

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN SAN FELIPE DE OÑA, PROVINCIA DEL AZUAY.

PATRICIA VERÓNICA ORDÓÑEZ YUMBILLO

TESIS

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

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

RIOBAMBA- ECUADOR

2011

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS

El suscrito TRIBUNAL DE TESIS, CERTIFICA QUE: la memoria de Tesis titulada “DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN SAN FELIPE DE OÑA, PROVINCIA DEL AZUAY”, de responsabilidad de la señorita egresada *Patricia Verónica Ordóñez Yumbillo*, ha sido prolijamente revisada, quedando autorizada la presentación y defensa.

Ing. Luís Quevedo.

DIRECTOR

Ec. Flor Quinchuela.

MIEMBRO

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

Riobamba, Mayo de 2011

DEDICATORIA

Este proyecto le dedicó a quien ha permitido que la sabiduría dirija y guíe mis pasos. Ha sido el todopoderoso, quien ha iluminado mi sendero cuando más oscuro ha estado. Ha sido el creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente mi trabajo a Dios, a mi madre que es la única persona que confió y fue el pilar fundamental en mi vida. Sin ella, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ello el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general.

Con mucho amor y cariño

Patricia Verónica Ordoñez Yumbillo

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de todos los que formamos el grupo de trabajo. Por esto agradezco al director de Tesis el Ing. Luis Quevedo, Eco. Flor Quinchuela, mi compañera Anita Macas y mi persona, quienes a lo largo de este tiempo han puesto a prueba sus capacidades y conocimientos en el desarrollo de este proyecto el cual ha finalizado llenando todas nuestras expectativas. A mi madre quien a lo largo de toda mi vida me apoyado y motivado mi formación académica, creyendo en mi en todo momento y no dudo de mis habilidades. A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a la Escuela de Ecoturismo la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Patricia Verónica Ordóñez Yumbillo

CUADRO DE CONTENIDOS

I.	DISEÑO DE UN PRODUCTO TURISTICO PARA EL CANTÓN SAN FELIPE DE OÑA, PROVINCIA DEL AZUAY.....	1
II.	INTRODUCCIÓN.....	1
A.	JUSTIFICACIÓN.....	2
B.	OBJETIVOS.....	3
C.	HIPÓTESIS.....	3
III.	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	4
A.	EL TURISMO.....	4
B.	ECOTURISMO.....	5
C.	DIAGNOSTICO SITUACIONAL TURISTICO.....	5
D.	ANALISIS FODA.....	6
E.	ESTUDIO MERCADO.....	7
F.	PRODUCTOS TURÍSTICOS.....	15
G.	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	19
H.	ANÁLISIS ECONÓMICO.....	21
I.	ANÁLISIS FINANCIERO.....	22
IV.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	25
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	25
B.	MATERIALES Y EQUIPOS.....	26
C.	METODOLOGÍA.....	27
V.	RESULTADOS.....	34
A.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN.....	34
B.	ESTUDIO DE MERCADO.....	155
C.	DISEÑO DEL PRODUCTO TURISTICO.....	199
D.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	248
VI.	CONCLUSIONES.....	255
VII.	RECOMENDACIONES.....	257
VIII.	RESUMEN.....	258
IX.	SUMARY.....	259
X.	BIBLIOGRAFÍA.....	260
IX.	ANEXOS.....	262

LISTA DE CUADROS

Cuadro No. 01: Centro de salud.....	41
Cuadro No. 02: Instituciones educativas.	41
Cuadro No. 03: Vías de primer orden.....	43
Cuadro No. 04: Vias de segundo y tercer orden.	43
Cuadro No. 05: Cooperativa de transporte con frecuencia diaria.....	43
Cuadro No. 06: Fauna representativa del lugar.	48
Cuadro No. 07: Flora representativa.....	49
Cuadro No. 08: Plantas medicinales.....	50
Cuadro No. 09: Elevaciones existentes.....	50
Cuadro No. 10: Hidrografía.....	51
Cuadro No. 11: Servicio de alimentación Parroquia Oña.....	53
Cuadro No. 12: Servicio de hospedaje Parroquia Susudel.	54
Cuadro No. 13: Servicio de alimentación Parroquia Susudel.....	54
Cuadro No. 14: Lugar de esparcimiento Parroquia Susudel.....	55
Cuadro No. 15: Ficha del inventario atractivo natural Mirador de Mauta	56
Cuadro No. 16: Ficha del inventario atractivo natural Loma de Calvario.....	59
Cuadro No. 17: Ficha del inventario atractivo natural Peñas de Chacalata.....	62
Cuadro No. 18: Ficha del inventario atractivo natural Cerro Cortado de Uduzhapa...	65
Cuadro No. 19: Ficha del inventario natural Tinajas naturales de Pullcanga.....	68
Cuadro No. 20: Ficha del inventario natural Cascada Rodeo I.	71
Cuadro No. 21: Ficha del inventario natural Casca Rodeo II	74
Cuadro No. 22: Ficha del inventario natural Cascada Chorro Blanco.....	77
Cuadro No. 23: Ficha del inventario natural Cascada de Inga Chaca	80
Cuadro No. 24: Ficha del inventario natural Laguna Yanacocha Negra.....	83
Cuadro No. 25: Ficha del inventario natural Laguna la Niña.....	86
Cuadro No. 26: Ficha del inventario natural Las tres lagunas.....	89
Cuadro No. 27: Ficha del inventario natural Union de los ríos Negro y Rodeo.....	92
Cuadro No. 28: Ficha del inventario natural Río San Felipe de Oña.	95
Cuadro No. 29: Ficha del inventario natural Río León.....	98
Cuadro No. 30: Ficha del inventario natural Bosque primerio de Zhidil	101
Cuadro No. 31: Ficha del inventario cultural Camino del Inca	104
Cuadro No. 32: Ficha del inventario cultural Barrio San Francisco.....	107
Cuadro No. 33: Ficha del inventario cultural Iglesia de Susudel	110
Cuadro No. 34: Ficha del inventario cultural Puente Viejo.....	113
Cuadro No. 35: Ficha del inventario cultural Molino de Piedra.....	116
Cuadro No. 36: Ficha del inventario cultural Pucara.....	119
Cuadro No. 37: Ficha del inventario cultural Cerro Putushio	122
Cuadro No. 38: Ficha del inventario cultural Tequila Artesana.....	125
Cuadro No. 39: Ficha de inventario cultural Fábrica de Ladrillos	127
Cuadro No. 40: Ficha del inventario cultural Calendario de Fiestas	136
Cuadro No. 41: Resumen de inventarios de atractivos naturales	143
Cuadro No. 42: Resumen de inventario de atractivos culturales.....	144
Cuadro No. 43: Análisis FODA.....	145
Cuadro No. 44: Análisis CPES.....	149
Cuadro No. 45: Edad turistas nacionales.....	156
Cuadro No. 46: Género turistas nacionales.	157
Cuadro No. 47: Procedencia de turistas nacionales.....	158

Cuadro No. 48: Ocupación de turistas nacionales.	159
Cuadro No. 49: Le gustaría conocer el cantón Oña turistas nacionales	160
Cuadro No. 50: Aceptación del producto turistas nacionales.	161
Cuadro No. 51: Usted viaja a través de turistas nacionales	162
Cuadro No. 52: Motivo de su viaje turistas nacionales	163
Cuadro No. 53: Con quién viaja turistas nacionales.	164
Cuadro No. 54: Con cuántas personas viaja turistas nacionales.	165
Cuadro No. 55: Actividades que incluye el producto turistas nacionales	166
Cuadro No. 56: Servicios que prefiere los turistas nacionales.	167
Cuadro No. 57: Cuántos días le gustaría permanecer en Oña.	168
Cuadro No. 58: Cuánto estaría dispuesto a pagar turista nacional.	169
Cuadro No. 59: En que época del año suele viajar turista nacional.....	170
Cuadro No. 60: Medios de información de los turistas nacional.....	171
Cuadro No. 61: Edad de turista extranjero.	173
Cuadro No. 62: Género de turista extranjero.....	174
Cuadro No. 63: Procedencia de turista extranjero.	175
Cuadro No. 64: Ocupación de turista extranjero.	176
Cuadro No. 65: Le gustaría conocer el cantón Oña turista extranjero.....	177
Cuadro No. 66: Aceptación del producto turista extranjero	178
Cuadro No. 67: Usted viaja a través de turista extranjero	179
Cuadro No. 68: Motivo de su viaje de turista extranjero.....	180
Cuadro No. 69: Con quien viaja turista extranjero	181
Cuadro No. 70: Con cuántas personas viaja turista extranjero	182
Cuadro No. 71: Actividades que incluye el producto turista extranjero.....	183
Cuadro No. 72: Servicios que prefiere los turistas extranjeros.....	184
Cuadro No. 73: Cuántos días de gustaría permanecer turista extranjero.	185
Cuadro No. 74: Cuánto estaría dispuesto a pagar turista extranjero.....	186
Cuadro No. 75: En que época del año suele viajar turista extranjero.....	187
Cuadro No. 76: Medios de información turista extranjero	188
Cuadro No. 77: Proyección de la demanda potencial	190
Cuadro No. 78: Servicios que ofrece Oña y Susudel.....	193
Cuadro No. 79: Atractivos naturales y culturales del cantón Saraguro	194
Cuadro No. 80: Proyección de la oferta nacional extranjera	197
Cuadro No. 81: Proyección de la confrontación de la demanda vs oferta.....	198
Cuadro No. 82: Proyección de la demanda objetiva 10%.	198
Cuadro No. 83: Costo del paquete 1.	204
Cuadro No. 84: Costo del paquete 2.	208
Cuadro No. 85: Costo del paquete 3.	212
Cuadro No. 86: Costo del paquete 4.	216
Cuadro No. 87: Costo del paquete 5.	219
Cuadro No. 88: Porcentaje de aceptación de los paquetes.	222
Cuadro No. 89: Distribución del punto de equilibrio.	223
Cuadro No. 90: Plan de capacitación a los prestadores de servicios.	224
Cuadro No. 91: Capacitación para el área de administración.....	225
Cuadro No. 92: Capacitación para el área de guianza.	227
Cuadro No. 93: Capacitación para el área alimentación.....	228
Cuadro No. 94: Capacitación para el área organización y cultura.....	230
Cuadro No. 95: Capacitación para el área de hospedaje.....	231
Cuadro No. 96: Presupuesto para las áreas de capacitación.	232
Cuadro No. 97: Diseño de casetas de descanso.	233

Cuadro No. 98: Diseño de basureros	234
Cuadro No. 99: Diseño de letreros informativos del mapa de la ruta.....	235
Cuadro No. 100: Diseño de letreros informativos del mapa atractivos comunidad.	235
Cuadro No. 101: Diseño de letreros informativos de las normas del sendero.....	236
Cuadro No. 102: Canales de comercialización.....	238
Cuadro No. 103: Canales de comunicación.....	239
Cuadro No. 104: Medios de difusión del producto.....	240
Cuadro No. 105: Activos del área comercial.....	250
Cuadro No. 106: Activos del área técnica.	250
Cuadro No. 107: Activos diferidos del área comercial y técnica.	251
Cuadro No. 108: Activos diferidos área técnica.	251
Cuadro No. 109: Remuneración del personal.....	252
Cuadro No. 110: Resumen de inversiones del proyecto.....	252
Cuadro No. 111: Depreciación de activos fijos.....	253
Cuadro No. 112: Amortización de activos diferidos.....	253
Cuadro No. 113: Costos y gastos del proyecto.....	253
Cuadro No. 114: Ingreso por producto vendido.	254
Cuadro No. 115: Estado resultado.....	254
Cuadro No. 116: Flujo de caja.....	255
Cuadro No. 117: Flujo de caja actualizada.....	256
Cuadro No. 118: Análisis financiero del proyecto.....	256

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico No. 01: Población por sexo.....	36
Gráfico No. 02: Migración.....	37
Gráfico No. 03: Nivel de instrucción.....	37
Gráfico No. 04: Edad turistas nacionales.....	156
Gráfico No. 05: Género turistas nacionales.	157
Gráfico No. 06: Procedencia de turistas nacionales.	158
Gráfico No. 07: Ocupación de turistas nacionales.....	159
Gráfico No. 08: Le gustaría conocer el cantón Oña turistas nacionales.....	160
Gráfico No. 09: Aceptación del producto turistas nacionales.	161
Gráfico No. 10: Usted viaja a través de turistas nacionales	162
Gráfico No. 11: Motivo de su viaje turistas nacionales.....	163
Gráfico No. 12: Con quién viaja turistas nacionales.	164
Gráfico No. 13: Con cuántas personas viaja turistas nacionales.	165
Gráfico No. 14: Actividades que incluye el producto turistas nacionales.....	166
Gráfico No. 15: Servicios que prefiere los turistas nacionales.	167
Gráfico No. 16: Cuántos días le gustaría permanecer en Oña.....	168
Gráfico No. 17: Cuánto estaría dispuesto a pagar turista nacional.....	169
Gráfico No. 18: En que época del año suele viajar turista nacional.....	170
Gráfico No. 19: Medios de información de los turistas nacional.	171
Gráfico No. 20: Edad de turista extranjero.....	173
Gráfico No. 21: Género de turista extranjero.	174
Gráfico No. 22: Procedencia de turista extranjero.....	175
Gráfico No. 23: Ocupación de turista extranjero.....	176
Gráfico No. 24: Le gustaría conocer el cantón Oña turista extranjero.....	177
Gráfico No. 25: Aceptación del producto turista extranjero.....	178
Gráfico No. 26: Usted viaja a través de turista extranjero.....	179
Gráfico No. 27: Motivo de su viaje de turista extranjero.....	180
Gráfico No. 28: Con quien viaja turista extranjero.....	181
Gráfico No. 29 : Con cuántas personas viaja turista extranjero.....	182
Gráfico No. 30: Actividades que incluye el producto turista extranjero.....	183
Gráfico No. 31: Servicios que prefiere los turistas extranjeros.....	184
Gráfico No. 32: Cuántos días de gustaría permanecer turista extranjero.	185
Gráfico No. 33: Cuánto estaría dispuesto a pagar turista extranjero.....	186
Gráfico No. 34: En que época del año suele viajar turista extranjero.....	187
Gráfico No. 35: Medios de información turista extranjero.....	188

LISTA DE FOTOS

Foto No. 01: Mirador de Mauta	56
Foto No. 02: Loma de Calvario	59
Foto No. 03: Peñas de Chacalata.	62
Foto No. 04: Cerro Cortado de Uduzhapa.	65
Foto No. 05: Tinas naturales de Pullcanga.	68
Foto No. 06: Cascada Rodeo I.	71
Foto No. 07: Casca Rodeo II	74
Foto No. 08: Cascada Chorro Blanco	77
Foto No. 09: Cascada de Inga Chaca.....	80
Foto No. 10: Laguna Yanacocha Negra.....	83
Foto No. 11: Laguna la Niña	86
Foto No. 12: Las tres lagunas	89
Foto No. 13: Union de los ríos Negro y Rodeo	92
Foto No. 14: Río San Felipe de Oña.....	95
Foto No. 15: Río León	98
Foto No. 16: Bosque primerio de Zhidil.....	101
Foto No. 17: Camino del Inca.....	104
Foto No. 18: Barrio San Francisco	107
Foto No. 19: Iglesia de Susudel	110
Foto No. 20: Puente Viejo.....	113
Foto No. 21: Molino de Piedra.	116
Foto No. 22: Pucara	119
Foto No. 23: Cerro Putushio	122
Foto No. 24: Tequila Artesanal.....	125
Foto No. 25: Fábrica de Ladrillos	127

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN SAN FELIPE DE OÑA PROVINCIA DEL AZUAY.

II. INTRODUCCIÓN.

El Turismo en nuestro país es una actividad que involucra a muchos sectores de la economía, transformándose en un reto que podría aportar, en un futuro cercano, importantes ingresos al país. Al turismo se debe integrar las actividades como turismo cultural, turismo de aventura, turismo de naturaleza y turismo de salud. Debido a la posición geográfica favorable con la que cuenta nuestro país, sus cuatro regiones y sobre todo los visitantes requieren de información precisa de los atractivos y las innumerables actividades que se pueden realizar en cada rincón de nuestro hermoso Ecuador.

En la actualidad el diseño y la comercialización de productos turísticos es una labor de gran importancia y utilidad en el ámbito público y privado del momento. Su adecuado abordaje requiere el conocimiento y la aplicación de algunos conceptos básicos que permiten desarrollar dicha labor de manera apropiada y profesional.

La competitividad y la oferta de productos turísticos en el mercado, tienden a satisfacer las expectativas de turismo. Estos productos deben responder tanto a las expectativas y deseos de los consumidores potenciales, como a las características estructurales y formales del entorno como un todo y de la competencia turística en partículas. La oferta y la demanda turística se presentan como las principales fuerzas consolidadoras que ejercen presión e interactúan de una forma dinámica de pedir y dar, comprar y vender.

Es importante conocer las diferentes funciones de los canales de distribución para obtener éxito en las acciones emprendidas por la empresa y la nueva estructura de distribución de productos turísticos debe estar al alcance de los clientes y la empresa.

El mercado turístico actual se caracteriza por la introducción permanente de cambios, la práctica de estrategias renovadas, la acción dirigida, la búsqueda continua de respuesta a las necesidades del consumidor por esta razón el Municipio del cantón San Felipe de Oña busca dar a conocer al turista nacional y extranjero que es poseedor de una riqueza natural, cultural y de un gran potencial turístico basado en perspectivas ecológicas de aventura, familiares y de

montaña. Además el establecimiento del producto turístico para el mercado, es vital mantener siempre un estado de conciencia de la importancia que juega la conservación y preservación de los recursos naturales en la vida de toda humanidad por lo que siempre será necesario un plan de protección del medio ambiente tanto en el presente como en el futuro.

A. JUSTIFICACIÓN.

El Municipio de San Felipe de Oña, requiere el diseño de un producto turístico cuyos principales componentes sean los atractivos, incluyendo una gran variedad de facilidades y servicios complementarios que se adapten a las necesidades de los consumidores turísticos.

De esta manera se posibilita programar la oferta para crear un producto turístico nuevo; combinando atractivos y servicios que generalmente se compran por separado (hospedaje, alimentación, transporte, información, recreación, etc.), ofreciéndolos como un producto único, integrado con precio fijo y en una sola transacción. Es importante también determinar todos los materiales informativos que luego alimentarán la fase de promoción y comercialización. Considerando que los canales de distribución tienen el objetivo de lograr que un producto turístico esté disponible para todas las posibles personas que lo quieran utilizar.

