un postre tradicional en el pueblo y en general sierra centro que se degusta en carnaval.

#### 5.2.4 Mitos:

En la zona norte de Perú y en la sierra sur del Ecuador antiguamente se usaba mucho la frase COGER CAPULI, cuyo significado era implícitamente sexual, pues se creía que un hombre podía acceder a favores sexuales de las mujeres.

**Tabla 9-7 Mora**

### IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS RELEVANTES

1.1. Ficha N°: 4

1.2. Fecha: 20-11- 2016

1.3. Elaborado por: Byron Cárdenas

1.4. Revisado por: Ing. Danilo Guilcapi , Ing. Patricia Tierra

1.5. Especie

1.5.1 Nombre Vulgar: Mora

1.5.2. Nombre Científico: *Rubus glaucus*

1.5.3. Familia: ROSACEA

Fotografía del producto



### 2. LOCALIZACIÓN

2.1. Comunidad

Bolívar, Huambalito, Quitocucho

2.2. Barrio

Bellavista, Central, San Alfonso

### 3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

3.1. Descripción de la especie

Es un arbusto semirrecto y trepador. Conformada por varios tallos que forman corona en la base de la planta son espinosas, puede crecer hasta los tres metros, hojas de color verde oscuro en el haz y blanquecino al envés, el fruto una baya de color roja o negra.

---

### 3.2. Condiciones climáticas y de producción

La temperatura que vive está en un promedio de 16°C a 25°C, en una latitud de 1200 a 2000 msnm. En suelos franco arcillosos, de modo que tiene una buena reserva de agua con altos contenidos de materia orgánica ricos en fosforo y potasio.

---

### 3.3. Reseña histórica

Crece en todo el tópicico americano, proveniente de centro América.

---

### 3.4. Origen

Nativa

---

### 3.5. Variedades

Mora de castilla con espinas, mora de castilla sin espinas

---

### 3.6. Producción

2 toneladas por hectárea al año

---

### 3.7. Valor nutricional

Nutriente	Por cada 100g
Agua	87.68g
Proteínas	1.44g
Lípidos	0.39g
Ceniza	0.69g
Hidratos de Carbono	9.8g

---

## 4. CARACTERÍSTICAS AGRICOLAS

### 4.1. Descripción del cultivo

Se deben sembrar a una distancia de 1.2 a 1.5 m. entre plantas y 1.7 a 2.0 entre surco, se utiliza el oteo y micro aspersión como forma de riego

---

### 4.2. Tipo de cultivo

Perennifolio

---

### 4.3. Forma de cultivo

De forma orgánica y en ocasiones uso de químicos de sello verde

---

### 4.4. Tiempo de vida de la especie

De 8 a 10 años

---

### 4.5. Temporada de cosecha

Hasta tres veces por semana durante todo el año

---

### 4.6. Distribución geográfica de la especie en el Ecuador

Tungurahua, Cotopaxi, Bolívar, Chimborazo, Pichincha, Imbabura, Carchi

---

## 5. CARACTERÍSTICAS CULTURALES

### 5.1. Conocimientos de uso tradicional

#### 5.1.1. Conocimiento ecológico

La siembra se realiza en épocas de lluvia o solo si ay abundante riego. Las plántulas que proceden de platabandas se extraen a raíz desnuda o con pan de tierra en este caso es necesario cubrir el pan de tierra con papel periódico durante el transporte hasta el lugar definitivo, con el propósito que no se rompen las raíces.

---

#### 5.1.2. Uso medicinal

Se usa como laxante, para jaquecas, diarrea y parásitos, tensión baja.

---

#### 5.1.3. Conocimiento gastronómico

---

Elaboración de mermelada de mora, pastel de mora, yogures, licores, batidos, helados, gelatinas, confituras, zumos, jaleas.

#### 5.1.4. Creencias

De la mora procede el nombre que se le da al color morado y, por ende, de la mora también procede la palabra moretón usado para referirnos a los hematomas.

### 5.2. Tradiciones y Expresiones Orales

#### 5.2.1 Cuentos

Blancaniña y la reina mora, un rey que iba de casa se encontró con Blancaniña que tenía un hermoso pelo y el rey se prendo de ella y le daba muchos regalos, y quería que sea una reina, entonces la niña vio una fuente de agua muy clara como un espejo, donde dijo suspirando mora morita de la morería, venir por agua a la fuente fría. Pero la mora se moría de envidia de la niña, que quería tomar el lugar de la niña. Y al final logro tomar su lugar y el rey tomo a morita y la llevo al palacio, pero pronto el rey se daría cuenta que no era Blancaniña entonces el rey se iría a buscar a Blancaniña y casarse con ella finalmente.

#### 5.2.2 Leyendas:

El cuerpo de la princesa Cuayautital era una hermosa mujer y cuando murió su cuerpo no pudo ser movido porque de ella brotaban la extraña planta que había nacido de la noche a la mañana y de sus tallos salían agudas espinas, hicieron fiestas con danzas rituales, se ofrendaron flores y frutos, pero a la mañana siguiente aquel cuerpo hermoso había desaparecido, quedando solamente la planta que de ella brotaba llevando por savia su sangre, esta se extendía por entre los barrancos ofreciendo sus frutos color granate y que hoy conocemos con el nombre de la zarzamora.

#### 5.2.3 Historia local:

No se registra

#### 5.2.4 Mitos:

Para comprender la hermosura debes buscar una planta de mora, probarla y con su sabor y hermosura y toda ella llena de gracia y que el sol la besaba con orgullo.

## Tabla 10-7 Fresa

### IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS RELEVANTES

1.1. Ficha N°: 5

1.2. Fecha: 20-11-2016

1.3. Elaborado por: Byron Cárdenas

1.4. Revisado por: Ing. Danilo Guilcapi , Ing. Patricia Tierra

1.5. Especie

1.5.1 Nombre Vulgar: Fresa

1.5.2. Nombre Científico: *Fragaria vesca L*

1.5.3. Familia: ROSACEA

Fotografía del producto



### 2. LOCALIZACIÓN

2.1. Comunidad

Huambalito

2.2. Barrio

Huambalito

### 3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

---

### 3.1. Descripción de la especie

La planta presenta tallos rastreros, con estolones, hojas vellosas y flores blancas o amarillas, el fruto mide cerca de un centímetro de largo, es rojo tiene sabor dulce y presenta un aroma característico. El fruto de la fresa es un eterio, un receptáculo floral carnoso que presenta una gran cantidad de aquenios. Esta característica hace que la fresa también sea un poli aquenio.

---

### 3.2. Condiciones climáticas y de Producción

Temperatura de 15 a 20<sup>0</sup>C, prefiere suelos equilibrados ricos en materia orgánica, aireados, bien drenados, pero con cierta capacidad de retención de agua.

---

### 3.3. Reseña histórica

La fresa estaba presente en las mesas de la antigua Roma, en las fiestas de honor de Adonis y a su muerte Venus lloro y sus lágrimas se convirtieron en pequeños corazones rojos, las fresas.

---

### 3.4. Origen

Introducida

---

### 3.5. Variedades

Albión

---

### 3.6. Producción

Aproximadamente se pueden obtener 15 cajas de 5 kilos por 1000m<sup>2</sup>

---

### 3.7. Valor nutricional

Es una fuente de vitamina C, vitamina P, hidratos de carbono, potasio, magnesio, calcio y agua. Se estima 100 gramos de fresa incluyen 34, calorías.

---

## 4. CARACTERÍSTICAS AGRICOLAS

---

### 4.1. Descripción del cultivo

Se debe desinfectar el suelo donde se va a sembrar, para eliminar cualquier tipo de hongo, paracito o agente biosida., cobertura de suelo o acolchado consiste en cubrir el suelo con plástico polietileno de forma que la planta va alojada en cavidades sobre la lámina plástica.

---

### 4.2. Tipo de cultivo

Perennifolio

---

### 4.3. Forma de cultivo

De forma orgánica

---

### 4.4. Tiempo de vida de la especie

De 3 a 5 años

---

### 4.5. Temporada de cosecha

Durante todo el año

---

### 4.6. Distribución geográfica de la especie en el Ecuador

Tungurahua, Pichincha, Chimborazo

---

## 5. CARACTERÍSTICAS CULTURALES

---

### 5.1. Conocimientos de uso tradicional

---

#### 5.1.1. Conocimiento ecológico

Las fresas asocian con el verano, y es así porque ellas prefieren el sol y por ello cultivar fresas es una actividad de verano, es posible que algunas especies, prefieran un poco de sombra, pero se trata de solo aquellas que son de tipo salvaje y que crecen a nivel del suelo, por debajo de plantas altas.

---

---

### 5.1.2. Uso medicinal

Purifica el sistema digestivo y también para prevenir problemas como la artritis, la gota e incluso la anemia y problemas de tensión elevada.

---

### 5.1.3. Conocimiento gastronómico

Se utiliza a la fresa para mermeladas, jaleas y helados y es utilizada también con licores.

---

### 5.1.4. Creencias

Esta fruta es usada como estereotipo para aquellas personas jóvenes en ocasiones adultas cuya forma de vivir es o aparenta ser superficial a los que se los conoce como chicos fresa.

---

## 5.2. Tradiciones y Expresiones Orales

---

### 5.2.1 Cuentos

En un pueblo vivía un niño muy envidioso llamado Pedro, vivía con sus padres en el campo y tenían cultivos de fresas, un día en las labores de la fresa unos amigos de Pedro se acercaron a pedirle unas fresas y él no les dio nada y los niños se fueron tristes. Así Pedro iba perdiendo amigos por su comportamiento de envidioso. Con el tiempo Pedro comenzó a sentirse solo entonces decidió no ser envidioso y un día regalo fresa a un niño que pasa y de pronto ese niño se enfermó y los demás niños pensaron que Pedro lo hizo a propósito, pero luego Pedro les dio una explicación porque no sabía que esas fresas que regalo estaban malas entonces volvieron hacer amigo y a jugar como antes saboreando las ricas fresas

---

### 5.2.2 Leyendas:

En un día muy soleado, un campesino encontró entre los sembradíos una bolsa con monedas de oro, de repente un duende apareció y el campesino le cambio las monedas por unas semillas mágicas. Rápidamente creció la planta que dio un fruto muy rojo, la probó y le agrado su sabor, así que decidió compartirla con el pueblo a cambio de cierto precio. Al pueblo le justo tanto, que al volverse millonario decidió tener sus propios sembradíos de esa extraña planta a la que llamo fresa.

---

### 5.2.3 Historia local:

No se registra

---

### 5.2.4 Mitos:

Un mito popular defiende que la fresa debe ser evitada por las personas que padezcan artritis por acidez. La realidad no puede ser alejada de esta creencia ya que personas se han curado con este fruto.

---

## Tabla 11-7 Papas

---

### IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS RELEVANTES

1.1. Ficha N°: 6

1.2. Fecha: 20-11-2016

1.3. Elaborado por: Byron Cárdenas

1.4. Revisado por: Ing. Danilo Guilcapi , Ing. Patricia Tierra

1.5. Especie

1.5.1 Nombre Vulgar: Papas

1.5.2. Nombre Científico: *Solanum tuberosum*

1.5.3. Familia: Solanáceas

Fotografía del producto



---

## 2. LOCALIZACIÓN

---

### 2.1. Comunidad

Bolívar, Huambalito, Quitocucho

### 2.2. Barrio

Central, Huambalito, Quitocucho

---

## 3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

---

### 3.1. Descripción de la especie

Es una planta herbácea, tuberosa, perenne a través de sus tubérculos, caducifolia, de tallo erecto o semi-decumbente, que puede medir hasta un metro de altura. Hojas compuestas, con 7 a 9 folículos, imparipinnada de forma lanceolada y se disponen en forma espiralada con los tallos. Presenta tres tipos de tallos, uno aéreo, circular o angular en secciones transversales, y dos tipos de tallos subterráneos los rizomas y los tubérculos. Como fruto una baya.

---

### 3.2. Condiciones climáticas y de producción

Las condiciones de cultivo varían de una variedad a otra, pero por lo general prefieren suelos ricos en humus, sueltos y arenosos con buen drenaje interno, en temperaturas que van desde los 7 a los 20 grados centígrados.

---

### 3.3. Reseña histórica

Dentro de las lenguas quechua se emplean dos términos para designar a la papa el primero corresponde a akskuy también con la palabra poñu.

---

### 3.4. Origen

Muchos países conocieron la papa a través de España, y por esa razón también adoptaron el término patata, es así el nombre es patata en italiano griego euskera y algunas variedades del catalán, en francés turco etc.

---

### 3.5. Variedades

Yema de huevo, Bolona, uvilla, Leona Negra, Leona blanca, Pera, Coneja negra, Coneja Blanca, Cacho, Puña, Pata de Perro, Mora, Santa Rosa, Chaucha Negra, Calvache, Alapagata, y Carrizo.

---

### 3.6. Producción

Bajo condiciones favorables el crecimiento de tubérculos puede ser 800-1000 kg en una hectárea por día, el potencial productivo de la papa, sobre todo en un cultivo de periodo vegetativo largo es superior a las 100 toneladas por hectárea.

---

## 4. CARACTERÍSTICAS AGRICOLAS

---

### 4.1. Descripción del cultivo

Una vez emergida la planta y hasta que el follaje cubre todo el terreno disponible, la fotosíntesis neta conseguida es usada para el crecimiento total de la planta, tanto su parte aérea como radicular y estolonífera. El crecimiento de los tubérculos puede iniciar lentamente a las 2- 4 semanas después de la emergencia y continúa en forma constante a través de un largo periodo.

---

### 4.2. Tipo de cultivo

Caducifolio

---

### 4.3. Forma de cultivo

Orgánico

---

### 4.4. Tiempo de vida de la especie

6 meses

---

### 4.5. Temporada de cosecha

De 3 a 6 meses

---

### 4.6. Distribución geográfica de la especie en el Ecuador

---

---

Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Cañar.

---

## 5. CARACTERÍSTICAS CULTURALES

---

### 5.1. Conocimientos de uso tradicional

---

#### 5.1.1. Conocimiento ecológico

La polinización de las flores de la papa esta medida por el aire fundamentalmente, siendo común la autofecundación, fecundación de flores con el polen procedente de un mismo individuo.

---

#### 5.1.2. Uso medicinal

Sirve como antiinflamatoria, desinfectante, calmante, ayuda a la digestión, en la medicina china ayuda a la menopausia, y la papa cruda tiene un efecto alcalino en el cuerpo.

---

#### 5.1.3. Conocimiento gastronómico

Puré de papas, papas a la francesa, harina de papa. Sopas de papas, papas asadas, ensaladas, papa rellena, empanadas, quesadillas de papas.

---

#### 5.1.4. Creencias

En la época de Antaine se creía que la patata era indigesta y perjudicial para la salud, se le acusaba de causar lepra y las escrófulas. Por este motivo solo se utilizaba para dar de comer a los animales y a los indigentes.

---

### 5.2. Tradiciones y Expresiones Orales

---

#### 5.2.1 Cuentos

No se registra

---

#### 5.2.2 Leyendas:

Siendo tubérculos la papa no era valorada altamente como alimentos, la sabiduría popular se reflejaba en la creencia de que los hombres están condicionados por lo que ellos comen, pero aquellos que comen únicamente comida salvaje raíces, nueces, bayas, aquello que produce la tierra serán salvajes. Comer de esta comida aun cuando sea para asegurar la supervivencia, era un acto de autoprofanación de acuerdo con las creencias comúnmente defendidas en la época de la Conquista.

---

#### 5.2.3 Historia local:

No se registra

---

#### 5.2.4 Mitos:

Luis XVI empezó a pasearse con una flor de patata en la solapa para darle popularidad. Con el mismo fin y conseguir que el pueblo llano la tuviera en consideración, los jardines donde se cultivaban patatas eran custodiadas solamente de día por los guardianes, dejándolos sin vigilancia por la noche y dando pie de esta forma que empecen a robar el preciado tesoro, convirtiéndose así en una de las mejores campañas publicitarias de la historia.

---

**Tabla 12-7 Maíz**

---

### IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS RELEVANTES

---

1.1. Ficha N°: 7

Fotografía del producto

1.2. Fecha: 20-11-2016

1.3. Elaborado por: Byron Cárdenas

1.4. Revisado por: Ing. Danilo Guilcapi , Ing. Patricia Tierra

---

---

## 1.5. Especie

1.5.1 Nombre Vulgar:	Maíz
1.5.2. Nombre Científico:	<i>Zea mays</i>
1.5.3. Familia:	Poaceas




---

## 2. LOCALIZACIÓN

### 2.1. Comunidad

Bolívar, Huambalito

### 2.2. Barrio

Central, Huambalito

---

## 3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

### 3.1. Descripción de la especie

El maíz es un cereal, una gramínea caracterizada por poseer tallos en forma de caña, aunque macizos en su interior a diferencia del resto de miembros de su familia que los tienen huecos. Destaca fundamentalmente por su inflorescencia femenina llamada mazorca, en donde se encuentran las semillas agrupada a lo largo de un eje. La mazorca está cubierta de brácteas de color verde y textura papirácea y terminada en una especie de penacho de color amarillo oscuro formado por los estilos.

### 3.2. Condiciones climáticas y de producción

El maíz es muy exigente en cuanto la fertilidad del suelo, en relación con la disponibilidad del agua es muy sensible a la falda del agua en el entorno de la floración desde 20 a 30 días antes y hasta 10 a 15 días después de la floración., el maíz es muy sensible a la salinidad del suelo. Respecto la temperatura, el maíz se muestra especialmente sensible durante la germinación, nacerencia e inicio de la vegetación. Requiere un mínimo de 120C de temperatura del suelo para la germinación. La adecuada rotación del cultivo en el sistema del maíz verifica la mala hierba, pestes y enfermedades y evade la perdida de producción. Los frejoles secos, los de soya y la papa son los mejores cultivos rotacionales en el manejo de enfermedades.

### 3.3. Origen

El maíz se había originado en los altos andes de Bolivia, Ecuador y Perú, la principal justificación para hipótesis fue la presencia de maíz reventón en América del Sur y la amplia diversidad genética presente en los maíces andinos, especialmente en las zonas altas de Perú. Una seria objeción a esa hipótesis es que no se conoce ningún pariente salvaje del maíz, incluyendo teosinte.

### 3.4. Variedades

Maíz dulce, maíz baby, maíz para mazorcas verdes, maíz harinoso, maíz reventón, maíz duro.

### 3.5. Producción

Una plantación pobre en resistencia registra una baja producción, la temperatura del suelo al plantar debe ser de 15 a 18°C, la profundidad de la misma de 3 a 5 cm bajo una humedad adecuada del suelo

---

## 4. CARACTERÍSTICAS AGRICOLAS

### 4.1. Descripción del cultivo

La germinación comprende el periodo desde la siembra a la aparición del coleoptilo aproximadamente de 6 a 8 días a los 20 días deberá tener de 5 a 6 hojas en 5 semanas todas sus hojas, el tallo es simple erecto, de elevada

---

---

longitud pudiendo alcanzar los 4 metros de altura, es robusto y sin ramificaciones, formado por nudos y entrenudos de número y longitud variable, las hojas están formadas por una vaina, cuello y lamina foliar siendo largas, anchas, flexuosas, de bordes y superficies ásperas con nerviación paralela.

---

#### 4.2. Tipo de cultivo

Caducifolio

---

#### 4.3. Forma de cultivo

Orgánico

---

#### 4.4. Tiempo de vida de la especie

7 meses

---

#### 4.5. Temporada de cosecha

De 7 a 8 meses

---

#### 4.6. Distribución geográfica de la especie en el Ecuador

En el Ecuador el maíz se cultiva en todo el país excluyendo los páramos y sub páramos, con siembras concentradas en las provincias de Loja, Azuay y Pichincha, y en menor medida en aquellas de Tungurahua, Chimborazo, Bolívar. Imbabura, en las provincias costeras de Manabí, seguida de Esmeraldas y Guayas en la costa y en la provincia de Pastaza en la selva.

---

### 5. CARACTERÍSTICAS CULTURALES

---

#### 5.1. Conocimientos de uso tradicional

---

##### 5.1.1. Conocimiento ecológico

El maíz es una planta monoica, ya que tiene en el mismo pie inflorescencia masculina e inflorescencia femenina. El conjunto de estilos forma un penacho de color amarillo, que se torna rojizo después de la fecundación, denominado filote, cabello o pelo del maíz.

---

5.1.2. Uso medicinal: El maíz, para aumentar la necesidad de orinar, ayuda a perder peso, limpia los riñones y disminuye la tensión arterial. Para problemas con la obesidad, la hipertensión, cálculos renales, cálculos biliares, cistitis, insuficiencia cardíaca y renal, síndrome premenstrual.

---

5.1.3. Conocimiento gastronómico: Productos como tortillas, humitas, harina de maíz, mas, varios bocadillos, cereales para el desayuno, pasta, jarabes, endulzantes, aceite de maíz, bebidas sin alcohol, cerveza y wiski.

---

##### 5.1.4. Creencias

El kapac Raymi que es la época de la germinación y el nacimiento, se celebra en diciembre y enero, aquí la siembra del maíz ya se ve, ha salido de la tierra y necesita que se llene de tierra a su alrededor para que crezca fuerte de la misma manera los niños nacidos y los que están creciendo eran homenajeados por los ancianos

---

#### 5.2. Tradiciones y Expresiones Orales

---

5.2.1 Cuentos: La misma religión maya fue concebida alrededor de cultivos y de las deidades que gobernaban su crecimiento, los dioses de la lluvia y los dioses del viento, los dioses del sol y del crecimiento del maíz. A sus dioses les fueron construidos altares para que ellos cuidaran el crecimiento del maíz en el terreno por cual les hacia un rito para pedirles permiso para la cosecha y siembra se diera bien.

---

5.2.2 Leyendas: Para el poblador mesoamericano y para muchos indígenas actuales, el maíz era y es la vida, su presencia llenaba toda cosmovisión conformado el centro en un complejo: tierra agua, sol y hombre, elementos indispensables para la sobrevivencia de la planta. Hay una relación no habría hombres y sin hombre no lo sembraran el maíz desaparecería

---

##### 5.2.3 Historia local:

---

---

No se registra

---

#### 5.2.4 Mitos:

El maíz es conocido por ser un símbolo de lucha del pueblo campesino antes los embates de la macroeconomía que los gobiernos han decido aceptar como modelo político económico desde hace casi un siglo, y más aún, metáfora de continuidad y preservación tras cinco siglos de conquista e imposición cultural.

---

**Tabla 13-7** Quinua

---

#### IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS RELEVANTES

---

1.1. Ficha N°: 7

Fotografía del producto

1.2. Fecha: 20-11-2016

1.3. Elaborado por: Byron Cárdenas

1.4. Revisado por: Ing. Danilo Guilcapi , Ing. Patricia Tierra



1.5. Especie

1.5.1 Nombre Vulgar: Quinua

1.5.2. Nombre Científico: *Chenopodium quinoa*

1.5.3. Familia: Chenopodioideae

#### 2. LOCALIZACIÓN

2.1. Comunidad

2.2. Barrio

Bolívar, Huambalito

Barrio Central, Barrio Huambalito

#### 3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

##### 3.1. Descripción de la especie

Es una planta herbácea anual que normalmente alcanza una altura de 1 a 3 metros, las hojas alternas son anchas y polimorfos; el tallo central puede estar más o menos ramificado, dependiendo de la variedad o densidad de sembrado. Las flores organizadas en panículas son pequeñas y carecen de pétalos.

##### 3.2. Condiciones climáticas y de Producción

La quinua se adapta a muy diferentes climas desde el desértico, caluroso y seco hasta frío y seco, más dentro de ello prefieren los climas templados y fríos que es en donde alcanzan un mayor rendimiento con una temperatura óptima entre los 8°C a 15°C. En el país se cultiva dentro de un amplio rango altitudinal, teniendo como una altitud optima alrededor de los 2400 a los 3000 msnm.

##### 3.3. Origen

Es un cultivo autóctono de los andes cultivándose con mayor representatividad de mayor a menor área sembrada en Bolivia, Perú y Ecuador.

##### 3.4. Variedades

Hay dos variedades en Ecuador la quinua blanca y la quinua morada.

##### 3.5. Producción

De acuerdo a las estadísticas MAGAP, el país siembra alrededor de 2 mil hectáreas de quinua al año. Es decir, entre 10 y 15 quintales por hectárea.

#### 4. CARACTERÍSTICAS AGRICOLAS

---

---

#### 4.1. Descripción del cultivo

La germinación comprende el periodo desde la siembra a la aparición del coleoptilo aproximadamente de 6 a 8 días a los 20 días deberá tener de 5 a 6 hojas en 5 semanas todas sus hojas, el tallo es simple erecto, de elevada longitud pudiendo alcanzar los 4 metros de altura, es robusto y sin ramificaciones, formado por nudos y entrenudos de número y longitud variable, las hojas están formadas por una vaina, cuello y lamina foliar siendo largas, anchas, flexuosas, de bordes y superficies ásperas con nerviación paralela.

---

#### 4.2. Tipo de cultivo

Caducifolio

---

#### 4.3. Forma de cultivo

Orgánico

---

#### 4.4. Tiempo de vida de la especie

Tiene un ciclo vegetativo de 5 a 8 meses dependiendo de la especie.

---

#### 4.5. Temporada de cosecha

De 5 a 8 meses

---

#### 4.6. Distribución geográfica de la especie en el Ecuador

En el país se lo siembra en la sierra especialmente en las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Loja.

---

### 5. CARACTERISTICAS CULTURALES

---

#### 5.1. Conocimientos de uso tradicional

---

##### 5.1.1. Conocimiento ecológico

Las semillas de quinua en condiciones adecuadas de humedad, oxígeno y temperatura pueden germinar muy rápido, el agua es esencial para la iniciación del proceso y el mantenimiento de un metabolismo apropiado, las temperaturas son muy importantes para la iniciación del proceso de germinación.

---

##### 5.1.2. Uso medicinal:

La quinua actúa como un limpiador interno, facilitando el progreso de los alimentos a través del tracto digestivo. Ayuda a mantenerte libre de estreñimiento y distensión abdominal. Contiene hierro y ayuda a mantener las células rojas saludable, aumenta la función cerebral, favorece la síntesis de neurotransmisores, la regulación de la temporada corporal, ayuda a la actividad enzimática y el metabolismo energético.

---

##### 5.1.3. Conocimiento gastronómico:

Sopas y guisos, la harina de trigo es ideal para hornear galletas, panes y bollos, hojuelas de quinua son un sustituto perfecto para la harina de avena.

---

##### 5.1.4. Creencias

Hace más de 5 mil años en las montañas altas de los Andes los incas empezaron a cultivar la quinua como uno de los cultivos básicos creyendo que les daba el poder y la resistencia a sus guerreros, en ese entonces la quinua también se utilizó en sus rituales ceremoniales.

---

#### 5.2. Tradiciones y Expresiones Orales

---

##### 5.2.1 Cuentos:

No se registra

---

##### 5.2.2 Leyendas:

Cuenta la leyenda que los Aymara podían hablar con las estrellas, un día una de esas estrellas bajo a la

---

tierra encantada por un muchachito Aymara, hablaron mucho tiempo y luego ella se marchó con gran pena, el chico quedo muy triste y decidió ir a buscarla volando con su amigo el cóndor andino. La encontró y estaban junto mucho tiempo, ella lo alimento con un grano dorado muy sabroso y nutritivo, el famoso grano de los dioses, la quinua. Cuando el chico bajo a la tierra a visitar a sus padres, ella le entrego el grano maravilloso para ser cultivado en la tierra. Desde entonces la quinua ha sido el alimento fundamental de muchos pueblos andinos

#### 5.2.3 Historia local:

No se registra

#### 5.2.4 Mitos:

La quinua también es conocida como canigua, hupa, dahua, candoga, lisca, arroz de Perú y trigo inca. Cuando los conquistadores españoles llegaron a américa del sur en los siglos XVI, se quemaron y destruyeron los campos de quinua como parte del esfuerzo para aniquilar a la cultura Inca, sin embargo la quinua logro sobrevivir al crecer salvaje en las montañas o al ser cultivado en secreto en pequeñas cantidades.

**Tabla 14-7** Arveja

### IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS RELEVANTES

1.1. Ficha N°: 7

1.2. Fecha: 20-11-2016

1.3. Elaborado por: Byron Cárdenas

1.4. Revisado por: Ing. Danilo Guilcapi , Ing. Patricia Tierra

1.5. Especie

1.5.1 Nombre Vulgar: Arveja

1.5.2. Nombre Científico: *Pisum sativum L.*

1.5.3. Familia: Fabaceae

Fotografía del producto



### 2. LOCALIZACIÓN

2.1. Comunidad

Bolívar, Huambalito. Quitocucho

2.2. Barrio

Barrio Central, Barrio Huambalito, Quitocucho

### 3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

3.1. Descripción de la especie

Planta anual, de 0,5 a 2 m, trepadora, glauca. Flores con el estandarte y la quilla concoloras, (blancas, rosadas, lilas) y alas de purpura a blanquecinas. Flores solitarias o en inflorescencia pedunculadas de hasta 3 flores, fruto en legumbre alargada.

3.2. Condiciones climáticas y de producción

En general este cultivo prospera mejor en climas fríos y frescos, pero resistente poco a las sequias y es afectado por el exceso de calor. Podemos sembrar arvejas desde las costas durante el invierno en toda la sierra, incluso hasta los 3600 metros de altura. En climas de 10 a 17 grados centígrados. Es mejor sembrar en terrenos franco-arenosos a franco arcillosos con suelos profundos, sueltos y bien drenados.

3.3. Origen

---

Europa, Asia, regiones mediterráneas orientales.

---

### 3.4. Variedades

Arveja rosada y verde

---

### 3.5. Producción

El rendimiento promedio es de 0.32 Tm/ha de arveja seca mientras que en grano verde los rendimientos alcanzan 0.98 TM/ha.

---

## 4. CARACTERÍSTICAS AGRICOLAS

---

### 4.1. Descripción del cultivo

Hay que arar anticipadamente, luego hacer por lo menos tres cruza con yunta o dos pasadas de tractor con arado de disco seguido de pase de rastra. Es importante dejar el terreno desterronado. Una vez nivelado, ya se puede surcar o hacer la siembra “a toda raya” si la siembra es al voleo hay que incorporar el abono durante las cruza con yunta o durante el pase de discos, si es con tractor. Con una distancia entre plantas de 10, 20 y 30 cm

---

### 4.2. Tipo de cultivo

Caducifolio

---

### 4.3. Forma de cultivo

Orgánico

---

### 4.4. Tiempo de vida de la especie

Esta leguminosa de grano en el país tiene un ciclo vegetativo corto entre la siembra y la cosecha de alrededor de 4 meses para tierno y de 5 meses para seco.

---

### 4.5. Temporada de cosecha

De 4 meses cuando es verde a 5 meses cuando está seco

---

### 4.6. Distribución geográfica de la especie en el Ecuador

En el Ecuador tiene un espacio productivo muy acogedor pues el país posee características geográficas y climáticas adecuadas para su desarrollo, sembrándose en especial en la sierra en las provincias de Bolívar, Chimborazo, Loja, Cañar, Carchi, Imbabura, Pichincha, Azuay y Tungurahua.

---

## 5. CARACTERÍSTICAS CULTURALES

---

### 5.1. Conocimientos de uso tradicional

---

#### 5.1.1. Conocimiento ecológico

La arveja pertenece a la misma familia de los frijoles y la lenteja, o sea a las leguminosas por lo que su tallo es largo, delgado y hueco por dentro, de tamaños diferentes hasta los 75 centímetros, sus flores salen de las axilas de las ramas, en racimos o pares, son de color blanco, lila o purpura, según la variedad.

---

#### 5.1.2. Uso medicinal:

La arveja tiene grandes propiedades medicinales entre ellas la de disolver coágulos incipientes de la sangre que con el tiempo podrían generar trombos y derrames cerebrales o trastornos coronarios. Consumida por diabéticos una característica importante en su alto contenido de fibra dietética. Para aliviar el dolor de las articulaciones inflamadas en caso de reumatismo, ayuda a mantener controlados los niveles de azúcar en la sangre.

---

#### 5.1.3. Conocimiento gastronómico:

Se pueden hacer ensaladas y sopas son la mejor carta de presentación de esta clásica leguminosa, sopas, arvejas salteadas en mantequilla, cebolla y laurel.

---

---

**5.1.4. Creencias**

No se registra

---

**5.2. Tradiciones y Expresiones Orales**


---

**5.2.1 Cuentos:**

No se registra

---

**5.2.2 Leyendas:**

A lo largo de la historia la arveja ha sido una planta de cierta importancia, se la menciona en la biblia e incluso se encontraron arvejas secas en las tumbas egipcias. En épocas más recientes as plantas de arvejas le suministraron información a G.J. Mendel el fundador de la genética moderna.

---

**5.2.3 Historia local:**

No se registra

---

**5.2.4 Mitos:**

No hay nada cierto en la creencia de que comer tres arvejas secas por día baja los niveles de colesterol en la sangre, además de ser ricas en proteínas, las arvejas verdes frescas son una fuente de pectina y otras fibras solubles que contribuyen a controlar los niveles de colesterol en la sangre.

---

**d. Análisis estadístico**
**1) Información general**

Los 175 agricultores de la parroquia fueron encuestados, obteniendo los siguientes resultados:

**Productores por comunidad**

**Tabla 15-7** Comunidad a la que pertenecen los productores

Variable	Número	Porcentaje
Bolívar	59	34
Huambalito	34	19
Quitocucho	82	47
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La parroquia está constituida por tres comunidades de las cuales el 47% de los productores pertenece a la comunidad de Quitocucho, el 34% los productores que pertenecen a la cabecera parroquial y en la comunidad de Huambalito.

**Tabla 16-7** Género de los productores

<b>Variable</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	70	40
Masculino	105	60
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 60 % de los productores son de género masculino y el 40 % femenino, lo que no permite conocer que el trabajo es compartido y no existe desigualdad de género al momento de desarrollar las actividades agropecuarias.

**Tabla 17-7** Edad de los productores de la parroquia San Francisco de Bolívar

<b>Variable</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
De 18 a 38	18	10
De 39 a 59	96	55
Más de 60	61	35
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El rango de edad de los productores de la parroquia es de 39 a 59 con el 55%, lo que indica que la mayoría de los productores son personas ya adultas.

**Tabla 18-7** Principal actividad económica de los productores

<b>Variable</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Agrícola	134	77
Pecuaria	32	18
Otra	9	5
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La principal actividad económica en la parroquia es la agricultura con el 77%, seguida de la actividad pecuaria con el 18%.

**Tabla 19-7** Asociación de agricultores

Variable	Número	Porcentaje
Si	46	26
No	129	74
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 74% de los productores de la parroquia no pertenecen a una asociación, mientras el 26% si pertenecen.

## 2) Actividad agrícola

**Tabla 20-7** Principal cultivos que se producen en la parroquia

Variable	# de productores por producto	% de productores por producto
Maíz	70	40
Quinoa	18	10
Cebada	0	0
Arveja	23	13
Cebolla Blanca	33	19
Zanahoria	11	6
Papas	88	50
Manzana	23	13
Durazno	0	0
Claudia	18	10
Pera	0	0
Capulí	9	5
Mora	23	13
Fresa	14	8
Otros	5	3

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La variación del número de productores se debe a que los diferentes cultivos que tiene el productor en sus terrenos y el porcentaje al número total de productores encuestados.

Los principales productos que se producen en la parroquia San Francisco de Bolívar son las papas con el 50%, el maíz con el 40% de productores, el capulí con el 5% de los productores y por ultimo otros

productos con el 3%. Lo que indica que los sistemas de producción de estos productos son los más representativos para los productores, por consiguiente, son aquellos a considerar.

**Tabla 21-7** Rendimiento de los cultivos

Cultivo	Producción		Cajas	Canatos	Sacos	Otros
	Mensual	Anual				
Maíz		x			6840	
Quinoa		x			180	
Cebada		x			0	
Arveja		x			640	
Cebolla Blanca		x				9600
Zanahoria		x				14
Papas		x			18560	
Manzana		x	420			
Durazno		x			0	
Claudia		x	280			
Pera		x			0	
Capulí		x		40		
Mora		x		120		
Fresa		x	180			
Tomate de árbol		x	600			
Otros		x			140	

Elaborado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

Dentro de la parroquia se pueden encontrar diferentes cultivos siendo el de papas el de mayor cantidad de producción con un número total de 18560 sacos producidos anualmente.

**Tabla 22-7** Ingresos que genera la producción de los cultivos

Ingresos por producción	Número	Porcentaje
100-300 USD	59	34
300-600 USD	37	21
Más de 600 USD	79	45
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 45% de productores registra un ingreso mayor a los 600,00 dólares mensuales y un 21 los productores que tienen un ingreso entre 300,00-600,00 dólares, lo que indica que la población si obtiene un buen ingreso de su producción.

**Tabla 23-7** Formas de cultivos que emplean los productores

Variable	Número	Porcentaje
Orgánica	51	29
Convencional	124	71
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 71% de los productores tiene una producción convencional y el 29% de los productores usan una forma orgánica de cultivar sus productos.

**Tabla 24-7** Asistencia técnica que reciben los productores

Variable	Número	Porcentaje
Si	114	65
No	61	35
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 65% los productores si reciben asistencia técnica, a diferencia de un 35% que no tiene ningún tipo de asistencia técnica, éstos datos dan a conocer que los productores deben realizar la gestión para obtener una mayor asistencia técnica para su producción.

**Tabla 25-7** Nivel de recuperación de la inversión

Variable	Número	Porcentaje
Si	175	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Los productores indican que en un 100 % recuperan la inversión, a pesar que en ocasiones no obtienen ganancia alguna.

### 3) Producción pecuaria

**Tabla 26-7** Crianzas de especies animales para la comercialización

Animales	# de animales	Producción anual a la venta
Ganado Vacuno	21	18
Ganado Porcino	74	45
Conejos	60	50
Cuyes	4050	3600
Abejas	0	0
Ovejas	9	9
Aves de corral	420	480
Otros	0	0

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La especie animal más comercializada es el cuy que cuenta con una producción anual para la venta de 3600 unidades, mientras que las ovejas poseen el menor número con 9 unidades a la venta.

**Tabla 27- 7** Ingreso mensual que genera la producción animal

Variable	Número	Porcentaje
100-300 USD	84	48
300-600 USD	32	18
Más de 600 USD	59	34
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 48% de los productores registran un ingreso de 100,00-300,00 dólares mensuales y el 34% de los productores tienen un ingreso mayor a los 600,00 dólares. Lo que indica que la población si obtiene ingresos en su producción.

**Tabla 28-7** Nivel de recuperación de la inversión

Variable	Número	Porcentaje
Si	175	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 100 % de los productores indican que, si recuperan la inversión de la producción, a pesar que en ocasiones no obtienen ganancia alguna.

**Tabla 29-7** Uso de medicamentos

Variable	Número	Porcentaje
Si	23	72
No	9	28
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 28% de los productores no usa medicamentos y el 72% usa medicamentos para el cuidado de las especies, lo que muestra el uso de técnicas tradicionales para la crianza de los animales, resultando atractivo para incluirlas como actividades en los paquetes.

**Tabla 30-7** Interés de participar en proceso de fincas agropecuarias

Variable	Número	Porcentaje
Si	121	69
No	54	31
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

El interés de los productores en si participar en algún proceso de fincas agropecuarias es del 69% y el 31% no presenta ningún interés en participar en una finca agropecuaria.

## **2. Diagnóstico de la situación actual del turismo en la parroquia**

El presente estudio está basado en la estrategia turística de la provincia de Tungurahua, el cual es de vital importancia conocer para el diseño del producto agroturístico en la parroquia. Para el análisis correspondiente se tomó información de estudios realizados en el área, como el Plan de ordenamiento Territorial de la parroquia.

A continuación, se detalla los atractivos mediante fichas los mismos que fueron considerados por su potencialidad para vincularse a los sistemas de producción agropecuaria ya identificados anteriormente.

#### **a. Atracciones y actividades**

La compilación de información primaria y secundaria se realizó basada en el sistema turístico propuesto por el OMT el mismo que se refiere. Atracciones y actividades, infraestructura turística, superestructura y los productos turísticos que están en la zona

#### **1) Recursos en función de los sistemas de producción agrícola y pecuaria**

##### **a) Productos**

Los productos agropecuarios de la parroquia que se pueden vincular a la actividad turística son: Los sembríos de maíz, quinua, arveja, papas, claudia, manzana, capulí, mora, fresa, producción de ganado vacuno y porcino, cuyes, conejos, aves de corral.

##### **b) Actividades**

Las actividades turísticas que se podrían realizar en la parroquia San Francisco de Bolívar aprovechando los atractivos naturales y culturales que posee son: caminata, cabalgata, observación de flora y fauna, interpretación ambiental, interpretación del patrimonio, bicicleta, camping, degustación de comida típica y tradicional, convivencia comunitaria, intercambio cultural, interpretación de cultivos, actividades agroturísticas y fotografía.

2) **Resumen de los atractivos turísticos de la parroquia resumen de los atractivos vinculados a los sistemas de producción agrícola**

a) **Cuadro resumen de los atractivos vinculados a los sistemas de producción agrícola**

**Tabla 31-7** Cuadro resumen de los atractivos vinculados a los sistemas de producción agrícola

<i>Nombre del Atractivo</i>	<i>Foto</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía</i>	<i>Estado de conservación</i>
<i>Cerro Llano Grande</i>		Sitios naturales	Montañas	Cerro	II	Alterado
<i>Mirador Llano Grande</i>		Sitios naturales	Montañas	Mirador	I	Alterado
<i>Sendero de los Curiquingues</i>		Sitios naturales	Terrestre	Sendero	II	Alterado
<i>Cascada Tzigtze</i>		Sitios naturales	Ríos	Cascada	II	Conservado
<i>Vertiente de agua del Tzigtze</i>		Sitios naturales	Ambientes Lacustres	Vertiente	II	Conservado
<i>Vertiente de agua del Arrayan</i>		Sitios naturales	Ambientes Lacustres	Vertientes	II	Conservado
<i>Fiestas de San Francisco de Bolívar</i>		Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas cívicas, fiestas o ceremonias religiosas	II	Conservado

<b><i>Pan de Quinua</i></b>		Manifestaciones culturales	Gastronomía	Gastronomía cotidiana, festiva y artesanal	II	Conservado
<b><i>Colada de Quinua</i></b>		Manifestaciones culturales	Gastronomía	--- Gastronomía cotidiana, festiva y artesanal	II	Conservado
<b><i>Dulce de Zambo</i></b>		Manifestaciones culturales	Gastronomía	Gastronomía cotidiana, festiva y artesanal	II	Conservado
<b><i>Feria Agronómica</i></b>		Manifestaciones culturales	Etnografía	Ferias y mercados	II	Conservado
<b><i>Orquidáceo la Orquídea Dorada</i></b>		Realizaciones técnicas y científicas	Centros científicos y técnicos	Obras técnicas	II	Conservado
<b><i>Quinta "El Bosque"</i></b>		Realizaciones técnicas y científicas	Centros científicos y técnicos	Obras técnicas	II	Alterado

Por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

Nota: Investigación de campo, parroquia San Francisco de Bolívar, 2016.

Dentro del área total de la parroquia se realizó el registro de los recursos, que se relacionan con los sistemas de producción para el desarrollo del agroturismo, con el objetivo de innovar la actividad turística en la parroquia con un resultado se obtenido 13 atractivos turísticos (Tabla 31-7), que se detallan a continuación:

De acuerdo a la tipología de Atractivos Naturales (62%), se clasifican de la siguiente manera: el 33% son montañas, el 17% ríos, el 17% terrestres y el 33% ambientes lacustres. Mientras que los atractivos culturales (38%), el 14% son fiestas, el 43% gastronomía, otro 14% etnográfica, el 29% centros científicos y técnicos.

De acuerdo al estado de conservación de los atractivos naturales el 50% se encuentra conservado y el otro 50% alterado debido a la contaminación y por el avance de la frontera agrícola. El estado de

conservación de los atractivos culturales es: el 86% esta conservado y el 14% se encuentra alterado por falta de cuidado y gestión del patrimonio.

Con respecto a la jerarquía de los atractivos naturales se registran el 17% corresponde a jerarquía I y el 83% a jerarquía II, en cuanto a los atractivos culturales el 100% corresponde a jerarquía II. Datos que dan a conocer que los atractivos requieren de facilidades y adecuación turísticas para acceder a ellos, la mayoría de los atractivos son reconocidos a nivel local.

**Tabla 32-7** Matriz de sistematización de atractivos turísticos

<b>SISTEMATIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>			
	<b>CARACTERIZACIÓN</b>	<b>CANTIDAD DE ATRACTIVOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Categoría</b>	Sitio natural	6	46
	Manifestaciones culturales	7	54
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100</b>
<b>Tipo</b>	Montanas	2	15
	Terrestres	1	8
	Ríos	1	8
	Ambientes lacustres	2	15
	Fiestas	1	8
	Gastronomía	3	23
	Etnografía	1	8
	Centros científicos y técnicos	2	15
	<b>TOTAL</b>		<b>13</b>
<b>Subtipo</b>	Cerro	1	8
	Mirador	1	8
	Sendero	1	8
	Cascada	1	8
	Vertiente	2	15
	Fiestas cívicas, fiestas o ceremonias religiosas	1	8
	Gastronomía cotidiana, festiva y artesanal	3	23
	Ferias y mercados	1	8
	Obras técnicas	2	15
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100</b>
<b>Jerarquía</b>	I	1	8
	II	12	92
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100</b>
<b>Estado de conservación</b>	Conservado	9	69
	Alterado	4	31

<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100</b>
--------------	-----------	------------

Por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

Nota: Investigación de campo, parroquia San Francisco de Bolívar, 2016.

## b. Infraestructura básica

**Tabla 33-7** Cuadro de estadísticas de la cobertura de los Servicios básicos en la parroquia bolívar

Unidad territorial	Cobertura de agua (%)	Cobertura de alcantarillado (%)	Cobertura de electricidad (%)	Cobertura de Desechos sólidos (%)
<b>Bolívar</b>	100%	98%	100%	100%
<b>Huambalito</b>	100%	95%	100%	100%
<b>Quitocucho</b>	100%	93%	100%	100%

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

Nota: En (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San Francisco de Bolívar, 2015, págs. 133-134)

### 1) Cobertura agua potable

Según el plan de ordenamiento territorial de la parroquia 2016, la junta de agua potable de San Francisco de Bolívar es el ente que maneja el sistema de agua potable que actualmente constan de 900 beneficiarios y cuenta con dos captaciones de agua de tipo vertiente subterránea, las cuales están ubicadas en la misma parroquia en los sectores del arrayán Llano Grande y El Tzigtze respectivamente. La dotación es de 8ltrs/seg. El servicio de agua potable está disponible las 24 horas del día.

### 2) Cobertura de alcantarillado

Según el censo del 2010 son 685 viviendas las que disponen de este servicio. Lo que indica que el 98% de la parroquia cuenta con un sistema de alcantarillado distribuido por las principales arterias de la parroquia.

### **3) Servicio de energía eléctrica**

La dotación del suministro de energía eléctrica es competencia de la empresa eléctrica del cantón Pelileo a través de la red pública a todas las viviendas rurales y urbanas del cantón. Lo que indica que toda la parroquia recibe el servicio de energía eléctrica, además según el censo del 2010 son 700 viviendas las que disponen de este servicio.

### **4) Servicio de recolección de residuos sólidos**

El GAD cantonal Pelileo actualmente presta el servicio de recolección de basura y tratamiento de residuos sólidos. Los cuales son destinados al relleno sanitario del cantón, los recorridos por la parroquia son los días jueves.

### **5) Cobertura de salud**

Existe cobertura total de revisión médica a los pobladores, uno de los principales problemas es que el subcentro carece de infraestructura y equipamiento para emergencias.

En la parroquia existe un subcentro de salud ubicado en el centro de la parroquia el mismo que cuenta con dos médicos rurales, tres auxiliares de enfermería, un odontólogo itinerante, dos TAPS según el diagnóstico participativo se establece que hay una atención permanente, se necesita la implementación de un conserje para cuidar del establecimiento, las principales que afectan la población son las diarreas, parasitosis, problemas dentales, problemas respiratorios, hematológicos, siendo los niños la población más vulnerable.

### **6) Medios de transporte**

La parroquia no cuenta propiamente con una cooperativa de transporte, pero debido a las necesidades existentes, a la apertura y mejoramiento de vías, el crecimiento de la población y la necesidad de transportarse y transportar los diferentes productos a los mercados, la parroquia vecina Huambaló prestan el servicio a toda la zona, Es así que en la actualidad se cuenta con la cooperativa de buses Huambaló y cooperativa de transporte mixto 21 de febrero las mismas que tienen una frecuencia de 15

minutos con la ruta Pelileo- Bolívar -Huambaló. Se puede acceder a la parroquia desde Pelileo a un precio de 0.40 centavos de dólar.

## 7) Cobertura de comunicación

De acuerdo con el censo 2010, apenas el 16,02% de los 730 hogares que existen en la parroquia disponen de telefonía fija, así como el 12,33% es decir escasamente 90 hogares disponen de un computador y el 30% posee acceso a internet proporcionado por CNT.

Como medios de televisión con más sintonía y de referencia de los pobladores tenemos las siguientes señales, TC Televisión, Gama Tv, Tele Amazonas y TV Ecuador. La parroquia tiene acceso telefonía móvil tal como Claro, Movistar y CNT.

### c. Planta turística

En la parroquia existen solamente 2 establecimiento de alimentación, no cuenta con establecimientos de hospedaje y uno solo de recreación, los cuales no todos se encuentran catastrados técnicamente por el GAD Cantonal así mismo no se encuentran registrados por el Ministerio de Turismo, pero ayudan con la prestación de estos servicios en la parroquia.

Los establecimientos de alimentación de acuerdo a los estándares de calidad deben cumplir con ciertos parámetros para poder recibir turistas, como espacio de cocina limpio, separación de alimentos para prepararlos, alimentos sanos y limpios, mesas de madera o metal, mantelería adecuada, baños, cabe destacar que se han tomado en cuenta a los dos únicos establecimientos que están en la parroquia a pesar que no cumple con todos los estándares antes mencionados.

A continuación, se detallan cada uno de los establecimientos;

**Tabla 34-7** Asadero Restaurant Don Pollo

<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
<b>Nombre del establecimiento:</b> Asadero Restaurant Don Pollo	<b>Categoría:</b> Restaurante
<b>Dirección y Ubicación:</b> Comunidad de Bolívar, en la entrada al estadio de futbol de la parroquia San Francisco de Bolívar.	
<b>Teléfono:</b>	<b>Tipo de Registro:</b> Ninguno
<b>Propietario:</b> Sergio Oñate	

<b>Capacidad de personas: 28</b>	<b>Temporalidad:</b> Todo el año
<b>Nº de mesas: 7</b>	<b>Antigüedad del establecimiento:</b> 2 años
<b>Nº de sillas: 15</b>	<b>Observaciones:</b>
<b>Especialidades: Pollo asado y comida sencilla con productos de la zona.</b>	
<b>Servicios incluidos: Parqueadero</b>	
Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga	

Tabla 35-7 Restaurante Mama Thalía

<b>INFORMACION GENERAL</b>	
<b>Nombre del establecimiento: Restaurante Mama Thalía</b>	<b>Categoría:</b> Restaurante
<b>Dirección y Ubicación: Comunidad de Huambalito, 80 metros antes del desvío a Cotaló y al centro de la comunidad.</b>	
<b>Teléfono:</b>	<b>Registro:</b> Ninguno
<b>Propietario: Thalía Toainga</b>	
<b>Capacidad de personas: 12</b>	<b>Temporalidad:</b> Todo el año
<b>Nº de mesas: 3</b>	<b>Antigüedad del establecimiento:</b> 14 años
<b>Nº de sillas: 12</b>	<b>Observaciones:</b> No cuenta con muchos de los estándares de calidad necesarios a pesar de que se han hecho mejoras en la infraestructura, el establecimiento está abierto los fines de semana.
<b>Especialidades: Comida sencilla con productos de la zona, además una deliciosa fritada.</b>	
<b>Servicios incluidos: Parqueadero, música y televisión</b>	
Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga	

Tabla 36-7 Quinta El Bosque

<b>INFORMACION GENERAL</b>	
<b>Nombre del establecimiento: Quinta El Bosque</b>	<b>Categoría:</b> Recreacional
<b>Dirección y Ubicación: Comunidad de Bolívar, barrio Oriente a 100 metros de la Y a Huambaló y al centro de la comunidad.</b>	
<b>Teléfono:</b>	<b>Registro:</b> Consta en el catastro turístico del cantón Pelileo
<b>Propietario: Polibio Carrasco</b>	
<b>Capacidad de personas: 100</b>	<b>Temporalidad:</b> Todo el año
	<b>Antigüedad del establecimiento:</b> 5 años
<b>Actividades de recreación: Pequeño Canopy, senderos, voleibol, museo con documentos antiguos de la parroquia.</b>	<b>Observaciones:</b> Actualmente el complejo recreacional se encuentra mejorando la infraestructura.
<b>Servicios incluidos: Parqueadero, Restaurante</b>	
Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga	

#### d. Superestructura

En la parroquia San Francisco de Bolívar trabajan distintas instituciones públicas a favor de su desarrollo tales como:

## 1) GAD Provincial de Tungurahua

Institución pública que trabaja para impulsar y promover el desarrollo integral de la actividad turística, para esto se ha creado la estrategia de Turismo de la provincia de Tungurahua, misma que es coordinada por el comité de Turismo, esta estrategia se enfoca en el desarrollo económico de los nueve cantones de la provincia con el fin de trabajar en objetivos y líneas estrategias comunes, uniendo esfuerzo y recursos basado en las realidades y potencialidades de cada cantón, para convertir a Tungurahua en potencia turística.

La estrategia de turismo trabaja sobre cuatro líneas estratégicas.

- Desarrollo de productos turísticos
- Marketing y promoción turística
- Formación y capacitación turística
- Planificación y coordinación turística

Dentro de la provincia se han impartido capacitaciones a los prestadores de servicios de alimentación, hospedaje, transporte en atención al cliente, gerencia de empresas, manipulación de alimentos, comercialización y técnicas de venta.

- El gobierno provincial, actualiza cada año la información turística de cada cantón para la elaboración de material publicitario.
- Apoya para la feria locales de turismo
- Apoya a la creación de Ordenanzas Municipales para la regulación y fomento de actividades turísticas.
- Promueve emprendimientos enfocados al descanso y la distracción
- Se incorpora y dinamiza rutas turísticas
- Apoyo en el mejoramiento de vías y en obras de beneficio comunitario.

## 2) GAD Cantonal de Pelileo

El Gobierno autónomo descentralizado municipales del canto Pelileo, en su respectiva circunscripción territorial, tiene como orientación el promover y coordinar programas, proyectos y actividades para desarrollar el potencial turístico del cantón, a través del Área de Turismo.

El área de turismo del GAD municipal del cantón Pelileo está trabajando en las siguientes funciones:

- Apoyo en la dotación de servicios sociales y obras de beneficios comunitarios.
- Elaboración de planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal, sujetándose a la planificación nacional sector público aprobada por la autoridad nacional de turismo.
- Formula el plan cantonal de turismo, mismo que debe, a su vez, sujetarse a la planificación nacional del sector turístico.
- Regular los horarios de funcionamiento de los establecimientos turísticos, en coordinación con la autoridad nacional competente.
- Controla que los establecimientos cumplan con la normativa nacional y cantonal vigente.
- Controla las actividades turísticas en las áreas de conservación y uso sostenible municipales en coordinación con las entidades nacionales competentes.
- Otorga y renueva la licencia única anual de funcionamiento, en función de los requisitos y estándares establecidos por la autoridad Nacional de Turismo.
- Promueve el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo, conforme la normativa vigente.
- Actualiza y da mantenimiento adecuado a la señalización turística, así como la señalética turística del cantón.
- Desarrolla productos o destinos turísticos que posibiliten la promoción conjunta y acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno.
- Dota de facilidades en los sitios identificados como turísticos, en articulación con la autoridad Nacional de Turismo y los gobiernos autónomos descentralizados provinciales.

### **3) GAD Parroquial de San Francisco de Bolívar**

El Gobierno autónomo descentralizado parroquial de San Francisco de Bolívar, en su respectiva circunscripción territorial, gestiona en el marco del desarrollo de actividades turísticas y tiene como enfoque el fomento de desarrollo económico local con mira a nuevas matrices como es turismo.

El GAD parroquial está trabajando en lo siguiente:

- Mediante la organización de ferias y exposiciones locales promover el turismo comunitario y aquel desarrollado de la economía popular y solidaria.
- Promueve el desarrollo de actividades enfocadas al cambio de la matriz productiva.
- Desarrolla planes para conservar mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural de la parroquia para promover el desarrollo turístico.

#### **4) MAG**

A través de los programas emblemáticos se está proporcionando capacitación a los agricultores para que practiquen nuevos programas productivos, diseñan y evalúan las políticas del sector agropecuario, dotan de asistencia técnica para su producción e invitan a los productores locales a ferias nacionales para que puedan exponer sus productos.

#### **5) Agrocalidad**

Esta institución se dedica a brindar apoyo en campañas de vacunación para animales mayores y así erradicar varias enfermedades.

#### **6) Ministerio de Turismo**

Elabora y ejecuta el Plan de señalización turística cantonal, que incluye señalización informativa y direccional de las rutas turísticas, gastronomía y artesanal.

### **3. Análisis de la competencia**

Como competencia interna directa a nivel provincial se ha considerado a los proyectos de agroturismo y proyectos de turismo que ofrecen similares recorridos en los cantones de Pelileo, Baños de Agua Santa, Cevallos y Quero, por estar cerca de la parroquia y por la potencialidad productiva, además del desarrollo del agroturismo en dichos cantones.

**Tabla 37-7** Análisis de la competencia turística de la parroquia con relación a los demás proyectos agroturísticos de la provincia.

Competencia turística de la parroquia San Francisco de Bolívar							
Proyectos	Atractivos que posee el proyecto	Plazas para hospedaje	Plazas para alimentación	Servicio de guianza	Recorridos del proyecto	Servicios básicos disponibles	Número de turistas (2016)
<b>Parroquia San Francisco de Bolívar</b>	13 atractivos en total, 12 son de jerarquía II, 7 culturales y 5 naturales, un solo atractivo natural de jerarquía I.	Cuenta con 3 agrohospederías, con un total de 9 plazas para hospedaje.	Cuenta con 5 establecimientos de alimentación con un total para 49 plazas.	Las personas locales que han sido capacitados para los recorridos agroturísticos, pero que no cuentan con una licencia de guía nativo	Cuenta con tres recorridos agroturísticos. -Recorridos agroturísticos -Recolección de productos -Elaboración de compost -Degustación de comida a base de productos de la zona. -Caminatas	Las instalaciones cuentan con: -Agua potable -Energía eléctrica -Alcantarillado -Recolección de basura	-
<b>Turismo rural en Putuloma, Parroquia Salasaca.</b>	Cuenta con 10 atractivos jerarquía II, 6 atractivos culturales y 4 naturales.	Cuenta con un centro comunitario que presta servicio de hospedaje con capacidad para 12 plazas.	Cuenta con un centro comunitario que presta servicio de alimentación con capacidad para 15 plazas.	Las personas locales que han sido capacitados para los recorridos agroturísticos, pero que no cuentan con una licencia de guía nativo.	-Caminatas y cabalgatas a sitios naturales, sagrados y al mirador del Tungurahua. -Demostración de prácticas ancestrales. Danza y música autóctona. -Degustación de comida típica.	Las instalaciones cuentan con: -Agua potable -Energía eléctrica -Alcantarillado -Recolección de basura -Teléfono	1360 Turistas
<b>Complejo turístico "Don moro" Cantón Pelileo</b>	Cuenta con 3 atractivos jerarquía II, 1 natural y 2 culturales.	No cuenta con servicio de hospedaje	Cuenta con un total de 35 plazas para alimentación.	El propietario realiza el servicio de guianza. No cuenta con una licencia de guía nativo.	Cuenta con un solo recorrido que cubre toda el área del complejo, donde se puede observar animales de granja, posee una piscina.	Las instalaciones cuentan con: -Agua potable -Energía eléctrica -Alcantarillado -Recolección de basura	2976 turistas
<b>Cantón Cevallos "producción de mermeladas artesanales y producción de calzado".</b>	18 atractivos jerarquía II, 5 atractivo naturales y 13 culturales, posee 12 atractivos jerarquía I.	Cuenta con 6 establecimientos de hospedaje con capacidad para 150 plazas.	Cuenta con 12 establecimientos de alimentación con capacidad para 1597 plazas.	El GAD municipal del cantón, presta el servicio de guianza mediante guías locales.	-Visita de huertos frutales. -Emprendimientos que usan frutas de la zona. -Visita a fábricas de mermeladas y fábricas de calzado.	Las instalaciones cuentan con: -Agua potable -Energía eléctrica -Alcantarillado -Recolección de basura	15300 Turistas
<b>Paradero "Huerto limpio". Cantón Cevallos</b>	Posee atractivos naturales y culturales pero no se encuentran inventariados	No cuenta con servicio de hospedaje	Cuenta con un total de 50 plazas para alimentación.	El propietario realiza el servicio de guianza, no cuenta con una licencia de guía nativo	-Procesos de agricultura limpia. -Gastronomía a base de trucha o tilapia fresca. -Áreas verdes.	Las instalaciones cuentan con: -Agua potable -Energía eléctrica -Alcantarillado	2740 Turistas

						-Recolección de basura	
<b>Centro de turismo comunitario Pondo. Baños. Cantón</b>	Posee atractivos naturales y culturales pero no se encuentran inventariados	Cuenta con un centro comunitario que presta servicio de hospedaje con capacidad para 15 plazas.	Cuenta con un total de 35 plazas para alimentación.	Las personas de la comunidad que han sido capacitados para los recorridos agroturísticos, pero que no cuentan con una licencia de guía nativo	-Recorridos por huertos orgánicos familiares, visitas guiadas por miradores y senderos hacia el volcán. -Cabalgatas y recorridos en bicicletas.	Las instalaciones cuentan con: -Agua potable -Energía eléctrica -Alcantarillado -Recolección de basura	1100 Turistas
<b>“Hacienda Hipolongo” Cantón Quero</b>	Posee atractivos naturales y culturales pero no se encuentran inventariados	No cuenta con servicio de hospedaje	Cuenta con un total de 40 plazas para alimentación.	El propietario realiza el servicio de guianza. no cuenta con una licencia de guía nativo	-Paseos a tractor -Cabalgatas, caminatas, camping, rodeos. -actividades de agroturismo.	Las instalaciones cuentan con: -Agua potable -Energía eléctrica -Alcantarillado -Recolección de basura	890 turistas

Por: Byron G. Cárdenas

#### **4. Análisis de la demanda**

##### **a. Análisis de la demanda**

##### **1) Segmentación de mercado**

El segmentó de mercado está confirmado por los turistas nacionales y extranjeros que arribaron por motivos de turismo a la ciudad de Baños de Agua Santa ya que es la ciudad más visitada por los turistas y por esta vinculada como destino de proximidad con relación a la parroquia.