Todos estos elementos se deben manejar con criterios de reciprocidad y complementariedad entre la comunidad, el empresario turístico, el cliente y los recursos de base, que permitan alcanzar un desarrollo sostenible del cantón, y este a su vez sea parte del progreso del sector turístico de la provincia del Azuay.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

- a. Diseñar un producto turístico para el cantón San Felipe de Oña, Provincia del Azuay

2. Objetivo Específicos

- a. Elaborar el diagnóstico situacional del cantón San Felipe de Oña.
- b. Realizar el estudio de mercado del cantón.
- c. Diseñar el producto turístico para el cantón.
- d. Definir la viabilidad económica-financiera del proyecto.

C. HIPÓTESIS

1. Hipótesis de trabajo.

El Cantón San Felipe de Oña al estructurar un producto turístico permite poner en valor los recursos turísticos naturales como culturales dando a conocer como un destino turístico e iniciar un proceso de desarrollo turístico el mismo que contribuirá al beneficio económico, sociocultural y ambiental, mejorando así la calidad de vida de sus territorios.

I. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.

A. EL TURISMO.

La Organización Mundial de Turismo OMT (1999), enuncia que “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.”

“El turismo se considera como todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organizaciones que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar” (ARTILLAGA, 1966).

1. Turismo Sostenible.

“El turismo es una afición a viajar por el gusto de recorrer un país en un sentido amplio, o también en la visita de una persona o grupo a diversos lugares sean urbanos o rurales con el fin de conocerlos y disfrutarlos con un objetivo meramente recreativo”

La OMT, (1991) Manifiesta que para realizar un “turismo sostenible se requiere de una buena gestión ambiental, aunque no necesariamente tiene que basarse en la naturaleza ni ser educativo; a su vez necesita de todas las herramientas del desarrollo sostenible, como nuevas tecnologías, cambios en el comportamiento social, nuevas leyes ambientales, herramientas corporativas de gestión ambiental, mejor planificación y procedimientos de control del desarrollo.

Por tanto, el turismo sostenible es todo aquel turismo basado en el aprovechamiento racional de los recursos naturales y culturales que contribuye a un desarrollo sostenible.

“Un desarrollo en el cual el turismo es promovido y mantenido en un área (comunidad y entorno) en una forma y a una escala tal que pueda permanecer siendo viable para un periodo indefinido, el mismo tiempo que no altere el medio ambiente (humano y físico) en el cual se desenvuelve, que no altere o impida el desarrollo y bienestar de otras actividades.”

A. ECOTURISMO

1. Definición

Es una alternativa de desarrollo turístico sustentable, gestionada en forma participativa por sus actores y localizada en áreas naturales, con el objeto de apoyar económicamente al mejoramiento de las condiciones de vida de la población involucrada, al financiamiento de las actividades de conservación mediante la presentación de servicios turísticos con eficiencia ambiental, que permitan al turista satisfacer sus necesidades de ocio. (GARCÉS F, 1995).

El ecoturismo no sólo tiene un papel significativo en la lucha contra la pobreza, tal como ha sido reconocido en la reciente Cumbre del Desarrollo Sostenible, efectuada en Johannesburgo, Sudáfrica. Además, ofrece características ideales para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa y brinda una oportunidad a las comunidades rurales ubicadas en lugares remotos, cuyo acceso a las inversiones o fondos públicos es limitado, pero que cuentan con un paisaje inolvidable, una importante diversidad biológica o una cultura particular. (GARCÉS F, 1995).

C. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino.

Desde este punto de vista, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que nos permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. En definitiva, constituye el punto de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística.

El diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística. (RICAURTE, C.)

D. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

- **Fortalezas.**

Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, por las que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

- **Oportunidades.**

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

- **Debilidades.**

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

- **Amenazas.**

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. (GLAGOVSKY, H., 2009)

E. ESTUDIO DE MERCADO.

1. Marketing

Marketing es el proceso social, orientado hacia la satisfacción de las necesidades y deseos de los individuos y organizaciones para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios generadores de utilidades. (IGLESIAS, 1998).

El enfoque del marketing no solo se basa en el estudio del consumidor y en satisfacer sus necesidades sino en diseñar la forma en que la empresa va a desempeñar sus actividades y las relaciones con el entorno.

2. Marketing Turístico

El Marketing Turístico identifica todas las necesidades que tiene el usuario y planifica las acciones que deberá realizar la empresa para que éste quede plenamente satisfecho. (IGLESIAS, 1998).

3. Oferta

La oferta es el conjunto de bienes, servicios, recursos e infraestructura que existen en el determinado mercado para el uso y disfrute de los turistas. (IGLESIAS, 1998)

3. Análisis de la Oferta Turística.

La oferta es el conjunto de bienes, servicios, recursos e infraestructura que existen en el determinado mercado para el uso y disfrute de los turistas. (IGLESIAS, 1998).

La oferta turística está constituida por los servicios directos e indirectos que se ofrecen a través de la planta turística instalada, siendo la naturaleza en todos sus componentes el principal patrimonio que interviene en este proceso.

a. Atractivos Turísticos

“Todo lugar que constituya un destino turístico deben tener una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros, estas características desde el punto de vista del visitante se denominan atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante. Estos atractivos se clasifican en naturales y culturales”. (CARDENAS, F.1991).

“Los atractivos naturales son los creados por la naturaleza. Es decir que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana. Los atractivos culturales son aquellos elementos en que intervienen o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por bienes culturales o comerciales” (CARDENAS, F.1991).

b. Planta Turística

Una vez que la actividad turística permite la explotación de los atractivos, se establece un proceso productivo alrededor de estos; una combinación de bienes y servicios que forman la planta turística. La misma que está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista. Fundamentalmente son: transporte, alojamiento, recreación, servicios de apoyo”. (CARDENAS, F.1991).

c. Infraestructura

“En la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas.”(BOULLON, R.1990).

d. Superestructura

“La superestructura turística, comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encardados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario el funcionamiento de cada uno de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples servicios que componen el producto turístico”. (BOULLON, R.1990).

5. Demanda

La demanda de un producto o servicio turístico es la cantidad del mismo que desea y puede adquirir un colectivo en determinadas condiciones.

Está compuesto de todos aquellos turistas que, de forma individual o colectiva, se desplazan fuera de su domicilio habitual, motivados por los productos o servicios turísticos, con el objeto de cubrir sus necesidades de ocio, recreo, descansa, esparcimiento, cultura, etc., en sus periodos vacacionales, profesionales o empresariales conocido como turismo de negocio. (IGLESIAS, 1998).

- a. Demanda potencial.-** Su cálculo se basa en datos generales de afluencia turística de fuentes secundarias registradas en estadísticas de agencias del gobierno como Centros de Estadísticas y Censos, Ministerio de Turismo, Regionales de Turismo, Unidades de Turismo de Municipios y Consejos Provinciales, otros estudios similares, etc.

- b. Demanda objetivo.-** Es la parte de la demanda potencial que ha sido prefijada para ser captada en un lapso temporal definido. Al analizar la demanda potencial se obtienen dimensiones exorbitantes de demanda, por lo cual el siguiente paso consiste en fijar una demanda objetivo, representada por un porcentaje de la potencial (Se recomienda que no debe exceder más del 10%), que conservadora u optimista cabrá esperar los esfuerzos de comercialización y un producto competitivo previamente diseñado.

6. El producto turístico y su estudio de mercado.

El producto turístico está conformado por un conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un bienestar material y espiritual de forma individual o en una amplia gama de combinación resultados de las necesidades requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

El producto se identifica por sus propiedades físicas, por la utilidad o servicio que presta a quien lo posee y por el contenido simbólico que le otorga el comprador, el cual varía de uno a otro y se modifica con el paso del tiempo.

1. Factores explicativos de la demanda turística.

a. Relativos a las unidades demandantes.

- 1). Socioeconómicas.-** Se analizan variables como profesión, ocupación, nivel de ingresos, edad, número de familia, posesión de bienes, sexo, nivel de educación, acceso a medios de comercialización (cómo y a través de qué medio se informa antes de llegar al sitio)

2).Geográficas.- Territorialmente el espacio de compraventa se traslada continuamente a las zonas donde habitan los viajeros reales o potenciales ello obliga a manejar variables como el origen o lugar de procedencia o residencia (continente, país, estado, región, etc.), lugar de contacto con la agencia de viajes. Esta variable aporta información para los futuros esfuerzos de comercialización de la empresa tanto en su fase pre operativo como a lo largo de su vida útil.

3). Motivacionales.- La variable motivacional proporciona valiosa información para los criterios de localización y envergadura de inversión, y aún para el diseño de las instalaciones cuando el proyecto incluye edificaciones. La motivación del viaje también mostrará indicios sobre la organización de la empresa así como el tipo de personal que se requiera. Se analizará segmentos Motivacionales como: Negocios, actividades profesionales, vacaciones, congresos, etc.

b. Hábitos de consumo, gustos y preferencias:

1). Hábitos de consumo.- Se refiere a las formas cómo usualmente el consumidor compra los bienes y servicios y los hábitos de consumo. Así se analiza el uso de agencias de viajes, la forma de viaje (grupal, individual), los atractivos relevantes, los lugares más visitados, la opinión sobre precio y calidad, la forma de pago, la distribución del gasto, (pago por cada servicio o paquete todo incluido), forma de pago (con tarjeta de crédito o en efectivo).

2). Gustos y preferencias.- Se refiere a conocer sus gustos como zonas de camping, refugios de vida silvestre, canchas deportivas, piscinas, gimnasios, etc.

7. Proveedores de servicios.

Según (ACERENZA, M.1996), los proveedores de servicios son los siguientes:

a. Transporte.

La finalidad de los medios de transportación dentro del sistema turístico es la de permitir el desplazamiento del turista desde el lugar de origen hasta destino, o los destinos que haya seleccionado para pasar sus vacaciones y el de su regreso el punto de partida. Los medios de transportación por tanto hacen posibles el acceso al lugar en el cual se localizan los atractivos turísticos.

El producto se identifica por sus propiedades físicas, por la utilidad o servicio que presta a quien lo posee y por el contenido simbólico que le otorga el comprador, el cual varía de un individuo a otro y se modifica con el paso del tiempo.

b. Alojamiento.

Los servicios de alojamiento por su parte hacen posibles la permanencia del turista en el lugar de destino.

A través del tiempo, se han adoptado a los requerimientos y las posibilidades económicas de los distintos tipos de viajeros de manera tal que en la actualidad existe una gama muy amplia de tipos de alojamiento, así como categorías dentro de cada una de ellas.

c. Alimentación.

La alimentación juega un principal papel a la hora de ofrecer un servicio, al igual que el alojamiento este se diversifica de acuerdo a la economía que posee el turista, se ha llegado a caracterizarlo de acuerdo a precios, lugar, variedad, especialidad, etc.

8. Elementos previos para la elaboración del producto turístico.

(CÁRDENAS, F. 1994), Aspectos previos que son indispensables para la elaboración de un producto turístico.

a. Necesidad del comprador.

En un mercado competitivo como el del turismo los operadores deben conocer minuciosamente los deseos de los compradores de manera que estén en condiciones de ofrecer el producto más conveniente.

c. Visión del consumidor.

Si estamos convencidos de la necesidad de conceder el producto pensando en los visitantes, resulta fundamentalmente renunciar a una definición objetivo del mundo para reemplazarla por la visión del consumidor.

d. Atributos de orden psicológico y sociológico.

Los atributos del producto no solo pueden considerarse desde la óptica industrial, como opinan muchas personas a consecuencia de teorías económicas obsoletas. El producto tiene atributos de orden psicológico, sociológico, en tanto satisface una necesidad humana.

9. Estructuración de un producto turístico.

(CÁRDENAS, F. 1994). Manifiesta que: “En la estructuración de un producto turístico, debe definirse claramente:

¿Qué se debe ofrecer? (Playa, paisaje, cultura, termales, congresos) ¿A quién se debe ofrecer? (Según la profesión sexo, edad, gustos) ¿Cuándo se debe ofrecer? (En temporada alta, baja, todo el año)

¿En donde se debe ofrecer? (Agencia, hoteles, empresas, internet, ferias)

¿Cómo se debe ofrecer? (Paquetes individuales, combinados)

10. Los recursos indispensables para estructurar un producto turístico son:

(CÁRDENAS, F. 1994)

- Atractivos
- Facilidades
- Acceso

11. Consideraciones básicas para el diseño de productos turísticos.

- Objetivo del producto.
- Satisfacer necesidades y/o deseos de los consumidores.
- Generan preferencia con respecto a los productos competidores.
- Logra eficiencia (procesos) y eficacia resultados.
- Imprimir carácter de diferenciación y valor agregado un plus por el mismo precio.

(CÁRDENAS, F. 1994)

12. Ciclo de vida de los productos.

(CÁRDENAS, F. 1994). Son las etapas en la evolución en la vida de los productos, las fases que estos recorren en el transcurso del tiempo, estas son:

Introducción, corresponde al lanzamiento del producto, suele tener un desarrollo rápido que se da en función de las características del producto y del mercado.

- Exploración: análisis y diagnóstico preliminar del producto; primeros turistas.
- Implantación: puesta en operación; incremento en el número de turistas.
- Desarrollo: nuevas facilidades y servicios.
- Crecimiento: alcanza el techo máximo de crecimiento.
- Consolidación: controles para garantizar la sostenibilidad.
- Madurez: estabilización; iniciación del declive.
- Deterioro: destrucción o pérdida de calidad del producto o destino.
- Estabilización: acciones para mantener el mercado existente.
- Rejuvenecimiento: esfuerzos para introducir cambios y mejoras sustanciales.

F. PRODUCTOS TURÍSTICOS.

(**DAHDÁ, J.1996**), El producto turístico es el conjunto de atractivos equipamiento, servicios, infraestructura y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación de servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior al sitio de partida.

(**CARDENAS, F.1994**), El producto turístico está conformado por un conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un bienestar material y espiritual de forma individual.

1. Características del Producto Turístico

a. Intangibilidad. Los productos turísticos tienen unas componentes tangibles y otras intangibles.

La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Esta componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

b. Caducidad. Los productos turísticos no se pueden almacenar.

c. Agregabilidad y sustituibilidad. El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.

d. Heterogeneidad. El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

e. Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo.

Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén clientes y prestatario en el momento del consumo.

Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras.

Su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.

2. Diseño del producto.

Define el nombre, itinerario, los servicios que se brindaran y los procesos del producto. (MACHADO, E. HERNÁNDEZ, Y. 2009).

a. Ruta como producto turístico.

Es un territorio correctamente preparado para el turismo, ofrece una amplia variedad de actividades, paseos y rutas, lo que hace que el visitante desee quedarse más tiempo o le anima a regresar; es decir prolonga la estadía y despierta fidelidad con el destino. (ONAM, BID y AME, 2006).

Ruta es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención. (LUQUE, Y., 2009)

El diseño e implementación de rutas turísticas se constituye en la mejor forma de poner en valor un territorio o un espacio. Un paseo sin rumbo o al azar no ofrece al visitante la misma información ni satisfacción que una visita dirigida a los principales puntos naturales, culturales, etnográficos, etc. El acondicionamiento de estas rutas, itinerarios y paseos hacen que el visitante encuentre la posibilidad de organizar su tiempo, distribuir sus visitas, eligiendo directamente aquello que le interese conocer.

Una ruta debe tener un contenido temático, que una sus puntos y de coherencia y de atraktividad al recorrido. Los temas pueden ser variados y en función de estos se debe realizar la información referente. Se evidencia que la ruta es algo más que los atractivos que se visitan.

Constituye una manera de relacionar atractivos y territorios con la experiencia temática escogida (aviturismo p.ej.) y el contacto con la gente del lugar, que le convierte en un producto dinámico y vivo que incrementa la satisfacción del turista. La ruta ofrece la posibilidad de dar a conocer ya sea un determinado tema o diferentes atractivos que aisladamente carecerían de interés o jerarquía suficiente como para atraer una demanda; pero igual al integrar una ruta específica forman parte de un producto turístico unitario.

b. El Paquete Turístico.

Un paquete Turístico es la integración previa en un solo producto, de dos o más servicios turísticos o relacionados con éstos y que es ofrecido al público en general mediante material impreso, o cualquier otro medio de difusión.

En la creación de paquetes se distinguen dos tipos de estrategias.

- 1) La primera, que denominaremos de precio, consiste en la venta de dos o más productos en un único paquete, con un descuento en el precio. Las estrategias de precios suponen que el paquete se oferta como una forma de promoción y abaratamiento del producto.
- 2) La segunda, denominada de producto, es la integración de dos o más productos a cualquier precio, implicando algún tipo de valor añadido. Las estrategias de producto, por el contrario, suponen una organización o integración de los distintos productos que se unen.

El paquete turístico, en su origen, es el paradigma de una estrategia de producto. Aunque la adquisición de un paquete turístico pueda suponer un coste del viaje menor que la compra separada de sus componentes, el comprador del paquete valora principalmente el valor añadido de la integración de todo el viaje en un paquete de servicios. (ALEGRE, J. POU LLORENC. 2006).

c. Definición del precio.

Los dos determinantes principales del precio son los costos de producción y la competencia. No resulta rentable vender un producto a un precio inferior a los costes de producción, pero es imposible hacerlo a un precio superior al de los bienes similares. No obstante, existen muchos otros factores que determinan el precio final. La política de la empresa puede exigir que se venda a un precio que minimiza los beneficios en las nuevas líneas de productos, o se puede bajar mediante descuentos para vender mayor cantidad. (MACHADO, E. HERNÁNDEZ, Y. 2009).

d. Punto de Equilibrio.

Se define como el momento o punto económico en que una empresa no genera ni utilidad ni pérdida, esto es, el nivel en que las contribuciones marginales (ingresos variables-costos y gastos variables) es de tal magnitud que cubre exactamente los costos y gastos fijos y para efectos de planeación pueden tomarse en consideración el comportamiento de los gastos, costos y utilidades, así como las especificaciones de los productos, métodos de fabricación, productividad, desperdicios, mezcla de volúmenes y productos o precios unitarios de venta. (www.elprisma.com)

$PE = CF + G/MC$	<u>FÓRMULA</u>
$PE = Ventas\ de\ equilibrio.$	
$MC = Margen\ de\ contribución.$	$\%CM = CM/PV$
$CF = costos\ fijos.$	$\%CM = PV - CV / PV$
$PV = Precio\ de\ Venta\ unitario.$	$\%CM = 1 - CV/V$
$CV = Costos\ variables\ en\ pesos.$	
$U = Utilidad.$	
$V = Ventas$	
$MS = Margen\ de\ seguridad.$	

e. Diagrama de Flujo.