##### **2) Universo**

Se tomó como universo de estudio a los 71500 turistas que arribaron a la ciudad de Baños de Agua Santa en el año 2016 entre nacionales y extranjeros detallados de la siguiente manera:

Turistas nacionales: 53000

Turistas extranjeros: 18500

##### **3) Muestra**

Para obtener la muestra se aplicó la fórmula de la muestra y mediante la técnica del muestreo aleatorio estratificado al azar por medio de la cual se obtuvo el número de encuestas que fueron aplicadas tanto a turistas nacionales y extranjeros.

La población total de turistas que visitaron la ciudad de Baños de Agua Santa en el año 2015 fue de 71500. De este universo 757 encuestas fueron aplicadas, de las cuales 381 se aplicaron a turistas nacionales y 376 a turistas extranjeros.

## b) Instrumento utilizado

La encuesta fue la herramienta que se utilizó para obtener como resultado los requerimientos y preferencias mismo que determinaron el perfil del turista.

## 4) Análisis estadístico

### a) Turistas nacionales

**Tabla 38-7** Género

Género	Número	Porcentaje
Masculino	206	54
Femenino	175	46
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

La demanda turística nacional está constituida por el 56% de género masculino y el 46% femenino, lo que permite determinar que los paquetes deben contener actividades para ambos géneros.

**Tabla 39-7** Edad

Edad	Número	Porcentaje
19-26años	76	20
27-34 años	114	30
35-42 años	88	23
43-50 años	57	15
Más de 50 años	46	12
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 30% de los turistas nacionales están en una edad entre los 27 a 34, mientras que el 12% en el rango > 60 años, lo cual da una pauta para conocer el grado de dificultad que deben tener los paquetes al momento de su diseño y de acuerdo a cada una de las actividades.

**Tabla 40-7** Procedencia

<b>Procedencia</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Costa	209	55
Sierra	126	33
Amazonia	46	12
Insular	0	-
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La procedencia de los turistas nacionales es de la región costa con un 55%, seguida de la región sierra con un 33%. Lo que indica que el mercado objetivo identificado es el de la costa mayormente.

**Tabla 41-7** Nivel de instrucción

<b>Instrucción</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	8	2
Secundaria	129	34
Universidad	187	49
Doctorado	57	15
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Respecto al nivel de instrucción de los turistas, en un 49%, terminó la universidad, un 2% ha terminado la primaria, los que permitió crear actividades vinculadas con la generación y transmisión de conocimientos a partir de la experiencia de las personas de las comunidades.

**Tabla 42-7** Motivación de viaje del turista

<b>Motivo</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Viajes y Aventura	50	13
Gastronomía	42	11
Visita a familiares	28	7
Descanso	66	17
Turismo	172	45
Negocios	23	6
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Los viajes se realizan en un 45% por motivo de vacaciones, el 6% viaja por negocios. Lo que posibilitó la planificación de los paquetes con actividades recreacionales.

**Tabla 43-7** Consideración del turista a la hora de escoger un sitio turístico

<b>Consideración a la hora de escoger un sitio turístico</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Actividades	56	15
Atractivos	98	26
Hospedaje y alimentación	137	36
Gasto por persona	90	24
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 36% de la demanda turística toma en cuenta principalmente el Hospedaje y alimentación para escoger un destino turístico y el 15% los turistas consideran las actividades, estos datos indican que se debe diseñar estos servicios (hospedaje y alimentación) motivan a la inclusión, al no contar con ellos en la parroquia.

**Tabla 44-7** Nivel del conocimiento de la parroquia San Francisco de Bolívar

<b>Conoce la parroquia San Francisco de Bolívar</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	84	22
No	297	78
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 78% de los turistas nacionales no conoce la parroquia San Francisco de Bolívar y tan solo un 22% de los turistas la conoce. Esto demuestra que existe un gran desconocimiento sobre la parroquia, debiendo poner énfasis en su difusión y promoción por diferentes medios.

**Tabla 45-7** Acompañante de viaje

<b>Acompañante de viaje</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Solo	69	18
En pareja	57	15
Con amigos	103	27
En familia	152	40

<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>
--------------	------------	------------

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 40% de los turistas viajan en familia y el 18% viaja solos, los que permitió crear paquetes en los cuales se integra a la familia.

**Tabla 46-7** Disposición de los turistas para realizar actividades de turismo en el Parroquia

<b>Disposición de hacer turismo en San Francisco de Bolívar</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	324	85
No	57	15
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La aceptación de realizar actividades de turismo en la parroquia es de un 85% y el 15% no lo desea, señalando así que es viable la generación de oferta turística en la parroquia.

**Tabla 47-7** Tipo de turismo le gustaría realizar en la parroquia San Francisco de Bolívar

<b>Tipo de turismo que realizaría</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Agroturismo	73	19
Aventura	81	21
Comunitario	23	6
Gastronómico	42	11
Ecoturismo	57	15
Naturaleza	66	17
Rural	12	3
Salud	8	2
Educativo	19	5
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Al 39% de los turistas le gustaría realizar el turismo de aventura, y al 36% el agroturismo, datos que indicando que la oferta de agroturismo que oferta la parroquia es viable, desde el enfoque de la demanda.

**Tabla 48-7** Conocimiento sobre el Agroturismo

Conocimiento sobre el Agroturismo	Número	Porcentaje
Si	297	78
No	84	22
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 78% los turistas tienen un conociendo sobre agroturismo, estos datos nos dejan saber que es de vital importancia crear un plan de publicidad para dar a conocer sobre el producto ofertado.

**Tabla 49-7** Conceptos que familiariza el turista con el Agroturismo

Conceptos	Número	Porcentaje
Naturaleza y paisaje	107	14
Gastronomía	83	11
Huertos y Cultivos	221	29
Animales de granja	122	16
Descanso y relax	46	6
Actividades campestres	107	14
Cultura y tradiciones populares	76	10
<b>TOTAL</b>	<b>762</b>	<b>100</b>

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

La frecuencia de cada concepto varía ya que los turistas eligieron dos opciones, el 29% familiariza el agroturismo con huertos y cultivos mientras tanto que en menor porcentaje el 10% con cultura y tradiciones populares.

**Tabla 50-7** Actividades que le gustaría realizar dentro de la práctica del agroturismo

Actividades	Número	Porcentaje
Visitar huertos orgánicos	273	24
Recolección de frutas y verduras	204	18
Conocer emprendimientos	168	15
Cultivos de hortalizas	113	10
Conocer animales domésticos	136	12
Realizar actividades del campo	147	13
Conocer el proceso de elaboración de compost y humus	102	9
<b>TOTAL</b>	<b>1143</b>	<b>100</b>

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

Las actividades que le gustaría realizar varía ya que los turistas escogieron 3 opciones, el 24% prefiere visitar huertos orgánicos, seguida con el 18% recolección de frutas y verduras, y con un menor porcentaje es decir con el 10% le gustaría realizar el cultivo de hortalizas, datos que ayudan para establecer las actividades que se realizarán en cada paquete.

**Tabla 51-7** Actividades que complementen la práctica del agroturismo

<b>Actividades complementarias</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Cabalgata	160	21
Bicicleta	84	11
Compra de productos locales	168	22
Caminata	236	31
Camping	114	15
<b>TOTAL</b>	<b>762</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 31% de los turistas prefieren las caminatas como actividades complementarias, y con un menor porcentaje el 11% bicicleta, información que ayudo para complementar las actividades en cada uno de los paquetes.

**Tabla 52-7** Interés conocer y aprender procesos ecológicos para la producción agropecuaria

<b>Interés en procesos ecológicos</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	242	64
No	139	36
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La demanda registra que el 64% le gustaría conocer y aprender procesos ecológicos para la producción agropecuaria y el 37% no desearía conocer. Lo que indicó que los procesos ecológicos deben ser considerados e incluidos dentro de los paquetes.

**Tabla 53-7** Cultivos que le interesaría conocer al turista

<b>Cultivos</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Papas	47	6
Claudia /ciruela	63	8

Cebolla blanca	24	3
Quinoa	192	25
Maíz	78	10
Todos los productos	358	47
<b>TOTAL</b>	<b>762</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Al 47% de los turistas les interesaría conocer todos los productos de la parroquia cabe recalcar que individualmente la quinua tiene un mayor porcentaje es decir un 25%, y la producción de cebolla blanca con un menor porcentaje tan solo 3%, mediante estos datos se identifican los productos con mayor interés hacia los turistas para el diseñar los paquetes.

**Tabla 54-7** Especies de animales que le interesaría conocer al turista

Especies que le interesaría conocer	Número	Porcentaje
Conejos	156	41
Cuyes	99	26
Vacas	38	10
Ganado porcino	19	5
Aves de corral	46	12
Ovejas	23	6
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Al 41% de los turistas les interesaría conocer sobre la crianza de especies menores como conejos, al 26% el ganado porcino tan solo con un 5%, mediante estos datos se identifican las especies con mayor interés a conocer los turistas para el diseño de los paquetes.

**Tabla 55-7** Servicios turísticos disponibles en un recorrido Agroturístico

Servicios turísticos	Número	Porcentaje
Alimentación	236	31
Hospedaje	168	22
Guianza	198	26
Recreación	160	21
<b>TOTAL</b>	<b>762</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Los servicios con los que los turistas les gustaría contar dentro de un recorrido agroturístico varía ya que los turistas eligieron dos opciones. Al 31% le gustaría contar con el servicio de alimentación y con un menor porcentaje la recreación con un 21%, Lo que indica que es muy importante el diseño de servicios turísticos para integrar la oferta turística de la parroquia.

**Tabla 55-7** Lugares donde pernoctaría el turista

<b>Desea pernoctar en la parroquia</b>	<b>Numero</b>	<b>Porcentaje</b>
Agrohospederías	107	28
Hotel	57	15
Hostería	171	45
camping	46	12
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Al momento de pernoctar en la parroquia San Francisco de Bolívar los turistas nacionales prefieren una hostería (45%), y una Agrohospedería familiar (28%), un 12% de los turistas pernoctarían en un camping, estos datos que permitirán conocer la necesidad de la implementación del servicio de alojamiento en la parroquia.

**Tabla 56-7** Tipo de alimentación preferida en un recorrido agroturístico

<b>Tipo de alimentación</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Típica/tradicional	249	65
A la carta	124	33
Vegetariana	8	2
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El tipo de alimentación que prefiere degustar el turista en un recorrido de agroturismo es alimentación tradicional con un 79%, y el 2% prefieren la alimentación vegetariana. Datos que sirven para el diseño del servicio de alimentación en la parroquia.

**Tabla 57-7** Capacidad de gasto por persona, por día

<b>Gasto por persona</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre 25-45 dólares	221	58
Entre 46-65 dólares	129	34
Entre 66- 85 dólares	23	6
Mayor a 85 dólares	8	2
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La capacidad de gasto de la demanda está entre 25,00 a 45,00 dólares con el mayor porcentaje 58% por persona y por día, el 2% los turistas gastarían más de 85,00 dólares. Estos datos ayudan a determinar el costo de los servicios de acuerdo a la capacidad de pago de cada segmento.

**Tabla 58-7** Tiempo para hacer un recorrido Agroturístico

<b>Tiempo de estadía</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
1 a 5 horas	64	17
1 día	140	37
2 días	128	34
3 días	49	13
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El tiempo de duración de la visita en la parroquia es de un día en un 37% y dos días en un 34%, con menor porcentaje tres días en un 13%, mediante esta información se establecieron los itinerarios de los paquetes procurando la satisfacción de los clientes.

**Tabla 59-7** Medio habitualmente de información

<b>Medios de información</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio Prensa	46	12
Televisión	61	16
Internet	163	43
Amigos o familiares	111	29
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Los medios que se utilizan para informarse de los lugares de destino es el internet con un 43%, la radio prensa con un 12%, cabe mencionar que todos los medios son importantes para difundir o promocionar un producto turístico, por lo que se debe diseñar un plan de marketing basado en todos los medios publicitarios posibles.

## b) Turistas extranjeros

**Tabla 60-7** Género

Género	Número	Porcentaje
Masculino	162	43
Femenino	214	57
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

La demanda turística nacional está constituida por el 57% de género femenino y el 43% masculino, Lo que nos permite desarrollar los paquetes de una forma proporcionada en cada una de las actividades.

**Tabla 61-7** Edad

Edad	Número	Porcentaje
19-26años	135	36
27-34 años	117	31
35-42 años	86	23
43-50 años	23	6
Más de 50 años	15	4
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 36% de los turistas nacionales están en una edad entre los 19 a 26, mientras que el 4% en el rango > 50, lo que reconocer el grado de dificultad de los paquetes al momento de diseñar los paquetes de forma objetiva en cada una de las actividades.

**Tabla 62-7** Procedencia

<b>Procedencia</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
América	189	50
Europa	114	30
Asia	31	8
Oceanía	42	11
África	0	-
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 50% de la procedencia de los turistas extranjeros es de América, seguida de Europa con el 30%, lo que indica que el mercado objetivo principal es el continente americano (EEUU) y el continente europeo.

**Tabla 63-7** Nivel de instrucción

<b>Instrucción</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	0	0
Secundaria	26	7
Universidad	286	76
Post grado	64	17
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El nivel de instrucción de los turistas en un 76% a término la universidad, lo que permitió crear actividades vinculadas con la generación y transmisión de conocimientos a partir de la experiencia de las personas de las comunidades.

**Tabla 64-7** Motivación de viaje del turista

<b>Motivo</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Estudios	63	17
Gastronomía	22	6
Visita a familiares	11	3
Descanso	108	29
Vacaciones	157	42
Negocios	15	4
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Los viajes se realizan en un 42% por motivo de vacaciones, el 3% viaja para visitar a la familia, lo que posibilita la planificación de los paquetes con actividades recreacionales.

**Tabla 65-7** Consideración del turista a la hora de escoger un sitio turístico

Consideración a la hora de escoger un sitio turístico	Número	Porcentaje
Actividades	143	38
Atractivos	117	31
Hospedaje y alimentación	75	20
Gasto por persona para actividades recreativas	41	11
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 38% de la demanda turística toma en cuenta principalmente las actividades y el 11% el gasto por persona para actividades recreacionales, estos datos indican que los paquetes deben ser diseñados basados en las actividades que se oferta.

**Tabla 66-7** Nivel del conocimiento de la parroquia San Francisco de Bolívar

Conoce la parroquia San Francisco de Bolívar	Número	Porcentaje
Si	0	-
No	376	100
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 100% de los turistas nacionales no conocen la parroquia San Francisco de Bolívar. Los que nos muestra que existe un gran desconocimiento por lo que se debe tomar muy en cuenta la difusión y promoción de la parroquia por diferentes medios.

**Tabla 67-7** Acompañante de viaje

Acompañante de viaje	Número	Porcentaje
Solo	149	40
En pareja	97	26
Con amigos	71	19
En familia	59	16
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

Según la encuesta el 40% viajan solos, mientras tanto que un 16% viaja en familia, los que permitió crear paquetes flexibles que se los pueda realizar tanto solo como en grupo.

**Tabla 68-7** Disposición de los turistas para realizar actividades de turismo en el Parroquia

Disposición de hacer turismo en San Francisco de Bolívar	Número	Porcentaje
Si	274	73
No	102	27
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La aceptación de realizar actividades de turismo en la parroquia es de un 73% y un 27% no lo desea, demostrando así que es viable la generación de oferta turística en la parroquia.

**Tabla 69-7** Tipo de turismo le gustaría realizar en la parroquia San Francisco de Bolívar

Tipo de turismo que realizaría	Número	Porcentaje
Agroturismo	89	24
Aventura	64	17
Comunitario	18	5
Gastronómico	11	3
Ecoturismo	60	16
Naturaleza	109	29
Rural	10	3
Salud	0	-
Educativo	15	4
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Al 29% de los turistas le gustaría realizar el turismo de naturaleza, y al 24% el agroturismo, datos que indicando que la oferta de agroturismo que oferta la parroquia es viable.

**Tabla 70-7** Conocimiento sobre el Agroturismo

Conocimiento sobre el Agroturismo	Número	Porcentaje
Si	147	39
No	229	61
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 61% la demanda extranjera tiene un conociendo sobre agroturismo, datos que nos dejan saber que es de vital importancia crear un plan de publicidad para dar a conocer sobre el producto ofertado.

**Tabla 71-7** Actividades que le gustaría realizar dentro de la práctica del agroturismo

<b>Actividades</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Visitar huertos orgánicos	179	16
Recolección de frutas y verduras	235	21
Conocer emprendimientos	54	5
Cultivos de hortalizas	157	14
Conocer animales domésticos	223	20
Realizar actividades del campo	134	12
Conocer el proceso de elaboración de compost y humus	146	13
<b>TOTAL</b>	<b>1128</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Las actividades que le gustaría realizar al turista vario ya que los turistas escogieron 3 opciones, el 21% de los turistas prefiere recolección de frutas y verduras, seguida con el 20% conocer animales domésticos, y con un menor porcentaje es decir con el 5% a los turistas le gustaría conocer emprendimientos, datos que ayudan para establecer las actividades que se realizaron en cada paquete.

**Tabla 72-7** Actividades que complementen la práctica del agroturismo

<b>Actividades complementarias</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Cabalgata	158	21
Bicicleta	90	12
Compra de productos locales	82	11
Caminata	354	47
Camping	68	9
<b>TOTAL</b>	<b>752</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 47% de la demanda prefieren las caminatas como actividad complementaria, y el 9% camping, información que ayudo para complementar las actividades en cada uno de los paquetes.

**Tabla 73-7** Interés conocer y aprender procesos ecológicos para la producción agropecuaria

Procesos ecológicos	Número	Porcentaje
Si	327	87
No	49	13
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La demanda registra con un 87% le gustaría conocer y aprender procesos ecológicos para la producción agropecuaria y el 13% no desearía conocer. Lo que indico que los procesos ecológicos son muy importantes y deben estar dentro de los paquetes.

**Tabla 74-7** Servicios turísticos disponibles en un recorrido Agroturístico

Servicios turísticos	Número	Porcentaje
Alimentación	285	38
Hospedaje	196	26
Guianza	143	19
Recreación	128	17
<b>TOTAL</b>	<b>752</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El número de servicios que a los turistas les gustaría contar dentro de un recorrido Agroturístico varía ya que los turistas eligieron dos opciones. Al 38% le gustaría contar con el servicio de alimentación y con un menor porcentaje la recreación con un 17%, Lo que indica que es muy importante el diseño de servicios turísticos dentro oferta turística de la parroquia.

**Tabla 75-7** Lugares donde pernoctaría el turista

Desea pernoctar en la parroquia	Numero	Porcentaje
Agrohospederías	158	42
Hotel	102	27
Hostería	86	23
camping	30	8
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Al momento de pernoctar en la parroquia San Francisco de Bolívar los turistas nacionales prefieren una Agrohospedería (42%), y con un menor porcentaje los turistas pernoctarían en un camping con un 8%,

datos que permiten conocer la necesidad de la implementación del servicio de alojamiento en la parroquia.

**Tabla 76-7** Tipo de alimentación preferida en un recorrido agroturístico

<b>Alimentación que desearía degusta</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Típica/tradicional	259	69
A la carta	27	7
Vegetariana	90	24
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El tipo de alimentación que prefiere degustar el turista en un recorrido de agroturismo es de una alimentación típica y tradicional con un 69%, y con un 2% prefieren la alimentación a la carta. Datos que sirven para el diseño del servicio de alimentación en la parroquia.

**Tabla 77-7** Capacidad de gasto por persona, por día

<b>Gasto por persona</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre 25-45 dólares	178	47
Entre 46-65 dólares	147	39
Entre 66- 85 dólares	38	10
Mayor a 85 dólares	13	3
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

El 47% de la demanda tiene como capacidad de gasto 25 a 45 dólares por persona y por día, mientras tanto que con el menor porcentaje es decir con el 3% los turistas gastarían más de 85 dólares. Datos que ayudan a determinar el costo de los servicios de acuerdo a la capacidad de pago de cada segmento.

**Tabla 78-7** Tiempo para hacer un recorrido Agroturístico

<b>Tiempo</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
1 a 5 horas	<b>22</b>	<b>6</b>
1 día	149	40
2 días	175	47

3 días	30	8
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

La preferencia del tiempo para la duración de la visita en la parroquia es de un día en un 47% y dos días en un 40%, y con el menor porcentaje de 1 a 5 horas en un 6%, mediante esta información se establecieron los itinerarios procurando la satisfacción de los clientes.

**Tabla 79-7** Medio habitualmente de información

Medios de información	Número	Porcentaje
Guías de turístico	113	30
Televisión	19	5
Internet	195	52
Amigos o familiares	49	13
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

**Realizado por:** Byron G. Cárdenas Zúñiga

Los medios que se utilizan para informarse de los lugares de destino es el internet con un 53% y la televisión con un 5%, cabe mencionar que todos los medios son importantes para difundir o promocionar un producto turístico, por lo que se debe diseñar un plan de marketing basado en todos los medios publicitarios posibles.

## 5) Perfil del turista

### a) Perfil del turista nacional

Los turistas nacionales son de género femenino (54%), y de género masculino (46%), la edad está entre los 27-34 años, su procedencia es de la región costa, el nivel de instrucción de los turistas es universitaria, realizan sus viajes con motivo de vacaciones, al momento de escoger un sitio turístico toman en cuenta el hospedaje y alimentación, los turistas nacionales no conocen la parroquia San Francisco de Bolívar (78%), viajan en familia, estarían dispuestos a realizar actividades de turismo en la parroquia, le gustaría realizar turismo de aventura y agroturismo, poseen un conocimiento sobre el agroturismo, familiarizan el agroturismo con huertos y cultivos, prefieren visitar huertos orgánicos y

recolectar frutas y verduras, las actividades complementarias que prefieren son las caminatas, les gustaría conocer y aprender procesos ecológicos para la producción agropecuaria, les interesaría conocer la producción de la quinua, de los conejos y de los cuyes, el servicio que les gustaría recibir es la alimentación, prefieren una hostería para pernoctar, alimentación típica y tradicional, con una capacidad de gasto entre 25 a 45 dólares por día y por persona, con un tiempo de visita de un día (37%) y dos días (34%), se informan por el internet.

#### **b) Perfil del turista extranjero**

Los turistas nacionales son de género masculino (43%), y de género femenino (47%), la edad está entre los 19-26 años, su procedencia es del continente americano (EEUU), el nivel de instrucción de los turistas es universitaria, los viajes los realizan con motivo de vacaciones, al momento de escoger un sitio turístico toma en cuenta las actividades para elegir el destino, de los turistas extranjeros no conocen la parroquia San Francisco de Bolívar, viajan solos, estarían dispuestos a realizar turismo en la parroquia, les gustaría realizar turismo de naturaleza y agroturismo, los turistas extranjeros tienen un conocimiento sobre agroturismo, prefieren la recolección de frutas y verduras, las actividades complementarias que prefieren los turistas son las caminatas, les gustaría conocer y aprender procesos ecológicos, les interesaría conocer la producción de la quinua, de los cuyes, el servicio que les gustaría recibir es la alimentación, prefieren un Agrohospedería para pernoctar, el tipo de alimentación que prefieren es alimentación típica y tradicional, con una capacidad de gasto entre 25 a 45 dólares por día y por persona, con un tiempo de visita de un día en un (47%) y dos días (40%), los medios que utilizan para informarse es el internet.

#### **6) Determinación de la demanda potencial**

La proyección de la demanda potencial se realizó mediante el método del incremento compuesto cuya fórmula es:

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

Co= Años a proyectar

Cn= Demanda actual de turistas

i= Incremento anual del turismo nacional e internacional

n= El año a proyectarse

### a) Proyección de la demanda

Se utilizó el número de turistas nacionales (53000), que llegaron al Cantón Baños por motivos de turismo en el año 2016 del cual al 85% les gustaría visitar la parroquia San Francisco de Bolívar según las encuestas aplicadas, el segundo grupo son los turistas extranjeros (18500), en el año 2016, según las encuestas aplicadas al 53% les gustaría visitar la parroquia San Francisco de Bolívar, para la proyección de la demanda se utilizó un índice de crecimiento anual de turistas nacionales y extranjeros que es el 13% según el Ministerio de Turismo hasta el año 2016.

**Tabla 80-7** Demanda potencial turística

AÑO DE PROYECCIÓN	DEMANDA POTENCIAL NACIONALES (85)	DEMANDA POTENCIAL EXTRANJEROS (53)	TOTAL DEMANDA POTENCIAL TURÍSTICA
0	45050	9805	54855
1	50907	11080	61986
2	57524	12520	70044
3	65003	14148	79150
4	73453	15987	89440
5	83002	18065	101067

Por: Byron G. Cárdenas

### 7) Proyección de la oferta (competencia)

La parroquia no cuenta con datos estadísticos de turistas, motivo por el cual se toma como referencia la cantidad de 24366 turistas que visitaron los diferentes proyectos agroturísticos de la provincia de Tungurahua cercanos a la parroquia San Francisco de Bolívar en el año 2016.

**Tabla 81-7** Proyección de la oferta turística

AÑO	OFERTA TURISTICA
0	24366
1	27534
2	31113
3	35158
4	39728
5	44893

## 8) Proyección de la demanda insatisfecha (competencia)

Para determinar la demanda insatisfecha se realizó la confrontación entre la demanda potencial y la oferta. Y los resultados son los siguientes:

**Tabla 82-7** Proyección de la demanda insatisfecha

PROYECCION DE LA DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	54855	24366	30489
1	61986	27534	34453
2	70044	31113	38931
3	79150	35158	43992
4	89440	39728	49712
5	101067	44893	56174

Por: Byron G. Cárdenas

La proyección muestra que para el año 2023 se incrementara a 56174 turistas.

## 9) Calculo de la demanda objetiva

**Tabla 83-4** Demanda objetiva

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (3,10%)
0	30489	945
1	34453	1068
2	38931	1207
3	43992	1364
4	49712	1541
5	56174	1741

Por: Byron G. Cárdenas

La demanda objetiva que se espera captar para el año 2023 sería de 1741 pax en base a la proyección realizada, por consiguiente, se necesita trabajar en estrategias para atraer un número significativo de turistas.

## B. Elaboración del diseño técnico del producto agroturístico

### 1. Diseño técnico del producto

#### a. Identificación de requerimientos en cuanto a Infraestructura social básica, Planta turística y Facilidades turísticas.

##### 1) Infraestructura básica

Según el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia San Francisco de Bolívar elaborado por el GAD de la parroquia, la misma cuenta con un promedio del 99% de cobertura de los servicios básicos (Agua, Alcantarillado, Energía eléctrica, Recolección de desechos sólidos) en todo su territorio.

##### 2) Planta turística

Los servicios que se tomaron a continuación son:

**Tabla 84-7** Planta Turística

Numero	Tipo de establecimiento	Habitaciones	Sillas	Capacidad
0	Hospedaje	0	0	
2	Alimentación	27	40	
1	Recreación		100	

Por: Byron G. Cárdenas

##### a) Hospedaje

La parroquia San Francisco de Bolívar no dispone de ningún establecimiento que preste servicios de hospedaje.

## b) Alimentación

El 79% de turistas nacionales y el 69% de los turistas extranjeros eligieron la comida típica, estos son los servicios que se ofrecen los establecimientos:

**Tabla 85-7** Establecimientos de alimentación

Numero	Establecimiento	Ubicación	Menú	Servicios extras	Capacidad
1	Asadero restaurant Don Pollo	Comunidad Huambalito	Pollo asado, caldo de gallina, hamburguesas.	Estacionamiento, televisión, música.	28
2	Restaurante Thalía	Mama Bolívar	Fritada, pollo asado, caldo de gallina, almuerzos.	Televisión	12

Por: Byron G. Cárdenas

A partir necesidad evidente de los turistas por establecimientos que presten servicios de alimentación, motiva a crear estándares de calidad y su implementación a mediano plazo para el funcionamiento de los nuevos establecimientos y también de los ya existentes.

## c) Facilidades turísticas

La parroquia no cuenta con facilidades turísticas es decir no cuenta con ninguna clase de señalización turística, tampoco de senderos con señalética, miradores o información que puedan ayudar a la turista al desarrollo de las actividades.

## b. Diseño de planta turística

### 1) Hospedaje

Motivado con el resultado de las encuestas donde un gran porcentaje los turistas eligieron la opción de pernoctar en Agrohospederías familiares se ha propuesto como alternativa la implementación de agrohospederías, 3 familias están dispuestos a formar parte del proyecto y están en la capacidad de implementarlas a mediano plazo, la intención del proyecto se enfoca en que la familia anfitriona pueda

ofrecer una experiencia agropecuaria además del alojamiento, con un máximo de 3 personas por agrohospederías, esto con el objetivo de garantizar un servicio de calidad.

Se han tomado en cuenta algunos de los parámetros que el propietario debe garantizar para la prestación de este servicio.