Es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso. Además de la secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas (en la cadena cliente/proveedor).

El flujograma hace más fácil el análisis de un proceso para la identificación de:

- 1) Las entradas de proveedores.
- 2) Las salidas de sus clientes.
- 3) Los puntos críticos del proceso. (Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales. 2009).

G. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

1. Promoción

(ACERENZA, M.1996). Actividad del proceso de marketing cuya función principal es la comunicación persuasiva.

2. Promoción turística

(ACERENZA, M. 1996). Dentro del contexto del marketing turístico, por promoción turística se entiende al conjunto de acciones, públicas o privadas llegadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un país, una región a un determinado destino turístico.

3. **Publicidad.**

(DAHDA, J.1996). Actividades emprendidas con el objetivo de presentar a un grupo un mensaje impersonal, oral, escrito, o visual, con respecto a un producto, servicio o bien, patrocinado y diseminado masivos de difusión.

La publicidad turística, como toda publicidad, está destinada obtener utilidades por medio de anuncios o campañas que hagan atractivos los servicios y tratan siempre de que el cliente potencial se convierta en real al momento de hacer uso de ellos.

4. **Diferentes tipos de medios de comunicación.**

(DAHDÁ, J. 1996). Los medios de comunicación de los cuales se vale la publicidad, podría agruparse en dos bloques principales los medios de comunicación general o colectiva, dirigidos a todo público y los medios de comunicación especializada o selectiva encaminados a sectores específicos y más reducidos de población.

a. **Medios de comunicación general o colectiva.**

- Periódicos, revistas, televisión, radio.
- Carteles, marquesinas y espectaculares (grandes anuncios, variables de cartel, ubicados en zona de intenso tránsito)
- Vehículos, tanto particulares como públicos autobuses, tranvías, trole base, trenes subterráneos y suburbanos, taxis, etcétera.
- Dirigibles térmicos, globos de aire frío y publicidad mediante avionetas y helicópteros provistos de altavoces que difunden sombras o lemas, dejan caer volantes y panfletos bien forman palabras en el aire con ayuda de humo.
- Caminantes replicas de envase de productos en tela plástica sin límite de forma tamaño. Un individuo se introduce en ellos para darles movimiento y recorrer áreas cubiertas o al aire libre.
- Directorios telefónicos

b. Medios de comunicación especializada o selectiva.

- Periódicos y revistas de tipo técnico y profesional.
- Cartas, circulares, tarjetas postales.
- Directorios telefónicos de prestadores de servicios turísticos o de otros ramos.
- Planos de ciudades y mapas de carreteras.
- Catálogos, calendarios y folletos de excursiones, fiestas, ferias, exposiciones, otros.
- Tarjetas de visita o de presentación del personal.
- Sellos de correo, con o sin valor postal.

Todos estos medios pueden ser utilizados tanto a nivel local o regional, como nacional o internacional..

H. ANÁLISIS ECONÓMICO.

Uno de los elementos fundamentales a la hora de decidir la viabilidad de los proyectos es su análisis económico. En todos los proyectos, determinados desde una perspectiva económica, se tienen tres elementos monetarios importantes:

- a. Inversiones:** se refieren a los gastos en material que son amortizables a lo largo de los años. Su sentido es el de gastos de cuantía importante, en elementos que son realmente un patrimonio.
- b. Gastos:** se refieren a las salidas de dinero en que se incurren a lo largo de los años para dar un servicio o crear un producto. Estos gastos se suelen dividir entre recurrentes (los que se producen aunque no exista actividad en la empresa) y los operativos (en los que se incurre por el hecho de que la empresa fabrique, venda, etc).
- c. Ingresos:** se refieren a las entradas de dinero referidas a los resultados del proyecto. (SENDÍN, E. 2006).

I. ANÁLISIS FINANCIERO.

Permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, se realiza a partir del estudio financiero. En base al cálculo del Flujo de Caja, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio - Costo y el Periodo de Recuperación de la Inversión.

Mientras en el análisis económico consideramos ventas y gastos (transacciones económicas), en el análisis financiero consideramos ingresos y egresos (flujos reales de dinero hacia y desde la empresa). (COHEN, R. 2009).

1. Flujo de Caja.

El flujo de caja es cuando genera un movimiento permanente de entrada y salidas de recursos económicos, representa la previsión, el control o el registro de este movimiento durante un periodo determinado. En sí es una proyección de liquidez del negocio que registra las entradas y salidas de efectivo, antes y después del inicio de operaciones.

Se obtiene de la suma de los Ingresos totales actualizados menos los Egresos totales actualizados.

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

Flujo de Caja = Ingresos actualizados – Egresos Actualizados

2. Valor Actual Neto.

Se define como el valor actualizado de todos los flujos de caja esperados (positivos o negativos, si son negativos existe necesidad de financiación, pero esto en la fórmula se obvia asumiendo que se dispone de dinero desde el principio para cubrir los posibles negativos), es decir la diferencia entre los cobros y los pagos originados, en valor actual.

Se valora también sobre los flujos de caja, y mide en el momento de hoy la cantidad de dinero actualizada (excluida la cantidad invertida) que se recibe por el dinero que en su día se

invirtió. Precisa de un dato, que es la tasa de descuento o el tipo de interés considerado por la empresa para sus inversiones, de modo que se pueda valorar con realismo el dinero “generado o ganado” por el negocio, más allá de una posible inversión alternativa (en un banco por ejemplo). (SENDÍN, E. 2006).

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria de Ingresos descontados} - \text{Sumatoria de desembolsos descontados.}$$

3. Tasa interna de retorno o rendimiento (TIR).

Se define como el tipo de rendimiento que anula el VAN, de modo que evaluando este TIR frente a los criterios de rendimiento financiero de la empresa, podamos determinar si la inversión merece o no la pena. El TIR es un concepto teórico que busca la tasa que iguala la inversión puesta a un tipo de interés desde el momento cero, con los resultados año a año, puestos a ese mismo tipo de inversión. Este cálculo requiere otras consideraciones, sencillas si todos los márgenes de los años son positivos, y que deben tener en cuenta otras consideraciones si son negativos (necesidades financieras). (SENDÍN, E. 2006).

$$\text{TIR} = i_1 + (i_1 - i_2) \frac{\text{VAN 1}}{\text{VAN 1} - \text{VAN 2}}$$

4. Período de recuperación o Payback

Se define de forma simple como el tiempo que debe pasar para que el resultado de ingresos y gastos a lo largo de los años, compense la inversión realizada. En este período primar el criterio de liquidez (no de rentabilidad, es decir, el beneficio que se logra una vez que la inversión ha sido recuperada) y no considera la depreciación del dinero con el tiempo. (SENDÍN, E. 2006).

Además viene marcado por el punto concreto en que la “caja” se pone en 0, es decir cuando comenzamos a “ganar dinero”, más allá de lo que diga el Beneficio (que tiene en cuenta las amortizaciones). (SENDÍN, E. 2006).

Para obtener el período de recuperación del capital, se divide 100 para la tasa interna de retorno. Así, el período de recuperación del capital se manifiesta en período de año y meses.

$$\text{Payback} = 100/\text{TIR}$$

5. Relación Costo/Beneficio.

Cuando los resultados y costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias, su evaluación se realiza utilizando la técnica del Análisis Costo-Beneficio (ACB). Así sucede en los proyectos económicos.

$$\text{B/C} = \frac{\text{Sumatoria de Ingresos descontados} + \text{valor de salvamento descontado}}{\text{Sumatoria de Egresos descontados} + \text{inversiones descontadas}}$$

IV. MATERIALES Y MÉTODOS.

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La presente investigación se realizó a cabo en el cantón San Felipe de Oña, está ubicado a 102 Km en el suroeste de la ciudad de Cuenca

2. Ubicación geográfica

Latitud: 3°28'25"

Longitud: 79°16'29"

Altitud: 2.400 m.s.n.m.

3. Características Climáticas

Temperatura media: 15°C

Precipitación media anual: 500 mm

Humedad relativa: 50 y 80 %

4. Clasificación Ecológica

Según la clasificación ecológica propuesta por Rodrigo Sierra (1999), la ciudad de San Felipe de Oña se encuentra en el Matorral seco montano con una parte de Matorral húmedo montano.

El cantón San Felipe de Oña tiene una diversidad de pisos climáticos que van desde páramos y bosques secundarios en las partes altas, hasta pequeños valles calientes en las zonas bajas junto a los ríos.

5. Características del suelo

El suelo presenta características muy irregulares, debido a que se encuentra la cordillera occidental de los Andes, presenta muchas pendientes, valles escalonados, por lo que es susceptible de erosión. El suelo es arenoso y arcilloso de color rojizo, que son utilizados para las labores agrícolas

B. MATERIALES Y EQUIPOS

a. Materiales

- Libreta de campo
- Esferográficos.
- Lápices.
- Resmas de papel Bond.

- **Equipos**

- Computadora
- Impresora
- Cámara Digital
- GPS
- Memory USB
- Cargador de Pilas

C. METODOLOGÍA.

1. Elaborar el diagnóstico situacional del cantón.

Se revisó y recopiló los datos a través de información secundaria basada en mapas topográficos y documentación sobre los servicios básicos disponibles, características básicas de la población, condiciones ambientales de la zona de igual forma se aplicaron las correspondientes entrevistas e investigación de campo donde se determinó la planta turística, superestructura, infraestructura, atractivos y actividades.

Para el inventario de los atractivos turísticos Naturales y culturales del cantón se realizó 2 talleres con el grupo líder representado por los prestadores de servicios turísticos y también se realizó salidas de campo donde se socializó toda la información recopilada validando este trabajo. Se utilizó las Fichas de Inventariación que son una adaptación de la ficha del MITUR 2004, en donde al final se procedió a la sistematización, interpretación, valoración y jerarquización de los atractivos de la zona, en base a esta información se realizó la declaratoria de la imagen turística del cantón.

Se realizó el análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) y la matriz (CPES) Causa, Problema, Efecto y Solución que le será útil al cantón y el desarrollo de los productos turísticos para el desarrollo turístico.

2. Realizar el estudio de mercado del cantón.

a. **Análisis de la Demanda**

Para definir el universo de estudio se tomó en cuenta las Ciudades de Loja y Cuenca que son las más cercanas al cantón. Para lo cual se aplicaron 240 encuestas dirigidas a turistas nacionales y extranjeros.

Para determinar el universo se analizó la información secundaria facilitada por el Ministerio de turismo regional del austro y frontera sur, para obtener la información de la llegada de turistas nacionales y extranjeros de las ciudades de Loja y Cuenca.

Para el diseño del cuestionario, se tomo en cuenta las variables socio-demográficas, con sus respectivos indicadores como: edad, genero, procedencia, etc. y las variables psicográficas con sus indicadores como: Frecuencias de viaje, tamaño del grupo de viaje, principales servicios demandados, actividades requeridas, etc. Las preguntas de las encuestas se realizaron en ingles y español puesto que nuestro mercado objetivo es el internacional y nacional. En el **Anexo N°1** se puede observar cómo fue estructurado el cuestionario y cada pregunta que se realizó.

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula de Canavos:

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

Donde:

n = muestra

N = Universo

P.Q = 0.25

e = 0,08%

k = 1,75

Los turistas nacionales de Loja (4.076) y Cuenca (5.086), aplicando la fórmula nos dio el siguiente resultado:

Turistas nacionales Loja

$$n = \frac{N \times P.Q}{(N - 1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + P.Q}$$

$$n = \frac{4.076 \times 0,25}{(71809 - 1)(0,08/1,75)^2 + 0,25}$$

n= 120

Turistas nacionales Cuenca

$$n = \frac{N \times P \cdot Q}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + P \cdot Q}$$

$$n = \frac{5.086 \times 0,25}{(161.943 - 1) (0,08/1,75)^2 + 0,25}$$

$$n = 120$$

A partir de los datos estadísticos de turistas extranjeros en las ciudades de Loja (9.512) y Cuenca (10.016) se obtuvo la siguiente muestra.

Turistas extranjeros Loja

$$n = \frac{N \times P \cdot Q}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + P \cdot Q}$$

$$n = \frac{9512 \times 0,25}{(9512 - 1) (0,08/1,75)^2 + 0,25}$$

$$n = 120$$

Turistas extranjeros Cuenca

$$n = \frac{N \times P \cdot Q}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + P \cdot Q}$$

$$n = \frac{10016 \times 0,25}{(10016 - 1) (0,08/1,75)^2 + 0,25}$$

$$n = 120$$

Después de la aplicación de las encuestas a estos segmentos de mercado, se realizó la tabulación de los datos correspondiente los mismos que se encuentran reflejados en cuadros y gráficos estadísticos, lo que permitió definir el perfil del turista potencial.

1). Proyección de la demanda potencial

Para calcular la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos 5 años, se utilizó la fórmula del incremento compuesto, considerando una tasa de crecimiento turístico nacional del 6,8% anual. (MINTUR 2010).

Fórmula del incremento compuesto aplicada:

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

Co= año a proyectar (2011-2015)

Cn= demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

i= incremento de turismo nacional e internacional (6,8%)

n= el año a proyectarse (1-5)

b. Análisis de la oferta turística.

Para realizar el análisis de la oferta se basó en la investigación de campo y así se determinó la oferta actual tanto de la planta turística, infraestructura como los atractivos turísticos, hospedaje, alimentación, transporte para el diseño de productos turísticos.

Además se analizó la oferta del turismo comunitario como las actividades, infraestructura y equipamiento.

Para el estudio de la competencia se realizó un análisis del desarrollo turístico de cantón Saraguro siendo este el más cercano ya que oferta actividades, atractivos y servicios turísticos similares, convirtiéndose en el mayor competidor para Oña.

1). Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se tomó la información del registro de turistas nacionales y extranjeros de ITUR del cantón Saraguro, considerando una tasa de crecimiento turístico nacional del 6,8% anual. (MINTUR 2010).

2). Confrontación de la demanda vs oferta

A través de la confrontación de demanda vs oferta se identificó la demanda insatisfecha y en base a estos resultados se calculó la demanda objetivo.

3). Demanda objetiva para los próximos 5 años.

El objetivo de mercado, tanto para el turista nacional como para el extranjero de la demanda insatisfecha se utilizó la fórmula del incremento compuesto, considerando el 10%.

3. Diseñar el producto turístico para el cantón San Felipe de Oña

a. Trabajo de campo

Mediante salidas de campo se identificaron los atractivos de mayor potencial turístico para el diseño de productos y calcular las distancias entre atractivos, georeferenciación toma de puntos y fotografías e identificar los prestadores de servicios de alojamiento, transporte, alimentación existentes en el cantón.

b. Diseño de la Ruta.

Para el diseño de la ruta se basó en el esquema propuesto para la implementación de la ruta turística del agua, propuesta por MITUR 2008, en el que se incluyeron los siguientes aspectos como:

1. Mapeo de la Ruta
2. Objetivo de la Ruta
3. Concepto de la ruta
4. Potencialidad turística
5. Planta turística disponible
6. Gestión de la ruta
7. Paquetes turísticos y costos /punto de equilibrio
8. Requerimientos de la ruta
 - a. Propuesta del plan de capacitación a los prestadores de servicios de la ruta.
 - b. Propuesta de implementación de facilidades turísticas para los sitios.
 - c. Estrategias de difusión y publicidad

Los paquetes turísticos fueron diseñados tomando en cuenta los resultados obtenidos en el estudio de la oferta, demanda y también participaron los involucrados en la actividad turística del cantón, y el equipo técnico de la municipalidad.

Se realizó en base a los siguientes aspectos:

- Nombre del paquete
- Duración (horas, días, noches)
- Carácter: historia, naturaleza, cultura, aventura
- Tiempo de actividades (inicio, duración)
- Dificultad (fácil, moderado, difícil)
- Definición de itinerarios y descripción de actividades (en orden de visita)
- Localidades receptoras
- El paquete incluye
- Requerimientos de la visita
- Costos del paquete
- Mapa

4. Definir la viabilidad económica – financiero del proyecto.

El cumplimiento de este objetivo consideró dos etapas:

1) Análisis Económico.

Se llevó a cabo mediante el estudio de:

- 1) Activos fijos, diferidos y capital de trabajo
- 2) Cálculo de depreciaciones y amortizaciones
- 3) Presupuesto de costos y gastos
- 4) Costos e ingresos
- 5) Estado de resultados
- 6) Flujo de caja del proyecto

2) Análisis Financiero.

Se determinó el cálculo mediante lo siguiente:

- 1) El Valor Actual Neto (VAN), para tener la seguridad de que el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.
- 2) La Tasa Interna de Retorno (TIR), para identificar la rentabilidad del capital invertido.
- 3) La relación Beneficio – Costo, para determinar si el proyecto generará una relación de ganancia o pérdidas al ser implementado.

V. RESULTADOS

A. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL-TURÍSTICO DEL CANTÓN

1. Información general del cantón Oña

a. Antecedentes Históricos

Oña fue un asentamiento humano del período paleoindio 11.000 años AC, el sitio Cubilán ubicado a 12 Km y al sureste del centro cantonal.

Antes de la fundación española Oña fue territorio Cañari, como lo evidencian los nombres de ríos y montañas que la circundan, en Susudel, Putuzhio y Shidil, existen vestigios de terrazas y muros del período cerámico, así como caminos preincásicos y precoloniales en Apugin, Shidil, Jalincapa, Uduzhapa, Raracapa, Yunguillapamba y Chacahuizho.

Con el sometimiento de los Cañaris en manos de los Incas que duró varias décadas se consolidó hacia 1480 el territorio que hoy es Oña que fue parte de la Villa Jubones (Cañaribamba en el período Inca).

Oña es una de las primeras localidades fundadas en el Ecuador, el 3 de mayo de 1539 por Esteban Morales Cabrera con el nombre de Villa de Oña, por orden de Gonzalo Pizarro (según refiere el Padre Juan de Velasco), en el sector Paredones y la Loma de las Piedras, como un sitio desde el cual se avance hacia el Cuzco y se enfrente la resistencia de los Zarzas y Paltas.

Oña fue parroquia de Girón en la época colonial, en 1852 la provincia de Cuenca reconoce cinco cantones uno de los cuales es Girón y a su vez una de las Parroquias de Girón es Oña. En 1854 se suprimen para Cuenca los cantones de Cañar y Girón mientras Oña pasa a ser parroquia de Cuenca. En 1884 en el gobierno de José María Plácido Caamaño se restituye a Girón como cantón y Oña vuelve a ser parroquia de Girón hasta julio de 1890 en que se suprime nuevamente a Girón y Oña vuelve a ser parroquia de Cuenca.