#### a) Parámetros para la implementación de las Agrohospederías

**Tabla 86-7** Implementación de Agrohospederías

<b>Servicio</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Facilidades</b>	<b>Estándares de calidad</b>
<b>Vivienda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponer de vivienda propia</li> <li>• Cocina</li> <li>• Sala y comedor</li> <li>• Disponer de servicios básicos.</li> <li>• Infraestructura de la casa en buen estado</li> <li>• Habitación/es disponibles para 3 turistas máximo</li> <li>• Los baños privados o compartidos deben estar en el interior de la casa</li> <li>• Botiquín de primeros auxilios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agua potable en la cocina.</li> <li>• Servicio higiénico bien equipado.</li> <li>• Habitación privada para el o los turistas.</li> <li>• Libre acceso y salida de los turistas,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Casa limpia y ordenada, tanto la parte interna como la externa.</li> <li>• Habitación y áreas sociales ordenadas</li> <li>• Distancia prudente entre la vivienda y los animales.</li> <li>• Mantener una armonía entre las áreas verdes y la vivienda.</li> </ul>
<b>Habitación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habitación limpia y ordenada.</li> <li>• Habitaciones de al menos 8 metros cuadrados.</li> <li>• La habitación debe contar con ventanas para ventilación.</li> <li>• Puertas con cerraduras de calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Privacidad para el turista</li> <li>• Camas disponibles para 3 turistas máximo que cuenten con colchones ortopédicos, almohadas, sábanas y cobijas limpias y en buen estado.</li> <li>• Contar con velador y armario</li> <li>• Interruptores de luz de fácil alcance.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza diaria de las habitaciones</li> <li>• Decoración de la habitación en armonía con el ambiente</li> </ul>
<b>Baño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baños privados o compartidos para las habitaciones con todos los equipamientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de agua constante en el baño</li> <li>• El baño debe contar con escusado, lava manos, espejo, ducha de agua fría y caliente, iluminación eléctrica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En caso de no contar con baño privado en las habitaciones, contar con un baño común para y solo turistas.</li> <li>• Limpieza diaria del baño o baños.</li> </ul>
<b>Proceder de personal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender de manera amable, eficiente y diligente los requisitos o necesidades de cada turista.</li> <li>• Tener preparadas y limpias las habitaciones, al momento de ser ocupadas y durante la estadía del turista.</li> <li>• Dar a conocer la información clara y necesaria sobre la seguridad y en caso de emergencia.</li> <li>• Asegurarse de que el turista disfrute de su estadía.</li> </ul>		

Por: Byron G. Cárdenas

## b) Costos del equipamiento necesario de las habitaciones por Agrohospederías

**Tabla 87-7** Costo del equipamiento por habitación

Equipamiento	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Mobiliario</b>			
Cama de dos plazas	1	200,00	200,00
Cama litera de plaza ½	1	220,00	220,00
Velador	3	40,00	120,00
Armario	2	180,00	360,00
Sub total		\$ 900,00	
<b>Agregados</b>			
Colchones de dos plazas	2	130,00	260,00
Colchones de una plaza ½	4	60,00	240,00
Juego de sábanas	6	20,00	120,00
Almohadas	6	5,00	30,00
Cobijas	12	15,00	450,00
Edredones de dos plazas	6	30,00	180,00
Edredones de una plaza ½	6	25,00	150,00
Basureros	4	4,00	16,00
Armadores paquete	2	8,00	16,00
Subtotal		\$ 1462,00	
<b>Accesorios para la decoración</b>			
Juego de cortinas	2	40,00	80,00
Lámpara	2	10,00	20,00
Sub total		\$ 100,00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2462,00</b>	

**Por:** Byron G. Cárdenas

## c) Costo del equipamiento para el baño por Agrohospedería

**Tabla 88-7** Costo del equipamiento para el baño por Agrohospedería

Equipamiento	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Agregados</b>			
<b>Especios</b>	1	7,00	7,00
<b>Toallas grandes</b>	6	8,00	48,00
<b>Toallas para manos</b>	6	4,00	24,00
<b>Cortinas de baños(juego)</b>	2	7,00	14,00

<b>Basureros</b>	2	4,00	8,00
<b>Alfombra de baño</b>	2	5,00	10,00
<b>Dispensador de jabón líquido</b>	2	10,00	20,00
<b>Sub total</b>		<b>\$ 131,00</b>	
<b>Utensilios de limpieza</b>			
<b>Jabón de baño (paquete)</b>	2	10,00	20,00
<b>Jabón para manos (galón)</b>	1	20,00	20,00
<b>Papel higiénico (paquete)</b>	2	7,00	14,00
<b>Sub total</b>		<b>\$ 54,00</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 185,00</b>	

Por: Byron G. Cárdenas

## 2) Alimentación

Ya que la parroquia cuenta solo con dos establecimientos que brindan el servicio de alimentación, los mismos que no cumplen con todos los estándares de calidad para la prestación de este servicio, se presentó la propuesta de implementar estándares para la mejora de estos establecimientos y también para brindar la oportunidad a las agrohospederías de brindar este servicio, mediante capacitaciones en atención al cliente y calidad de servicio de manera que el turista podrá disfrutar de la gastronomía local de la mejor manera.

### a) Parámetros para la mejora e implementación del servicio de alimentación por hospedería

**Tabla 89-7** Parámetros para la mejora e Implementación del servicio de alimentación

<b>Servicio</b>	<b>Requerimientos</b>	<b>Facilidades</b>	<b>Estándares de calidad</b>
<b>Cocina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El espacio de la cocina debe estar organizado y limpio.</li> <li>Servicios básicos disponibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mobiliario disponible</li> <li>Manteles disponibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utensilios en buen estado y de calidad</li> <li>Cuarto de almacenamiento y cuarto de preparación de alimentos por separado.</li> <li>Limpieza diaria de la cocina.</li> </ul>
<b>Comedor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Espacio amplio para el comedor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Platería disponible y suficiente</li> <li>Cubiertos disponibles y suficientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Limpieza diaria del comedor.</li> <li>Ordenar los cubiertos anticipadamente en el comedor.</li> </ul>

Por: Byron G. Cárdenas

**Tabla 90-7** Costos del equipamiento para el servicio de alimentación por Agrohospedería

Equipamiento	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Equipamiento para el servicio de alimentación (vajillas y cubertería)</b>			
Juego de vajilla para 6 personas. (Plato tendido grande y pequeño, plato hondo y taza)	2	30,00	60,00
Juego de vasos 1 docena	2	12,00	24,00
Juego de cubiertos (cuchara sopera, tenedor y cuchillo y chuchara para el postre.	2	8,00	16,00
Saleros	2	1,50	3,00
Azucareros	2	1,50	3,00
<b>Sub total</b>			<b>\$ 106,00</b>
<b>Equipamiento para el personal de cocina y mesa del comedor</b>			
Uniforme (delantal y gorro)	2	10,00	20,00
Mantel para manos	3	2,00	6,00
Mantel para mesa	2	10,00	20,00
Servilletas (paquete)	2	1,50	3,00
<b>Sub total</b>			<b>\$49,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$155,00</b>

Por: Byron G. Cárdenas

### 3) Guianza

Para un mejor servicio es necesario de un guía interpretativo en los recorridos agroturísticas, por consiguiente, los mismos productores dueños de las agrohospederías pueden realizar el servicio de Guianza ya que poseen un conocimiento extenso de las prácticas agrícolas y del sistema que manejan en su producción.

#### a) Diseño del servicio de Guianza

Aquella persona que se desempeñe como guía deberá ser la parroquia y tener conocimientos de la misma, del cantón y del país.

Mediante capacitaciones constantes el guía mantendrá un conocimiento sobre ecología, medio ambiente, técnicas agrícolas, técnicas de guiar y de servicio de calidad de manera que su desenvolvimiento con el turista sea eficiente.

**i. Estándares de calidad de guía para el servicio de Guianza**

- Guía acreditado (licencia de guía local).
- El intérprete deberá ser tolerante, respetuoso, puntual, honrado al momento de prestar su servicio.
- Mantener conocimiento sobre técnicas de agropecuarias e historia de la zona.
- El intérprete debe tener facilidad de palabra y coherencia.
- El intérprete tiene que ser amable y tener buena actitud.
- Explicar la importancia de proteger y conservar recursos naturales y culturales.
- Demostrar puntualidad, responsabilidad.
- El intérprete deberá tener conocimientos de primeros auxilios (evaluación primaria, accidentes comunes, RCP para niños y adultos, manejo de lesiones y heridas), para actuar en momentos de emergencia, además deberá tener un botiquín de auxilios.

**ii. Diseño de la credencial para operación del guía**

**Tabla 91-7** Costo del diseño de credencial para guías

Detalle	Número	Costo unitario	Costo total
Diseñador	1	20,00	20,00
Credencial full color de tamaño: 7cm de ancho x 10cm de largo	20	3,00	60,00
Colgantes color verde	20	00,50	10,00
<b>TOTAL</b>			<b>90,00</b>

Por: Byron G. Cárdenas

**4) Diseño del servicio de transporte**

El servicio de transporte se realizará mediante la creación de una compañía autorizada de transportes terrestre turístico con personas de la parroquia que desean formar parte de la cooperativa. Se diseñó las características del servicio y los estándares de calidad para asegurar un excelente funcionamiento.

**a) Características del servicio de transporte turístico terrestre**

El único objetivo de la compañía es el de prestar el servicio de transporte terrestre turístico con todos los permisos obtenidos legalmente otorgado por la agencia nacional de transporte, una vez de haber cumplido con cada uno de los requisitos exigidos por la normativa vigente.

El servicio será periódicamente se evaluarán por la Agencia Nacional de Tránsito y la Autoridad Nacional de Turismo competente, con el fin de que el servicio prestado por la compañía se desarrollado en condiciones de seguridad y con el total cumplimiento de los estándares mínimos de prestación del servicio.

Todos los vehículos que presten el servicio deberán ser previamente homologados, encontrarse dentro de la vida útil definida técnicamente por la Agencia Nacional de Tránsito y cumplir con los requisitos y condiciones determinados en la normativa vigente.

**b) Estándares de calidad para el servicio de transporte**

- Todos los vehículos deben cumplir con el reglamento Técnico de elementos de seguridad.
- El conductor debe portar la licencia de conductor profesional vigente, de la clase y categoría requerida por la naturaleza y carácter del servicio.
- El servicio es únicamente para pasajeros sentados.
- El conductor no debe permanecer al volante por menos de 8 horas y debe brindar un trato cortés a los turistas.
- El conductor debe capacitarse ante el organismo que faculta la Agencia Nacional de Tránsito o la Autoridad Nacional de Turismo, en temas turísticos, sus políticas y lineamientos.
- Porta equipaje y bodega apropiada para el número de pasajeros autorizados para transportar.
- El vehículo debe tener un sistema de audio, sistema de aire acondicionado y calefacción.
- Disponer de botiquín de primeros auxilios y extintor de incendios y triángulos de seguridad.
- El vehículo siempre tendrá a disposición las herramientas necesarias básicas para casos de emergencia.

### c. Proyectos complementarios asociados a la actividad turística

Siendo este un producto agroturístico y el principal atractivo es la producción agropecuaria se requiere el diseño e implementación de facilidades turísticas y proyectos complementarios vinculantes.

#### 1) Proyecto 1: Senderos y Señalética turística

##### a) Antecedentes

La actividad turística es una actividad totalmente nueva y desconocida para los pobladores y productores de la parroquia por lo que es muy importante el diseño e implementación de facilidades turísticas para que los recorridos turísticos se desarrollen adecuadamente.

##### b) Justificación

El diseño de senderos y de señalética permite al turista visitar y conocer de una forma cómoda y placentera los atractivos naturales y culturales vinculados a la actividad agrícola y pecuaria, así como las actividades complementarias.

##### c) Perfil

**Tabla 92-7** Perfil de proyecto de diseño para la implementación de senderos y señalética

Particularidad	Descripción
<b>Lugar</b>	Comunidades de Bolívar, Huambalito y Quitocucho
<b>Nombre</b>	Senderos y Señalética
<b>Tipo de proyecto</b>	Social
<b>Actores</b>	Productores, GAD parroquial, GAD Cantonal, MINTUR
<b>Apoyo</b>	Técnicos para implementación de las facilidades turísticas
<b>Proceso productivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de senderos que tenga armonía con el ambiente de la zona.</li> <li>• Diseño de la señalética equilibrado en toda la zona.</li> <li>• Usar materiales de la zona y también reciclables.</li> <li>• Trazo de senderos</li> </ul>
<b>Producto esperado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderos con su señalética respectiva que faciliten la actividad turística.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la imagen paisajística de la zona.</li> </ul>
<b>Relación con el turismo</b>	De uso turístico
<b>Funcionamiento</b>	Gestionar el apoyo de los GAD's cantonales y provinciales, MINTUR, además de establecer convenios con instituciones relacionadas al turismo.
<b>Requerimiento</b>	Desarrollar el estudio y la propuesta

Por: Byron G. Cárdenas

#### d) Diseño de facilidades turísticas

##### i. Características

Los recorridos se encuentran en zonas que forman parte de las tres comunidades las mismas que no cuentan con senderos predeterminados y tampoco con la señalética respectiva, por consiguiente, el diseño de senderos es indispensable, de manera que se pueda ofrecer un servicio de calidad, mantener el espacio organizado y dar un plus a la imagen paisajística de la parroquia.

**Tabla 93-7** Lineamientos básicos para el diseño de senderos y señalética

LINEAMIENTOS BÁSICOS PARA EL DISEÑO DE SENDEROS Y SEÑALÉTICA	
Senderos	Señalética
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los senderos deben estar regulados por parámetros técnicos de diseño con algún grado de flexibilidad en función de la zona.</li> <li>• Los senderos deben estar claramente delimitados e identificados.</li> <li>• Los mantenimientos de los senderos deben ser continuos, (rótulos, limpieza de maleza, y retirar obstáculos).</li> <li>• Los senderos deben ubicarse fuera de zonas de peligro (ríos, barrancos, quebradas o zonas frágiles).</li> <li>• El ancho de huella o sendero es de 1,20 a 1,80 m.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La señalización debe ser clara y visible</li> <li>• Ubicación de los rótulos de manera estratégica</li> <li>• El texto debe ser claro y entendible, con el uso adecuado del color.</li> <li>• Debe haber una armonía entre los rótulos y el entorno.</li> <li>• Los materiales de los rótulos deben ser de material durable y de fácil mantenimiento.</li> <li>• Los materiales para la elaboración de la señalética pueden ser de la zona.</li> <li>• Se deben ubicar los rótulos dentro y fuera del poblado.</li> <li>• La altura de la señalización debe ser de un metro a un metro y medio, o a menos que el sendero amerite otra altura.</li> <li>• Contar con los permisos de los propietarios para ubicar los soportes.</li> <li>• Los distintivos para los diferentes tipos de señalética deben estar claramente definidos. (informativos, preventivos y de restricción).</li> </ul>

Por: Byron G. Cárdenas

## e) Diseño de señalética

### i. Rotulación miscelánea

Los senderos constaran de una señalética clara y precisa

**Tabla 94-7** Letrero informativo

<b>LETRERO INFORMATIVO</b>	
<b>Nombre del letrero: Letrero Inicial</b>	
<b>Objetivo:</b> Orientar e informar al turistas a los turistas sobre el recorrido agroturístico	<b>Ubicación:</b> Se ubicará en el parque central de la parroquia, por ser el principal punto donde los turistas llegan al momento de arribar a la parroquia.



#### Leyenda:

Imagen representativa de la productividad de la parroquia, marca turística del país y la marca turística de la parroquia.

Mapa de la ruta, actividades y atracciones.

#### Materiales:

Norma ASTM 4956; Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 233 "SEÑALETICA TURISTICA"

- Tamaño: 2500 mm x 2000 mm

- **Panel:** El sustrato del letrero debe estar constituido por dos láminas de tol triple galvanizado de 1,5 mm de espesor, sujetos a los tubos cuadrados de la estructura mediante tornillos planos.
- **Fondo:** El fondo será una combinación de una lámina adhesiva de vinil impreso full color en alta resolución sobre el cual se colocará lamina UV y un vidrio templado de 10 mm de espesor, mismos que serán sellados herméticamente con silicón, para evitar la condensación del ambiente interno entre las láminas.
- **Estructura:** la estructura exterior o contorno del tótem (laterales, superior) debe ser constituida por dos pilares de madera de 2500 mm de altura fijados en la base de hormigón, adicional a ello un techo de 2000 mm de largo x 300 mm de ancho y alto respectivamente.
- **Base:** Las bases deben ser de hormigón simple  $f_c=210\text{kg/cm}^2$  y medidas de 1200mm x 200mm x 500mm, ara la sujeción de la estructura.

---

**Mano de obra:**

**Diseñador grafico**

---

**Presupuesto:**

**800 USD**

---

**Observación:**

**El letrero inicial debe estar hecho de una forma vistosa y armónica con el entorno y que llame la atención del visitante.**

---

**Recordatorio:**

Realizar el mantenimiento continuo del letrero emblema.

---

Por: Byron G. Cárdenas

**Tabla 95-7** Letrero informativo de cada producción agropecuaria

---

**LETRERO INFORMATIVO DE CADA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA**

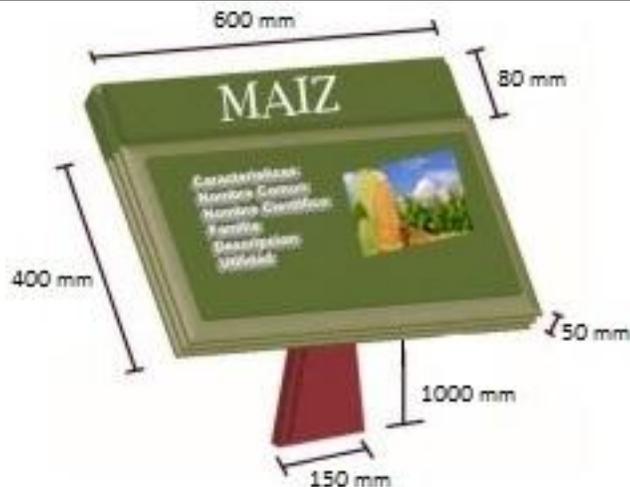
---

**Nombre del letrero:** letrero informativo

---

**Objetivo:** Informar al turista sobre el producto o producción. **Ubicación:** En cada producto o producción.

---



**Leyenda:** Nombre, información e imagen del producto o producción. **Materiales:** madera de eucalipto tratada, pintura esmalte, laca, base de hormigón.

**Mano de obra:** contratar un carpintero y un ayudante

Detalle	Costo total
Tiras de madera para el pilar	12,00
Panel de madera grande 1,20 m x 0,60 cm	25,00
Pintura y laca	40,00
Vidrio templado	30,00
Clavos y tornillos	10,00
Base	50,00
Extras	10,00
<b>Subtotal</b>	<b>215,00</b>
<b>Mano de obra (20%)</b>	<b>43,00</b>
<b>Total</b>	<b>258,00</b>

**El diseño debe ser utilizado en todos los productos o producciones agropecuarias que están en los recorridos.**

**Observaciones:** El letrero debe estar hecho de una forma vistosa y armónica con el entorno y que llame la atención del visitante. **Recomendaciones:** Realizar el mantenimiento continuo del letrero emblema.

Por: Byron G. Cárdenas

## 2) Proyecto 2: Productos y producciones agropecuarias

### a) Antecedentes

La provincia de Tungurahua tiene 204 mil hectáreas de tierra utilizada y muy buenas zonas aptas para la ganadería el 44% de su superficie es de uso agropecuario, con una variedad muy grande de productos orgánicos mediante un practica sustentable y amigable con el medio ambiente, además de poder brindar al consumidor productos sanos y mejor la economía de los productores.

### b) Justificación

Generando huertos orgánicos se puede garantizar que la producción de verduras, hortalizas y frutas aportara con el medio ambiente, una buena alimentación de productores y consumidores, además de constituirse en un atractivo debido a las técnicas agropecuarias tradicionales de cada productor.

### c) Perfil del proyecto

**Tabla 96-7** Perfil del proyecto de implementación de huertos orgánicos

Particularidad	Descripción
<b>Lugar</b>	Terrenos de los productores involucrados
<b>Nombre</b>	Huertos orgánicos
<b>Tipo de proyecto</b>	Productivo
<b>Actores</b>	Productores, GAD parroquial, GAD Cantonal, MINTUR
<b>Apoyo</b>	Socios de la asociación de productores de la parroquia y productores particulares
<b>Proceso productivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Socialización del proyecto a los productores de la parroquia.</li> <li>• Capacitaciones en técnicas de producción orgánica.</li> <li>• Insumos (semillas, abono)</li> </ul>
<b>Proceso productivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio para la siembra</li> <li>• Preparación del terreno</li> <li>• Siembra de productos</li> <li>• Tratamiento contra plagas</li> <li>• Cosecha de productos</li> <li>• Consumo y venta de los productos</li> </ul>
<b>Producto esperado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el consumo de productos orgánicos a locales y visitantes</li> <li>• Mejorar el hábito alimenticio.</li> <li>• Generar ingresos para los productores.</li> </ul>
<b>Relación con el turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vivencias del visitante involucrándose en el proceso productivo</li> </ul>

---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La interpretación de técnicas de producción orgánica.</li> <li>• Involucrar al turista en la cosecha de los productos.</li> </ul>
<b>Funcionamiento</b>	Gestionar el apoyo de los GAD's cantonales y provinciales, MINTUR, además de establecer convenios con instituciones relacionadas al turismo.
<b>Requerimiento</b>	Disponer del espacio necesario para los huertos orgánicos.

---

**Por:** Byron G. Cárdenas

### 3) Modalidades de turismo con las que se vincula al agroturismo

El agroturismo está vinculado con las siguientes modalidades:

#### a) Turismo cultural

El turismo de cultura vincula al agroturismo con las siguientes actividades:

- Vinculación del visitante con costumbre y tradiciones locales.
- Convivir con la gente local en las actividades diarias.
- Compartir conocimientos de medicina andina.
- Compartir conocimientos gastronómicos y degustación de platos típicos.

#### b) Turismo de naturaleza

El turismo de naturaleza vincula al agroturismo con las siguientes actividades:

- Caminatas.
- Observación de flora y fauna.
- Fotografía
- Recreación en espacios naturales
- Disfrutar del paisaje

#### c) Turismo de aventura

El turismo de aventura vincula al agroturismo con la actividad de senderismo.

## d. Empaquetamiento

### 1) Paquete N° 01: Taita Pacho

**Tabla 97-7** Paquete Taita Pacho

Paquete N° 01		
Paquete “Taita Pacho”		
<b>Código: 001</b>	<b>Carácter:</b> Agroturismo naturaleza y cultura	<b>Estilo:</b> Caminata
<b>Dificultad: Moderada</b>	<b>Idioma de la guianza:</b> Español	<b>Duración:</b> 2 días
<b>Recorrido:</b> Cabecera parroquial – producción pecuaria - mirador Llano Grande – huertos familiares – cabecera parroquial		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
<b>Día 1</b>	07h30	Bienvenida a la parroquia
	08h00	Visita y desayuno en el proyecto emprendedor “semillas”
	09h15	Recorrido por el orquideario “La orquídea dorado”
	11h00	Participar y conocer el proceso de producción de cuyes y conejos
	12h30	Almuerzo (cuy o conejo)
	14h30	Recorrido por la producción agrícola
	16h30	Descanso en el mirador Llano Grande
	19h00	Cena
<b>Día 2</b>	20h00	Noche cultural (música, baile, bebidas como el canelazo)
	7h30	Desayuno
	8h30	Recorrido por el sendero de Los Curiquingues
	9h30	Visita de la vertiente de agua “El arrayan”
	11h00	Interpretación de los huertos familiares, de los productores de la asociación de agricultores (ASOPROBH)
	12h30	Almuerzo (huertos familiares)
	14h00	Recorrido por el centro de la parroquia e interpretación de su historia
16h00	Despedida	
Descripción del paquete		
<p>Empezamos el recorrido en el proyecto emprendedor “semillas” donde se conocerá el proceso de elaboración de la colada y el pan de quinua para luego degustar el desayuno preparado a base de dichos productos, además del dulce de manzana y el dulce de zambo, para posteriormente realizar un recorrido por el orquideario “La orquídea Dorada” donde se podrá observar orquídeas como la <i>Epidendrum marsupiale</i>, <i>Epidendrum fimbriatum</i>, <i>Cyrtorchilum diceratum</i>, <i>Aa palacea</i>, antes del almuerzo donde se degustará del cuy o conejo, se conocerá el proceso de crianza de los mismos. En la tarde se realizará un recorrido interpretativo por los diferentes cultivos agrícolas de la zona, pasando por el mirador “Llano Grande” para apreciar de la vista al pueblo y a sus alrededores, para finalmente regresar a la</p>		



Alojamiento	1	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Almuerzo	2	2,5	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Suvenires (Galletas de Quinua)	1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
<b>TOTAL COSTOS INDIVIDUALES</b>				<b>15,50</b>								
<b>COSTOS TOTALES POR PERSONA</b>												
<b>TOTAL COSTOS GENERALES POR PAX</b>				45,00	30,00	22,50	18,00	13,13	12,86	11,25	10,00	9,00
<b>TOTAL COSTOS INDIVIDUALES</b>				15,50	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50
<b>TOTAL DE COSTOS</b>				<b>60,50</b>	<b>45,50</b>	<b>38,00</b>	<b>33,50</b>	<b>28,63</b>	<b>28,36</b>	<b>26,75</b>	<b>25,50</b>	<b>24,50</b>
<b>Gastos administrativos 10%</b>				6,05	4,55	3,80	3,35	2,86	2,84	2,68	2,55	2,45
<b>Margen de rango (utilidad) 15%</b>				11,74	8,83	7,38	6,50	5,56	5,50	5,19	4,95	4,76
<b>PRECIO NETO</b>				78,29	58,88	49,18	43,35	37,05	36,70	34,62	33,00	31,71
<b>IVA 12%</b>				<b>9,40</b>	<b>7,07</b>	<b>5,90</b>	<b>5,20</b>	<b>4,45</b>	<b>4,40</b>	<b>4,15</b>	<b>3,96</b>	<b>3,80</b>

Por: Byron G. Cárdenas

## 2) Paquete N0 2: De la Quinua

Tabla 99-7 Paquete "De la Quinua"

Paquete N° 02		
Paquete "De la Quinua"		
<b>Código: 002</b>	<b>Carácter:</b> Agroturismo naturaleza y cultura	<b>Estilo:</b> caminata
<b>Dificultad: Fácil</b>	<b>Idioma de la guía:</b> Español	<b>Duración:</b> 1 días
<b>Recorrido: Cabecera parroquial – Comunidad Huambalito – Quinta El Bosque – Cabecera parroquial</b>		
Itinerario		
Día	Hora	Actividad
<b>Día 1</b>	08h00	Concentración y bienvenida a la parroquia
	08h15	Desayuno
	09h15	Visita al orquideario "La Orquídea Dorada"
	10h00	Salida a la comunidad de Huambalito
	11h00	Recorrido por los cultivos de quinua y participar en el trillado de la misma
	12h00	Participar en la elaboración del pan y la colada de quinua
	13h00	Almuerzo (comida tradicional)
	14h00	Visita a la Quinta "EL bosque"
	16h30	Regreso al centro de la parroquia y despedida
Descripción del paquete		
El recorrido empezara en el centro de la parroquia dando la bienvenida a los turistas, después del desayuno visitaremos por el orquideario "La orquídea Dorada" donde se podrá observar orquídeas como la <i>Epidendrum marsupiale</i> , <i>Epidendrum fimbriatum</i> , <i>Cyrtorchilum diceratum</i> , <i>Aa palacea</i> , luego nos dirigimos hacia la comunidad de		



Souvenirs (Galletas de Quinua)	1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
<b>TOTAL COSTOS INDIVIDUALES</b>				<b>6,00</b>								
<b>COSTOS TOTALES POR PERSONA</b>												
<b>TOTAL COSTOS GENERALES POR PAX</b>				22,50	15,00	11,25	9,00	8,97	6,43	5,63	5,00	4,50
<b>TOTAL COSTOS INDIVIDUALES</b>				6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
<b>TOTAL DE COSTOS</b>				<b>28,50</b>	<b>21,00</b>	<b>17,25</b>	<b>15,00</b>	<b>14,97</b>	<b>12,43</b>	<b>11,63</b>	<b>11,00</b>	<b>10,50</b>
<b>Gastos administrativos 10%</b>				2,85	2,10	1,73	1,50	1,50	1,24	1,16	1,10	1,05
<b>Margen de rango (utilidad) 15%</b>				5,53	4,08	3,35	2,91	2,91	2,41	2,26	2,14	2,04
<b>PRECIO NETO</b>				36,88	27,18	22,32	19,41	19,37	16,08	15,04	14,24	13,59
<b>IVA 12%</b>				<b>4,43</b>	<b>3,26</b>	<b>2,68</b>	<b>2,33</b>	<b>2,32</b>	<b>1,93</b>	<b>1,81</b>	<b>1,71</b>	<b>1,63</b>

Por: Byron G. Cárdenas

### 3) Paquete N0 3: El Tzigtze

**Tabla 101-7** Paquete El Tzigtze

Paquete N° 03		
<b>Paquete “El Tzigtze”</b>		
<b>Código: 003</b>	<b>Carácter:</b> Agroturismo naturaleza y cultura	<b>Estilo:</b> caminata
<b>Dificultad: Media</b>	<b>Idioma de la guianza:</b> Español	<b>Duración:</b> 2 días
<b>Recorrido: Cabecera parroquial – Comunidad Quitocucho – Vertiente El Tzigtze – Mirador Llamo Grande – Cabecera parroquial.</b>		
<b>Itinerario</b>		
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>
<b>Día 1</b>	08h00	Bienvenida a la parroquia
	08h15	Participación en la elaboración de dulce de zambo
	09h00	Desayuno
	10h00	Salida a la comunidad de Quitocucho
	10h20	Visitar y conocer el proceso de producción del ganado porcino y la producción de papas
	12h30	Almuerzo
	14h30	Caminata por los huertos familiares
	16h30	Participar en la cosecha de verduras y frutas
	18h00	Retorno a la cabecera parroquial
	19h00	Cena
	20h00	Noche Cultural (música, baile, bebidas como el canelazo)
	08h00	Desayuno
	09h00	Caminata a la vertiente de agua “El Arrayan”
10h30	Visitar el mirador Llano Grande	

<b>Día 2</b>	11h00	Interpretación del proceso de producción de Compost en la asociación de agricultores (ASOPROBH).
	12h30	Almuerzo
	14h00	Caminata a la vertiente de agua “Tzigtze”
	15h30	Recorrido por el centro de la parroquia e interpretación de su historia
	16h00	Despedida

#### Descripción del paquete

Empezamos el recorrido recibiendo y dando la bienvenida a los turistas, para luego conocer el proceso de elaboración del dulce de zambo se degustará del mismo acompañado del pan de quinua, la deliciosa colada de quinua, luego salimos a la comunidad de Quitocucho donde se podrá observar la crianza del ganado porcino y la producción de papas, en almuerzo se degustará una rica fritada, en la tarde se visitará los huertos orgánicos de la comunidad y se participará en la cosecha de verduras y frutas de la zona, luego se retornará al centro de la parroquia para la cena, la noche cultural y el descanso.

Al día siguiente después del desayuno se realizará un recorrido por el sendero de los curiquingues hasta la vertiente de agua “El Arrayan”, y apreciar de la vista del pueblo y sus alrededores desde el mirador Llano Grande, para posteriormente visitar la asociación de agriculturas (ASOPROBH) e interpretación del proceso de producción de Compost, después del almuerzo se realizará una caminata hacia la vertiente del “Tzigtze” y se finalizará el recorrido retornando al centro de la parroquia y la interpretación de la historia.

#### El paquete incluye:

- Hospedaje
- Alimentación (Un desayuno, Dos almuerzos, una cena)
- Guianza
- Material informativo del recorrido

#### El paquete no incluye:

- Gastos extras
- Todo lo no especificado en el programa

#### Facilidades turísticas

- Transporte, servicio prestado por la cooperativa de la comunidad
- Hospedaje en las hospederías familiares y los alimentos serán preparados con los productos de la zona
- Guianza por las personas locales
- Senderos y señalética

#### ¿Que llevar?

- Documentos personales para el registro
- Ropa cómoda y abrigada
- Gorra y protector solar

#### Norma de comportamiento

- Respetar los senderos y a la naturaleza
- No arrojar basura
- No sustraer flora y fauna de la zona

#### Prohibiciones

- Armas blancas y de fuego
- Drogas

#### Observaciones

- El paquete está diseñado para las personas que les gusta la naturaleza, la convivencia con la gente y la producción agropecuaria.

Por: Byron G. Cárdenas

## f) Detalle estimado del costo del paquete

Tabla 102-7 Detalle estimado del costo del paquete

COSTOS GENERALES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO USD	NÚMERO DE PAX								
				2	3	4	5	6	7	8	9	10+
Transporte	2	25,00	50,00	25,00	16,67	12,50	10,00	8,33	7,14	6,25	5,56	5,00
Guianza	2	20,00	40,00	20,00	13,33	10,00	8,00	4,80	5,71	5,00	4,44	4,00
<b>TOTAL COSTOS GENERALES</b>				<b>45,00</b>	<b>30,00</b>	<b>22,50</b>	<b>18,00</b>	<b>13,13</b>	<b>12,86</b>	<b>11,25</b>	<b>10,00</b>	<b>9,00</b>
<b>COSTOS INDIVIDUALES</b>												
Desayuno	1	2,5	2,5	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Alojamiento	1	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Almuerzo	2	2,5	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Suvenires (Galletas de Quinoa)	1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
<b>TOTAL COSTOS INDIVIDUALES</b>				<b>15,50</b>	<b>15,50</b>	<b>15,50</b>	<b>15,50</b>	<b>15,50</b>	<b>15,50</b>	<b>15,50</b>	<b>15,50</b>	<b>15,50</b>
<b>COSTOS TOTALES POR PERSONA</b>												
<b>TOTAL COSTOS GENERALES POR PAX</b>				45,00	30,00	22,50	18,00	13,13	12,86	11,25	10,00	9,00
<b>TOTAL COSTOS INDIVIDUALES</b>				15,50	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50
<b>TOTAL DE COSTOS</b>				<b>60,50</b>	<b>45,50</b>	<b>38,00</b>	<b>33,50</b>	<b>28,63</b>	<b>28,36</b>	<b>26,75</b>	<b>25,50</b>	<b>24,50</b>
<b>Gastos administrativos 10%</b>				6,05	4,55	3,80	3,35	2,86	2,84	2,68	2,55	2,45
<b>Margen de rango (utilidad) 15%</b>				11,74	8,83	7,38	6,50	5,56	5,50	5,19	4,95	4,76
<b>PRECIO NETO</b>				78,29	58,88	49,18	43,35	37,05	36,70	34,62	33,00	31,71
<b>IVA 12%</b>				<b>9,40</b>	<b>7,07</b>	<b>5,90</b>	<b>5,20</b>	<b>4,45</b>	<b>4,40</b>	<b>4,15</b>	<b>3,96</b>	<b>3,80</b>

Por: Byron G. Cárdenas

e. **Estrategias comerciales**

1) **Definición de la marca turística**

a) **Imagen corporativa**



b) **Colores de identificación de la marca**

- **Amarillo**

El color amarillo representa el sol y sus rayos y energía, representa también la alegría y la felicidad.

- **verde**

El color verde representa toda la riqueza natural, la flora y fauna, además de representar la economía y la productividad.

- **Café**

El color café representa la salubridad, la tierra fértil, la sencillez, la amabilidad y la confianza de las personas.

### c) **Identificación del producto (slogan)**

“Convive, cosecha y disfruta del huerto a la boca”

## 2. **Estudio mercadotécnico**

### a. **Canales de comercialización**

Para lograr el posicionamiento del producto agroturístico es necesario trabajar en diferentes estrategias y acciones para brindar una identidad al mismo, mediante el apoyo del GAD Parroquia y otras instituciones competentes.

**Tabla 103-7** Canales de comercialización

<b>Canales de comercialización</b>	
<b>Comercialización directa</b>	<b>Comercialización indirecta</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Publicidad en ferias comunitarias y ciudadanas facilitando la información de los productos que se ofrecen mediante el material publicitario.</b></li> <li>• <b>Promoviendo el contacto entre vendedor y consumidores pueden realizarse ventas directas a organizaciones y entidades</b></li> <li>• <b>Publicidad mediante del internet (página web, redes sociales)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentando el producto y servicios a ofertar se realizan alianzas con entidades turísticas (operadoras y agencias de viajes),</li> <li>• Intermediarios para la venta del producto agroturístico, determinado acuerdos comerciales como la forma de pago y la comisión.</li> <li>• Distribución de publicidad y puntos de ventas propios o en alianza con mercados estratégicos.</li> </ul>

Por: Byron G. Cárdenas

### b. **Estrategia de marketing mix**

Mediante la aplicación del marketing mix (producto, precio, plaza, promoción), y con el objetivo de aportar al correcto desempeño del proyecto turístico se han determinado las siguientes estrategias:

### 1) Estrategias de producto

- La conservación y el mejoramiento de las facilidades turísticas.
- Mediante la publicidad destacar los productos y la producción agroecología de los mismos, que la parroquia posee. Recalcando su calor cultural y valor nutricional.
- Implementación de granjas familiares con sus debidas facilidades turísticas donde se produzca orgánicamente se prepare alimentos con los mismos productos y que se pueda ofrecer al turista.
- Implementación de un sistema de calidad es decir de buenas prácticas para la prestación de servicios como Las Hospederías Familiares y la Alimentación.
  - Prestar servicios de calidad orientados a la conservación ambiental y a la actividad turística sustentable.
  - Incluir a todas las personas de la organización a asumir el compromiso de una mejor continua.
  - Reducir el consumo de agua y al uso eficiente de la energía en todas las instalaciones de los servicios turísticos, siendo conscientes con el trato al planeta.
  - Minimizar los efectos de la comunicación sobre el entorno de la parroquia.
  - Involucrar a todas las personas de la organización en las acciones de educación ambiental.
  - Gestionar de una manera consiente, responsable e innovadora el talento humano de la comunidad.
- Exposición de los principales emprendimientos como el Pan de quinua y colada de Quinua en ferias a nivel nacional.

### 2) Estrategias de precios

El precio se establece en base al número de Pax, además de los convenios del 15% de comisión con operadoras y agencias de viajes, se definirán descuentos, gratuidades y tarifas especiales de acuerdo a la temporada y a los grupos. El precio debe ser actualizado año tras año.

### 3) Estrategia de plaza

Al no contar con operadores o agencias de viajes en la parroquia y tampoco en el cantón, los convenios se realizan con operadora y agencias que trabajan en el resto de la provincia de Tungurahua.

- Las operadoras y agencias con las que se pueden realizar los convenios son: Tour Operador IMAGINE ECUADOR, Agencia de viajes CLANTOUR, Operadora de turismo y agencia de viajes GEODESTINOSECUADOR CIA.LTDA., Agencia de viajes Y Operadora de turismo MELCARIVE TRAVEL CIA.LTDA.
- Gestionar la participación de asociación en ferias cantonales y provinciales con el fin de exponer los productos.
- Por medios publicitarios difundir la oferta a través de las unidades de Turismo y centros de información en la provincia.

#### **4) Estrategia de difusión y promoción**

##### **a) Difusión en medio de mayor publicidad**

Se necesita lograr una plaza donde el producto que se ofrece puede ser captado por el público, dicha plaza se obtendrá mediante la difusión masiva de la oferta en radios locales y provinciales, revistas de turismo, diarios, trípticos, afiches e internet.

##### **b) Manejo de una marca en publicidad**

Mediante el logotipo, y el eslogan “Convive, cosecha y disfruta del huerto a la boca” se da a conocer la oferta turística y los sistemas de producción agropecuaria de la zona, además de su riqueza natural y cultural.

##### **c) Diseño de una página web**

Se necesita contar con un sitio web y una app para un rápido acceso a la información sobre los servicios, paquetes que se ofrecen por medio de fotografías y videos en los principales buscadores como Turismo i, Turismo Ecuador, Ecuador travel.

## i. Página web



## ii. Características de la página web

- Diseño que genera confianza, seguridad y muy buena impresión.
- Temática acorde con el usuario final.
- Contenido bien estructurado, información precisa y clara de los productos que se ofrecen.
- Imágenes de buena definición.
- Información de contactos.

## c. Plan de publicidad.

**Tabla 104-7** Plan de publicidad

Publicidad	Detalle	Funcionamiento	Mercado	Presupuesto anual
<b>Publicidad por Internet</b>	Página web de la asociación agroturístico de la parroquia.  Aplicación para teléfono móvil.  Correo electrónico	Página: agroturismosanfranciscodebolivar.wordpress.com APP: Agroturismo San Francisco de Bolívar Email: agroturismosanfranciscodebolivar@outlook.com	Dirigido a los turistas que buscan destinos por medio del internet usando los sitios web, las aplicaciones y el correo electrónico.	2000,00
<b>Dípticos</b>	Se elaboran dípticos impresos a full color 2000 dípticos con un costo de 0,25 USD c/u	Se distribuirá a compañías turísticas, en feria turísticas establecimientos turísticos y sitios de información turística.	Turistas nacionales y extranjeros que arriban a las zonas turísticas cercanas a la parroquia.	500,00

<b>Prensa (periódicos)</b>	Dirigida a la audiencia de la provincia de Tungurahua	Anuncios comerciales y encartes publicitarios que sobre resalten el producto agroturístico.	Captación de turistas nacional	800,00
<b>Souvenirs</b>	Camisetas, gorras y suvenires	Inclusión de los objetos con la imagen corporativa en los paquetes que se ofrecen en la parroquia.	Mediante los clientes actuales se obtiene la captación de turistas potenciales.	1000,00
<b>Guía turística</b>	Incluir al producto en guías turísticas emitidas por el Gobierno provincial y el MINTUR.	Abastecimiento con el material publicitario a los puntos con mayor afluencia turística a nivel provincial	Captación de turistas nacional	800,00
<b>TOTAL</b>				<b>5100,00</b>

Por: Byron G. Cárdenas

### 3. Marco legal para la operación

#### a. Figura legal

Al estar organizados dentro de una asociación de agricultores la figura legal de operación le correspondería a una Empresa de Economía Solidaria, el presente proyecto se ampara en la normativa de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, y reconocida ante el IEPS (Instituto de Economía Popular y Solidaria).

La creación de la asociación agroturístico comunitaria se basa en los siguientes parámetros:

#### 1) Ley de Economía Popular y Solidaria

##### i. Organización

Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusione sus recursos y factores individualmente insuficiente, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios, obtenidos, tales como, microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios entre otras, que constituyen el sector asociativo.

## **ii. Requisitos para crear una Empresa de Economía Solidaria**

- Copia autentica de la escritura pública, o documento privado de constitución reconocido ante notario.
- Acreditar las aceptaciones de los nombrados en los cargos de administración, representación legal y revisoría fiscal, además de aportar sus números de identificación.
- Formulario de Registro Único empresarial y social debidamente diligenciado y firmado por el representante legal o su apoderado.
- Cancelar el valor correspondiente a los derechos de inscripción de acuerdo a las tarifas del año respectivo y el impuesto de Registro Zonal.
- Al momento de radicar el documento se requiere la presentación del representante legal o de su apoderado debidamente acreditado.
- La persona que presente el documento para registro debe exhibir el original de su documento de identidad.

## **2) Creación de un Centro de Turismo Comunitario**

### **i. Requisitos y formalidades para el registro del Mintur**

- Copias de registros únicos de contribuyente (R.U.C).
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia del control de compra venta del establecimiento.
- Certificación del Instituto Ecuatoriano de Propiedad intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- Fotografía de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local. Debidamente organizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
- Lista de precios de los servicios ofertados (originales y copias).
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el representante legal o apoderado de la empresa (Formulario del Ministerio de Turismo).

- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario representante legal, sobre valores declarados.

## ii. Proceso de licenciamiento

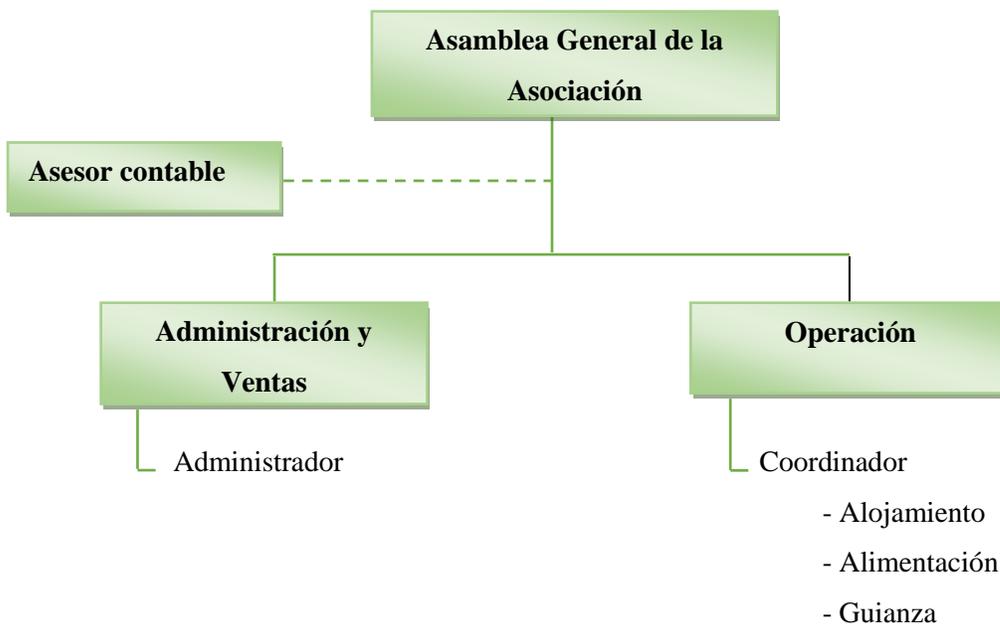
Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes:

- Pago del impuesto predial
- Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente
- Estar al día en el pago de las obligaciones previas en la ley de turismo y normativa pertinente.

## 4. Modelo de gestión del producto turístico

Para la administración y operación del producto agroturístico, se establece un proceso coordinado que pueda ser articulado e implementado por la Asociación de Agricultores Alternativos de la Parroquia San Francisco de Bolívar en estrecha coordinación con el GAD Parroquial.

### a. Organigrama estructural



## b. Manual de funciones

Es de vital importancia contar con un instrumento que contenga las funciones que desempeñaran cada una de las áreas y cada uno de los encargados de las mismas para el correcto desarrollo del proyecto agroturístico, mismas que se detallan a continuación:

### 1) Funciones de cada área

**Tabla 105-7** Funciones de cada área

Descripción de cada área		
Área	Encargado del área	Funciones de cada área
<b>Asamblea General de la asociación</b>	Presidente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar, coordinar, supervisar y organizar todo lo concerniente a los servicios, personal de la empresa y miembros de la asociación.</li> <li>• Representar legalmente a la empresa.</li> <li>• Promover y acatar el reglamento y estatutos de la empresa.</li> <li>• Toma de decisiones a favor del desarrollo de la empresa y de la actividad turística.</li> <li>• Delegar funciones y cargos en las diferentes áreas.</li> <li>• Supervisión de los recursos económicos, ingresos y egresos.</li> <li>• Organización de reuniones regulares.</li> <li>• Evaluaciones regulares de los servicios ofrecidos.</li> </ul>
<b>Administración y ventas</b>	Administrador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar, procesar, archivar y comunicar e informar todas las transacciones concernientes a las actividades de la empresa.</li> <li>• Promocionar y comercializar los productos, servicios y actividades que oferta la empresa.</li> <li>• Registrar, emitir y archivar la documentación.</li> <li>• Actualización de la información de los servicios turísticos ofertados.</li> <li>• Incentivar al mejoramiento continuo de los servicios ofertados.</li> <li>• Implementación de políticas para reservación y cancelación.</li> </ul>
<b>Operación</b>	Coordinador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar informes mensuales a la asamblea</li> <li>• Promover y cumplir las comisiones designadas en beneficio de la empresa.</li> <li>• Gestionar para el correcto funcionamiento de las actividades que se ofrecen.</li> </ul>

Por: Byron G. Cárdenas

## 2) Manual de funciones del presidente de la asamblea General.

**Tabla 106-7** Manual de funciones del presidente de la Asamblea General

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
<b>Puesto</b>	Presidente			
<b>Subrogación</b>	En caso de ausencia será reemplazado con quien lo designe la asamblea general.			
<b>Misión del cargo</b>				
<b>Gestionar, coordinar, supervisar, organizar, orientar todo lo concerniente a los servicios, personales de atención y miembros de la empresa.</b>				
<b>Formación académica</b>	<b>Requisitos y conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>	<b>Nivel de experiencia</b>	
Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier área de especialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser miembro de la empresa y ser elegido por la mayoría de los miembros de la asamblea</li> <li>• Tener conocimiento de informática básica, geografía ecuatoriana, legislación ambiental y turística, gestión planificación, diseño y ejecución de proyectos turísticos.</li> </ul>	Ingles básico y elemental	Si es miembro fundador de la empresa, no es necesario el nivel de experiencia.	
<b>Responsabilidades del cargo</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representación legal de la empresa.</li> <li>• Promover y acatar Acatamiento al reglamento y estatutos de la empresa.</li> <li>• Toma de las mejores decisiones a favor del desarrollo de las comunidades y de la actividad turística.</li> <li>• Supervisión de los recursos económicos, flujo de caja, ingresos y egresos.</li> <li>• Actualización de la información de servicios turísticos ofertados.</li> <li>• Implementación de políticas para reservación y cancelación.</li> <li>• Organización de reuniones regulares.</li> <li>• Comercialización del producto.</li> <li>• Incentivar al mejoramiento continuo de los servicios ofertados.</li> <li>• Evaluaciones regulares de los servicios ofrecidos.</li> <li>• Atender quejas y observaciones del turista.</li> <li>• Registrar, emitir y archivar la documentación.</li> </ul>				
<b>Rendir cuentas y presentar informes a la Asamblea General</b>				
<b>Indicador de la Asociación</b>		<b>Indicador de Proceso</b>		
<b>Responsabilidad en la toma de decisiones administrativas, comerciales, ambientales, políticas y económicas de la empresa.</b>		Responsabilidad en la condición y cumplimiento de las políticas y objetivos de la empresa.		
<b>Condiciones de trabajo</b>				
<b>Desarrolla las funciones de su cargo periódicamente mediante desplazamientos y movilizaciones de gestión dentro y fuera de la parroquia.</b>				
<b>Compromiso</b>				
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>			
<b>Lealtad</b>	Ser un ejemplo de compromiso organizacional fomentando respeto, colaboración, participación y cumplimiento de normas establecidas que promuevan el fortalecimiento e integridad de la empresa.			
<b>Respeto</b>	Mantener un clima de tolerancia, apertura y respeto mediante el cumplimiento de principios y normas de la empresa.			
<b>Integridad</b>				
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>			
<b>Cooperación</b>	Comparte, propone, aprueba y gestiona proyectos de turismo y su financiamiento en beneficio del desarrollo de la asociación y de la población local.			
<b>Sinergia</b>	Coordinar actividades y establecer alianzas estratégicas para lograr el cumplimiento de los objetivos mediante el trabajo en equipo dentro y fuera de la empresa.			
<b>Integridad</b>				
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>			
<b>Ética</b>	Velar por la integridad y el cumplimiento de normas laborales y sociales mediante un liderazgo intachable, transmitiendo y promoviendo sólidos fundamentos morales en todos los miembros de la empresa.			
<b>Moral</b>	Promover el cumplimiento de normas legales y principios de respeto honradez y confianza de la asociación y sus colaboradores.			
<b>Profesionalismo</b>	Promover el fortalecimiento corporativo mediante el trabajo eficiente, dinámico y participativo que garantice la			

	calidad e innovación de los servicios y actividades de la empresa.
<b>Respeto a la institucionalidad</b>	Establecer y formular políticas que permitan, controlen y regulen el cumplimiento de las actividades y servicios de la empresa promoviendo el desarrollo sostenible para el bien de la población actual y de las futuras generaciones.
<b>Orientación a la oferta y demanda</b>	
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>
<b>Énfasis en el servicio y atención al cliente</b>	Fomentar el desarrollo turístico sostenible garantizado el respeto a la naturaleza, seguridad de la integridad del turista, calidad en los servicios a ofrecer y rentabilidad socio-económica para la población.
<b>Cumplimiento de compromisos</b>	Definir, establecer y aprobar alianzas estratégicas de promoción y comercialización de los servicios turísticos con sectores público, privado, comunitario y ONG's involucradas con el turismo sostenible.
<b>Liderazgo</b>	
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>
<b>Desarrollo de personal</b>	Supervisar, evaluar y mejorar el desenvolvimiento profesional del personal de atención al cliente y miembros de la empresa a través de capacitaciones periódicas.
<b>Conducción efectiva de equipos</b>	Enfocar el cumplimiento de las actividades hacia la misión corporativa mediante el liderazgo y trabajo participativo, en todos los miembros de la empresa y sus colaboradores.
<b>Visión de largo plazo</b>	Fortalecer estrategias que promuevan el desarrollo sostenible en la población mediante la conservación ambiental, ambiental y ejecución de proyectos de turismo.
<b>Orientación a resultados</b>	
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>
<b>Definición de objetivos</b>	Establecer indicadores y estándares de medición para monitorear el rendimiento profesional tanto del personal de atención al cliente como de los miembros de la empresa, para lograr con éxito los resultados esperados.
<b>Cumplimiento de metas</b>	Definir objetivos acordes con la situación turística del país, que conlleven al mejoramiento de la empresa, mismos que serán evaluados por su cumplimiento a través de indicadores estratégicos.
<b>Generación de valor</b>	Establecer lineamientos estratégicos para mejorar parámetros de inversiones nacionales e internacionales en la parroquia para generar más oportunidades de recreación y valor hacia la demanda turística.

Por: Byron G. Cárdenas

### 3) Manual de funciones del personal del área de administración y ventas

Tabla 107-7 Manual del Administrador

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
<b>Puesto</b>	Administrador			
<b>Subrogación</b>	En caso de ausencia será reemplazado con quien lo designe el Presidente.			
<b>Misión del cargo</b>				
<b>Promociona y comercializa los productos, servicios y actividades que oferta la asociación.</b>				
<b>Impulsar y gestionar el desarrollo turístico sostenible mediante alternativas como el agroturismo, turismo comunitario y ecoturismo.</b>				
<b>Formación académica</b>	<b>Requisitos y conocimientos adicionales</b>		<b>Idiomas necesarios</b>	<b>Nivel de experiencia</b>
Título de tercer nivel en áreas de Ecoturismo, Hostelería y Turismo, administración, etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tener conocimiento de informática, administración, operación turística, marketing y ventas, facturación y contabilidad, geográfica, turismo y ambiente.</li> <li>Dominar el agroturismo</li> </ul>		Inglés avanzado y fluido, escrito, comprendido y hablado.	Tener experiencia mínima de un año en funciones similares.
<b>Responsabilidades del cargo</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamento interno de la empresa.</li> <li>Coordinación actividades, con la secretaria y con el coordinador de guianza.</li> <li>Ofertar y comercializar el producto al mercado objeto.</li> <li>Elaborar paquetes turísticos y cotización de tours, servicios o actividades que oferta la empresa.</li> <li>Vender los paquetes turísticos a los turistas y visitantes conjuntamente con la/el secretario/a.</li> <li>Establecer y promover el cumplimiento de políticas de reservaciones de los tours u otras actividades.</li> <li>Distribuir material promocional en distintos establecimientos y centros de información turística dentro y fuera de la parroquia.</li> <li>Dar seguimiento y evaluación a los servicios turístico que brinda la empresa.</li> <li>Rendir información sobre los ingresos económicos al tesorero de la asociación mediante informes y documentos financieros.</li> <li>Realizar las demás actividades que le sean encomendadas por el Presidente, la Directiva o la Asamblea General.</li> </ul>				

- Promover y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamento interno de la empresa.
- Crear nuevas alternativas de ingreso económicos, priorizado la protección, preservación y conservación de los recursos naturales a través del turismo sostenible.
- Formular y gestionar proyectos en beneficio de la conservación del agroturismo y el desarrollo del turismo sostenible.
- Brindar capacitación y asesoría técnica a comunidades, instituciones y población en general.
- Promover, crear, mejorar y dar mantenimiento los sitios para el desarrollo del agroturismo.
- Establecer estrategias de marketing, promoción y ventas para la ruta del agroturismo.
- Coordinar actividades con el promotor de ventas y coordinador de guianza.
- Acorde a los requerimientos de los visitantes debe encargarse de la logística para la realización de los tours de agroturismo.
- Realizar las demás actividades que le sean encomendadas por la Directiva o Asamblea General.

Indicador de la Asociación		Indicador de Proceso
Ser responsable, amable y servicial.		Responsabilidad en el cargo, con gran espíritu de trabajo y liderazgo.
Ser dinámico e innovador y con gran poder convencimiento.		Velar por la vida comercial de la empresa.
Condiciones de trabajo		
Desarrolla sus labores dentro de la oficina en un ambiente agradable, agradable, acogedor, ordenado, equipado e iluminado, su desempeño es directamente en atención al público, para brindar información y comercializar los servicios de la empresa.		
Compromiso		
Particularidad	Nivel requerido	
Lealtad	Trasmitir credibilidad, confianza y transparencia en la prestación de servicios garantizados calidad y seguridad para el cliente.	
Respeto	Mantener un ambiente acogedor mediante el cumplimiento de normas y principios de la empresa.	
Particularidad	Nivel requerido	
Cooperación	Promover el desarrollo sostenible mediante el involucramiento de servicios turísticos comunitario, privado, público u ONG's en los servicios o actividades que la empresa oferta.	
Sinergia	Coordinación actividades con los actores del turismo la parroquia para el cumplimiento de los servicios y satisfacción al cliente.	
Integridad		
Particularidad	Nivel requerido	
Ética	Velar por la integridad de la asociación mediante el cumplimiento de normas y principios que garanticen la equidad social económica y ambiental de la población.	
Profesionalismo	Mantener en constante cambio e innovación de los servicios turísticos asegurando su perduración en el mercado.	
Respeto a la institucionalidad	Establecer y formular políticas que permitan el cumplimiento de las actividades y servicios de la empresa promoviendo el desarrollo sostenible para el bien de la población actual y de las futuras generaciones.	
Orientación a la oferta y demanda		
Particularidad	Nivel requerido	
Énfasis en el servicio y atención al cliente	Participar y colaborar en la gestión de programas de capacitación y/o desarrollo de competencias.	
Cumplimiento de compromisos	Definir, establecer y aprobar alianzas estratégicas de promoción y comercialización de los servicios turísticos con sectores público, privado, comunitario y ONG's involucradas con el turismo sostenible.	
Liderazgo		
Particularidad	Nivel requerido	
Desarrollo de personal	Mostrar profesionalismo y ejemplo hacia los miembros de la empresa a través de su conocimiento y experiencia garantizando la integridad de la asociación y seguridad del cliente.	
Visión de largo plazo	Ejecutar actividades para el fortalecimiento organizativo aprovechando oportunidades y mitigando amenazas con estrategias que fomentan el desarrollo turístico de la zona.	

Por: Byron G. Cárdenas

#### 4) Manual de funciones del Área Operativa

Tabla 108-4-1 Manual de funciones del Coordinador de servicios.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Puesto	Coordinador de servicios

<b>Subrogación</b>	En caso de ausencia será reemplazado por un guía o por quien lo designe el presidente.		
<b>Misión del cargo</b>			
<b>Planificar, organizar, coordinar, supervisar, controlar y orientar todo lo concerniente a los servicios de alojamiento, alimentación y guianza dentro de la operación turística.</b>			
<b>Formación académica</b>	<b>Requisitos y conocimientos adicionales</b>		<b>Idiomas necesarios</b>
Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier área de especialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser miembro de la empresa y ser elegido por la mayoría de los miembros de la asamblea</li> <li>• Poseer licencia de guía otorgada por el MINTUR</li> <li>• Tener conocimiento de turismo, ambiente, geografía, historia, técnicas de guianza, comunicación y primeros auxilios.</li> </ul>	Inglés avanzado y fluido, escrito y hablado.	
			<b>Nivel de experiencia</b>
			Tener experiencia mínima de un año en actividades similares a las que se realizan en el cargo.
<b>Responsabilidades del cargo</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamento interno de la empresa.</li> <li>• Coordinación actividades de logística con las comisiones especiales y los guías.</li> <li>• Informar anticipadamente a los guías acerca de los servicios, actividades o productores a realizar.</li> <li>• Establecer y programar actividades de acuerdo a los requerimientos de los clientes.</li> <li>• Organizar y coordinar las actividades a realizarse con el personal a su cargo.</li> <li>• Atender las inquietudes del personal a su cargo.</li> <li>• Solicitar a tiempo los recursos necesarios para las actividades programadas de la empresa.</li> <li>• Supervisar, evaluar y mejorar la calidad del servicio y atención al cliente de sus áreas correspondiente.</li> <li>• Mantener buenas relaciones con sus subalternos y las demás funciones que le asignen su organización.</li> </ul>			
<b>Indicador de la Asociación</b>	<b>Indicador de Proceso</b>		
<b>Responsabilidad directa en la organización de recorridos de recorridos o tours y en la toma de decisiones que garanticen la vida de la empresa.</b>	Responsabilidad en la logística organizativa y en el cumplimiento de políticas, normas y metas fijadas.		
<b>Condiciones de trabajo</b>			
<b>Desarrolla sus labores dentro y fuera de la oficina, se desempeña mediante la coordinación directa con los guías, servicio de alimentación y servicios de alojamiento. Para el desarrollo de las actividades que ofrece la empresa.</b>			
<b>Compromiso</b>			
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>		
<b>Lealtad</b>	Velar por el cumplimiento de los servicios que garanticen credibilidad, seguridad y confianza en la empresa.		
<b>Respeto</b>	Promover el cumplimiento de normas y principios de la empresa, transmitiendo respeto hacia todos los seres humanos y para la naturaleza.		
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>		
<b>Cooperación</b>	Coordinación actividades con las áreas pertinentes para el cumplimiento de sus funciones y de los objetivos de la empresa.		
<b>Sinergia</b>	Promover la participación de todos los integrantes de guianza para la realización de actividades de la empresa.		
<b>Integridad</b>			
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>		
<b>Ética</b>	Fomentar el cumplimiento de principios, normas y valores morales en los guías, turistas y miembros de la asociación, para garantizar la integridad y calidad de la oferta turística de la empresa.		
<b>Profesionalismo</b>	Promover el fortalecimiento institucional mediante el trabajo eficiente, dinámico y participativo que garantice la calidad e innovación de los servicios y actividades de la empresa.		
<b>Respeto a la institucionalidad</b>	Promover el cumplimiento de políticas y principios que a través de la empresa impulsa hacia el desarrollo sostenible para el bien de la actual y de las futuras generaciones.		

Por: Byron G. Cárdenas

Tabla 109-7 Manual de funciones de los Guías

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
<b>Puesto</b>	Guías
<b>Subrogación</b>	En caso de ausencia será reemplazado por el coordinador de guianza o por quien lo designe el presidente.
<b>Misión del cargo</b>	
<b>Planificar, organizar, coordinar, supervisar, controlar y orientar todo lo concerniente a la guianza dentro de la operación turística.</b>	
<b>Formación académica</b>	<b>Requisitos y conocimientos adicionales</b>
Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier área de especialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser miembro de la empresa</li> <li>• Poseer licencia de guía naturalista o guía local otorgada por el MINTUR</li> <li>• Tener conocimiento de turismo, ambiente, geografía, historia, técnicas de guianza, comunicación y primeros auxilios.</li> </ul>
	<b>Idiomas necesarios</b>
	Inglés avanzado y fluido, escrito y hablado.
	<b>Nivel de experiencia</b>
	Tener experiencia mínima de un año en guianza o actividades similares.
<b>Responsabilidades del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamento interno de la empresa.</li> <li>• Preparar el guion técnico de acuerdo a los requerimientos de la naturaleza del tour.</li> <li>• Preparar las condiciones favorables para la guianza y refrigerios en coordinación con la comisión de logística.</li> <li>• Tener listo el apoyo logístico para el desarrollo de las actividades.</li> <li>• Atender y resolver problemas que pudieren tener los turistas, durante la permanencia en el lugar visitado.</li> <li>• Elaborar y exigir la aplicación de normas de comportamiento y seguridad de los turistas.</li> <li>• El guía debe estar con predisposición para el trabajo aun fuera del horario establecido.</li> <li>• Informar a los turistas sobre flora, fauna y cultura local de una forma dinámica y cautelosa a la vez.</li> <li>• El guía es el máximo responsable del recorrido.</li> <li>• Los guías o ayudantes deben dormir independientemente de los tours.</li> <li>• Mantener buenas relaciones con sus subalternos.</li> <li>• El guía está prohibido de usar drogas o alcohol en horarios de trabajo.</li> <li>• El guía no debe implicarse en relaciones sentimentales o sexuales con los turistas durante el tour.</li> <li>• Y las demás funciones que le sean encomendadas su organización y aquellas que fueren encomendadas por el coordinador de guianza.</li> </ul>	
<b>Indicador de la Asociación</b>	<b>Indicador de Proceso</b>
Responsabilidad en la conducción y cumplimiento de las políticas establecida en guianza. Guion técnico.	Responsabilidad directa en el disfrute y entretenimiento de los turistas para garantizar una experiencia satisfactoria.
Ser activo, dinámico, firme y seguro de sí mismo.	Mostrar paciencia, educación y liderazgo.
<b>Condiciones de trabajo</b>	
Desarrolla sus labores en las áreas de recreación, conservación e investigación, se desempeña mediante la responsabilidad directa del manejo de grupos en contacto directo con el recurso turístico y el turista.	
<b>Compromiso</b>	
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>
<b>Lealtad</b>	Garantizar la buena imagen y calidad de los servicios que la empresa oferta mediante la credibilidad y confianza.
<b>Respeto</b>	Velar por la seguridad del turista, por el respeto a las comunidades locales y la protección del medio ambiente.
<b>Trabajo en equipo</b>	
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>
<b>Cooperación</b>	Coordinar, organizar y planificar actividades que conlleven al cumplimiento de los objetivos y metas de las Empresas de Economía Solidaria.
<b>Sinergia</b>	Promover oportunidades y beneficios para personas locales en todos los aspectos de la operación turística de forma directa o indirectamente.
<b>Integridad</b>	
<b>Particularidad</b>	<b>Nivel requerido</b>
<b>Ética</b>	Velar por la integridad e imagen de la empresa mediante el cumplimiento de normas laborales y sociales, promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población.
<b>Profesionalismo</b>	Promover el trabajo eficiente, dinámico y participativo que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto a los recursos naturales y culturales.
<b>Respeto a la institucionalidad</b>	Promover el cumplimiento de políticas y principios con el fin de impulsarla hacia el desarrollo sostenible para el bien de la población actual y de las futuras generaciones.