En marzo de 1817 Girón es reconocido por tercera vez como cantón y Oña vuelve a ser su parroquia hasta 1987 que pasa a ser parroquia de Nabón hasta el 10 de mayo de 1991, la cantonización de Oña consta en el Registro Oficial número 681 en la presidencia del Dr. Rodrigo Borja Cevallos.

A partir de esta fecha se han sucedido 4 administraciones municipales la primera, segunda y cuarta con la Señora Germania Ullaury, la tercera con el Señor Luis Coronel y la quinta con el Lic. Eddy Erráez quienes desde diferentes visiones y acciones han impulsado el desarrollo de este cantón.

b. Entorno físico – espacial



1) Ubicación geográfica

La cabecera cantonal se encuentra a 100 Km de la ciudad de Cuenca, es uno de los 15 cantones de la provincia del Azuay, está ubicado hacia el sur oriente de la misma, a 79 grados, 9 minutos y 15 segundos de longitud oeste y a 3 grados, 27 minutos y 52 segundos de latitud sur a una altura de 2.000 a 3.500 msnm.

2) Extensión

Su extensión es de 289,76 km² y está situado en la Cuenca Alta del Río Jubones.

3) Limites

Oña se encuentra situado al sur del Ecuador que limita:

- Al norte y occidente: cantón Nabón de la provincia del Azuay.
- Al sur: cantón Saraguro de la provincia de Loja separados por el Río San Felipe de Oña.
- Al este: cantón Yacuambi de la provincia de Zamora.
- Al oeste: Cantón Saraguro provincia de Loja.

c. Diagnóstico socio - económico

1) Aspectos Demográficos

a) Población

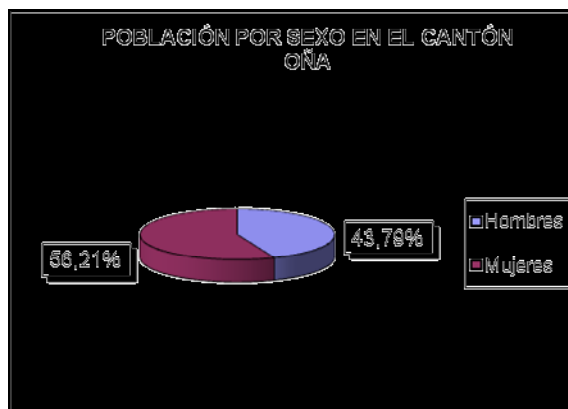


Gráfico 1. Población por sexo.

Fuente: INEC 2001

El censo del 2001 registra en Oña una población de 3.231 habitantes de los cuales el 43,7% son hombres y el 56,2% son mujeres, el 95,4% de su población se define como mestiza y sus pobladores se reconocen como parte de un cantón con una gran riqueza natural y humana.

b) Migración

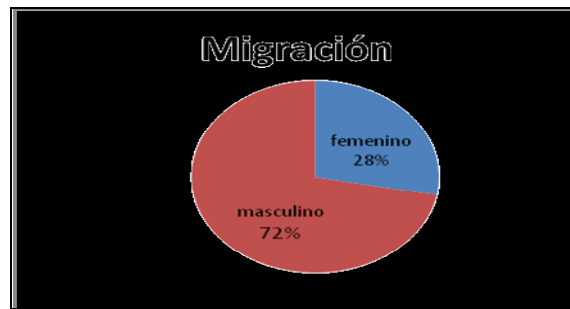


Gráfico: 2. Migración

Fuente: INEC 2001

El índice de feminidad es de 28 %, mientras que en la población masculina la migración es más alta con el 72% la cual se da hacia la ciudad de Cuenca y la provincia del Oro, sobre todo a Pasaje en donde existe una gran colonia de Oñenses, cuyos integrantes se mantienen vinculados a la vida del cantón. Además los principales países de destino son Estados Unidos con el 58 por ciento, España con el 40 por ciento; y, el 2 por ciento restante, migraron a otros países (Plan estratégico, Oña 2007).

c) Idioma

La población del cantón Oña por el mismo hecho de ser mestiza práctica el español con un 98%, y el 2%, el idioma Kichwa.

d) Nivel de Instrucción

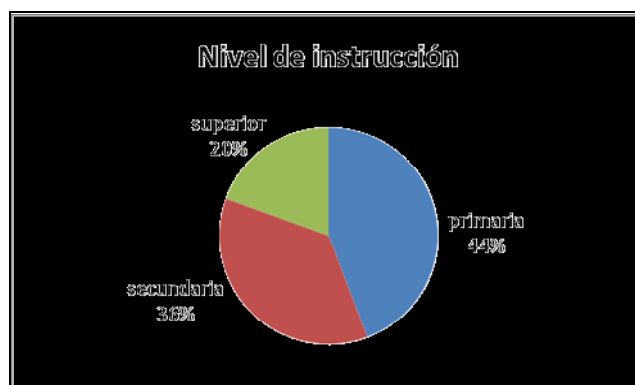


Gráfico 3. Nivel de instrucción

Fuente: INEC 2001

El porcentaje de la población de 12 años y más que tiene primaria completa es del 44,2%. La población de 18 años y más con secundaria completa es el 8,3%, en Oña centro el 3,9% de mujeres y el 4,4% de hombres; en Susudel es el 28%, el 17,4% mujeres y el 10,6% hombres.

La población de 24 años y más con instrucción superior representa el 5,8%, en Oña centro el 2,1% de mujeres y el 3,7% de hombres; en Susudel es el 13,7%, el 5,4% de mujeres y el 8,3% de hombres (Plan estratégico, Oña 2007).

2) Actividad Económica

a) Población económicamente activa (PEA)

La población económicamente activa del cantón Oña es de 1.227 personas lo que representa 64,0% en donde la mayoría de la población se dedica a la agricultura; minas y canteras 0,1%; manufactura 7,0%; electricidad, gas y agua 0,2%; construcción 3,6%; comercio, hoteles y restaurantes 5%; transporte y almacenamiento 1,4%; servicios financieros 2%; servicios personales y sociales 13,7% y otros no especificados 3%, especialmente estos datos son basados en la población de 5 años y más (Plan estratégico, Oña 2007).

b) Características Económicas Productivas de la Población

La población se dedica a la compra y venta de productos de primera necesidad, en la localidad se cultivan principalmente leguminosas como el maíz, fréjol, trigo, cebada y caña: en cuanto a plantas frutícolas se cosecha mora, tomate, capulí, durazno, chirimoya, además se elaboran distintas clases de harinas como: maíz, trigo, cebada y arveja, también la producción del penco para la elaboración de la bebida conocida como tequila todos estos productos son entregados a los comerciantes mayoristas en la ciudad de Cuenca y en menor cantidad en la parroquia de Oña.

i. Agricultura

En los valles y zonas cálidas se cultivan productos como el café, caña de azúcar, naranjas, mandarinas, guabas, guayabas, yuca, camote, higos; todo esto en huertos familiares, hace años el cantón Oña fue la mayor productora de trigo pero hoy este cultivo ha decrecido dando paso a otros como tomate de árbol y de mesa.

ii. Ganadería

La ganadería no es significativa por la topografía muy accidentada y el fuerte proceso de degradación de los suelos. El 47 % de la tierra se dedica a pastos cultivados, el 18 % son pastos naturales. Se mantiene en muchos sitios del cantón el pastoreo libre. En Paredones, Oñazhapa, Rodeo en los últimos años se ha impulsado la cría de cuyes.

iii. Artesanías

La artesanía representa el 8,4 %, incluye el tejido de sombreros de palma de ramo, chompas elaborado de lana de borrego, bordados, zapatos de cuero, pirotecnia derivados del penco que son actividades complementarias sobre todo por las mujeres y la más importante es la elaboración de ladrillos y tejas para la construcción.

3) Infraestructura Básica

a) Agua

El 95% de las familias tienen agua entubada en sus viviendas que obtienen de pozos, ríos, y esteros.

b) Energía

El 100% de la población tiene servicio de energía eléctrica y el 11.24% servicio telefónico en el zona urbano y el 89.24% permite el acceso a conexión celular en las zonas rurales lo cual cubre el déficit telefónico casi en todo el cantón.

c) Telecomunicación

La empresa que brinda este servicio es CNT con puesto de cabinas, existe cobertura de celular Movistar únicamente en ciertos sectores y Claro que tiene cobertura en todo el cantón y cabinas. En el cantón se tiene acceso al servicio de Internet, además cuenta con dos medios de comunicación como es el servicio de Canal Uno y la radio Panamericana.

d) Alcantarillado

El 70% de la población urbana se encuentra conectada a una red de alcantarillado sanitario y un 30% a nivel rural; es necesario indicar que en los demás comunidades se evacuan las aguas servidas mediante pozos tanto ciegos como sépticos, por lo que este servicio no es eficiente para el desarrollo turístico del cantón.

e) Recolección y tratamiento de desechos sólidos

En el cantón Oña la recolección de basura es del 11.4%. Existe el servicio por parte del municipio pero lo realizan tres veces a la semana el recolector está disponible para los pobladores, pero se da un problema ya que la recolección de la basura no se realiza en las comunidades, entonces los habitantes buscan formas de eliminar la basura, quemándola y enterrándola.

La Municipalidad cuenta con estudios y financiamiento para la implementación de un relleno sanitario en el sector de Rarcapa. Actualmente la basura es depositada en la parte baja de la vía a Cuenca.

f) Salud

En el cantón Oña los servicios médicos se encuentran organizados y distribuidos en centros y subcentros de salud ubicados en la zona urbana y rural. Como se indica en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 1. Centro de salud

LOCALIDAD	TIPO	ATENCIÓN	PERSONAL	SERVICIOS
Cabecera Cantonal Unidad Médica Municipal	Centro Urbano	24 horas	2 Médico 1 AuxEnfermería 1 Odontólogo	Medicina general Pediatria odontología
Parroquia Susudel	Subcentro	24 horas	1 medico 1 AuxEnfermería	Medicina general
Oñazhapa	Seguro social campesino	08:00 – 16:00 Martes y jueves	1 medico 1 AuxEnfermería	Medicina general

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

g) Instituciones Educativas del cantón

En el cantón actualmente funcionan varias instituciones educativas como jardines, escuelas, colegios.

Cuadro N° 2. Instituciones educativas

UNIDAD EDUCATIVA	UBICACIÓN	N° DE ESTUDIANTES
Jardín		
Centro de desarrollo infantil buenos amigos	Nuevo Susudel	15
Centro de desarrollo infantil San José	Susudel	16
Centro de desarrollo infantil loma de las piedras	Lomas de las piedras	24

Centro de desarrollo infantil C.N.H.	Morasloma	30
Centro de desarrollo infantil San Felipe de Oña	Oña	15
Escuelas		
Emilio Arévalo	Morasloma	90
Manuel Farfan	Baijón	52
Carlos García	Rodeo	20
Esther Ullauri	Oña	223
José Serrano	Oña	82
Agustín Valdivieso	Pullcanga	6
Carlos Rivera	Sanglia	17
Unidad Educativa Bilingüe	Nuevo Susudel	210
Luis Maldonado	Oñazhapa	11
Unidad Bilingüe	Chacauizho	9
Rafael Moscoso	Susudel centro	75
Colegios		
Técnico Susudel	Susudel	73
Oña	Oña	144
A Distancia Extensión Leónidas Proaño	Oña	120

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

h) Transporte

Oña es un cantón al cual se llega de forma rápida debido a que se interconecta con las ciudades de Cuenca y Loja que atraviesa por la panamericana sur con acceso de primer orden (Cuadro N° 3.), mientras que para llegar a las comunidades se cuenta con vías de segundo y tercer orden lastradas con poco mantenimiento (Cuadro N°4).

Cuadro N° 3. Vías de primer orden

Vías	Tipo	Orden	Longitud
Quito –Oña	Asfaltado (hasta Cuenca). Hormigón rígido 20 cm.	1er. orden	402km
Cuenca – Oña	Hormigón rígido	1er. orden	82km
Loja -Oña	Hormigón rígido	1er. orden	77km
Machala- Oña	Asfaltado (hasta Cuenca) Hormigón rígido	1er. orden	180
Pasaje - Oña	Asfaltado	1er. orden	160 Km
Susudel - Oña	Hormigón rígido	1er. orden	19 Km

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010
Elaborado por: Patricia Ordóñez

Cuadro N° 4 . Vías de segundo y tercer orden desde la cabecera cantonal hacia las comunidades.

Vías	Tipo	Orden	Longitud
Santa Isabel – Oña	Asfaltado	2do. orden	134km
Nabón – Oña	Lastrado	3er orden	20km
Oña -Morasloma,	Lastrado	3er orden	7km
Oña- Baijón	Lastrado	3er orden	6km
Oña - Las Cochas	Lastrado	3er orden	5km
Oña -Rodeo	Lastrado	3er orden	4km
Oña -Oñazhapa	Lastrado	3er orden	3km
Oña- Sanglia,	lastrado	3er orden	21km
Oña- Pullicanga,	lastrado	3er orden	22km

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010
Elaborado por: Patricia Ordóñez

Cuadro N° 5. Cooperativas de transporte con frecuencia diario:

TRANSPORTE	RUTA	SALIDA	LLEGADA	HORARIOS
Transporte Gonzales	Cuenca – Oña	Terminal de Cuenca	Oficina de Oña	2h00- 4h00pm 3h00- 5h00pm 4h00- 6h00pm
Viajeros	Cuenca –Oña Oña- Cuenca	Terminal de Cuenca Oficina de Oña	Oficina de Oña Terminal de Cuenca	Cada hora Cada hora

Loja	Loja – Cuenca Cuenca- Loja	Terminal de Loja Terminal de Cuenca	Terminal de Cuenca Terminal de Loja	8h00-10h00am
25 de Agosto	Cuenca – Oña Oña – Cuenca	Terminal de Cuenca Oficina de Oña	Oficina de Oña Terminal de Cuenca	6H00- 8H00am 6H00- 8H00am
Ecuatoriano Pullman	Machala – Oña (días sábados) Oña - Machala (día domingo)	Terminal de Machala Oficina de Oña	Oficina de Oña Terminal de Machala	3H00-9H00am 11H00-5h00pm
Camionetas	A todas las comunidades	Oña	A la comunidad	6h00 -10h0pm

Fuente: Trabajo de campo octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

d. Diagnóstico Político Administrativo

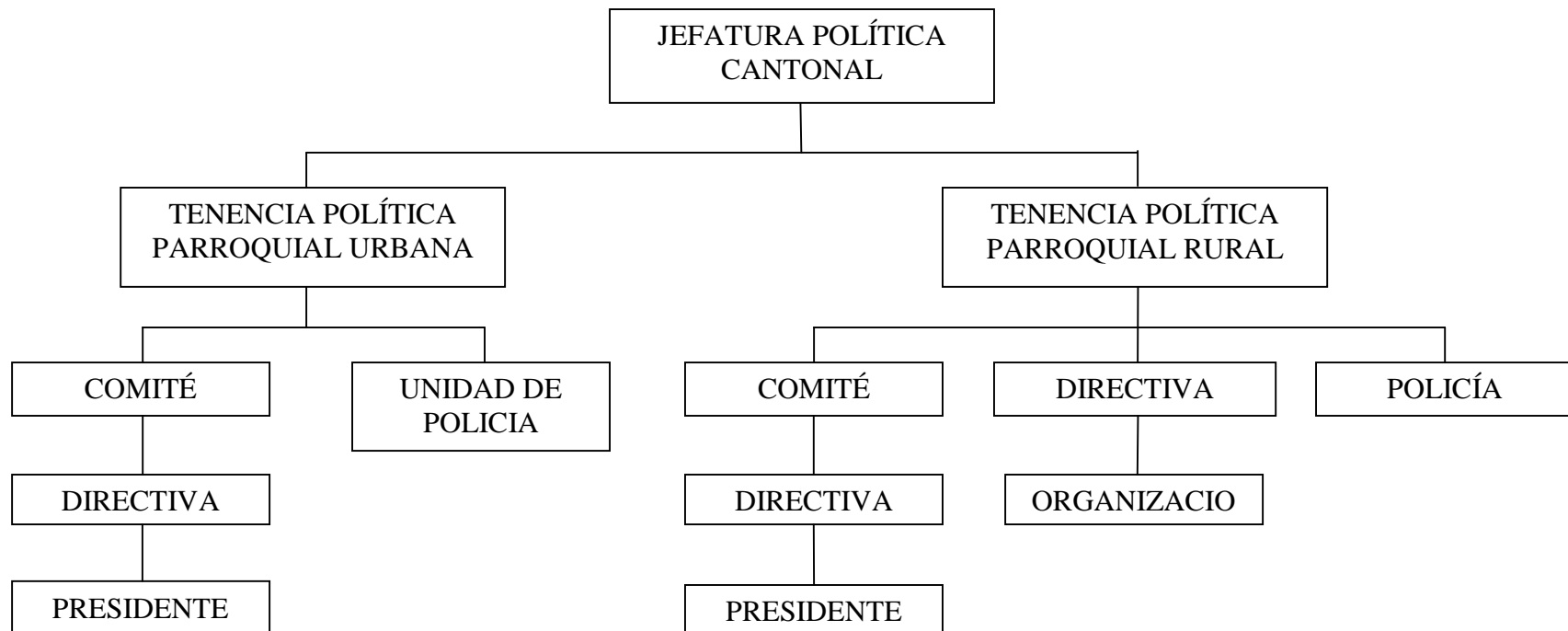
1) División política

a) En el área urbana

El Cantón San Felipe de Oña tiene dos parroquias Susudel y Oña, que cuenta con 5 barrios urbanos San Francisco, Capulispamba, Buenos Aires, La Quinta, Mautuco.

b) En la zona rural la distribución es la siguiente:

Existen 21 comunidades las cuales 15 pertenecen a la Parroquia de Oña que son Morasloma, Baijón, Rambran, Hornillos, Las Cochaspuputano, Chacahuisho, Rodeo, Oñazhapa, Mautapamba, Chacapata, Paredones, Cuscudoma, Zhila-Tardel-Pucará, Bayanal, Lomas de las piedras y en la Parroquia Susudel cuenta con 6 comunidades Susudel Centro, Cuchudel (Nuevo Susudel), Sanglia, Tamboloma-Palalin, Pullicanga, Ingapirca.

2) Ámbito Político Institucional**a) Político funcional del Gobierno del Cantón San Felipe de Oña**

3) Organizaciones y Asociaciones del Cantón San Felipe de Oña

- El proyecto Hermanamiento con Bierbeek contribuye el desarrollo del cantón ya que tiene convenio con el municipio de Oña y la ciudad Belga de Bierbeek, esta ciudad apoyó con varias computadoras para el Infocentro municipal y para varios establecimientos educativos. Además cada año un numero especifico de estudiantes de Oña viajan a Bierbeek el cual les permite conocer las facetas culturales de ese pueblo europeo en contraparte un similar grupo de jóvenes belgas vienen a este cantón donde se relacionan con los oñenses
- La Asociación de Línea de tomatara: está conformada por 70 familias que comercializan 80.220 frutos por mes.
- Asociación de Mora: conformada por 84 familias que se dedican a cultivarla por lo menos 13 hectáreas con un total de 27.050 plantas que siembran.
- Asociación de cuy: existen tres asociaciones, Nueva Esperanza , pequeños productores de Oña y Susudel conformada por 105 familias que comercializan 1106 cuyes por mes que tiene un costo de 8 dólares
- Asociación ladrilleros : beneficia a 65 familias que se dedican a la elaboración de teja y ladrillo
- Y la ONG existente en el cantón Oña es el Cuerpo de Paz que realiza asesoramiento técnico en las diferentes áreas, social, productiva y de reforestación ambiental.

e. Diagnóstico Ambiental

1) Clima

Existen variaciones térmicas a lo largo del año, a más de dos estaciones fuertemente marcadas el invierno de enero a abril, con fuertes lluvias y el verano seco. Por lo general la temperatura oscila entre 10° C en las zonas altas a 24° C en las bajas. Las mínimas registran valores entre los 3,4 y 5° C en los meses de octubre y diciembre y las altas en septiembre y diciembre, entre 26 a 25 ° C

2) Uso del territorio

El cantón posee una vegetación herbácea y arbustiva con formaciones vegetales como:

- **BOSQUE HUMEDO MONTANO BAJO (bHMb).** Ubicado al norte y este del cantón en Santa Rosa, Sanglia, Chuilla y Morasloma a 2800 m.s.n.m., una temperatura promedio de 12° a 18°C y precipitación anual de 1000 a 2000 mm. La mayor parte de esta formación está cubierta por pajonales.
- **BOSQUE MUY HUMEDO MONTANO (bmHM).**- Localizado hacia el este y sureste del cantón en Obispillo y Paredones, sobre los 3000 m.s.n.m. con semejanzas con el bHMb, pero con valores mayores de precipitación y menores de temperatura. Es abundante la vegetación de páramo arbustivo o matorral, predominando el “graminetum” compuesto principalmente por paja de páramo y otras gramíneas.
- **BOSQUE SECO MONTANO BAJO (BsMB).**- Ubicado hacia el sur y sureste del cantón en Paredones y El Rodeo en zonas de clima templado y con precipitaciones que fluctúan entre 500 y 1000 mm. anuales.

- MONTE ESPINOSO PIE MONTANO (mePm).- Localizado al noroeste del cantón y en pequeña proporción al suroeste en la cuenca del río León y Apuguín sobre los 1000 y 2000 m.s.n.m., con temperaturas entre 18 y 24° C y precipitación anual de 250-5000 mm.
- PARAMÓ PLUVIAL SUB ALPINO (ppSA). Ubicado hacia el sureste del cantón, en los límites con la Provincia de Zamora Chinchipe con temperatura que fluctúa entre los 3 y 8° C y una precipitación anual de 1000-2000 mm. Corresponde al páramo, con suelos erosionados, vegetación de pajonal.

3) Fauna representativa del lugar

Cuadro N° 6. Fauna representativa del lugar

Familia	Nombre vulgar	Nombre científico
	Macanchi	<i>Bothrops lojana</i>
Colubridae	Falsa Coral	<i>Lampropeltis triangulum</i>
Viperidae	La equis	<i>Bothrops asper</i>
Leporidae	Conejo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
Cervidae	Venado	<i>Odocoileus virginianus</i>
Cricetidae	Raton sillvestre	<i>Oryzomys sp.</i>
Mustelidae	guanchaca	<i>Mustela frenata</i>
Mustelidae	Zorrillo	<i>Caluromys dervianus</i>
Canidae	Lobo de paramo	<i>Pseudolopex culpaeus</i>
Caviidae	Cuy de monte	<i>Cuniculus sp</i>
Estrigidae	Búho	<i>Asio Flames</i>
Accipítridae	Gavilán	<i>Accipiter ventralis</i>
Columbidae	Tórtolas	<i>Zenaida auriculata</i>
Crecidae	Pava de monte	<i>Penélope obscura</i>
Trochilidae	Colacintillo colinegro	<i>Lesbia victoriae</i>
Hirundinidae	Golondrina azuliblanca	<i>Notiochelidon cyanoluca</i>
Turdidae	Mirlo Chiguanco	<i>Turdus chiguanco</i>

Tiranidae	Pájaro brujo	<i>Pyrocephalus rubinus</i>
Falconidae	Alcón	<i>Falco peregrinus</i>
Embericidae	Gorrión	<i>Zonotrichia capensis</i>
Anatidae	Pato silvestre	<i>Anas flavirostris</i>

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

4) Flora representativa del lugar

Cuadro N° 7. Flora representativa del lugar

Familia	Nombre vulgar	Nombre científico
Asteraceae	Chilca blanco	<i>Bagcharis sp.</i>
Cactaceae	Tuna	<i>Opuntia Ficus</i>
Asteraceae	Chilca negra	<i>Baccharis latifolia</i>
Mimosáceas	Faique	<i>Acacia macracantha</i>
<i>Salicaceae</i>	Sauce	<i>Salix babylonica</i>
Buddlejaceae	Quishuar	<i>Buddleja incana</i>
Juglandaceae	Nogal	<i>Juglans neotropica</i>
Poaceae	Sigse	<i>Cortaderia nitida</i>
Solanaceae	Cabuya negra	<i>Faucroyo sp</i>
Solanaceae	Cabuya blanca	<i>Agave americana</i>
Poaceae	Paja de páramo	<i>Stipa ichu</i>
Rosaceae	Mora andina	<i>Rubus adenotrichus</i>
Lauraceae	Laurel	<i>Laurus nobilis</i>
Cyatheaceae	Helechos	<i>Equisetum spp</i>
Meliaceae	Cedro	<i>Cedrela odorata</i>
	Achupalla	<i>Puya sp</i>
Asteracea	Chuquiragua	<i>Chiquiraga jussaiaei</i>
Asteraceae	Oreja de conejo	<i>Culcitium sp</i>

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

5) Plantas medicinales.

Cuadro N° 8. Plantas medicinales

Familia	Nombre común	Nombre científico	Uso
Caprifoliácea	Toronjil	<i>Melissa officinalis</i>	Nervios y Para el dolor del corazón.
Compositae	Manzanilla	<i>Matricaria</i> <i>Chamomilla</i>	Infecciones.
Rutaceae	Ruda	<i>Ruta graveolens</i>	Resfríos, limpieza rituales
Myrtaceae	Eucalipto	<i>Eucaliptus globulus</i>	Refriados, tos
	Sauco	<i>Sambucus nigra</i>	Dolor de cabeza
Asteraceae	Marco	<i>Aristeguietia glutinosa</i>	limpieza rituales
	Mortiño	<i>MIRTUS COMMUNIS</i>	gripe
Verbenáceas	Hierva luisa	<i>Lippia triphylla</i>	Nervios
Asterácea	Ñachag	<i>Genero Videns</i>	Gripe, dolor de muela
Malvaceae	Malva	Malva.spp	Medicinal
Convolvulaceae	Borraja	<i>Borrago officinalis</i>	Para curar la fiebre gripe
Archidacea	Ataco	<i>Amarantus retroflexus</i>	Aromatica
Verbenaceae	Cedrón	<i>Lippia Citriodora</i>	Aromatica

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

6) Elevaciones existentes

Cuadro N° 9. Elevaciones existentes

NOMBRES	CONDICIONES
Colina de Mauta	Deteriorado por introducción plantas exóticas
Colina de Putushio	Deteriorado por la excavación arqueológica

Cerro de Cubilan	conservado
Cerro cortado Uduzhapa	Conservado
Mirador el Calvario	Conservado
Colina de Pucara	Deteriorado por introducción de especies exóticas
Loma de Puetate	Conservado
Lomas Bayanal	Conservado

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

7) Hidrografía existente

Por el cantón Oña recorren los ríos León y San Felipe que son los principales afluentes, también existen ríos de menor magnitud como son los ríos Rodeo, Negro, Baijón y Uduzhapa.

Cuadro N° 10. Hidrografía

NOMBRES	CONDICIONES AMBIENTALES	ACTIVIDADES TURÍSTICAS
Río León	Regular	Tubing Fotografía Recreación
Río San Felipe	Regular	Fotografía Recreación
Río Rodeo	Buena	Pesca Fotografía
Río Negro	Buena	Recreación Fotografía
Río Baijón	Buena	Pesca Fotografía
Río Uduzhapa	Buena	Pesca Fotografía

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

f. Diagnóstico Turístico

1) Participación de la Población local en el desarrollo turístico.

En el cantón Oña existe un desconocimiento de la actividad turística por los pobladores a pesar que poseen un gran potencial turístico en la zona al tener atractivos naturales conservados, y los culturales que no han sido manejados de una manera sostenible.

Los pobladores miran al turismo como una más de sus fuentes de trabajo. Pero existen establecimientos que se dedican a esta actividad a pesar de no contar con un manejo técnico y profesional para el desarrollo de la actividad turística, logran captar mercados de tipo local y nacional ya sean los fines de semana, feriados o en fiestas del cantón.

2) Análisis respecto al apoyo público y privado para el desarrollo turístico.

La Ilustre Municipalidad de Oña trabaja en alianza para la promoción turística del cantón con la Cámara de turismo de Cuenca, Gobierno Provincial del Azuay, Universidad Nacional de Loja y la Cooperación de Bierbeek.

De la misma forma la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo junto al Municipio se encuentra colaborando en la elaboración de proyectos turísticos buscando concentrar el apoyo de todos los sectores, autoridades locales y regionales.

3) Servicios Turísticos.

En el cantón Oña se ha logrado identificar en sus dos parroquias respectivamente las siguientes facilidades turísticas:

a) Parroquia urbana de Oña

i. Servicio de alimentación

Cuadro N° 11. Servicio de alimentación Parroquia Oña

Establecimiento	Propietario	Dirección	pax	Categoría
Restaurante Rico Pollo	Gloria Ayala	24 de mayo	28	No tiene
Restaurante Sin nombre	Melana Quezada	San Felipe y 21 de febrero	10	No tiene
Restaurante Comedor "Edita"	Josefina Mora	San Felipe y 21 de febrero	20	No tiene
Restaurante Buenos Aires	Martha Orellana	Panamericana sur	20	No tiene
Restaurante La Guarida	Maritza Guamán	Panamericana sur	36	No tiene
Restaurante San Luis	Fabricia Guamán	Panamericana sur	24	No tiene
Restaurante el Morlaquito	Vicente Armijos	24 de mayo y San Felipe	24	No tiene
Restaurante la canela	Estefanía Beltrán	Panamericana sur	20	No tiene
Restaurante cooperativa Loja	Hortensia Cajas	Panamericana sur	36	No tiene

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

b) Parroquia Susudel

i. Servicio de hospedaje

Cuadro N° 12. Servicio de hospedaje Parroquia Susudel

Establecimiento	Propietario	Dirección	Habitación	pax	Categoría
Granja agroturística	Fernando Moscoso	Susudel	5	15	No tiene

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

ii. Servicios de alimentación

Cuadro N° 13. Servicio de alimentación Parroquia Susudel

Establecimiento	Propietario	Dirección	Pax	Categoría
Restaurant María del Cisne	Piedad Ushca	Panamericana	15	No tiene
Restaurant La Estancia	Carmen Loja	Panamericana	21	No tiene
Restaurant el Fogón de la Abuela	Harman Ullauri	Panamericana	24	No tiene

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

Los servicios de alimentación han sido adecuados de acuerdo al criterio de las personas propietarias porque han visto la necesidad de las personas que llegan de visita al lugar especialmente en los meses de fiesta y por encontrarse en la vía panamericana.

Los establecimientos de alimentación de la parroquia Susudel y el cantón Oña no están categorizados por el Ministerio de Turismo ya que algunos propietarios no tienen conocimiento de las reglas que debe cumplir.

iii. Lugares de esparcimiento

Cuadro N° 14. Lugar de Esparcimiento Parroquia Susudel

establecimiento	Propietario	servicio	pax	Categoría
Granja agro turística	Fernando Moscoso	Alimentación Recreación (se puede realizar cabalgatas, escalada y visita por las zonas de cultivo)	15	No tiene

Fuente: Trabajo de campo Octubre 2010


Elaborado por: Patricia Ordóñez

En los lugares de esparcimiento es necesario que sean apropiados de mejor manera para la prestación de servicios y ser utilizados para la distracción de los turistas.

2. Inventario de Atractivos Turísticos

a. Inventario de Atractivos Naturales

Cuadro N°15. Ficha del inventario de atractivo natural Mirador de Mauta (Colina)

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 18-10-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Mirador de Mauta (colina)	
1.6 Categoría: Sitio Naturales	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Mirador	
	
Foto N°1 Mirador de Mauta Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°08' 15,2'' (sur)	2.5 Longitud: 03°27' 50,5'' (oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	3 km
Saraguro	39 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2709 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	15 °C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	200 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
Se encuentra a 3 kilómetros del centro cantonal y en vehículo a 10 minutos. Para llegar a este atractivo se pasa por la comunidad de Oñazhapa	
4.5 Descripción del atractivo.	

Es el mirador natural de Oña en donde se avista la parte montañosa este, en la tarde se aprecia con atardeceres hermosos, al norte se avista el canton vecino de Nabón y al sur la Parroquia Tablón de la provincia de Loja.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En esta colina se realiza la fiesta de San Isidro labrador que fue hallado en este lugar hace algunos años atrás por campesinos, la fiesta se festeja el 8 de noviembre de cada año.

Bosque de eucalipto: en la parte media de la colina se puede encontrar un gran número de árboles de eucalipto (*Eucalyptus globulus*), los mismos que fueron introducidos a la zona con el fin de reforestar, esta vegetación brinda sombra pero a la vez absorbe grandes cantidades de agua, cuando esta grande son utilizados por los pobladores con fines maderables o para leña especialmente para poder ornear los ladrillos y tejas

4.7 Permisos y Restricciones:

El permiso para visitar este sitio natural desde muchos años no ha existido problema alguno.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

El uso que se le da a este atractivo es para realizar las fiestas en honor a San Isidro, a la vez aprovechando el paisaje del cantón Oña.

4.8.2 Usos Potenciales

El lugar se podría utilizar como atractivo central para el desarrollo de caminatas, fotografiar la belleza del paisaje natural y utilizar como un lugar de Camping.

4.8.3 Necesidades turísticas

Diseñar e implementar señalética informativo.

Disponer de basureros

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Genera ingresos económicos a la población y fuentes de empleo

4.9.2 Impactos negativos:

Contaminación por la presencia de basura y abre de carreteras provocando la destrucción de plantas nativas de la zona y habitad.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Alterado

5.2 Causas:

El atractivo se encuentra alterado debido a la implementación de carreteras.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Semi intervenido

6.2 Causas:

En el sitio y a su alrededor existen plantación de árboles como los eucaliptos.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías:

Bueno

7.2 Subtipo: Lastrado

7.4 Transporte: Se accede al atractivo a pie, y en carros particulares

7.5 Frecuencias: Diaria

7.6 Temporalidad de acceso: Lunes a domingo

7.7 Observaciones:

Se debe prestar más cuidado y mantenimiento a este Atractivo.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística ubicada en el centro de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

Barrio San Francisco

Camino del inca

10.2 Distancia:

3km

3Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	7
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Estado de conservación y/o organización	3
	d) Entorno	3
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		27

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N° 16. Ficha del inventario de atractivo natural Loma de calvario

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 28-10-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Loma del Calvario	
1.6 Categoría: Sitio natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Mirador	
	
Foto N°2 Loma del Calvario Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Susudel	
2.4 Latitud: 079°11'30,81'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°024'25,1'' (Oeste)

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

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2474 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	18 y 24°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	250 y 5000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado a 13 Km del centro de la ciudad de Oña, pasando por la parroquia Susudel	
4.5 Descripción del atractivo.	
Este es un punto desde el cual podemos tener una vista hacia la parte del valle donde se asienta la ciudad de Oña y parte del territorio Susudel.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Principalmente en este lugar se realiza la fiesta de las cruces que se celebra en mayo de cada año, todos los devotos concurren a este lugar para disfrutar de sus chamizas y castillos de frutas, además	

los priostes se encargan de hacer un almuerzo comunitario para todas las personas que se encuentran en el sector.

4.7 Permisos y Restricciones:

Ninguno

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Es uno de los sitios que se utiliza como mirador así como también utilizado por los devotos para hacer sus fiestas en honor a las cruces.

4.8.2 Usos Potenciales

Observación del paisaje

Fotografía

Caminata

4.8.3 Necesidades turísticas

Se debe realizar un estudio para la implementación de señalética, Implementación de servicios turísticos para los visitantes que recorren el lugar, y poder brindar seguridad a los turistas.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Oportunidades de trabajo para la comunidad a través de la explotación adecuada del recurso.

4.9.2 Impactos negativos:

Erosión del suelo, incremento de desechos sólidos y aculturación de los pobladores locales.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Intervenido

5.2 Causas:

Por la presencia de especies introducidas

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Alterado

6.2 Causas:

Por la presencia de basura que es generado por los turistas que visitan todo este trayecto

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías:

Bueno

7.5 Frecuencias: todos los días

7.2 Subtipo: Lastrado /sendero

7.4 Transporte:

Alquiler de camionetas o a pie

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones:

Acompañarse de una persona que conozca la zona, llevar ropa ligera, zapatos para caminata y bloqueador solar.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura existente en la parroquia de Susudel que está ubicado en la panamericana norte que cuenta con 3 restaurant.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.**10.1 Nombre del atractivo:**

Tinas de Pullcanga
Peñas de Chacalatas

10.2 Distancia:

1km
2km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**11.1 Difusión:**

Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	5
	b) Valor Extrínseco	4
	c) Estado de conservación y/o organización	4
	d) Entorno	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

Cuadro N°17. Ficha del inventario de atractivo natural Peñas de Chacalata

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 03
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 28-10-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Peñas de Chacalata	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Peñas	
	
Foto N°3 Peña de Chacalata Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Susudel	
2.4 Latitud: 079°10'08,0'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°23'45,5'' (oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	23km
Saraguro	63km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2410 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	18 y 24°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	250 y 5000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado a 23 Km del centro de la ciudad de Oña, pasando por las Parroquias de Susudel frente a la loma de Calvario.	
4.5 Descripción del atractivo.	
Las Peñas de Chacalata es la más alta que mide aproximadamente 400m de altura, lugar concurrido por caminantes y escaladores de roca que son atraídos por su belleza paisajística y características	

idóneas para este deporte de aventura. La mejor época para escalar en Chacalata son los meses de junio, julio y agosto.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Esta zona es un lugar impresionante para realizar el deporte de aventura así como escalar en roca.