**c. Manual de procedimientos**

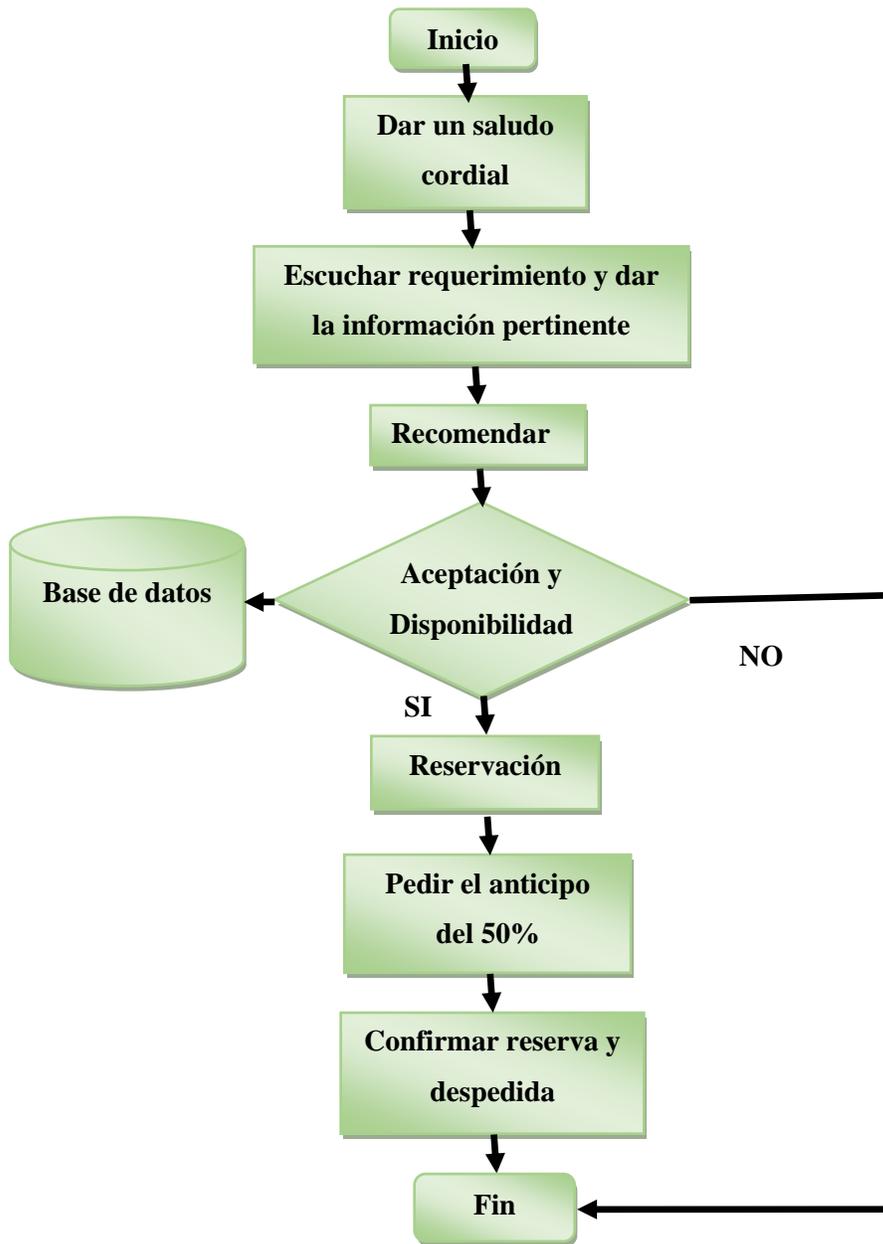
Mediante el manual de procedimientos se implantan las actividades que se realizan en la operación, actividades definidas y organizadas de manera que no existan problemas en su desarrollo.

**1) Proceso de reservación****a) Procedimiento para la reservación**

Las reservaciones serán por medio telefónico, por internet o de carácter personal, de la siguiente manera:

- Responder cordialmente.
- Identificarse e identificar a la empresa.
- Escuchar atentamente el requerimiento del turista.
- Brindar la información requerida y ofertar los paquetes.
- Registrar datos personales y datos referentes al servicio requerido por los clientes, fechas y hora.
- Reservar de acuerdo al calendario.
- Pedir el anticipo del 50% del precio total del servicio.
- Confirmar la reserva y despedirse.

i. Flujograma para la reservación.



La herramienta que se utiliza para la reserva es la siguiente:

**Tabla 110-7** Herramienta para la reservación

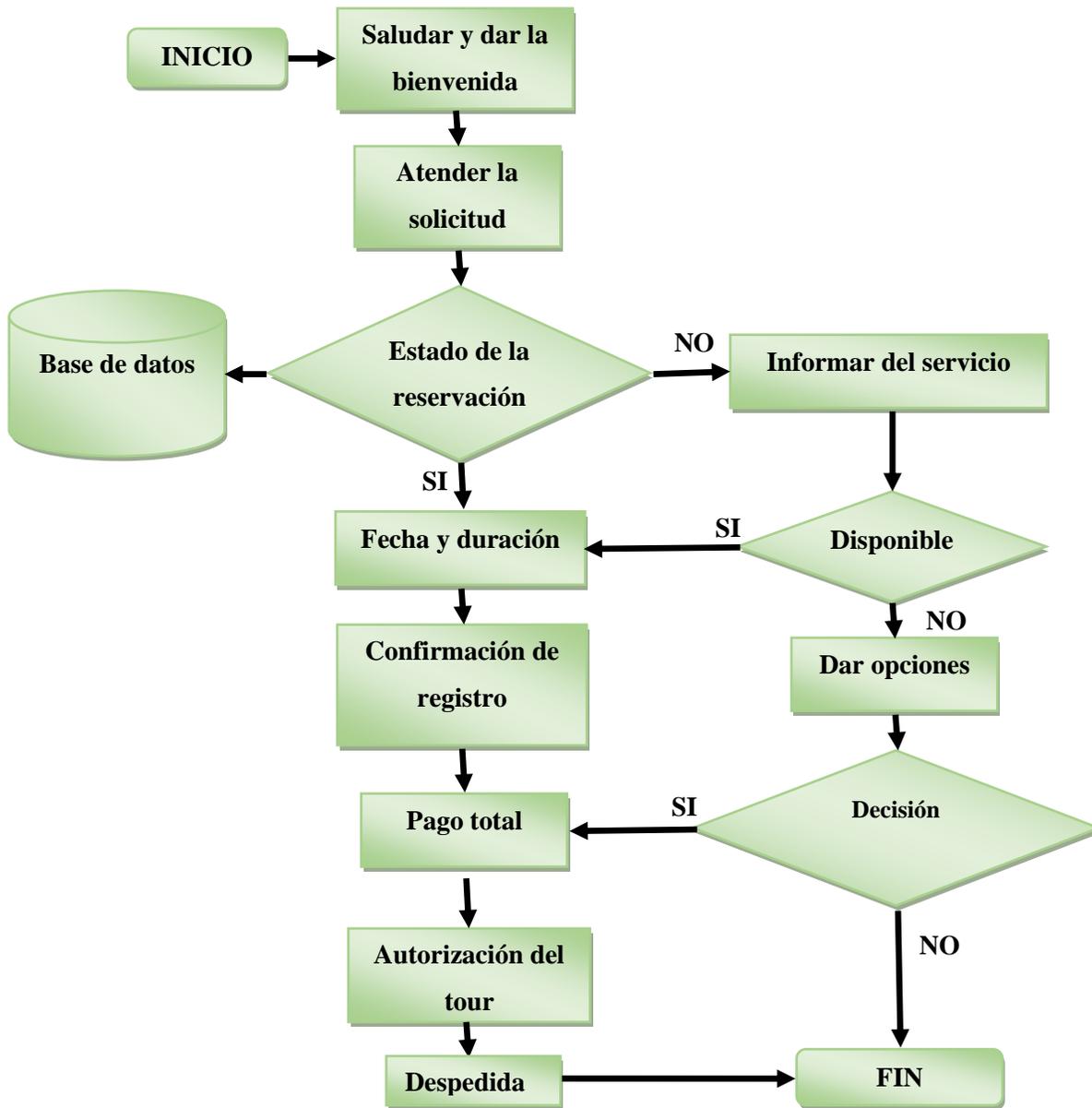
<b>SAN FRANCISCO DE BOLÍVAR ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICAS Registro de reserva</b>			
<b>Nombre:</b>			
<b>Nacionalidad:</b>			
<b>Dirección:</b>			
<b>Teléfono:</b>			
<b>Email:</b>			
<b>Paquetes</b>			
“Taita Pacho”	“De la Quinua”	“El Tzigtze”	
<b>Servicios incluidos</b>			
<b>Hospedaje</b>	Alimentación	Trasporte	Guianza
<b>Precio acordado:</b>			
<b>Valor depositado:</b>			
<b>Diferencia:</b>			
<b>Requerimientos o asuntos especiales:</b>			
<b>Observaciones:</b>			
<b>Responsable de la reservación:</b>			
Por: Byron G. Cárdenas			

## 2) Proceso de recepción de turistas

### a) Procedimiento de recepción de turistas

- Saludo y bienvenida mostrando amabilidad
- Preguntar si tiene una reservación
- Comprobar si existe o no la reservación.
- Dar la información detallada del paquete.
- Confirmar el pago total del servicio.
- Confirmar los servicios
- Presentación del guía e inicio del tour.

i. Flujograma de recepción de turistas



La herramienta que se utiliza para el registro de turistas es la siguiente:

Registro de turistas						
Paquete 1, 2 o 3						
Número	Fecha	Nombres	Nacionalidad	C.I./pasaporte	Email	Firma

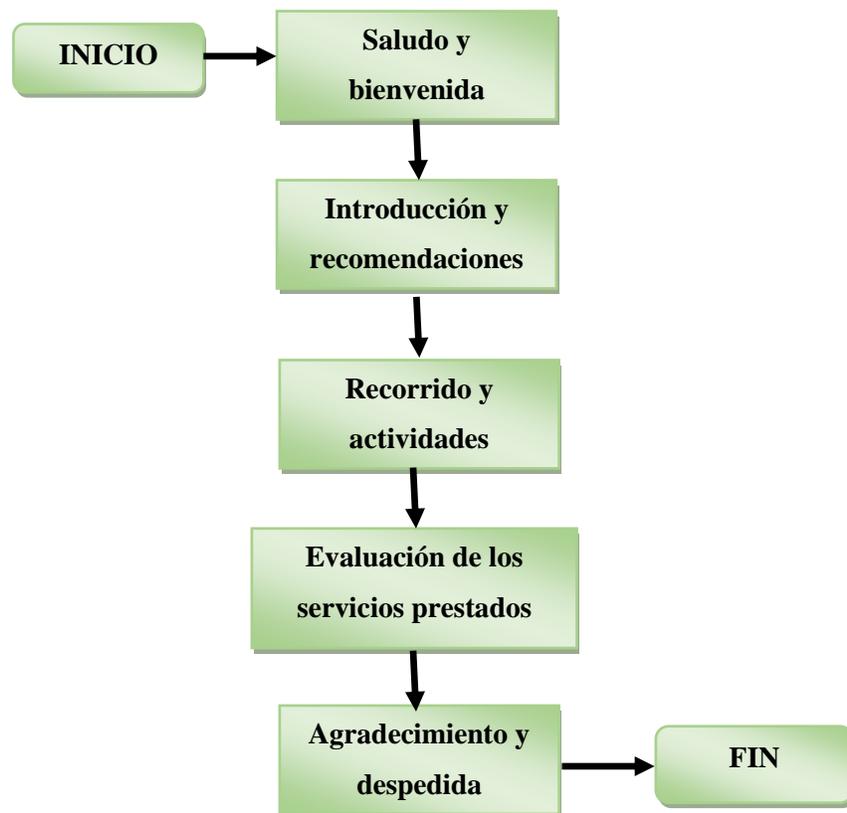
Por: Byron G. Cárdenas

### 3) Proceso de ejecución del tour

#### a) Procedimiento para la ejecución del tour

- Saludo y bienvenida.
- Introducción del guía.
- Dar recomendación y normas dentro del tour.
- Inicio del recorrido.
- Degustación de alimentación típica incluida en el paquete.
- Se realizan las actividades agropecuarias y actividades completarias detalladas en el paquete.
- Agradecimiento y despedida por parte del guía.

#### i. Flujograma para la ejecución del tour



La herramienta que se utilizara para conocer el nivel de satisfacción del turista es la siguiente:

**Tabla 111-7** Encuesta de satisfacción

<b>SAN FRANCISCO DE BOLÍVAR ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICAS Encuesta de satisfacción</b>			
<b>Fecha:</b>			
	<b>Preguntas</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>
1.	El personal supo atender a sus necesidades de forma amable.		
2.	Todos los servicios que deseaba estuvieron incluidos.		
3.	La alimentación realizada con los productos de la zona fue de su agrado.		
4.	El servicio fue lo esperado.		
5.	Las actividades agropecuarias y turísticas fueron de su agrado e interés.		
6.	La información que recibió fue clara y precisa.		
7.	Respuesta del personal en inconvenientes para buscar una solución.		
<b>Total</b>			
<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>			
<b>Por:</b> Byron G. Cárdenas			

### **C. Evaluación de la viabilidad ambiental y sociocultural del producto agroturístico**

La implementación y operación del producto agroturístico puede generar impactos ambientales en el desarrollo de las actividades turísticas, a continuación, se identifican los factores ambientales del entorno susceptibles a recibir impactos.

#### **1. Análisis de componentes agua, aire, suelo, flora y fauna**

##### **a. Agua**

Las principales fuentes de agua son las vertientes, del Arrayan y el Tzigtze las cuales dotan a la parroquia del líquido vital para su consumo. En las áreas de distribución se requiere mejorar con el revestimiento de los canales de riego y tecnificación, para optimizar el uso del agua y garantizar la producción agrícola.

##### **b. Aire**

La contaminación del aire es leve la parroquia tiene una calidad de aire óptima ya que no existe gran afluencia de transporte, fabricas, los principales de contaminación son: la quema de basura y uso de químicos en la agricultura.

##### **c. Suelo**

Terrenos adecuados para cultivos posee un 50,53% de cultivos es decir 551,86 Ha, son tierras arables, en las cuales se reduce la posibilidad de elección de cultivos anuales a desarrollar o se incrementan los costos de producción debido a la presencia de ligeras a moderadas limitaciones, por lo existe la necesidad de usar prácticas de manejo de suelo y agua.

**d. Flora y fauna**

La parroquia tiene una gran cantidad de plantas arbustivas, de bosques y pasto a pesar de que la frontera agrícola avanza de una manera desmedida para satisfacer sus necesidades alimenticias causando un deterioro y fragmentación del hábitat e introducción de especies exóticas.

**e. Socio – económica**

La población tiene una actividad económica basada en la agricultura la pecuaria y la fabricación de textil.

**f. Paisaje**

El paisaje de encuentra deteriorado por la apertura de vías, extensión de la frontera agrícola y la construcción de infraestructura.

**2. Análisis de actividades****a. Fase de planificación****1) Implementación de señalética y senderos**

Con la implementación de señalética informativa de los atractivos y la implementación de senderos provoca un impacto visual y al entorno natural de la parroquia.

**b. Fase de operación****1) Caminata**

Es una de las actividades dentro de los recorridos agroturísticas por la parroquia en la visita de los sistemas turísticos

**2) Interpretación ambiental**

El guía será el encargado de exponer toda la información a los visitantes destacando la productividad agropecuaria y la importancia que se tiene con el medio ambiente despertando una conciencia ambiental en la audiencia.

**3) Interpretación con locales**

El intercambio de vivencias y conocimientos compartidos entre los productores y los visitantes durante los recorridos agroturísticas.

**4) Tránsito vehicular**

Es necesaria la movilidad del turista en los recorridos turísticos por lo que se utilizan transporte terrestre ya que algunos puntos se encuentran separados entre sí.

**5) Educación ambiental**

Despertar la ciencia ambiental y del patrimonio a los turistas mediante las actividades que se realizan dentro de los recorridos.

## **6) Manejo de desechos orgánicos e inorgánicos**

Los desechos orgánicos que son producidos por la prestación de los diferentes servicios, posteriormente servirán para la elaboración de compost, por otro lado, los desechos inorgánicos serán clasificados mediante el uso de basureros ecológicos.

### 3. Matriz de evaluación de impactos

Tabla 112-7 Análisis de la matriz de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											CRITERIOS DE EVALUACIÓN										
	Implementación de señalética v senderos	Caminata	Servicio de alimentación	Servicio de hospedaje	Agroturismo	Interpretación ambiental	Tránsito vehicular	Buenas prácticas ambientales	Educación ambiental	Buenas prácticas en el manejo del agua	Buenas prácticas en el manejo de desechos sólidos y líquidos	IMPACTOS	Naturaleza	Magnitud	Importancia	Certeza	Tipo	Reversibilidad	Duración	Tiempo en aparecer	Considerado en el proyecto	Ponderación
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>A. Aire</b>							x					Emisión de gases contaminantes	-	1	1	D	Pr	2	1	C	N	5
<b>B. Suelo</b>	x	x					x					Compactación del suelo	-	1	2	C	Pr	2	2	C	S	6
			x	X								Incremento de desechos sólidos o líquidos	-	1	2	D	Pr	2	2	C	S	6
								x				Recuperación de suelo	+	1	2	I	S	2	2	L	S	6
								x		x		Protección de la vegetación	+	1	2	D	S	2	2	M	S	6
<b>C. Agua</b>			x	X								Aumento del consumo de agua.	-	1	2	D	Pr	2	2	C	S	6
									x			Reducción de consumo de agua a través de las buenas prácticas en el manejo del agua.	+	1	2	D	Pr	2	1	M	S	5
<b>D. Flora y fauna</b>	x	x			x							Perturbación de especies en el área	-	1	1	D	Pr	2	2	C	S	6
						x			x			Promover la conciencia ambiental.	+	1	2	D	Pr	1	2	M	S	5
					x							Valoración de agricultura	+	1	2	D	Pr	2	2	M	S	6
							x	x				Valoración de biodiversidad	+	1	2	D	Pr	2	2	M	S	6
<b>E. Socio-económico</b>	x		x	X	x				x			Generación de empleo e ingresos económicos	+	2	2	D	Pr	2	2	C	S	8
		x	x	X	x							Intercambio cultural	+	1	2	C	Pr	2	2	C	S	6
<b>F. Paisaje</b>							x		x	x		Recolección de desechos sólidos y líquidos	+	1	2	D	Pr	2	2	M	S	6
	x						x		x	x		Mejora de imagen paisajística	+	1	2	D	Pr	1	2	M	S	5

**NOMENCLATURA:**

**Naturaleza:** (+) impacto positivo, (-) impacto negativo.

**Tipo:** (Pr) Primario, (Sc) Secundario, (Na) No aplica certeza.

**Certeza:** (C) si el tiempo ocurrirá con una probabilidad del 75%, (D) Si el tiempo ocurrirá con una probabilidad ente 50 a 75%, (I) se requiere de un estudio para evaluar la certeza del impacto.

**Importancia:** (0) sin importancia, (1) menor, (2) Moderada, (3) Importante.

**Duración:** (1) Corto plazo, (2) Mediano plazo, (3) Largo plazo.

**Tiempo en aparecer:** (C) Corto plazo, (M) Mediano plazo, (L) Largo plazo.

**Reversibilidad:** (1) Reversible, (2) Irreversible.

**Tabla 113-7** Matriz de cuantificación de impactos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11				
<b>A</b>							-5					0	-5	5	
<b>B</b>	-6	-6	-6	-6			-6	+6	+6			+6	18	-30	48
<b>C</b>			-5	-5							+4	4	-10	14	
<b>D</b>	-6	-5			-5	+5	+4	+5	+4	+4		22	-16	38	
<b>E</b>	+8	+8	+8	+8	+8					+8		72	0	72	
<b>F</b>	+5							+6	+5		+5	27	0	27	
<b>TOTAL (+)</b>	13	8	16	16	21	4	0	28	16	15	6	<b>143</b>			
<b>TOTAL (-)</b>	-12	-11	-11	-11	-5	0	-11	0	0	0	0		<b>61</b>		
<b>1TOTAL</b>	25	19	27	27	26	4	11	28	16	15	6			<b>204</b>	

Por: Byron G. Cárdenas

**Tabla 114-7** Tabla de interpretación de la matriz de cuantificación de impactos

<b>Concepto</b>	<b>Indicador</b>
<b>No significativo</b>	0 a 25
<b>Poco significativo</b>	26 a 50
<b>Significativo</b>	51 a 75
<b>Altamente significativo</b>	76 a 100

Los valores positivos alcanzan el 68% siendo poco significativos y el caso de los valores negativos que alcanza y el 32% siendo poco significativos con respecto a la intervención con el medio ambiente.

#### **4. Análisis de impactos**

##### **c. Emisión de gases contaminantes**

Tanto la movilización en transporte durante el recorrido y en la construcción de los senderos provocan la emisión de CO<sub>2</sub>.

##### **d. Compactación del suelo**

Debido a que los recorridos y a las actividades durante la operación son constantes el suelo se compacta.

##### **e. Incremento de desechos sólidos o líquidos**

El desarrollo de la actividad turística y la prestación de los servicios generan desechos orgánicos e inorgánicos.

**f. Recuperación del suelo**

Mediante la aplicación de los abonos orgánicos se logra la recuperar el suelo que está deteriorado o en proceso de deterioro ocasionado por el desarrollo de las actividades.

**g. Protección de la vegetación**

El desarrollo de los sistemas productivos y el equilibrio natural está basado en las especies vegetales nativas e introducidas, por lo que es de vital importancia su protección.

**h. Aumento de consumo de agua**

El aumento excesivo del consumo de agua se da durante el desarrollo de las actividades agroturísticas y en la prestación de los distintos servicios.

**i. Reducción de consumo de agua a través de las buenas prácticas en el manejo del agua.**

Mediante la aplicación de buenas prácticas sobre el consumo de agua se puede ahorrar y conservar este recurso además de disminuir los costos de insumos.

**j. Perturbación en especies del área**

La constante presencia de los turistas durante las actividades de cada recorrido agroturístico altera el hábitat de la fauna causando que estos se esparzan.

**k. Promover la conciencia ambiental**

Concientizar y educar la población y al visitante en la conservación del patrimonio natural y cultural.

**l. Valoración de agricultura**

Destacar la importancia de los sistemas de producción agropecuarios y valor los productos de la comunidad.

**m. Valoración de biodiversidad**

Destacar e impulsar la conservación de la biodiversidad tanto animal como vegetal de la zona.

**n. Generación empleo e ingresos económicos**

Mediante el desarrollo del turismo en las comunidades se beneficia económicamente a la población.

**o. Intercambio cultural**

Destaca el intercambio directo de experiencias y vivencias entre visitante y productor.

**p. Recolección y manejo de desechos sólidos y líquidos**

La recolección, clasificación de desechos inorgánicos y el manejo de desechos orgánicos para la elaboración de compost, humus, biol. Orientados siempre en la aplicación de buenas prácticas en el manejo de residuos.

**q. Mejora de imagen paisajística**

Minimizar impactos en la imagen paisajística mediante normas de comportamiento.

## 5. Plan de manejo ambiental

**Tabla 115-7** Plan de manejo ambiental

COMPO NENTE	ESTRATEGIA	AFECTACIÓN	LUGAR	FRECUENC IA	RESPONSABLE	OBSERVACIÓN	COST O
<b>AGUA</b>	Realización de talleres sobre la aplicación de buenas prácticas de ahorro de agua tanto en el hogar como en el uso del agua en la agropecuaria.	Reducción del consumo de agua.	Cultivos y Huertos familiares.	Tres veces por año	Director del proyecto y la comunidad.	Indicaciones pertinentes antes y durante las actividades.	500,00
<b>AIRE</b>	Concientizar a los pobladores para que no quemen los desechos sólidos y a los turistas en la protección y conservación de la naturaleza.	Mitigación de la emisión gases contaminantes.	En los recorridos agroturísticos.	Tres veces por año	El Guía y la comunidad	Detallar la información sobre el cuidado, protección y conservación de la naturaleza antes del desarrollo de las actividades.	-
<b>SUELO</b>	Reforestación del área con plantas nativas, charlas sobre el correcto uso del suelo en la agricultura.	Prevención de la degradación del suelo.	Toda el área de la parroquia.	Una vez por año	GAD parroquial y el director del proyecto.	Con la ayuda del técnico realizar el estudio de la capacidad de carga y uso del suelo.	1000,00
<b>FLORA Y FAUNA</b>	Concientización de los turistas en la protección y no extracción de especies de flora y fauna.	Minimizar el deterioro de hábitad de especies animales y vegetales.	En los recorridos agroturísticos.	Durante las actividades.	Guía de turismo		-
<b>PAISAJ E</b>	Concientización de la comunidad y del turista para mitigar el volumen de residuos sólidos en espacios de uso público y de recreación.	Mitigación del deterioro del paisaje.	Recorridos agroturísticos.	Durante las actividades.	El guía y la comunidad.		-
<b>TOTAL</b>							<b>1500,00</b>

Por: Byron G. Cárdenas

## D. Desarrollo del estudio económico financiero para la implementación del producto agroturístico

Tomando en cuenta los costos e inversiones del proyecto, como los activos fijos, activos diferidos, inversiones en capital de trabajo, además de gastos de ingresos y mantenimiento, es decir las proyecciones de ventas y utilidades, gastos necesarios para llevar a cabo el proyecto, se realizó el estudio económico y financiero del proyecto, donde se calculó la rentabilidad del mismo determinando el RCB (Razón Costo Beneficio), el VAN (Valor Neto Actual) y el TIR (Tasa Interna de Retorno).