4.7 Permisos y Restricciones:

El horario de visita a las Peñas de Chacalata es a cualquier hora del día, no existe ningún tipo de control para el ingreso.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

El uso que se le da es para realizar el deporte de aventura que es escalar en la roca.

4.8.2 Usos Potenciales

Fotografía
Caminata
Observación del paisaje

4.8.3 Necesidades turísticas

Diseño de señalización.
Estudio y diseño de sendero para poder acceder al lugar.
Implementación de basurero para evitar la contaminación al atractivo.
Capacitación a las comunidades sobre turismo de esta manera puedan difundir al atractivo.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Genera ingresos económicos a la comunidad de esta manera ayudando a la conservación del atractivo

4.9.2 Impactos negativos:

Causa la degradación a las rocas por mal uso y contaminación al entorno.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

No hay intervención de turistas ya que no son difundidos por parte del gobierno local el Ministerio de Turismo

6. ENTORNO: Alterado

6.1 Entorno:

6.2 Causas:

Porque está rodeado de una hacienda la misma no ayuda a conservación de este atractivo

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Alquiler de camionetas o a pie
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Si va a realizar escalada en estas Peñas de Chacalata llevar todo lo necesario, tener mucho cuidado ya que tiene una elevación muy alta.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura existente en la parroquia de Susudel ubicada en la panamericana sur

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado
9.3 Alcantarillado: Poso séptico


10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Tinas de Pullcanga Loma de Calvario	10.2 Distancia: 4km 3km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	7
	b) Valor Extrínseco	5
	c) Estado de conservación y/o organización	4
	d) Entorno	3
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		28

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

Cuadro N°18. Ficha del inventario de atractivo natural Cerró cortado (Uduzhapa)

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 04
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 28-10-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Cerro cortado	
1.6 Categoría: Sitios naturales	
1.7 Tipo: Montañas	
1.8 Subtipo: Desfiladero (cañón)	
	
Foto N° 4 . Cerro cortado Fuente: Ana Macas	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 9619230 (sur)	2.5 Longitud: 706505 (oeste)
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	3 km
Saraguro	39 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2256 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	17 °C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	200 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
Se encuentra ubicado en la comunidad de Uduzhapa a 6km de la parroquia de Oña, para llegar a este atractivo se debe tomar la vía que dirige a Nabón y también por la comunidad de Chacauizho	
4.5 Descripción del atractivo.	

En el cañón de Uduzhapa se puede admirar las formaciones rocosas del periodo terciario de la civilización. Montaña misteriosa por sus leyendas y su etimología tiene forma esférica en donde por uno de sus costados cruza el camino del inca, debido a la erosión y por el paso del tiempo se ha partido casi por la mitad formándose un cañón por donde cruza el río Baijón

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

El camino del inca.- se encuentra en las faldas del cerro Uduzhapa donde se puede observar la construcción del camino que fueron hechos por los incas que transitaban desde Perú hacia Ingapirca.

Río Baijón.- se puede observar su paisaje natural además es un sitio ideal para realizar pesca deportiva.

4.7 Permisos y Restricciones:

El lugar es libre de acceso

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Actualmente al atractivo no se le da ningún uso; pero se realizan pequeñas caminatas para que la gente conozca el cañón

4.8.2 Usos Potenciales

Interpretación Cultural
Recreación
Caminata
Fotografía
Pesca

4.8.3 Necesidades turísticas

Diseñar e implementar senderos y señalética informativo.
Disponer de basureros
Capacitación de Guías

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Genera ingresos económicos a la población y fuentes de empleo

4.9.2 Impactos negativos:

Contaminación por la presencia de basura
Compactación del suelo
Erosión del suelo

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: alterado

5.2 Causas:

Por la presencia de pastoreo lo cual produce erosión al suelo

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: alterado

6.2 Causas:

Por la quema plantas arbustivas que rodea al atractivo

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**7.1 Tipo:** Terrestre**7.2 Subtipo:** Lastrado**7.3 Estado de Vías:**

Bueno

7.4 Transporte: Se accede al atractivo a pie, y en carros particulares**7.5 Frecuencias:** Diaria**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a domingo**7.7 Observaciones:**

Se debe prestar más cuidado y mantenimiento a este Atractivo.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística ubicada en el centro de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**9.1 Agua:** Entubada**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado**9.3 Alcantarillado:** Poso séptico**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.****10.1 Nombre del atractivo:**

Camino del inca

Rio Bajón

10.2 Distancia:

5m

1m


11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**11.1 Difusión:** Local**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	7
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Estado de conservación y/o organización	5
	d) Entorno	8
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		42

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°19. Ficha del inventario de atractivo natural Tinas Naturales de Pullcanga

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 5
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 28-10-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Tinas Naturales de Pullcanga	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo : Fenómenos geológicos	
1.8 Subtipo: Escarpa de falla	
	
Foto N° 5 Tinas Naturales de Pullcanga Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Susudel	
2.4 Latitud: 079°011'55,0'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°24'44,4'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	22km
Saraguro	60

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2470 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	18 y 24°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 250-5000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado a 19 Km del centro de la ciudad de Oña, pasando por las Parroquias de Susudel justo en las faldas de loma de calvario.	
4.5 Descripción del atractivo.	
Este lugar es prácticamente muy fácil de llegar ya que se puede observar desde la calles a este atractivo, la tinas Naturales de Pullcanga son piedras huecas llenas de aguas que tienen dimensiones de un 1m de ancho, 1m de largo y 1,5 m de profundidad, estas piedras no tienen registro.	

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Las tinas naturales están rodeada por vegetación de la zona como son: Tuna (*Opuntia Ficus*), Chilca blanca (*Bagcharis sp.*) Eucalipto (*Eucaliptus globulus*), Faiquie (*Acacia macracantha*) Y esto hace contraste con las construcciones típicas y paisaje del lugar.

4.7 Permisos y Restricciones:

El horario de visita a las tinas naturales de Pullcanga es a cualquier hora del día ya que se encuentra dentro de la comunidad de Pullcanga, no existe ningún tipo de control para el ingreso.

4.8 Usos**4.8.1 Usos Actuales**

Esta zona forma parte de varios propietarios la parroquia de Susudel, no se ha dado importancia necesaria ya que los habitantes solo se dedican a la agricultura.

4.8.2 Usos Potenciales

La tinas puede ser utilizada como un atractivo turístico por sus características además que se puede realizar investigaciones acerca de su verdadero origen, lo que puede enriquecer la cultura en la comunidad y en el cantón de Oña

4.8.3 Necesidades turísticas

Se debe realizar un estudio acerca de las piedras conocida como tinas y complementariamente el mejoramiento de accesos, señalización, infraestructura y servicios turísticos, para brindar seguridad y comodidad a los visitantes.

4.9 Impactos**4.9.1 Impactos positivos**

Ingresos económicos para la comunidad aprovechando el recurso para realizar turismo y un nuevo atractivo turístico para el Cantón Oña.

4.9.2 Impactos negativos:

La interacción de los visitantes con los habitantes de la comunidad a futuro nos podría ocasionar alteración al medio ambiente y aculturación a la comunidades

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

Debido a que la roca se encuentra prácticamente abandonada a la intemperie sin cuidado y recibiendo todos rigor de la naturaleza.

6. ENTORNO:**6.1 Entorno:** Alterado**6.2 Causas:**

Por las actividades diarias de la comunidad, ya que los suelos son erosionados debido a la utilización de tierras para la elaboración del ladrillo y teja que es el sustento diario para obtener ingresos económicos.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre 7.3 Estado de Vías: Bueno 7.5 Frecuencias: Todo el año	7.2 Subtipo: Lastrado y sendero 7.4 Transporte: Alquiler de camionetas o se puede realizar caminata de 30 minutos desde la parroquia Susudel 7.6 Temporalidad de acceso: Todo los días
7.7 Observaciones: Es recomendado utilizar ropa ligera por la variación de clima y zapatos adecuados para caminar además de gorra y bloqueador solar. Es necesario indicar que la visita a este atractivo no tiene mucha duración es decir su acceso es muy fácil.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS. Infraestructura turística existente en la parroquia Susudel.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA 9.1 Agua: Entubada 9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectada 9.3 Alcantarillado: Poso siego
--


10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Loma del Calvario Peñas de Chacalata	10.2 Distancia: 3km 4km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO: 11.1 Difusión: Local
--

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	5
	b) Valor Extrínseco	5
	c) Estado de conservación y/o organización	3
	d) Entorno	4
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25

13. JERARQUIZACIÓN Jerarquía I
--

Cuadro N°20. Ficha del inventario de atractivo natural Cascada rodeo 1

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 06
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 30-10-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Rodeo 1	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rio	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Foto N° 6: Cascada Rodeo 1 Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°06'50.6'' (sur)	2.5 Longitud: 03°29'06,6'' (oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	4km
Saraguro	50km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2457 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	12° a 18 °C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	500 a 1000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
Está ubicado en la comunidad de rodeo a 4km de la Parroquia Oña para llegar al atractivo se debe realizar una caminata de 15 minutos desde la comunidad	
4.5 Descripción del atractivo.	

El atractivo tiene una caída de agua de 5m aproximadamente de origen rocoso, formando una poza de 3*3(m) de diámetro, El agua de la cascada es cristalina, mientras que el de la poza es un poco turbia espumosa debido a la potencia con que cae el agua la poza tiene una profundidad promedio de 2 metros la misma que es utilizada para nadar y bañarse..

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Los alrededores existe una gran cantidad de flora como: Helechos (*Equisetum spp*), Laurel (*Laurus nobilis*), Moras silvestre (*Rubus adenotrichus*), entre otras, mientras que especies de fauna se encuentra como: Paloma (*Zenaida auriculata*), Perdiz (*Attagis gayi*), Colibríes (*Lesbia victoriae*), Conejo (*Sylvilagus brasiliensis*).

4.7 Permisos y Restricciones:

El lugar es de libre acceso

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad el uso que se le da al atractivo es como balneario

4.8.2 Usos Potenciales:

Se puede realizar caminatas por los alrededores del atractivo, fotografía del lugar, observación de flora y fauna.

4.8.3 Necesidades turísticas

Se debe implementar senderos y por ende la respectiva señalética, rotulación y colocación de basureros, e incluso limpieza, desbroce a un área estimada para el camping, algo importante es implementar la infraestructura y servicios turísticos que servirá de mucho para la facilidad turística que se requiere en el lugar.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Ingresos económicos para la parroquia, apoyo en el mejoramiento de acceso a la comunidad por parte de la alcaldía de Oña

4.9.2 Impactos negativos:

Alteración al ambiente por presencia de basura, destrucción de especies que son propias del lugar

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

Debido a que no existe gran difusión del mismo y su grado de visita es regular.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas:

Debido a que solo la parroquia de Oña conoce sobre este atractivo por esta razón no hay presencia de alteración.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado / sendero
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Se puede llegar caminado desde el centro de Oña que dura una hora, Alquiler de camioneta
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Lunes a domingo
7.7 Observaciones: Es recomendado utilizar zapatos adecuados, ropa abrigada o ligera debido a la variación del clima además utilizar gorra y bloqueador solar.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en la ciudad de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso siego

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

Camino del Inca

Rio negro

10.2 Distancia:

5Km

2m

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	9
	b) Valor Extrínseco	7
	c) Estado de conservación y/o organización	6
	d) Entorno	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		38

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°21. Ficha del inventario de atractivo natural Cascada de rodeo 2

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 07
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 30-10-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Rodeo 2	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rio	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Foto N°7. Cascada Rodeo 2 Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°06'50,6'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°29'06,6'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	4km
Saraguro	41km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2499 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	12° a 18°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 a1000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Está ubicado en la comunidad de Rodeo a 4km de la Parroquia Oña para llegar al atractivo se debe realizar una caminata de 15 minutos desde la comunidad	
4.5 Descripción del atractivo.	

La cascada tiene una caída de agua de 10m aproximadamente de origen rocoso, formando una poza de 3*4(m) de diámetro, El agua de la cascada es cristalina, mientras que el de la poza es un poco turbia espumosa debido a la potencia con que cae el agua la poza tiene una profundidad promedio de 3metros la misma que es utilizada para nadar y bañarse.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Los alrededores existe una gran cantidad de flora como: Helechos (*Equisetum spp*), Laurel (*Laurus nobilis*), Moras silvestre (*Rubus adenotrichus*), entre otras, mientras que es especies de fauna se encuentra: Paloma(*Zenaida auriculata*), Perdiz (*Attagis gayi*), Colibríes (*Lesbia victoriae*), Conejo (*Sylvilagus brasiliensis*)

4.7 Permisos y Restricciones:

El lugar es de libre acceso

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad el uso que se le da al atractivo es un balneario

4.8.2 Usos Potenciales:

Se puede realizar caminatas por los alrededores del atractivo, fotografía el lugar, observación de flora y fauna

4.8.3 Necesidades turísticas

Se debe implementar senderos y por ende la respectiva señalética, rotulación y colocación de basureros, e incluso limpieza y desbroce a un área estimada para el camping, algo importante es implementar la infraestructura y servicios turísticos que servirá de mucho para la facilidad turística que se requiere en el lugar.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Ingresos económicos para la parroquia, apoyo en el mejoramiento de acceso a la comunidad por parte de la alcaldía de Oña

4.9.2 Impactos negativos:

Alteración al ambiente por presencia de basura, destrucción de especies que son propias del lugar

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

Debido a que no existe gran difusión del mismo y su grado de visita es regular.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas:

Debido a que solo la parroquia de Oña conoce sobre este atractivo por esta razón no hay presencia de alteración.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Lastrado / sendero

7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Se puede llegar caminado desde el centro de Oña que dura una hora, Alquiler de camioneta
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Lunes a domingo
7.7 Observaciones: Es recomendado utilizar zapatos adecuados, ropa abrigada o ligera debido a la variación del clima además utilizar gorra y bloqueador solar.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura turística existente en la ciudad de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado
9.3 Alcantarillado: Poso siego


10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Camino del Inca Cascada de rodeo 1 Rio negro	10.2 Distancia: 4Km 60m 63m

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	9
	b) Valor Extrínseco	7
	c) Estado de conservación y/o organización	6
	d) Entorno	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		38

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

Cuadro N°22. Ficha del inventario de atractivo natural Cascada chorro blanco

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 08
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 1-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Chorro blanco	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Foto N° 8 Cascada Chorro blanco Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°04'33.3'' (sur)	2.5 Longitud: 03°35'15,2''(oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Oña Saraguro	3.2 Distancia: 2km 39km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	3303 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	3 y 8 °C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
Está ubicado en la comunidad de Cuscudoma a 2km de la parroquia Oña para llegar al atractivo se debe realizar una caminata de 4 horas desde la comunidad.	
4.5 Descripción del atractivo.	
Se encuentra dentro de la unión de dos montañas, La cascada da origen por las vertientes de las tres	

lagunas que tiene una caída de agua de aproximadamente 30 metros, con una poza de 4 metros de profundidad, con un caudal moderado de agua, que luego da origen a un riachuelo que alimenta al río negro.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Flora y Fauna.- Podemos observar gran cantidad de especies de Helechos (*Equisetum spp*) y también especies maderables como Laurel (*Laurus nobilis*), Cedro (*Cedrela odorata*). La vegetación al rededor de la cascada es variada entre herbáceas hasta arbustivas, en la pared de la cascada la vegetación es escasa debido a la fuerza de la caída de agua que hace que esta se disperse golpeando las paredes y destruyendo las pocas plantas que la rodean.

Dentro de la fauna representativa tenemos: Conejos (*Sylvilagus brasiliensis*), Lobos silvestre (*Pseudolopex culpaeus*) Búhos (Asio Flames), Colibrí (*Lesbia victoriae*), Paloma (*Zenaida auriculata*).

4.7 Permisos y Restricciones:

El lugar es de libre acceso

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

No tiene ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales

Se puede hacer fotografía del lugar,
Observación del paisaje natural.
caminatas

4.8.3 Necesidades turísticas

Implementación de servicios turísticos para la comodidad y seguridad del turista, diseño de senderos y por ende la señalización del atractivo.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Oportunidades de trabajo para la comunidad a través de la prestación de servicios turísticos en las diferentes áreas. Obtención de ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura del lugar y para implementar infraestructura.

4.9.2 Impactos negativos:

Destrucción del hábitat de los animales que habitan en el lugar a causa de la implementación de carretera que conecta con la provincia de Zamora Chinchipe

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

No hay presencia de turistas

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas:

Debido a que no hay senderos para poder llegar al atractivo.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Sendero

7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Se debe realizar 4 horas de caminata
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Lunes a viernes
7.7 Observaciones: Se recomienda utilizar ropa ligera, impermeable, botas de caucho, repelente, gorra bloqueador solar.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en la ciudad de Salcedo

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entuba

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso siego

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

Laguna grande

Las tres lagunas

10.2 Distancia:

34Km

36km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	7
	b) Valor Extrínseco	5
	c) Estado de conservación y/o organización	5
	d) Entorno	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		32

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°23. Ficha del inventario de atractivo natural Cascada Inga Chaca

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 09
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 7-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada inga chaca	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Foto N°9 Cascada inga chaca Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 9608280 (sur)	2.5 Longitud: 708741(oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	2km
Saraguro	39km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2868 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	8 o 14°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
Está ubicado en la comunidad de Cuscudoma a 20km hasta el desvío del atractivo. Desde este punto se empieza la caminata que dura 45 minutos hasta el destino de la cascada.	
4.5 Descripción del atractivo.	
La cascada Ingachaca está ubicado en la comunidad de Cuscudoma sector hidil, este atractivo se encuentra encañonado y cubierta de vegetación, tiene una caída de 20m de altura la misma que forma una poza de 10m de ancho, 10m de largo con una profundidad de 4m además se puede hacer un	

recorrido alrededor de la cascada y disfrutar de la adrenalina del agua
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Pesca.- en este atractivo se puede realizar la pesca (trucha) alrededor de la cascada durante la estadía en este sitio.</p> <p>Flora .- Podemos observar gran cantidad de especies de Helechos (<i>Equisetum spp</i>) y también especies maderables como Laurel (<i>Laurus nobilis</i>), Cedro (<i>Cedrela odorata</i>). La vegetación al rededor de la cascada es variada entre herbáceas hasta arbustivas,</p> <p>Dentro de la fauna representativa tenemos: Conejos (<i>Sylvilagus brasiliensis</i>), Lobos silvestre (<i>Pseudolopex culpaeus</i>) Búhos (Asio Flames), Colibrí (<i>Lesbia victoriae</i>), Paloma (<i>Zenaida auriculata</i>)</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>El lugar es de libre acceso</p>

<p>4.8 Usos</p> <p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>No tiene ningún uso</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Fotografía del lugar, Observación del paisaje natural. Caminatas Observación de flora y fauna</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Se debe mejorar los senderos para el acceso a la cascada, de tal manera que se brinde mayor confort y seguridad al visitante. Programa de señalización desde el ingreso al recinto. Capacitación de guías</p>
<p>4.9 Impactos</p> <p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>Oportunidades de trabajo para la comunidad a través de la prestación de servicios turísticos en las diferentes áreas. Obtención de ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura del lugar y para implementación Ayuda para el mejoramiento de la infraestructura vial del sector.</p> <p>4.9.2 Impactos negativos:</p> <p>Contaminación por la basura Pérdida de especies endémicas Utilización de químicos para la pesca (barbasco).</p>

<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p> <p>5.1 Estado: Conservado</p> <p>5.2 Causas:</p> <p>No hay presencia de turistas</p>
--

<p>6. ENTORNO:</p> <p>6.1 Entorno: conservado</p>

6.2 Causas:

Por que se encuentra en su estado natural

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías:

Regular

7.5 Frecuencias: Todos los días

7.2 Subtipo: camino y Sendero

7.4 Transporte: 15km en carro y

45 minutos de caminata

7.6 Temporalidad de acceso: Lunes a domingo

7.7 Observaciones:

Se recomienda utilizar ropa ligera, impermeable, botas de caucho, repelente, gorra y bloqueador solar.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en la ciudad de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entuba

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso siego

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

El bosque húmedo

Laguna de Yanacocha Negra

10.2 Distancia:

10m

2km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	9
	b) Valor Extrínseco	7
	c) Estado de conservación y/o organización	7
	d) Entorno	7
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		38

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°24. Ficha del inventario de atractivo natural Laguna de Yanacocha Negra

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 10
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 07-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Laguna de Yanacocha Negra	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ambiente Lacustre	
1.8 Subtipo: Laguna	
	
Foto N10 Laguna de Yanacocha Negra Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°07'14.1'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°32'12.9'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	12km
Saraguro	47km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	3100 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	8°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
Está ubicado en la comunidad de Cuscudoma a 10 km de la parroquia Oña, para llegar al atractivo se debe realizar una caminata de 1 hora desde la comunidad	
4.5 Descripción del atractivo.	
Esta laguna está formada por varias vertientes subterráneas que llegan y drenan de las quebradas más cercanas, tiene una profundidad de 7 metros, 60 metros de largo y de ancho unos 20 metros está rodeada de vegetación.	

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Entre la flora y fauna tenemos: Helecho (*Blechnum sp*), Chuquiragua (*Chiquiraga jussiaeaei*), Quishuar (*Buddleja incana*), Achupallas (*Puya sp*), Oreja de conejo (*Culcitium sp*), Pajonal festucas. Y en cuanto a fauna Cuy de monte (*Cuniculus sp.*), Venado (*Odocoileus virginianus*), Conejo silvestre (*sylvilagus brasiliensis*), gorrión (*Zonotrichia capensis*), Vencejo (*streptoprocne zonaris*), Quilico (*falco sparverius*), Golondrina (*Notiochelidon murina*), Colibrí herrero (*colibrí coruscans*), Tórtola (*Zenaida auriculata*),

4.7 Permisos y Restricciones:

No se necesita ningún tipo de permiso para poder ingresar ,

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Es utilizado por los shamanes para poder hacer sus rituales

4.8.2 Usos Potenciales

Fotografía
Caminata
Observación de flora

4.8.3 Necesidades turísticas

Diseñar senderos con su respectivo señalética
Implementar normas para los turista
Ubicar tachos de basureros alrededor de la laguna
Efectuar programas de capacitación al personal que ofrecen servicios turísticos para que de esta manera mejore un buen trato al turista.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Genera ingresos económicos a la población la misma que ayudara a la conservación de la flora y fauna que existe en la zona

4.9.2 Impactos negativos:

Descoordinación interinstitucional debido a problemas políticos e intereses personales, tanto con los Municipios, Juntas Parroquiales lo cual ha impedido el desarrollo del turismo.
Contaminación de las aguas por los desperdicios ocasionados por los turistas y la Comunidad.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

Como no es un atractivo muy conocido ni visitado por turista nacionales y extranjeros

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Alterado

6.2 Causas:

Por presencia de basura cuando realizan los rituales por parte de los shamanes

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: terrestre	7.2 Subtipo: lastrado
7.3 Estado de Vías: regular	7.4 Transporte: alquiler de camioneta, o a pie que dura 1 hora
7.5 Frecuencias: todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: lunes a domingo
7.7 Observaciones: Es recomendado utilizar zapatos adecuados, ropa abrigada o ligera debido a la variación del clima además utilizar gorra y bloqueador solar. Es necesario indicar que la visita a este atractivo tiene mucha duración su acceso es muy fácil de llegar.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura existente en la parroquia de Oña.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

Puente Viejo
Molinos Hidráulicos
Mirador el Mauta

10.2 Distancia:

45km
43Km
50km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	9
	b) Valor Extrínseco	7
	c) Estado de conservación y/o organización	4
	d) Entorno	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		35

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°25. Ficha del inventario de atractivo natural Laguna la niña

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 11
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 09-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Laguna la niña	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ambiente Lacustre	
1.8 Subtipo: Laguna	
	
Foto N°11 Laguna la niña Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°04'53,6" (Sur)	2.5 Longitud: 03°35'09,4" (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	235 km
Saraguro	272km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	3323 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	3 y 8°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
<p>Está ubicado a 2 km de la parroquia Oña para llegar al atractivo se debe realizar una caminata de 6 horas desde la comunidad Cuscudoma, este atractivo se encuentra entre limite con la provincia de Zamora Chinchipe.</p>	
4.5 Descripción del atractivo.	
<p>La Laguna grande es de origen pluvial, posee vertientes subterráneas de agua su profundidad es de 10 m, mide 200 m de largo por 50 metros de ancho aproximadamente. El caudal del agua es variable ya que está alimentado tanto por las precipitaciones como por arroyos estacionales además son ricas en sólidos y nutrientes.</p>	

<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Entre la flora tenemos: Huaicundo (<i>Tillandsia sp</i>), Helecho (<i>Blechnum sp</i>), Chuquiragua (<i>Chiquiraga jussaiiei</i>), Quishuar (<i>Buddleja incana</i>), Achupallas (<i>Puya sp</i>), Oreja de conejo (<i>Culcitium sp</i>), Pajonal festucas.</p> <p>Entre la fauna se encuentra: Raposa (<i>Didel phiomorphia</i>), Cuy de monte (<i>Cuniculus sp.</i>), Venado (<i>odocoeilus virginianus</i>), conejo silvestre (<i>sylvilagus brasiliensis</i>),</p> <p>Entre las aves tenemos: gorrión (<i>Zonotrichia capensis</i>), vencejo (<i>streptoprocne zonaris</i>), Pato silvestre (<i>Anas flavirostris</i>), Quilico (<i>Falco sparverius</i>), Golondrina (<i>Notiochelidon murina</i>), Colibrí herrero (<i>Colibrí coruscans</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>).</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>El horario en el cual se puede visitar la laguna es a toda hora del día</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>A este atractivo no se le da ningún uso, por lo que se encuentra muy alejado de la parroquia Oña</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>El lugar se podría utilizar como atractivo para el desarrollo de caminatas, observación de flora avifauna y el paisaje que se encuentra a sus alrededores mediante la implementación de senderos interpretativos,</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Diseñar el sendero como medio de accesibilidad al atractivo Colocar basureros en toda su trayectoria Colocar letreros interpretativos a lo largo del sendero que indiquen los elementos de flora o fauna que se pueda encontrar.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>Conservación de la laguna y así evitar la contaminación la misma que genera ingresos económicos a la población</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos:</p> <p>Alteración y destrucción del hábitat de especies de aves, contaminación del agua y ocasionando erosión al rededor de la laguna</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: conservado</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>Como no es un atractivo muy conocido no es muy visitado, razón por la cual los recursos paisajísticos están bastante conservados.</p>
<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: Intervenido</p>
<p>6.2 Causas:</p> <p>Por la presencia de construcción de carretera Oña- Zamora Chinchipe ha aumentando basura por los personas que ingresan al lugar</p>

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado/ sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Alquiler de camioneta hasta la laguna de yanacocha luego una caminata a pie
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Existen dos carreteras para poder llegar a las tres lagunas uno es por Oña y otro por Saraguro. Es recomendado utilizar zapatos adecuados, ropa abrigada o ligera debido a la variación del clima además utilizar gorra y bloqueador solar. Es necesario indicar que la visita a este atractivo es de mucha duración por encontrarse entre el límite con la provincia de Zamora	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura turística existente en la parroquia de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado
9.3 Alcantarillado: Poso siego


10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Las tres lagunas Cascada chorro blanco	10.2 Distancia: 100m 68 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Loca

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	9
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Estado de conservación y/o organización	7
	d) Entorno	7
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		38

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

Cuadro N°26. Ficha del inventario de atractivo natural Las tres lagunas

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 12
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 9-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Las tres lagunas	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ambiente Lacustre	
1.8 Subtipo: Laguna	
	
Foto N°12 Las tres Lagunas Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°04'53,6'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°35'09,4'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	154km
Saraguro	175km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	3323 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	3 y 8°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
<p>Está ubicado a 154 km de la parroquia Oña, para llegar se debe realizar una caminata de 6 horas desde la comunidad Cuscudoma, este atractivo se encuentra entre limite con la provincia de Zamora Chinchipe.</p>	
4.5 Descripción del atractivo.	
<p>El agua de esta laguna desfoga en una esplendorosa caída de agua conocida como chorro blanco de la cual nace el rio negro alrededor de la laguna se puede observar flora y fauna nativa , además es muy celosa con personas extrañas manifestándolo al cubrirse con neblina rápidamente.</p>	

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Entre la flora tenemos: Huaicundo (*Tillandsia sp*), Helecho (*Blechnum sp*), Chuquiragua (*Chiquiraga jussaii*), Quishuar (*Buddleja incana*), Achupallas (*Puya sp*), Oreja de conejo (*Culcitium sp*), Pajonal festucas.

Entre la fauna se encuentra: Raposa (*Didel phiomorphia*), Cuy de monte (*Cuniculus sp.*), Venado (*odocoeilus virginianus*), Conejo silvestre (*sylvilagus brasilensis*),

Entre las aves tenemos: gorrión (*Zonotrichia capensis*), Vencejo (*Streptoprocne zonaris*), Pato silvestre (*Anas flavirostris*), Quilico (*falco sparverius*), Golondrina (*Notiochelidon murina*), Colibrí herrero (*colibrí coruscans*), Tórtola (*Zenaida auriculata*),

4.7 Permisos y Restricciones:

El horario en el cual se puede visitar la laguna es a toda hora del día

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

A este atractivo no se le da ningún uso motivo que se encuentra muy alejado de la parroquia Oña

4.8.2 Usos Potenciales

Fotografiar

Caminata

Observación de flora y fauna

Observación del paisaje

Camping

Ciclismo de montaña

4.8.3 Necesidades turísticas

Diseñar el sendero como medio de accesibilidad al atractivo

Colocar basureros en toda su trayecto

Colocar letreros interpretativos a lo largo del sendero que indiquen los elementos de flora y fauna que se pueda encontrar.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Conservación de la laguna y así evitar la contaminación la misma que genera ingresos económicos a la población

4.9.2 Impactos negativos:

Alteración y destrucción del hábitat de especies de aves, contaminación del agua y ocasionando erosión al rededor de la laguna

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

Por tratarse de un área que no es difundido ni intervenido por turistas naciones y extranjeros

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: intervenido

6.2 Causas:

La construcción de carretera Oña – Zamora Chinchipe que atraviesa por los filos de la lagunas, lo que ha producido una gran contaminación, además existe el gran riesgo que se aumente la caza y pesca.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Alquiler de camioneta hasta la laguna de Yanacocha luego se debe realizar una caminata de 5 horas
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Lunes a domingo
7.7 Observaciones: Existen dos carreteras para poder llegar a las tres lagunas uno es por Oña y otro por Saraguro. Es recomendado utilizar zapatos adecuados, ropa abrigada o ligera debido a la variación del clima además utilizar gorra y bloqueador solar.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura Existente en el canton Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado
9.3 Alcantarillado: Poso siego


10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Laguna grande Cascada el chorro	10.2 Distancia: 100mm 68km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	10
	b) Valor Extrínseco	8
	c) Estado de conservación y/o organización	7
	d) Entorno	6
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		44

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

Cuadro N°27. Ficha del inventario de atractivo natural Unión de los Ríos Negro y Rodeo

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 13
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 10-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Unión de los Ríos Negro y León	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rio	
1.8 Subtipo: Raudal	
	
Foto N°13 Unión de los Ríos Negro y Rodeo Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°06'50,8'' (sur)	2.5 Longitud: 03°29'06,6'' (oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Oña Saraguro	3.2 Distancia: 7 km 45 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2457 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	12 a 18 °C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	500 y 1000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo Está ubicado a 6 km de la parroquia Oña para llegar al atractivo se debe realizar una caminata de 15 minutos desde la comunidad rodeo.	
4.5 Descripción del atractivo.	

La unión de estos dos ríos desemboca el río Jubones que recorre por las diversas comunidades del cantón, es un río perenne, con un caudal considerable de agua una profundidad de 50 metro, con 5 m de ancho, presencia de rocas de tamaño medio pero con una corriente fuerte especialmente en la época de invierno.

Sus agua son cristalinas y frías, el cual sirve como plataforma para los bañistas y dar de beber a los animales

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Cascada de Rodeo: El atractivo tiene una caída de agua de 10m aproximadamente de origen rocoso, formando una poza de 3*4(m) de diámetro

Recorrido por las riberas: Se puede acceder a un pequeño bosque que se encuentra al costado del riachuelo, se puede observar aves y gozar del contacto con la naturaleza, además existen caminos de herradura que se dirige a varios cerros, se puede realizar camping cerca del río

4.7 Permisos y Restricciones:

El lugar es de libre acceso

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Celebran las festividades de carnaval, un sin número de personas gozan de sus frías aguas y pasan momentos de distracción con la naturaleza y en unión

4.8.2 Usos Potenciales

El lugar se podría utilizar como atractivo central para observación de flora y fauna, mediante la implementación de senderos interpretativos, se podría desarrollar reforestación con plantas nativas con el fin de recuperar la humedad del bosque.

4.8.3 Necesidades turísticas

Se debe hacer un estudio para la implementación de senderos.

Implementación de infraestructura turística, para brindar comodidad y seguridad a los visitantes.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Ingresos económicos alternativos para la comunidad, apoyo para el mejoramiento de vías de acceso a la comunidad, incremento de lugares de atractivo turístico para el cantón Salcedo.

4.9.2 Impactos negativos:

No hay intereses personales y comunitarios en el manejo de la actividad turística del lugar.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

Es un lugar no aprovechado para el turismo, es de uso exclusivo para la comunidad para el pastoreo y no existe visita de fuereños

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Alterado

6.2 Causas:

Porque la comunidad no tiene conocimiento en la actividad turística, a La vez provocando la contaminación con desechos solido y liquido en el entorno.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado /sendero
7.3 Estado de Vías: Buena	7.4 Transporte: Alquiler de camioneta hasta la comunidad
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Acompañarse de una persona que conozca la zona, llevar ropa ligera y zapatos para caminata.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en el parroquia de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso siego

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

Camino del inca

Mirador de Mauta

10.2 Distancia:

6km

3Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	7
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Estado de conservación y/o organización	4
	d) Entorno	4
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		30

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°28. Ficha del inventario de atractivo natural Río San Felipe de Oña

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Ana Macas	1.2 Ficha N° 14
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luís Quevedo	1.4 Fecha: 10-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Río San Felipe de Oña	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rió	
1.8 Subtipo: Riachuelo	
	
Foto N°14 Río San Felipe de Oña Por Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°09'26,6'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°29'08,3'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	5km
Saraguro	41km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2341 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	18 y 24°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 y 2000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Se encuentra ubicado a 2km del parque central de la cabecera cantonal, pasando por la comunidad de Chacapata.	
4.5 Descripción del atractivo.	
El río tiene un ancho de 4 m aproximadamente, y sus aguas forman en algunos lugares pequeñas pozas de aproximadamente de 1.50 metros de profundidad, durante el trayecto está cubierto de vegetación arbórea y arbustiva, sirve de subsistencia para los pobladores de la comunidad, la misma se puede disfrutar de su paisaje natural.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Dentro de las especie de flora tenemos: el Eucalipto (<i>Eucaliptus globulus</i>), Sigse (<i>Cortaderia nitida</i>), Faique (<i>Acacia macracantha</i>) aves como la Golondrina azuliblanca (<i>Notiochelidon cyanoluca</i>), Mirlo	

(Turdus chiguanco), Gorrión (*Zonotrichia capensis*), Quilico (*Falco sparveirius*)

4.7 Permisos y Restricciones:

El horario en el cual se puede visitar el río es a toda hora del día

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

El uso que se da es para dar de beber a los animales y como balneario de algunas familias en fechas importantes como es el tradicional carnaval en el mes de febrero

4.8.2 Usos Potenciales

Fotografía

Caminatas

El río es un lugar ideal para disfrutar de la flora y fauna.