### 1. Proyección de la demanda

**Tabla 116-7** Proyección de la demanda

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA OBJETIVA 3,10%</b>
<b>0</b>	30489	945
<b>1</b>	34453	1068
<b>2</b>	38931	1207
<b>3</b>	43992	1364
<b>4</b>	49712	1541
<b>5</b>	56174	1741

Por: Byron G. Cárdenas

### 2. Ingresos del proyecto

**Tabla 117-7** Ingresos del proyecto

<b>DEMANDA OBJETIVA</b>	<b>SEGMENT O (%)</b>	<b>TURISTAS ANUALES</b>	<b>TURISTAS MENSUALES</b>	<b>PRECIO PAQUETE (10 PAX O MÁS)</b>	<b>INGRESOS ANUALES</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>945</b>	<b>79</b>	<b>-</b>	<b>25803</b>
<b>Taita Pacho</b>	33	312	26	36	11228
<b>De la Quinoa</b>	38	359	30	15	5387
<b>El Tzigtze</b>	27	255	21	36	9187

Por: Byron G. Cárdenas

**Tabla 118-7** Proyección de ingresos venta de paquetes usd.

PROYECCION DE INGRESOS VENTA DE PAQUETES USD	
AÑOS	INGRESOS
0	25803
1	26577
2	28195
3	30810
4	34677
5	40200

**3. Costos de operación y mantenimiento****Tabla 119-7** Sueldos al personal

CARGO	UN D.	SUELD O	MENSUA L	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Director	1	500,00	500,00	6.000,00	6.000,00	6.300,00	6.300,00	6.300,00	6.615,00
Asesor	1	375,00	375,00	4.500,00	4.500,00	4.725,00	4.725,00	4.725,00	4.961,25
Coordi ador de Guías	2	375,00	750,00	9.000,00	9.000,00	9.450,00	9.450,00	9.450,00	9.922,50
<b>TOTAL</b>			<b>1625,00</b>	<b>19.500,00</b>	<b>19.500,00</b>	<b>20.475,00</b>	<b>20.475,00</b>	<b>20.475,00</b>	<b>21.498,75</b>

Por: Byron G. Cárdenas

**Tabla 120-7** Servicios básicos

RUBROS	UND.	CANTIDA D	P. UNITARI O	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua potable	cm2	450	0,012	5,40	5,51	5,62	5,73	5,85	5,96
Teléfono	-	1	20,00	20,00	20,40	20,81	21,22	21,65	22,08
Internet	-	1	25,00	25,00	25,50	26,01	26,53	27,06	27,60
Energía eléctrica	Kilovati o	600	0,05	30,00	30,60	31,21	31,84	32,47	33,12
<b>Total</b>				<b>80,40</b>	<b>82,01</b>	<b>83,65</b>	<b>85,32</b>	<b>87,03</b>	<b>88,77</b>

**Tabla** ¡Error! Utilice la pestaña Inicio para aplicar 0 al texto que desea que aparezca aquí.**121-7** Costos de insumos para el servicio de alimentación

INSUMOS	UND.	CANTIDA D	P. UNITARI O	SEMANAL	MENSUA L	ANUAL	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>CARNES</b>											
<b>Carne de Res</b>	Libra	3	1,70	5,10	20,40						
						244,80	249,70	254,69	259,78	264,98	270,28
<b>Pollo</b>	Libra	3	6,00	18,00	72,00						
						864,00	881,28	898,91	916,88	935,22	953,93
<b>VERDURAS</b>											
<b>Cebolla blanca</b>	Atado	2	1,50	3,00	12,00						
						144,00	146,88	149,82	152,81	155,87	158,99
<b>Cebolla paitaña</b>	Libra	5	1,00	5,00	20,00						
						240,00	244,80	249,70	254,69	259,78	264,98
<b>Culantro</b>	Atado	1	1,00	1,00	4,00						
						48,00	48,96	49,94	50,94	51,96	53,00
<b>Zanahoria</b>	Porció n	2	0,50	1,00	4,00						
						48,00	48,96	49,94	50,94	51,96	53,00
<b>Palmito</b>	Unida d	14	1,00	14,00	56,00						
						672,00	685,44	699,15	713,13	727,39	741,94
<b>Ajo</b>	Libra	0,50	1,00	0,50	2,00						
						24,00	24,48	24,97	25,47	25,98	26,50
<b>Limón</b>	Quinta l	1	5,00	5,00	20,00						
						240,00	244,80	249,70	254,69	259,78	264,98
<b>Pimiento</b>	Porció n	2	0,50	1,00	4,00						
						48,00	48,96	49,94	50,94	51,96	53,00
<b>Hierba luisa</b>	Porció n	1	1,00	1,00	4,00						
						48,00	48,96	49,94	50,94	51,96	53,00
<b>Tomate</b>	Caja	1	13,00	13,00	52,00						
						624,00	636,48	649,21	662,19	675,44	688,95
<b>Plátano verde</b>	Cabez a	1	5,00	5,00	20,00						
						240,00	244,80	249,70	254,69	259,78	264,98
<b>Papa</b>	Libra	10	0,50	5,00	20,00						
						240,00	244,80	249,70	254,69	259,78	264,98
<b>Papachina</b>	Quinta l	1	0,50	0,50	2,00						
						24,00	24,48	24,97	25,47	25,98	26,50
<b>LACTEOS</b>					0,00						
<b>Queso</b>	Libra	1	1,50	1,50	6,00						
						-	-	-	-	-	-

						72,00	73,44	74,91	76,41	77,94	79,49
<b>CEREALES</b>					0,00	-	-	-	-	-	-
<b>Harina</b>	Libra	2	0,40	0,80	3,20	38,40	39,17	39,95	40,75	41,57	42,40
<b>ENLATADOS</b>					0,00	-	-	-	-	-	-
<b>Atún</b>	Unidad	10	1,30	13,00	52,00	624,00	636,48	649,21	662,19	675,44	688,95
<b>PRODUCTOS PROCESADOS</b>					0,00	-	-	-	-	-	-
<b>Mantequilla</b>	Libra	3	1,80	5,40	21,60	259,20	264,38	269,67	275,07	280,57	286,18
<b>Salsa de tomate</b>	Galón	1	12,00	12,00	48,00	576,00	587,52	599,27	611,26	623,48	635,95
<b>Aceite</b>	Galón	1	8,00	8,00	32,00	384,00	391,68	399,51	407,50	415,65	423,97
<b>SAZONADORES</b>					0,00	-	-	-	-	-	-
<b>Azúcar</b>	Funda	3	1,75	5,25	21,00	252,00	257,04	262,18	267,42	272,77	278,23
<b>Sal</b>	Funda	1	0,75	0,75	3,00	36,00	36,72	37,45	38,20	38,97	39,75
<b>GRANOS</b>	Arroba				0,00	-	-	-	-	-	-
<b>Chochos</b>	Libra	10	1,00	10,00	40,00	480,00	489,60	499,39	509,38	519,57	529,96
<b>Tostados</b>	Libra	10	0,40	4,00	16,00	192,00	195,84	199,76	203,75	207,83	211,98
<b>Mote</b>	Libra	4	0,50	2,00	8,00	96,00	97,92	99,88	101,88	103,91	105,99
<b>COMBUSTIBLE</b>					0,00	-	-	-	-	-	-
<b>Gas</b>	Unidad	2	4,00	8,00	32,00	384,00	391,68	399,51	407,50	415,65	423,97
<b>TOTAL</b>				<b>148,80</b>	<b>595,20</b>	<b>7.142,40</b>	<b>7.285,25</b>	<b>7.430,95</b>	<b>7.579,57</b>	<b>7.731,16</b>	<b>7.885,79</b>

Por: Byron G. Cárdenas



#### 4. Inversión requerida

Tabla 126-7 Inversión total requerida

CARÁCTER	COSTO TOTAL
Servicio de alojamiento	2.496,00
Cuarto de baño	208,00
Servicio de alimentación	258,00
Credenciales	90,00
Adecuación	3.000,00
Estudio ambiental	1.500,00
Implementación de señalética	10.580,00
<b>TOTAL</b>	<b>8.520,00</b>

Por: Byron G. Cárdenas

#### 5. Activos fijos

Tabla 127-7 Activos fijos

RUBROS	UND.	CANTIDAD	P. UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadora	U	1	850,00	850,00
impresora multifuncional	U	1	200,00	200,00
Teléfono	U	1	80,00	80,00
Calculadora	U	1	20,00	20,00
Hojas de papel bond	Resma	5	4,00	20,00
Carpetas	Docena	3	2,00	6,00
Perforadora	U	1	5,00	5,00
Grabadora	U	1	5,00	5,00
Esferos	Caja	2	4,00	8,00
Grapas	Caja	2	1,50	3,00
Escritorio	U	1	200,00	200,00
Sillas	U	6	70,00	420,00
Mesas de reuniones	U	1	200,00	200,00
Dispensador de agua	U	1	30,00	30,00
Archivador	U	1	140,00	140,00
<b>TOTAL</b>				<b>2.187,00</b>

Por: Byron G. Cárdenas

Tabla 128-7 Depreciación de activos

ACTIVOS FIJOS	VALOR HISTÓRICO	V. SALVAMENTO	VIDA UTIL (Años)	DEPRECIACIÓN
Equipos de computo	1.050,00	420,00	10	63,00
Muebles y enseres	830,00	332,00	10	49,80
<b>TOTAL</b>		<b>752,00</b>		<b>112,80</b>

Por: Byron G. Cárdenas

## 6. Pérdidas y ganancias

Tabla 129-7 Pérdidas y Ganancias

	Años				
	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>					
Ingresos por venta de paquetes	26.576,93	28.195,46	30.809,94	34.676,86	40.199,99
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>26.576,93</b>	<b>28.195,46</b>	<b>30.809,94</b>	<b>34.676,86</b>	<b>40.199,99</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>GASTOS POR VENTAS</b>	<b>2.016,00</b>	<b>2.036,16</b>	<b>2.056,52</b>	<b>2.077,09</b>	<b>2.097,86</b>
Área de alimentación y transporte	2.016,00	2.036,16	2.056,52	2.077,09	2.097,86
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>24.241,05</b>	<b>25.349,70</b>	<b>25.374,91</b>	<b>25.400,38</b>	<b>26.564,02</b>
Remuneración al personal	19.500,00	20.475,00	20.475,00	20.475,00	21.498,75
Aporte al IESS	2.174,25	2.282,96	2.282,96	2.282,96	2.397,11
Servicios básicos	80,40	82,01	83,65	85,32	87,03
Útiles de limpieza	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50
Promoción	2.333,10	2.356,43	2.380,00	2.403,80	2.427,83
Depreciaciones	112,80	112,80	112,80	112,80	112,80
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>26.257,05</b>	<b>27.385,86</b>	<b>27.431,43</b>	<b>27.477,47</b>	<b>28.661,88</b>
<b>DEFICIT O SUPERAVIT</b>	<b>319,88</b>	<b>809,60</b>	<b>3.378,51</b>	<b>7.199,39</b>	<b>11.538,11</b>

Por: Byron G. Cárdenas

## 7. Flujo de caja

Tabla 129-7 Flujo de caja

RUBRO /AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ventas netas	0,00	26576,93	28195,46	30809,94	34676,86	40199,99
depreciaciones	0,00	112,80	112,80	112,80	112,80	112,80
valor de salvamento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
costo de ventas	0,00	2016,00	2036,16	2056,52	2077,09	2097,86
gastos operativos	0,00	24241,05	25349,70	25374,91	25400,38	26564,02
gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
utilidad neta	<b>0,00</b>	<b>432,68</b>	<b>922,40</b>	<b>3491,31</b>	<b>7312,19</b>	<b>11650,91</b>
Inversiones de act. corrientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones de act. fijo	10707,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
capital de trabajo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Imprevistos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
flujo de caja neto	<b>-10707,00</b>	<b>432,68</b>	<b>922,40</b>	<b>3491,31</b>	<b>7312,19</b>	<b>11650,91</b>

Por: Byron G. Cárdenas

## 8. Evaluación financiera

Tabla 130- 7 Análisis financiera del proyecto

VAN	<b>4.818,50</b>
TIR	21%
BENEFICIO/COSTO	2,25
PERIODO DE RECUEPRACION DE CAPITAL	Año 5

Por: Byron G. Cárdenas

### a. Valor actual neto (VAN)

El proyecto de turismo comunitario para la parroquia San Francisco de Bolívar, representa un VAN de 4.818,50 \$, resaltando una rentabilidad positiva.

**b. Tasa interna de retorno (TIR)**

El TIR del proyecto es de 25% lo que indica que el proyecto es viable.

**c. Relación Beneficio/Costo**

La relación beneficio costo del proyecto es de 2,25 lo que indica que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de 1,25 centavos de dólar.

**d. Periodo de recuperación de capital**

El tiempo de recuperación será a partir del segundo quinto año de ejecución del proyecto.

## **VIII. CONCLUSIONES**

- A.** Al evaluar el potencial de la parroquia San Francisco de Bolívar para el desarrollo del agroturismo, se identificó 2 establecimientos de alimentación, 1 de recreación, 6 atractivos culturales, 7 naturales y ninguno de hospedaje.
  
- B.** En el diseño técnico del producto agroturístico se establecieron elementos que vincularían: atractivos turísticos y sistemas productivos, huertos familiares, circuitos turísticos de corta duración, además, la implementación de 3 agrohospederías familiares con servicio de alimentación y 2 proyectos complementarios con el fin de captar la demanda insatisfecha que crece paulatinamente a nivel provincial.
  
- C.** El producto agroturístico es ambientalmente viable, al aplicar la metodología de la matriz de Lázaro Lagos se determinó impactos positivos como la preservación y conservación del patrimonio con el uso sostenible de los mismos.
  
- D.** Financieramente el producto es rentable ya que la inversión reporta finalmente una TIR del 21%, un VAN de \$4.818,50 y una relación costo beneficio de 1,25.

## **IX. RECOMENDACIONES**

- A.** Impulsar y gestionar la implementación del presente proyecto, con el fin de fomentar y dinamizar la economía local mediante una alternativa nueva como el agroturismo que vincula de forma adecuada el potencial agrícola y la actividad turística.
  
- B.** Motivar a otras familias de la parroquia para que se sumen al proceso de implementación y operación del producto agroturístico con ofertas complementarias que puedan enlazarse con funcionalidad a producto principal.
  
- C.** Implementar el plan de manejo ambiental para mitigar y prevenir impactos negativos durante la implementación y operación del producto, además fomentar que se sigan implementando buenas prácticas agropecuarias garanticen una producción sostenible.
  
- D.** Impulsar y fortalecer a los grupos organizados que se encuentran dentro de la parroquia y que quieren formar parte de la actividad turística, a través de este tipo de proyectos productivos de acuerdo con las estrategias de desarrollo cantonal y provincial, demostrando que una inversión de este tipo resultaría beneficiosa de acuerdo al análisis financiero expuesto en este estudio.

## **X. RESUMEN**

La presente investigación expone: diseñar un producto de agroturismo para la parroquia San Francisco de Bolívar, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua; cumpliendo cuatro pasos, primero se realizó la evaluación del potencial de la parroquia para el desarrollo del agroturismo identificando que el 50,53% de su territorio tiene productos como papas, maíz y quinua siendo estos los principales cultivos, se identificó cero establecimientos de o hospedaje, 2 establecimientos de alimentación, 1 de recreación, 6 atractivos culturales y 7 naturales, en el diseño técnico del producto se establecieron elementos que vincularían: atractivos turísticos y sistemas productivos, huertos familiares además, la implementación de 3 agrohospederías familiares con servicio de alimentación y 2 proyectos complementarios, se cumplió con el empaquetamiento y las estrategias comerciales; la figura legal y administrativa para la operación del producto fue el de “empresa de Economía Solidaria” bajo el amparo de la ley orgánica de economía popular y solidaria, desarrollando un modelo de gestión (manual de procesos, manual de procedimientos, herramientas de gestión, código de ética.); en el estudio ambiental se aplicó la metodología de la matriz de Lázaro Lagos que determina la afectación positiva y negativa de las actividades en la operación del producto, determinado que se producirá impactos positivos y favorables, para contrarrestar los impactos negativos se elaboró un plan de manejo ambiental; la viabilidad económica y financiera se comprobó mediante el análisis de costos de inversión, costos fijos, gastos e ingresos (proyecciones de ventas y utilidades), el cálculo de flujo de caja, se obtuvo un VAN de \$ 4818,50, un TIR del 21%, con RBC de \$ 1,25, con un periodo de recuperación de capital de 5 años, siendo el proyecto económicamente viable. Este ayudará a consolidar la inversión local, la preservación del patrimonio natural y cultural de la parroquia, y fomentará el sector agropecuario y turístico.

**Palabras clave:** AGROTURISMO - ATRACTIVOS TURÍSTICOS - PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL

**Por:** Byron Cárdenas



## **XI. SUMMARY**

50.53% of its territory has products such as potatoes, corn and quinoa, they are the main crops. It was identified zero lodging establishments, two food stores, one for recreation, six cultural attractions and seven natural ones. In the technical design of the product, it was established elements that would link: tourist attractions, productive systems and family gardens. In addition, the implementation of three family agro-hostels with food service and two complementary projects, it was fulfilled the packaging and commercial strategies, the legal and administrative figure for the operation of the product was "Solidarity Economy Company", under the protection of the Organic Law of Popular and Solidarity Economy; in this way, it has been developed a management model (manual processes, procedures manual, management tools, code of ethics); in the environmental study, it was applied Lázaro Lagos matrix's methodology, that determines the positive and negative effects of the activities on the product's operation, which has determined that will produce positive and favorable impacts; an environmental management plan was elaborated in order to counteract the negative impacts; the economic and financial viability was verified through the analysis of investment costs, fixed costs, expenses and income (sales and profit projections), the cash flow calculation, it was obtained a Net Present Value (NPV) of \$ 4818.50, an Internal Rate of Return (IRR) of 21%, with Cost-Benefit Ratio (CBR) of \$ 1.25, with a 5-year capital recovery period. In conclusion, the project is economically viable, which will help consolidate local investment, preserve the natural and cultural heritage of the parish and promote the agricultural and tourism sector.

**KEY WORDS:** <AGROTOURISM>, <TOURIST ATTRACTIONS>, <NATURAL AND CULTURAL HERITAGE>.



## **XII. BIBLIOGRAFIA**

- Blanco, M. (4 de Noviembre de 2008). *Diagnostico situacional* . Recuperado el 12 de febrero del 2018, de <http://territorioscentroamericanos.org>: <http://territorioscentroamericanos.org/sites/default/files/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>
- Confederacion española de la pequeña y mediana. (3 de Abril de 2018). *Estudio de mercado*. Recuperado el 25 de marzo del 2018, de <http://cepymeemprende.es>: [http://cepymeemprende.es/sites/default/files/manuales/Elaborar\\_estudio\\_mercado.pdf](http://cepymeemprende.es/sites/default/files/manuales/Elaborar_estudio_mercado.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2 de Abril de 2001). *Condiciones del agroturismo*. Recuperado el 25 de marzo del 2018, de [cepal.org](http://archivo.cepal.org/pdfs/2001/S0111940.pdf): <http://archivo.cepal.org/pdfs/2001/S0111940.pdf>
- Díaz, B. (11 de Junio de 2011). *Diseño de producto turistico*. Recuperado el 23 de noviembre del 2017 de [sintesis.com](https://www.sintesis.com): <https://www.sintesis.com/nuevos-modulos-191/disen-de-productos-turisticos-ebook-1594.html>.
- Gobierno Autonomo Descentralizado de la Provincia de Tungurahua. (11 de Julio de 2015). *Estrategia de turismo de Tunguragua*.
- Gobierno Autonomo Descentralizado de la Parroquia San Francisco de Bolivar. (3 de Marzo de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia Bolívar*. Pelileo, Tungurahua, Ecuador.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San Francisco de Bolívar. (22 de Septiembre de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial de San Francisco de Bolívar*. Pelileo, Tungurahua, Ecuador.
- Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial San Francisco de Bolívar . (19 de Abril de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Francisco de Bolívar* . Pelileo , Tungurahua, Ecuador .
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (19 de Marzo de 2010). *El agrotusimo como diversificacion de la actividad agropecuria y agroindustrial*. Recuperado el 23 de noviembre del 2017 de [pa.gob.mx](http://pa.gob.mx):

[http://www.pa.gob.mx/publica/rev\\_49/An%C3%A1lisis/el\\_agroturismo\\_como\\_-\\_Marvin\\_Blanco\\_M..pdf](http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf)

León , C. (4 de julio de 2001). *Inversion en activos diferidos*. Recuperado el 18 de diciembre del 2017, de [http://www.temasdeclase.com/libros%20gratis/teoriabasica/captres/contable3\\_6.htm](http://www.temasdeclase.com/libros%20gratis/teoriabasica/captres/contable3_6.htm)

Martinez , E. (4 de Abril de 2016). *Diagnóstico situacional* . Recuperado el 20 de diciembre del 2017, de es.slideshare.net: <https://es.slideshare.net/kheiron/diagnstico-situacional>

Menene, L. (20 de Febrero de 2012). *Marketing* . Recuperado el 18 de diciembre del 2017, de [luismiguelmanene.com](http://www.luismiguelmanene.com): <http://www.luismiguelmanene.com/2012/02/20/marketing-introduccion-concepto-evoluciondefiniciones-y-tipos/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (18 de Marzo de 2016). *Glosario de términos*. Recuperado el 18 de diciembre del 2017, de <http://www.mintur.gob.ve/descargas/glosariof.pdf>

Ministerio de Turismo Del Ecuador. (18 de Marzo de 2014). *Metodo para el inventario del patrimonio turistico*. Recuperado el 19 de diciembre del 2017 de [https://turgeoyanedel.files.wordpress.com/2011/12/guia\\_metodologia\\_cicatur\\_modificada\\_rfs2011.pdf](https://turgeoyanedel.files.wordpress.com/2011/12/guia_metodologia_cicatur_modificada_rfs2011.pdf)

Morocho Quisnancela, C. D. (4 de Abril de 2011). Estudio de factibilidad para la implementacion de un complejo turisticos en la parroquia San Luis, canton Riobamba, provincia de Chimborazo . Riobamba, Chimborazo, Ecuador .

Nicolau, J. (30 de Marzo de 2016). *El precio de los productos turísticos*. Recuperado el 17 de diciembre del 2017, de [rua.ua.es](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/8/Tema%208.pdf): <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/8/Tema%208.pdf>

Onmidia Limitada. (3 de Abril de 2016). *Definicion de impacto ambiental*. Recuperado de [definicionabc.com](https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/impacto-ambiental.php): <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/impacto-ambiental.php>

Organizacion de la Naciones Unidad para la Agricultura y la Alimentacion. (4 de Abril de 2016). *Analisis de los sistemas agricolas*. Recuperado el 18 de diciembre del 2017 de [fao.org](http://www.fao.org): [http://www.fao.org/farmingsystems/description\\_es.htm](http://www.fao.org/farmingsystems/description_es.htm)

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación . (15 de Abril de 2016). *Sistemas de Producción Agropecuarios*. Recuperado el 15 de Abril de 2017, de <http://www.fao.org/home/en/>: [http://www.fao.org/farmingsystems/description\\_es.htm](http://www.fao.org/farmingsystems/description_es.htm)

- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (16 de Abril de 2016). *Sistemas Pecuarios Diversificados Para El Alivio De La Pobreza Rural* . Recuperado el 16 de Abril de 2017, de [http://www.fao.org/http://www.fao.org/fileadmin/templates/lead/pdf/04\\_article01\\_es.pdf](http://www.fao.org/http://www.fao.org/fileadmin/templates/lead/pdf/04_article01_es.pdf)
- Organizacion Mundial del Turismo. (4 de Abril de 2010). *El agroturismo como diversificacion de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. *pa.gob.mx*. Recuperado el 20 de diciembre del 2017, de [http://www.pa.gob.mx/publica/rev\\_49/An%C3%A1lisis/el\\_agroturismo\\_como\\_-\\_Marvin\\_Blanco\\_M..pdf](http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf)
- Talaverano , I. (6 de Mayo de 2010). *Inversion en activo fijo*. Recueprado el 20 de noviembre del 2017, de <https://www.fundingcircle.com/es/prestamo-inversion-activos-fijos>
- Tierra , P. (4 de Abril de 2009). Texto básico de planificación territorial. Riobamba, Chimborazo, Ecuador .
- Vera , J. A. (1 de Mayo de 2011). *Paquete turístico*. Recuperado el 19 de diciembre del 2017, de [alexandravera75.blogspot.com: http://alexandravera75.blogspot.com/2012/05/turismo-diseno-de-producto-turistico.html](http://alexandravera75.blogspot.com/http://alexandravera75.blogspot.com/2012/05/turismo-diseno-de-producto-turistico.html)
- Yucta , P. (4 de Abril de 2002). Diseño y formulacion de proyectos ecoturísticos. Riobamba, Chimborazo, Ecuador .

### XIII. ANEXOS

**Anexo 2.10** Instrumento utilizado para determinar el potencial agropecuario de la parroquia San Francisco de Bolívar, la información es confidencial, por favor conteste con seriedad.

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA ING., EN ECOTURISMO**

Objetivo: Determinar el potencial agropecuario de la parroquia San Francisco de Bolívar, la información es confidencial, por favor conteste con seriedad.

**1. ¿A qué comunidad pertenece?**

Bolívar ( )      Huambalito ( )      Quitocucho ( )

**2. Genero.....**

**3. Edad .....**

**4. ¿Cuál es la principal actividad a la que se dedica?**

Agricultura ( )      pecuaria ( )      otros ( )

**5. ¿Pertenece a una asociación?**

**ACTIVIDAD AGRÍCOLA**

**6. ¿Cuáles son los principales cultivos que produce?**

Maíz quinua

Cebada arveja cebolla blanca zanahoria papas manzanas duraznos claudias pera capulí mora fresa otros

**7. ¿Cuál es el rendimiento de su producción?**

Cultivo	Producción		Cajas	Canatos	Sacos	Otros
	Mensual	Anual				
Maíz						
Quinua						
Cebada						
Arveja						
Cebolla Blanca						
Zanahoria						
Papas						
Manzana						
Durazno						
Claudia						

<b>Pera</b>						
<b>Capulí</b>						
<b>Mora</b>						
<b>Fresa</b>						
<b>Tomate de árbol</b>						
<b>Otros</b>						

**8. Cuáles son los ingresos que generan sus cultivos**

100 a 300 UDS ( )      300 a 600 USD ( )      Más de 600 USD ( )

**9. ¿Cuál es la forma que emplea en sus cultivos?**

Orgánica ( )      convencional ( )

**10. Recibe algún tipo de asistencia técnica**

Si ( )      No ( )

**11. ¿Recupera la inversión de su producción?**

Si ( )      No ( )

**PRODUCCIÓN PECUARIA**

**12. ¿Cuáles son los animales que posee?**

<b>Animales</b>	<b># de animales</b>	<b>Producción anual a la venta</b>
Ganado Vacuno		
Ganado Porcino		
Conejos		
Cuyes		
Abejas		
Ovejas		
Aves de corral		
Otros		

**13. Cuáles son los ingresos que generan su producción**

100 a 300 UDS ( )      300 a 600 USD ( )      Más de 600 USD ( )

**14. ¿Recupera la inversión de su producción?**

Si ( )      No ( )

**15. ¿Usa medicamentos en su producción?**

Si ( )      No ( )

**¿Desearía formar parte de una asociación?**

Si ( )      No ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 3.10** Instrumento utilizado para determinar el potencial agroturísticos de la parroquia San Francisco de Bolívar, la información es confidencial, por favor conteste con seriedad.

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA ING., EN ECOTURISMO**

Objetivo: Determinar el potencial agroturísticos de la parroquia San Francisco de Bolívar, la información es confidencial, por favor conteste con seriedad.

**1. Género.....**

**2. Edad.....**

**3. Procedencia**

Costa ( ) Sierra ( ) Amazonia ( ) Insular ( )

**4. Instrucción**

Primaria ( ) Secundaria ( ) Universidad ( ) Doctorado ( )

**5. ¿Cuál es el motivo de su viaje?**

Viajes y aventura ( ) Gastronomía ( ) Visita a familiares ( ) Descanso ( ) Turismo ( )  
Negocios ( )

**6. ¿Que considera a la hora de escoger un sitio turístico?**

Actividades ( ) Atractivos ( ) Hospedaje y alimentación ( ) Gastos por persona ( )

**7. ¿Conoce usted la parroquia San Francisco de Bolívar, en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?**

Si ( ) No ( )

**8. ¿Con quién realiza sus viajes?**

Solo ( ) En pareja ( ) Con amigos ( ) En familia ( )

**9. ¿Realizaría turismo en la parroquia San Francisco de Bolívar, en el cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?**

Si ( ) No ( )

**10. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en la parroquia San Francisco de Bolívar?**

Agroturismo ( ) Aventura ( ) Comunitario ( ) Gastronómico ( ) Ecoturismo ( )  
Naturaleza ( ) Salud ( ) Rural ( ) Educativo ( )

**11. Conoce usted el agroturismo**

Si ( ) No ( )

**12. Que conceptos familiariza con agroturismo**

Naturaleza y paisaje ( ) Gastronomía ( ) Huertos y Cultivos ( ) Animales de granja ( )  
 Descanso y relax ( ) Actividades campestres ( ) Cultura y tradiciones populares ( )

**13. Cuáles son las actividades que le gustaría realizar dentro de la práctica del agroturismo.**

Visita huertos orgánicos ( ) Recolección de frutas y verduras ( ) Conocer emprendimientos ( )  
 Cultivos de hortalizas ( ) Conocer animales domésticos ( ) Realizar actividades del campo ( )  
 Conocer el proceso de elaboración de compost y humos ( )

**14. ¿Qué actividades complementarias al agroturismo le gustaría realizar?**

Cabalgata ( ) Bicicletas ( ) Compra de productos locales ( ) Caminatas ( ) Camping

**15. ¿Desearía conocer y aprender procesos ecológicos para la producción agropecuaria?**

Si ( ) No ( )

**16. ¿Cuáles son los cultivos que le gustaría conocer?**

Papas ( ) Claudia ( ) Cebolla ( ) blanca ( ) Quinua ( ) Maíz ( ) Todas ( )

**17. ¿Cuáles son las especies que le gustaría conocer?**

Concejos ( ) Cuyes ( ) Vacas ( ) Ganado vacuno ( ) Aves de corral ( ) Ovejas ( )

**18. ¿Qué servicios le gustaría disponer en un recorrido agroturístico?**

Alimentación ( ) Hospedaje ( ) Guianza ( ) Recreación ( )

**19. ¿Tipo de hospedaje donde le gustaría pernoctar?**

Agrohospedería ( ) Hotel ( ) Hostería ( ) Camping ( )

**20. ¿Qué tipo de alimentación que le gustaría tener en un recorrido agroturístico?**

Típica/tradicional ( ) A la carta ( ) Vegetariana ( )

**21. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por persona/por día?**

25 a 45 dólares ( ) 46 a 65 dólares ( ) 66 a 85 dólares ( ) más de 85 dólares ( )

**22. ¿Qué tiempo dispondría para un recorrido agroturístico?**

1 a 5 horas ( ) 1 día ( ) 2 días ( ) 3 días ( )

**23. ¿Por qué medio de comunicación suele informarse sobre un destino turístico?**

Radio prensa ( ) Televisión ( ) Internet ( ) Amigos o familiares ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 4.10** Matriz de evaluación ambiental de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES									IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>G. Aire</b>																					
<b>H. Suelo</b>																					
<b>I. Agua</b>																					
<b>J. Flora y fauna</b>																					
<b>K. Socio – económico</b>																					
<b>L. Paisaje</b>																					

**Anexo 5.10** Cerro Llano Grande

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Byron Geovanny Cárdenas	1.2 Ficha N° 001
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	1.4 Fecha: 29/11/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Cerro Llano Grande	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Cerro	



**Figura 3 Cerro Llano Grande**

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo
<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 772496 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9847678 N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la Parroquia Bolívar	<b>3.2 Distancia:</b> 1 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3384 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 16°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 - 900 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Para llegar al atractivo utilizando un vehículo se debe tomar la vía a Huambaló a 8 km de Pelileo hasta la Y para llegar a la cabecera parroquial, desde ahí se toma la vía de tercer orden del centro poblado de la comunidad Bolívar.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Su nombre debe a que en su cumbre existe una planicie de gran extensión, a la cual se le llama “Llano Grande”. Con suelo de origen volcánico en su gran mayoría y posee también suelos aptos para los cultivos, ofrece una belleza paisajística especialmente por la presencia de avifauna y flora silvestre. Sirve también como un mirador estratégico a las comunidades de la parroquia, a parroquias vecinas y a una parte del parque nacional Llanganates, así como al volcán Tungurahua.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Flora silvestre: Poaceas ( <i>calamagrostis intermedia</i> ), Hualicon ( <i>Macleania rupenstris</i> ), laurel ( <i>Mirtica sp</i> ), pino ( <i>pinus radiata</i> ) Fauna silvestre: Mirlos ( <i>turdus fuscater</i> ), Gorriones ( <i>passer domesticus</i> ), Zorro andino ( <i>Pseudalopex culpaeus</i> ), Sacha Cuy ( <i>Cuniculus taczanowskii</i> ), golondrinas ( <i>hirundo rustica</i> )	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b> Para llegar al sitio, no hay ningún tipo de permisos, se pide respetar y cuidar la naturaleza a quienes llegan a este sitio.	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b> En ciertas zonas existen cultivos agrícolas de papa y maíz. Y pastar ganado.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b> ✓ Senderismo ✓ Mirador ✓ Avistamiento de avifauna	

✓ Reforestación con plantas nativas		
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>		
✓ Adecuación de un sendero turístico para el ingreso al lugar		
✓ Inventario de avifauna		
✓ Diseño técnico de un mirador		
<b>4.9 Impactos</b>		
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>		
✓ Generación de fuentes de empleo		
✓ Lugar de recreación del turista		
✓ Difusión del atractivo		
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>		
✓ Erosión y compactación del suelo por afluencia de turistas		
✓ Erosión y compactación de suelo por contaminantes químicos utilizados en la agricultura		
✓ Contaminación del suelo		
✓ Deterioro parcial del atractivo		
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> Alterado		
<b>5.2 Causas:</b> La siembra de árboles de pino y la extensión de la frontera agrícola.		
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro		
<b>6.2 Causas:</b> La extensión de la frontera agrícola y el pastoreo ha dado lugar a que el paisaje se altere limitándose a mostrar su natural belleza paisajística.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Tercer orden	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.4 Transporte:</b> Coop. Huambaló	
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> Posee una buena accesibilidad, para llegar hasta el atractivo se sigue un camino de tierra desde el centro de la parroquia, se recomienda usar ropa para frío.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en la parroquia, telefonía celular (claro y movistar).		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> no posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> no posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Sendero de los Curiquingues	<b>10.2 Distancia:</b> 0 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5

	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/u organización	3
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	Local: 3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		27
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

### Anexo 6.10 Mirador Llano Grande

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 002
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Mirador Llano Grande	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Montaña	
<b>1.8 Subtipo:</b> Mirador	
	
<b>Figura 4 Mirador Llano Grande</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo

<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 772402 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9847765 N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la Parroquia Bolívar	<b>3.2 Distancia:</b> 2 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3184 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 16°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 – 900 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Para llegar al atractivo se empieza la caminata tomando la vía de tercer orden del centro poblado de la comunidad Bolívar, posteriormente se toma el sendero aproximadamente 100 metros hasta llegar al mirador.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Es un mirador natural que ofrece una belleza paisajística y de la avifauna y flora silvestre. Es un mirador estratégico ya que se puede apreciar a las comunidades de la parroquia, las parroquias, así como una gran vista del volcán Tungurahua.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Flora silvestre: Romerillo ( <i>Hypericum</i> ), Granizo ( <i>valeriana microphyla</i> ), pasto milin ( <i>Milinis sp.</i> ) Fauna silvestre: Mirlos ( <i>turdus fuscater</i> ), Conejo silvestre ( <i>Sylvilagus brasiliensis</i> ), Huiracchuros ( <i>Pheucticus chrysogaster</i> ), Golondrinas ( <i>hirundo rustica</i> ) El sendero Llano Grande y la vista al volcán Tungurahua	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b> Para llegar al sitio, no hay ningún tipo de permisos, lo único que se pide respetar y cuidar la naturaleza a quienes llegan a este sitio.	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b> Observación de flora y fauna, de las comunidades y del volcán Tungurahua.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b> ✓ Mirador ✓ Avistamiento de avifauna ✓ Observación de flora	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b> ✓ Adecuación del sendero para el ingreso al lugar ✓ Diseño técnico del mirador	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> ✓ Lugar de recreación y descanso del turista	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> ✓ Erosión y compactación del suelo por afluencia de turistas ✓ Contaminación del suelo ✓ Deterioro parcial del atractivo	

<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> Alterado		
<b>5.2 Causas:</b> Extensión de la frontera agrícola y destrucción de habitad.		
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro		
<b>6.2 Causas:</b> El avance de la frontera agrícola, y el pastoreo de ganado.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Tercer orden	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.5 Transporte:</b> Coop. Huambaló	
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> Posee una buena accesibilidad, pero se necesita de un diseño técnico del sendero y del mirador en sí.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en el Centro de la parroquia, telefonía celular (claro y movistar).		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> no posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> no posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Sendero de los Curiquingues	<b>10.2 Distancia:</b> 100 metros	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/u organización	3
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	Local: 2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25

**13. JERARQUIZACIÓN****Jerarquía I**

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

**Anexo 7.10 Sendero de los Curiqingues**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 003
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Sendero de los Curiqingues	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Terrestre	
<b>1.8 Subtipo:</b> Sendero	
	
<b>Figura 5 Sendero de los Curiqingues</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo
<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 772452 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9847627 N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la Parroquia Bolívar	<b>3.2 Distancia:</b> 500 metros
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3085 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 16°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 – 900 mm/año	

<p><b>4.4 Ubicación del Atractivo</b></p> <p>Para llegar al atractivo utilizando un vehículo se debe tomar la vía a Huambaló a 8 km de Pelileo hasta la Y para llegar a la cabecera parroquial, ahí se toma la vía de tercer orden desde centro poblado de la comunidad Bolívar, para llegar al sendero.</p>
<p><b>4.5 Descripción del atractivo</b></p> <p>Su nombre se da gracias a que antiguamente en los tramos del sendero se podía observar una gran cantidad de Curiquingues, ofrece una belleza paisajística especialmente por la presencia de avifauna y flora silvestre. Es un mirador estratégico a las comunidades de la parroquia y a la ciudad de Riobamba.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <p>Flora silvestre: Granadilla de monte (<i>Pasiflora sp.</i>), Liguilán (<i>Monnina crassifolia</i>), Cendelilla (<i>Castilleja sp.</i>), pino (<i>pinus radiata</i>) Aspa geranio (<i>Geranium spp.</i>)</p> <p>Fauna silvestre: mirlos (<i>turdus fuscater</i>), Conejo silvestre (<i>Sylvilagus brasiliensis</i>), huiracchuros (<i>Pheucticus auroventris</i>), gavilán (<i>buteo leucorrhous</i>), golondrinas (<i>hirundo rustica</i>), Tortola (<i>Streptopelia turtur</i>).</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones:</b></p> <p>Para llegar al sitio, no hay ningún tipo de permisos, solamente respetar y cuidar la naturaleza a quienes llegan a este sitio.</p>
<p><b>4.8 Usos:</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales:</b></p> <p>Sirve para el traslado de cultivos a la cabecera parroquial y posteriormente a los mercados en las grandes ciudades.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Senderismo</li> <li>✓ Mirador</li> <li>✓ Caminatas</li> <li>✓ Avistamiento de avifauna</li> </ul>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Señalética para el sendero</li> <li>✓ Inventario de avifauna</li> <li>✓ Diseño técnico de un mirador</li> </ul>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Generación de fuentes de empleo</li> <li>✓ Lugar de recreación del turista</li> </ul>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Erosión y compactación del suelo por afluencia de turistas</li> <li>✓ Contaminación del suelo</li> <li>✓ Deterioro parcial del atractivo</li> </ul>
<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> Alterado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b></p> <p>Por la utilización para realizar deportes extremos como Enduro y Down Hill Bike.</p>

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro		
<b>6.2 Causas:</b> El avance de la frontera agrícola y el uso en deportes extremos ha causado que el paisaje se altere y no se puede mostrar su natural belleza en su paisaje.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Tercer orden	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>4.10 Transporte:</b> Coop. Huambaló	
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> La accesibilidad al sendero es muy buena, pero se necesita la implementación de señalética en el atractivo, así como basureros e información sobre el sendero.		
8. FACILIDADES TURISTICAS		
Disponibilidad de servicios de alimentación en el Centro de la parroquia, telefonía celular (claro y movistar).		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
<b>9.1 Agua:</b> no posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> no posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no posee		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Mirador Llano grande	<b>10.2 Distancia:</b> 1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/u organización	3
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	Local: 4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		31
13. JERARQUIZACIÓN		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

## Anexo 8.10 Cascada El Tzigtze

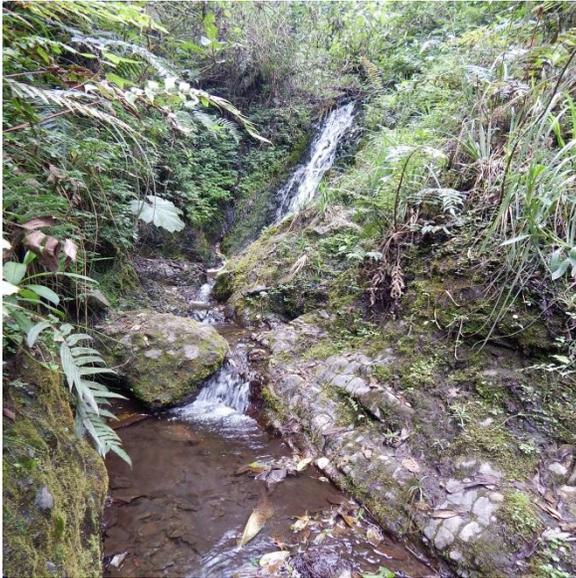
<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 004
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada Tzigtze	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascadas	
	
<b>Figura 6 Cascada Tzigtze</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo
<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 771578 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9846551 N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la Parroquia Bolívar	<b>3.2 Distancia:</b> 50 metros
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3177 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 20°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 – 900 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Para llegar al atractivo utilizando un vehículo se debe tomar la vía a Huambaló a 8 km de Pelileo hasta la Y para llegar a la cabecera parroquial, o tomar un bus de la cooperativa Huambaló hasta la parroquia, desde ahí se toma la vía de tercer orden del centro poblado de la comunidad Bolívar hasta llegar al sendero.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Su nombre dado por el sector donde se encuentra y por estar junto a la vertiente de agua El Tzigtze. Aproximadamente de unos 12 metros de altura compuesta por dos caídas de agua, y abundante presencia de avifauna y flora silvestre.	

<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
Flora silvestre: Diente de león, Taraxaco ( <i>Taraxacum officinalis</i> ), Senecio o flor de la primavera ( <i>Dorobaea pimpinellifolia</i> ), Berberis ( <i>Berberis spp.</i> ), pino ( <i>pinus radiata</i> ), Totora ( <i>Schoenoplectus californicus</i> )	
Fauna silvestre: golondrinas ( <i>hirundo rustica</i> ), mirlos ( <i>turdus fuscater</i> ) , gorriones ( <i>passer domesticus</i> ), huiracchuros ( <i>Pheucticus aroventris</i> ), Mirlo negribriloso ( <i>Turdus serranus</i> )	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b>	
Al estar cerca de la vertiente de agua El Tzigtze hay que pedir un permiso de visita a la Junta de Agua Potable y Alcantarillado de la parroquia por ser la entidad que administra el sector de la vertiente.	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b>	
Provisión de líquido vital para las comunidades de la parroquia.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Caminatas</li> <li>✓ Observación de Orquídeas</li> <li>✓ Observación de avifauna</li> </ul>	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inventario de orquídeas</li> <li>✓ Señalética e información</li> </ul>	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Generación de fuentes de empleo</li> <li>✓ Lugar de recreación del turista</li> <li>✓ Difusión del atractivo</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Erosión y compactación del suelo por afluencia de turistas</li> <li>✓ Deterioro parcial del atractivo</li> </ul>	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Actualmente no recibe una gran cantidad de visitantes ya que por la falta de promoción turística es conocido solo por las personas locales.	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b>	
Por construcción de viviendas ya que se encuentra en centro de la parroquia.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Segundo orden
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>4.11 Transporte:</b> Coop. Huambaló
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	
La accesibilidad para llegar hasta el atractivo no es buena, por falta de un sendero con señalética además de información	

que facilite la llegada del turista.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en el centro de la parroquia, cobertura a telefonía celular (claro y movistar).		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Pan de quinua	<b>10.2 Distancia:</b> 50 metros	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/u organización	4
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		26
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

### Anexo 9.10 Fuentes de agua El Arrayan

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 005
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Fuentes de agua El Arrayan	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ambientes Lacustres	
<b>1.8 Subtipo:</b> Vertiente	
	
<b>Figura 7 Fuentes de agua El Arrayan</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo
<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 772496 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9847678 N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la Parroquia Bolívar	<b>3.2 Distancia:</b> 1,5 metros
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3394 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 8 a 16°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 – 900 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Para llegar al atractivo se debe realizar una caminata aproximadamente de 60 minutos desde la cabecera parroquial por el sendero Llano grande, hasta llegar a la fuente.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Su nombre se debe a que en el lugar anteriormente existía una gran cantidad de árboles de arrayan, se debe descender	

hasta la entrada de la cueva, la pared de donde brota el agua es de cascajo, dota también de agua para la población.,	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
Flora silvestre: arrayan ( <i>Myrtus comunes</i> ) pino ( <i>pinus radiata</i> Poaceas ( <i>calamagrostis intermedia</i> ), quichua ( <i>buddleja incana</i> ), hongos comestibles ( <i>infundibulicybe geotropa</i> ),)	
Fauna silvestre: golondrinas ( <i>hirundo rustica</i> ) mirlos ( <i>turdus fuscater</i> ) , gorriones ( <i>passer domesticus</i> ), huiracchuros ( <i>Pheucticus aroventris</i> ).	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b>	
Al ser también muy importante por dotar de agua a la población, se puede llegar al lugar sin permiso, pero si se desea ingresar a la vertiente mismo ya que se encuentra en una cueva la misma que tiene un cerramiento se debe pedir una autorización a la junta administradora de agua potable de la parroquia o a su vez visitarla con unos de los funcionarios de la institución.	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b>	
Proveedor de agua a la población de la parroquia.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Caminatas</li> <li>✓ Observación de avifauna</li> <li>✓ Observación de flora</li> </ul>	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Señalética e información</li> <li>✓ Adecuación del sendero al atractivo</li> </ul>	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Generación de fuentes de empleo</li> <li>✓ Lugar de recreación del turista</li> <li>✓ Difusión del atractivo</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Erosión y compactación del suelo por afluencia de turistas</li> <li>✓ Deterioro parcial del atractivo</li> </ul>	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Actualmente los únicos que acuden al lugar son los funcionarios de la junta administradora de agua de la parroquia por lo que no tiene síntomas de deterioro.	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2</b> Crecimiento de la frontera agrícola.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Segundo orden
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>4.12 Transporte:</b> Coop. Huambaló
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año

<b>7.7 Observaciones:</b>		
La accesibilidad para llegar hasta el atractivo es buena, pero hace falta una señalética en el sendero e información que facilite la llegada del turista.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en el centro de la parroquia, cobertura a telefonía celular (claro y movistar).		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Mirador Llano Grande	<b>10.2 Distancia:</b> 80 metros	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/u organización	4
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		30
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

### Anexo 10.10 Fuentes de agua El Tzigtze

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 006
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Fuentes de agua El Tzigtze	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ambientes Lacustres	
<b>1.8 Subtipo:</b> Vertiente	
	
<b>Figura 8 Fuentes de agua El Tzigtze</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo
<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 771573 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9846541 N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la Parroquia Bolívar	<b>3.2 Distancia:</b> 1,5 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3169 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 20°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 - 900 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Para llegar al atractivo se debe realizar una caminata aproximadamente de 45 minutos desde la cabecera parroquial, en dirección a la comunidad de Quitocucho. Hasta llegar a la vertiente.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Está compuesto por dos vertientes que se unen, existe una planta de tratamiento del agua para que pueda ser utilizada por las comunidades de la parroquia, ofrece una gran variedad de flora y avifauna que se puede observar en el sitio.	

<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
Flora silvestre: Berberis ( <i>Berberis spp.</i> ), Diente de león, Tatora ( <i>Schoenoplectus californicus</i> ), pino ( <i>pinus radiata</i> ), Taraxaco ( <i>Taraxacum officinalis</i> ), Senecio o flor de la primavera ( <i>Dorobaea pimpinellifolia</i> ).	
Fauna silvestre: mirlos ( <i>turdus fuscater</i> ), golondrinas ( <i>hirundo rustica</i> ), huiracchuros ( <i>Pheucticus auroventris</i> ), gorriones ( <i>passer domesticus</i> ), Mirlo negribriloso ( <i>Turdus serranus</i> ).	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b>	
Al ser también muy importante por dotar de agua a la población, para ingresar al lugar se debe pedir una autorización a la junta administradora de agua potable de la parroquia o a su vez visitarla con unos de los funcionarios de la institución.	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b>	
Proveedor de agua a la población de la parroquia.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Caminatas</li> <li>✓ Observación de avifauna</li> <li>✓ Observación de flora</li> </ul>	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Señalética e información</li> <li>✓ Adecuación del sendero al atractivo</li> </ul>	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Generación de fuentes de empleo</li> <li>✓ Lugar de recreación del turista</li> <li>✓ Difusión del atractivo</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Erosión y compactación del suelo por afluencia de turistas</li> <li>✓ Deterioro parcial del atractivo</li> </ul>	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Actualmente los únicos que acuden al lugar son los funcionarios de la junta administradora de agua de la parroquia por lo que no tiene síntomas de deterioro.	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2</b> Crecimiento de la frontera agrícola.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Segundo orden
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>4.13 Transporte:</b> Coop. Huambaló
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	
La accesibilidad para llegar hasta el atractivo es buena, pero hace falta una señalética en el sendero e información que facilite la llegada del turista.	

<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en el centro de la parroquia, cobertura a telefonía celular (claro y movistar).		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Mirador Llano Grande	<b>10.2 Distancia:</b> 80 metros	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/u organización	4
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		31
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

### Anexo 11.10 Pan de Quinua

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 001
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Pan de Quinua	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Gastronomía	
<b>1.8 Subtipo:</b> Gastronomía cotidiana, festiva y artesanal	
	
<b>Figura 9 Pan de Quinua</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo
<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 773433 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9847151 N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la parroquia San Francisco de Bolívar	<b>3.2 Distancia:</b> 0 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2859 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 16°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 - 900 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Barrio central de la parroquia San Francisco de Bolívar	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Gracias a que el sector es un gran productor de Quinua y Amaranto grandes productos como el pan de Quinua salieron al mercado mediante la iniciativa de la asociación de agricultores ASPROBH, este producto se elabora con el 50 % de harina de Quinua un 30% de harina de trigo y el 20% con harina de soya o amaranto. Es comercializado en las ferias ciudadanas en ciudades como Ambato, Quito, Riobamba, etc., con el apoyo de instituciones como el MAGAP y el GAD cantonal de San Pedro de Pelileo.	

<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> La Quinua como materia prima para su elaboración		
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b> No existe ningún tipo de permisos o restricción para poder apreciar del atractivo		
<b>4.8 Usos:</b>		
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b> Alimentación		
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b> ✓ Preservación de costumbres		
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b> ✓ Promoción del atractivo		
<b>4.9 Impactos</b>		
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Preservar costumbres típicas ✓ Difusión del atractivo		
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> ✓ Ningún impacto negativo		
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> Conservado		
<b>5.2 Causas:</b> La elaboración del pan de Quinua es casi diario		
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado		
<b>6.2 Causas:</b> Las autoridades comprometidos con el crecimiento local		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Segundo orden	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.6 Transporte:</b> Coop. Huambaló	
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> Actualmente el Pan de Quinua está siendo expuesto en ferias de productos orgánicos en las diferentes ciudades del país, con el apoyo de instituciones como el MAGAP.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en la parroquia, telefonía celular (claro y movistar), conectividad en buen estado.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Colada de Quinua	<b>10.2 Distancia:</b> 0 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	4

	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/u organización	4
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	Local: 3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		32
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

### Anexo 12.10 Colada de Quinua

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 003
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Colada de Quinua	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Gastronomía	
<b>1.8 Subtipo:</b> Gastronomía cotidiana, festiva y artesanal	
	
<b>Figura 10 Colada de Quinua</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo

<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 773433 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9847151N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la parroquia San Francisco de Bolívar	<b>3.2 Distancia:</b> 0 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2859msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 16°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 - 900 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Barrio centra de la parroquia San Francisco de Bolívar	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> La colada de Quinua es un producto que se prepara en una olla de barro de aproximadamente 30 litros, básicamente su ingrediente principal es propiamente la Quinua en grano con un 60%, y un 20% de zapallo maduro y el otro 20% de mallua además panela, leche y aliños de dulce. Es comercializado también en las ferias ciudadanas en ciudades como Ambato, Quito, Riobamba, etc., con el apoyo de instituciones como el MAGAP y el GAD cantonal de San Pedro de Pelileo.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> La Quinua como materia prima para la elaboración de la colada	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b> No existe ningún tipo de permisos o restricción para poder apreciar del atractivo	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b> Alimentación	
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b> ✓ Preservación de costumbres	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b> ✓ Promoción del atractivo	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Preservar costumbres típicas ✓ Difusión del atractivo	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> ✓ Ningún impacto negativo	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Proceso de deterioro	
<b>5.2 Causas:</b> Las familias han dejado de elaborar la colada de quinua	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b> Las autoridades comprometidos con el crecimiento local	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Segundo orden
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.7 Transporte:</b> Coop. Huambaló
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Actualmente la colada de Quinua está siendo expuesta en ferias de productos orgánicos en las diferentes ciudades del país, con el apoyo de instituciones como el MAGAP.	

<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en la parroquia, telefonía celular (claro y movistar).		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Pan de Quinua	<b>10.2 Distancia:</b> 0 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/u organización	4
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	Local: 3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		31
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

### Anexo 1.10 Fiestas en honor a san Fráncico de Asís

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 002
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Desfile en las fiestas en honor a San Francisco de Asís	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Usos sociales, rituales y actos festivos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Fiestas	



**Figura 11** Desfile en las fiestas en honor a San Francisco de Asís

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo
<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 773394 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9847150 N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la comunidad Huambalito	<b>3.2 Distancia:</b> 2 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2866 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 16°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 - 900 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Calles principales de la parroquia San Francisco de Bolívar	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> El mecanismo de los encargados de mantener las fiestas, funcionaban así:  Cada año se elige priostes que son los encargados de organizar las festividades, la Fiesta de en honor a San francisco de Asís se realiza en la actualidad la última semana de octubre los día3s jueves, viernes, sábado y domingo independientemente de su fecha.  La fiesta empieza una semana antes con la velación del San francisco de Asís en casa de los priostes la comunidad entera asiste a las mismas, posteriormente el jueves es el traslado de San francisco de Asís desde el lugar de velación hasta llegar a la plaza central, acompañado de juegos pirotécnicos en una gran noche le luces que atrae a propios y extraños. Al día siguiente se realiza, en la noche un gran baile general de todo el pueblo con artistas invitados de alto renombre, y el último día de festividades en la tarde comparsas y bailes repetitivos, para terminar la noche al son de la banda de pueblo.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Bailes típicos con usos de vestimenta tradicional de pueblos indígenas ecuatorianos	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b> No existe ningún tipo de permisos o restricción para poder apreciar del atractivo	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b> En ciertas zonas existen cultivos agrícolas de papa y maíz. Y pastar ganado.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b> ✓ Preservación de costumbres	

<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b> ✓ Promoción del atractivo		
<b>4.9 Impactos</b>		
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Preservar costumbres típicas ✓ Difusión del atractivo		
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> ✓ Contaminación visual por el exceso de basura que este produce		
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> Conservado		
<b>5.2 Causas:</b> Se mantiene constante la realización del desfile año tras año		
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado		
<b>6.2 Causas:</b> Las autoridades comprometidos con el crecimiento local		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Segundo orden	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.8 Transporte:</b> Coop. Huambaló	
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> Actualmente las fiestas en honor a San Francisco de Asís se realizan la última semana de octubre independientemente de la fecha que seas.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en la parroquia, telefonía celular (claro y movistar).		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Feria agronómica	<b>10.2 Distancia:</b> 0 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/u organización	4
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	Local: 3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	

TOTAL	33
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>	
<b>Jerarquía II</b>	

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

## Anexo 2.10 Dulce de Zambo

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 004
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Dulce de Zambo	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Gastronomía	
<b>1.8 Subtipo:</b> Gastronomía cotidiana, festiva y artesanal	
	
<b>Figura 12 Dulce de Zambo</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo
<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 773433 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9847151N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la parroquia San Francisco de Bolívar	<b>3.2 Distancia:</b> 0 km

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2859msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 16°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 - 900 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Barrio centra de la parroquia San Francisco de Bolívar	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Esta tradición se ha trasmitido de generación en generación por varios siglos, se prepara en una paila de bronce con dos zambos maduros, panela en barra, aliños de dulce, esencias como ingredientes principales, y un tiempo de elaboración de 3 a 4 horas.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> La Zambo como materia prima para la elaboración de la colada	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b> No existe ningún tipo de permisos o restricción para poder apreciar del atractivo	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b> Alimentación	
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b> ✓ Preservación de costumbres	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b> ✓ Promoción del atractivo	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Preservar costumbres típicas ✓ Difusión del atractivo	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> ✓ Ningún impacto negativo	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Proceso de deterioro	
<b>5.2 Causas:</b> Las familias han dejado de elaborar el dulce de Zambo	
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b> Las autoridades comprometidos con el crecimiento local	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Segundo orden
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.9 Transporte:</b> Coop. Huambaló
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Al no transmitir esta costumbre puede ser que en futuras generación se la pierda y solo se la mantendrá en la memoria.	
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>	
Disponibilidad de servicios de alimentación en la parroquia, telefonía celular (claro y movistar).	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Posee	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Posee	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Posee	

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Colada de Quinoa	<b>10.2 Distancia:</b> 0 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/u organización	3
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	Local: 3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		27
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

### Anexo 15.10 Feria agronómica

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 005
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Feria agronómica	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Etnografía	
<b>1.8 Subtipo:</b> Ferias y mercados	
	
<b>Figura 13 Feria agronómica</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo
<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar
<b>2.5 Coordenadas X:</b> 773413 E	<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9847138N
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la parroquia San Francisco de Bolívar	<b>3.2 Distancia:</b> 0 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2875msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 16°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 - 900 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Barrio centra de la parroquia San Francisco de Bolívar	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Las ferias son organizadas conjuntamente con instituciones como el GAD parroquial el GAD cantonal y el MAGAP durante las fiestas de parroquialización, a la cual se invitan a todas los GAD parroquiales de la provincia los mismos que son encargados de elegir a sus productores los cuales los representaran, ya que se realizan concursos donde se premia al	

mejor stand, la mejor sazón de la gastronomía exhibida, al mejor productor de cuyes, etc.		
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Principales productos agropecuarios de la parroquia		
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b> No existe ningún tipo de permisos o restricción para poder apreciar del atractivo		
<b>4.8 Usos:</b>		
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b> Promociona de la parroquia como un destino agroturístico, interpretación e cada uno de los productos		
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b> ✓ Preservación de costumbres		
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b> ✓ Promoción del atractivo ✓ Señalización turística		
<b>4.9 Impactos</b>		
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Preservar costumbres típicas del atractivo		
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> ✓ Ningún impacto negativo		
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> conservado		
<b>5.2 Causas:</b> La feria se realiza constantemente cada año		
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado		
<b>6.2 Causas:</b> Las autoridades comprometidos con el crecimiento local		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Segundo orden	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.10 Transporte:</b> Coop. Huambaló	
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> Al realizarla por segundo año consecutivo con satisfacción para organizadores y visitantes, es importante para su población por lo que la feria se seguirá realizando.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en la parroquia, telefonía celular (claro y movistar). Conectividad en buen estado		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Colada de Quinua	<b>10.2 Distancia:</b> 150 m	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>

CALIDAD	a) Valor intrínseco b) Valor extrínseco c) Entorno d) Estado de Conservación y/u organización	3 2 5 4
APOYO	a) Acceso b) Servicios c) Asociación con otros atractivos	5 2 3
SIGNIFICADO	a) Local b) Provincial c) Nacional d) Internacional	Local: 3
TOTAL		27
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

### Anexo 16.10 Jardín botánico “La Orquídea Dorada”

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Byron Geovanny Cárdenas	<b>1.2 Ficha N°</b> 006
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	<b>1.4 Fecha:</b> 29/11/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Jardín botánico “La Orquídea Dorada”	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones Técnicas y Científicas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Centros Científicos y Técnicos	
	
<b>Figura 14</b> Desfile en las fiestas en honor a San Francisco de Asís	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Tungurahua	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pelileo
<b>2.3 Parroquia:</b> Bolívar	<b>2.4 Comunidad:</b> Bolívar

<b>2.5 Coordenadas X:</b> 773457 E		<b>2.6 Coordenadas Y:</b> 9847113 N	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>			
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Centro poblado de la parroquia San Francisco de Bolívar		<b>3.2 Distancia:</b> 100 km	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>			
<b>4.1 Altitud:</b> 2875 msnm			
<b>4.2 Temperatura:</b> 5 a 16°C			
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 700 - 900 mm/año			
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Barrio central de la parroquia San Francisco de Bolívar			
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> El jardín Botánico está ubicado en el centro de la parroquia, cuenta con una extensión de 200m <sup>2</sup> con alrededor de 1000 plantas entre ellas 200 tipos de orquídeas, como las Maxilares, Odontogrozo, Bailarinas, Sic noches entre otras, son tanto de la misma zona como rescatadas de diferentes partes del país, su diseño está hecho con materiales de la zona de una forma ecológica, su sendero está formado por piedra del volcán Tungurahua. La entrada es totalmente gratis. Actualmente es utilizado con fines educativos y turísticos, además cuenta con una gran cantidad de artículos antiguos que son exhibidos también.			
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>			
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b> No existe ningún tipo de permisos o restricción para poder apreciar del atractivo			
<b>4.8 Usos:</b>			
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b> Uso educativo			
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b> ✓ Caminatas, observación de flora			
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b> ✓ Promoción del atractivo, ✓ Señalización turística.			
<b>4.9 Impactos</b>			
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> ✓ Generación de fuentes de empleo ✓ Conservación de especies ✓ Difusión del atractivo			
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> ✓ Proceso de deterioro del atractivo			
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>			
<b>5.1 Estado:</b> Conservado			
<b>5.2 Causas:</b> Existe un gran interés por la propietaria por conservar el atractivo			
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>			
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado			
<b>6.2 Causas:</b> Las autoridades comprometidos con el crecimiento local			
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>			
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre		<b>7.2 Subtipo:</b> Segundo orden	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena		<b>7.11 Transporte:</b> Coop. Huambaló	
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria		<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> Parte de la comunidad no sabe de la existencia, lo que nos indica que se necesita un mayor apoyo para su promoción no			

solo local, sino que también a nivel nacional.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en la parroquia, telefonía celular (claro y movistar). Conectividad en buen estado		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> ✓ Colada de quinua	<b>10.2 Distancia:</b> 100 m.	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/u organización	3
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	Local: 3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		29
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga

### Anexo 3.10 Complejo recreacional “El Bosque”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Byron Geovanny Cárdenas	1.2 Ficha N° 007
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra; Ing. Danilo Guilcapi	1.4 Fecha: 29/11/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Complejo recreacional “El Bosque”	
1.6 Categoría: Manifestación cultural	
1.7 Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas	
1.8 Subtipo: Arquitectura civil	
	
<b>Figura 15 Complejo Recreacional “EL Bosque”</b>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Tungurahua	2.2 Ciudad y/o Cantón: Pelileo
2.3 Parroquia: Bolívar	2.4 Comunidad: Bolívar
2.5 Coordenadas X: 773992 E	2.6 Coordenadas Y: 9847315N
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Centro poblado de la parroquia San Francisco de Bolívar	3.2 Distancia: 100 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 2818 msnm	
4.2 Temperatura: 5 a 16°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 700 - 900 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo Barrio central de la parroquia San Francisco de Bolívar	
4.5 Descripción del atractivo El Complejo Recreacional está ubicado en el barrio Oriente vía a Huambaló, cuenta con una extensión de 300m <sup>2</sup> aproximadamente con un cerramiento de pino, posee una cancha de Vóley, una cancha de indor futbol, senderos, una tarabita, y muchos espacios verdes para el descanso de los visitantes, también existe un museo con artículos de la parroquia como monedas antiguas, documentos, libros, herramientas antiguas y una gran colección personal de los tipos de ceniza de volcán Tungurahua desde que la actividad volcánica se reactivó en el año de 1999.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	

<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b> No existe ningún tipo de permisos o restricción		
<b>4.8 Usos:</b>		
<b>4.8.1 Usos Actuales:</b> Uso educativo, uso recreacional		
<b>4.8.2 Usos Potenciales:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Caminatas <input checked="" type="checkbox"/> Recreación <input checked="" type="checkbox"/> Distracción		
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Promoción del atractivo, <input checked="" type="checkbox"/> Señalización turística.		
<b>4.9 Impactos</b>		
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> <input checked="" type="checkbox"/> Generación de fuentes de empleo <input checked="" type="checkbox"/> Difusión del atractivo		
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> <input checked="" type="checkbox"/> Deterioro del atractivo		
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> Alterado		
<b>5.2 Causas:</b> Existe un gran interés por el propietario por conservar el atractivo y al momento se encuentra en procesos de mejora dentro del área.		
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado		
<b>6.2 Causas:</b> Las autoridades comprometidos con el crecimiento local		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Segundo orden	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.12 Transporte:</b> Coop. Huambaló	
<b>7.5 Frecuencia:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> En la actualidad las instalaciones del complejo están en mantenimiento y remodelación por el crecimiento del pino que existe en el área.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Disponibilidad de servicios de alimentación en la parroquia, telefonía celular (claro y movistar). Conectividad en buen estado		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Posee		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Posee		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Posee		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Colada de quinua	<b>10.2 Distancia:</b> 1 km.	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>

CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o organización	3
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	Local: 3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		29
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		

Realizado por: Byron G. Cárdenas Zúñiga