4.8.3 Necesidades turísticas

Implementación de senderos

Diseño de señalética

Capacitación a la comunidad sobre turismo

Implementar servicios turísticos

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Consecución de ayuda para el mejoramiento de acceso al lugar, mejoramiento de ingresos económicos para la comunidad

4.9.2 Impactos negativos:

Presencia de basura por la visita de turistas

Erosión del suelo

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: : Conservado

5.2 Causas:

Es un lugar no aprovechado para el turismo, es de uso exclusivo para la comunidad

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Alterado

6.2 Causas:

Es utilizada para pastoreo por lo que ha provocado erosión de los suelos ya que la vegetación es muy pequeña siendo la mayoría poaceas. Se ha plantado especies exóticas como eucalipto y pino provocando la pérdida de especies

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Lastrado / sendero

7.3 Estado de Vías:

7.4 Transporte: alquiler de camionetas o a pie

Regular

7.5 Frecuencias: todos los días

7.6 Temporalidad de acceso: todo el año

7.7 Observaciones:

Al caminar debe ir con mucha cuidado ya que existe serpientes y el acceso no es muy bueno

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existe en la parroquia de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado
--

9.3 Alcantarillado: Poso siego

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:
-----------------------------------	------------------------

Puente viejo	1km
--------------	-----

Loma de Mauta	7km
---------------	-----

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	5
	b) Valor Extrínseco	5
	c) Estado de conservación y/o organización	4
	d) Entorno	3
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

Cuadro N°29. Ficha del inventario de atractivo natural Río León

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Ana Macas	1.2 Ficha N° 15
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 10-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Río León	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Riachuelo	
	
Foto N°15 Río León Por: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña / Susudel	
2.4 Latitud: 079°09'39,3'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°27'28,0'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	9km
Saraguro	46km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2000 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	18 y 24°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	250 y 5000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado a 9Km del centro de la ciudad de Oña, siguiendo la vía panamericana norte, este atractivo limita con la parroquia de Susudel.	
4.5 Descripción del atractivo.	
Este sitio se encuentra en medio de dos paredes de tierra y roca cubiertas de vegetación herbácea y arbustiva, estas aguas son cristalinas y turbulentas, el rio mide 6m de ancho y 1m de profundidad este rio San Felipe se une con el Rio Jubones que desemboca en el océano pacifico.	

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Está conformado a su alrededor por flora nativa como son las Tuna (*Opuntia Ficus*), y Faique (*Acacia macracantha*) y como especies en cuanto en fauna tenemos tres tipos de serpientes: Falsa Coral (*Lampropeltis triangulum*), Equis (*Bothrops asper*), Macanchi (*Bothrops lojana*), y como aves, Tórtola (*Zenaida auriculata*), Quilico (*Falco sparveirius*) y entre otras especies más.

4.7 Permisos y Restricciones:

El acceso al sitio natural no tiene prohibición ya que es de uso público.

4.8 Usos**4.8.1 Usos Actuales**

La fuente es utilizada para bañarse especialmente en carnavales por ser un clima cálido, además sirve como consumo de las personas y también en una parte más separada del sitio es para que el ganado pueda beber.

4.8.2 Usos Potenciales

Visita por los turistas

Fotografía

Observación de flora y fauna

4.8.3 Necesidades turísticas

Diseñar e implementar letreros informativos.

Sería conveniente realizar programas de educación e interpretación ambiental.

Señalización del sendero y del atractivo turístico.

Implementar basureros para evitar la contaminación al ecosistema

4.9 Impactos**4.9.1 Impactos positivos**

Afluencia de turistas nacionales y extranjeros

Desarrollo comercial de cantón

Incremento de los ingresos económicos.

4.9.2 Impactos negativos:

Erosión y compactación del suelo.

Contaminación del agua.

Contaminación por la presencia de basura.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 estado: Deteriorado

5.2 Causas:

En sus orillas de la fuente se están derrumbando por la deforestación, por las fuertes lluvias y por la excavación de minería.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Alterado

6.2 Causas:

Por la presencia de basura como son botellas de productos químicos

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Hormigón

7.3 Estado de Vías:

7.4 Transporte:

Buena

Alquiler de camioneta

7.5 Frecuencias: Lunes a domingo

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones:

Llevar ropa ligera, bloqueador solar, y repelente

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en la parroquia de Oña y Susudel

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso siego

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

Iglesia de Susudel
Pucara

10.2 Distancia:

10km
11km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	8
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Estado de conservación y/o organización	5
	d) Entorno	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		35

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°30. Ficha del inventario de atractivo natural Bosque primario zhidil

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 16
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luís Quevedo	1.4 Fecha: 10-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Bosque primario zhidil	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Bosque	
1.8 Subtipo: Páramo	
	
Foto N°16 Bosque primario zhidil	Fuente: Ana Macas
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 9604575(Sur)	2.5 Longitud: 713318(Oeste)
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Oña Saraguro	3.2 Distancia: 10km 48km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3244 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 12°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 250-5000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo El atractivo se encuentra ubicado a 21Km del centro de la ciudad de Oña, pasando por la comunidad de Cuscudoma y el sector Zhidil	
4.5 Descripción del atractivo. Este bosque se encuentra en estado natural, razón por la cual se convierte en un sitio estratégico para	

poder apreciar la biodiversidad del sector, permite el avistamiento de aves así como de mamíferos y también reptiles, posee una ubicación estratégica y panorámica de los poblados cercanos al mismo.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En el bosque primario se puede apreciar ciertas especies como: el laurel() cedro() pinos() orquídeas() bromelias(*Tillandsia sp*) helechos(*Blechnum sp*) chuquiragua(*Chiquiraga jussiaei*) arquitecto() oreja de conejo(*Culcitium sp*), Achupallas (*Puya sp*), Quishuar (*Buddleja incana*) Pajonal festucas entre otras especies arbustivas-

Entre la fauna se encuentra: Raposa (*Didel phiomorphia*), Cuy de monte (*Cuniculus sp.*), Venado (*odocoeilus virginianus*), conejo silvestre (*sylvilagus brasiliensis*), sorrillo(), serpiente()

Entre las aves tenemos: gorrión (*Zonotrichia capensis*), vencejo (*streptoprocne zonaris*), Quilico (*falco sparverius*), Golondrina (*Notiochelidon murina*), Colibrí herrero (*colibrí coruscans*), Tórtola (*Zenaida auriculata*) y loros (*Brotogeris pyrrbopterus*) y entre otras especies.

4.7 Permisos y Restricciones:

Ninguno

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

No se le da ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales

Observación de aves

Interpretación ambiental

Caminata

Cabalgata

Fotografía

Camping

4.8.3 Necesidades turísticas

El sitio requiere de mejor señalética y readecuación de los senderos.

Mejoramiento de infraestructura vial

Capacitación a los guías en flora y fauna

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Mayores fuentes de trabajo para los pobladores.

Reducción de la migración de la población local

4.9.2 Impactos negativos:

Quema de bosques

Pérdida de especies endémicas

Sobrepastoreo

Tala de bosques

Caza de especies endémicas

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Deteriorado

5.2 Causas:

Quema de bosque, introducción de especies exóticas como el pino y por la implementación de infraestructura vial

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Alterado

6.2 Causas:

Por el sobre pastoreo lo cual produce la erosión del suelo y la quema de pajonales.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**7.1 Tipo:** Terrestre**7.3 Estado de Vías:**

Regular

7.5 Frecuencias: Todo el año**7.2 Subtipo:** camino y Sendero**7.4 Transporte:** Alquiler de camioneta o a pie**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a domingo**7.7 Observaciones:**

Acompañarse de una persona que conozca el lugar,

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura existente en la parroquia de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**9.1 Agua:** Entubada**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado**9.3 Alcantarillado:** Poso siego**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.****10.1 Nombre del atractivo:**

Laguna de Yanacocha negra

Cascada Inga chaca

Cascada Chorro blanco

10.2 Distancia:

1km

2km

50km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**11.1 Difusión:**

Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO


VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	10
	b) Valor Extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de conservación y/o organización	5
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		42

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

b. Inventario de atractivos culturales

Cuadro N°31. Ficha del inventario de atractivo cultural Camino del inca

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 17
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luís Quevedo	1.4 Fecha: 11-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Camino del Inca	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Históricas	
1.8 Subtipo: Sitios arqueológicos	
	
<p>Foto N°17 Camino del Inca Fuente: Ana Macas</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°07'34,2" (Sur)	2.5 Longitud: 03°26'19,0" (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	10km
Saraguro	48km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2450 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	18 y 24°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	250-5000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado a 10Km del centro de la ciudad de Oña, pasando por la comunidad de Oñazhapa siguiendo la vía que se dirige al cantón de Nabón.	
4.5 Descripción del atractivo.	
En el tiempo del Inca, una de las principales obras de ingeniería fue el camino del Inca, "Kapac-	

Ñan”, este camino recorría desde el norte de Chile hasta el sur de Colombia, probablemente llegó hasta Pasto. Esta construcción tenía la particularidad de estar todo empedrado para la recolección del agua lluvia. El Kapac-Ñan permitió la construcción de los llamados Tambos que eran construcciones por donde los famosos Chasquis (mensajeros del rey Inca) descansaban al llevando el mensaje del rey.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Los tambos: Tambos que eran construcciones por donde los famosos Chasquis (mensajeros del rey Inca) descansaban al llevando el mensaje del rey.

Bosque petrificados: aquí se encuentra bosque donde existen restos fósiles de árboles prehistóricos hace mucho tiempo

4.7 Permisos y Restricciones:

Ninguno

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

No se le da ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales

Debido a la delicadeza e importancia del sitio es necesario que se realice estudios arqueológicos que permita obtener mayor información sobre los elementos que lo conforman pues la información con la que se cuenta es mínima.

4.8.3 Necesidades turísticas

El sitio requiere de mejor señalética y readecuar los senderos.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Mayores fuentes de trabajo para los pobladores.
Reducción de la migración de la población local

4.9.2 Impactos negativos:

Destrucción de los muros por acción de la erosión hídrica.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Deteriorado

5.2 Causas:

El camino del inca no se encuentra en constante mantenimiento, pero las condiciones climáticas de la zona están acelerando el proceso de desgaste de los muros.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Alterado

6.2 Causas:

A causa de la erosión y contaminación por la basura que son depositados por comunidades que viven en esta zona

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías:

Regular

7.5 Frecuencias: Lunes a domingo

7.2 Subtipo: Sendero

7.4 Transporte: Alquiler de camioneta o a pie

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones:

Acompañarse de una persona que conozca el lugar,

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura existente en la parroquia de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso siego/ poso séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.**10.1 Nombre del atractivo:**

Mirador de Mauta

Cascada de rodeo

10.2 Distancia:

4 km

10 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**11.1 Difusión:**

Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	8
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación y/o organización	4
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	3
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		37

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°32. Ficha del inventario de atractivo cultural Barrió San Francisco

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 18
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luís Quevedo	1.4 Fecha: 11-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Barrió San Francisco	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Históricas	
1.8 Subtipo: Ciudad	



Foto N° 18 Barrió San Francisco Fuente: Ana Macas

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°09'15,4'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°28'11,8'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	800m
Saraguro	40km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2394 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	18 a 24°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 y 1000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Se encuentra ubicado a 800m del parque central de la cabecera cantonal	
4.5 Descripción del atractivo.	
Este barrió es el más tradicional y antiguo que conserva el cantón Oña, esta conformada por 20 casa aproximadamente con características típicas de estilo colonial cada una de ellas haciendo gala de identidad las construcciones es hecha de tapial y adobe, sus puertas balcones y ventanas son hecho de madera de cedro, su perfecto trazado rectilíneo de sus calles que siguen los cánones geométricos del neoclásico la calle peatonal antigua de san Felipe de Oña al subir y bajar noche y día se escucha la eterna melodía del agua cristalina.	
Este lugar es uno de los más representativos del sitio, pues según los antiguos era paso obligado para	

las tropas de sucre durante las luchas libertarias
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Casa bella de París: ubicado en el barrio San Francisco, es una antigua edificación colonial que tiene una particularidad que la hace única en el centro cantonal de Oña su construcción fue hecha de adobe, madera, teja pintada de verde claro y es pintado con pintura natural del lugar que es la identificación del pueblo más antiguo de la provincia del Azuay.
4.7 Permisos y Restricciones: El horario adecuado para las visitas es en las mañanas cuando el clima es benigno, no se necesita ningún permiso

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales El uso que se da al atractivo es la actividad turística la misma que los pobladores se benefician de esta actividad y tienen un ingreso más en su economía
4.8.2 Usos Potenciales Este atractivo por tener un legado histórico en la historia de nuestro país los pobladores se están involucrando en la actividad turística ya que tiene muchos atractivos naturales y culturales que pueden atraer a muchos turistas que pernoctan en este lugar y realicen como: Turismo comunitario Fotografía desde el mirador de Mauta Realizar Paquetes Turísticos.
4.8.3 Necesidades turísticas Realizar Paquetes Turísticos Efectuar programas de capacitación al personal que ofrecen servicios turísticos para que de esta manera mejore un buen trato al turista.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos Conservar el patrimonio Histórico del cantón, incrementar el conocimiento a los pobladores y visitantes acerca del Barrio San Francisco. Asimismo generando ingresos económicos a la población.
4.9.2 Impactos negativos: Descoordinación interinstitucional debido a problemas políticos e intereses personales, tanto con los Municipios, Juntas Parroquiales, lo cual ha impedido el desarrollo del turismo, al no poder acordar actividades y mejorar recursos.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: En proceso de deterioro
5.2 Causas: No dan el debido mantenimiento a las edificaciones históricas que se encuentran en total descuido.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Deteriorado
6.2 Causas: Los pobladores no tienen el interés de conservar las construcciones antiguas prefieren cambiar por construcciones modernas y no acorde al entorno del lugar.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Empedrado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Alquiler de camioneta o a pie
7.5 Frecuencias: Lunes a domingo	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se debe prestar más cuidado y mantenimiento a este Atractivo	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

En este sitio solo hay servicio de alimentación que cuenta con 5 restaurantes que ofrecen café, almuerzo y meriendas

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: Puente Viejo Molino de piedra Mirador de Mauta	10.2 Distancia: 5km 5km 3km
---	---

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	8
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Estado de conservación y/o organización	7
	d) Entorno	5
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		45

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°33. Ficha del inventario de atractivo cultural Iglesia de Susudel

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 19
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luís Quevedo	1.4 Fecha: 111-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Iglesia de Susudel	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Históricas	
1.8 Subtipo: Arquitectura religiosa	



Foto N°19 Iglesia de Susudel Fuente: Ana Macas

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Susudel	
2.4 Latitud: 079°11'02,1'' (Sur)	2.5 Longitud: 079°11'02,1'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	21km
Saraguro	58km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2397 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	18 a 20 °C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	500 y 1000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado a 21Km del centro de la ciudad de Oña, pasando por la comunidad de Susudel Nuevo.	
4.5 Descripción del atractivo.	
Fue construida por los jesuitas en 1752 está decorada con hermosas pinturas de esa época, se la ha llamado “relicario del patrimonio cultural rural de la región” es una joya arquitectónica de estilo renacentista con los característicos arcos de medio punto en las entradas y un hermoso campanario. Esta iglesia es la segunda fundada en nuestro país.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
El altar mayor que data del siglo XVIII, presenta un retablo de madera con pan de oro.	

4.7 Permisos y Restricciones:

Se recomienda que las visitas se las realice en las horas en que no se celebren misas y previo aviso de la visita a realizarse.

4.8 Usos**4.8.1 Usos Actuales**

Actualmente es la Iglesia Central de la Parroquia Susudel donde los feligreses de la parroquia se reúnen para celebrar actos religiosos y la celebración de las festividades en honor a su patrona virgen del rosario todo el mes de octubre.

4.8.2 Usos Potenciales

Visita a la patrona virgen del rosario principalmente en la celebración de sus fiestas, para dar a conocer la historia de la parroquia.

4.8.3 Necesidades turísticas

Inventario de los objetos existentes en la iglesia, estudio para la curación de imágenes y pinturas que necesitan de cuidado, instalación de sistemas de seguridad para cuidar los objetos valiosos, diseño de trípticos con información histórica y técnica de la iglesia.

4.9 Impactos**4.9.1 Impactos positivos**

Conservar el patrimonio Histórico Religioso de la Parroquia, incrementar el conocimiento a los pobladores y visitantes acerca de la historia de la Iglesia. Conservar las creencias religiosas para las futuras generaciones. Reducción de la migración de la población local, Ingreso económicos a través de donaciones para su mantenimiento.

4.9.2 Impactos negativos:

Perdida de objetos pertenecientes a la Iglesia.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: intervenido

5.2 Causas:

Modificación de la infraestructura por los habitantes de la parroquia

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Deteriorado

6.2 Causas:

El crecimiento del poblado alrededor de la construcción.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Lastrado

7.3 Estado de Vías:

Bueno

7.4 Transporte: Alquiler de camionetas o a pie

7.5 Frecuencias: Lunes a domingo

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones:

La iglesia no se encuentra abierta todo el tiempo sino solo para la celebración de la misas.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en la parroquia de Susudel ubicado en la panamericana

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: Loma del Calvario Tinas de Pullcanga	10.2 Distancia: 5km 4km
--	--------------------------------------

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	6
	b) Valor Extrínseco	5
	c) Estado de conservación y/o organización	4
	d) Entorno	3
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		28

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°34. Ficha del inventario de atractivo cultural Puente viejo

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 20
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luís Quevedo	1.4 Fecha: 12-11.2010
1.5 Nombre del Atractivo: Puente viejo	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Realizaciones artísticas contemporáneas	
1.8 Subtipo: Obra de ingeniería (puente)	
	
Foto N°20 Puente viejo Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Ciudad y/o Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°09'31,7'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°28'55,0'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Oña Saraguro	3.2 Distancia: 5km 41km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 2285 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 24 a 9°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 y 2000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo Se encuentra ubicado a 2km del parque central de la cabecera cantonal, pasando por la comunidad de Chacapata.	
4.5 Descripción del atractivo. Construido durante la real audiencia de Quito que sirvió durante toda la colonia, que tiene aproximadamente unos 300 años de construcción este puente servía para conectarse con la provincia de Loja, las dimensiones del puente tiene 3 metros de ancho, 15 metros de largo y una altura de 10 metros que fue hecha de piedra y madera la misma que eran utilizadas por las mulas que eran un	

medio de transporte para llegar al lugar de destino
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Riío: es un lugar ideal para la pesca de trucha o simplemente para disfrutar de la flora y fauna que crecen a orillas del cristalino riío.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones: El horario adecuado para las visitas son todos los días no existe ningún permiso para ingresar al lugar</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales En la actualidad el puente negro es utilizado por la gente para cruzar a pie y atravesar de un sector a otro para comunicarse con el cantón Oña y la parroquia de Tablón que pertenece a la provincia de Loja</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales El lugar se podría utilizar como atractivo para el desarrollo de caminatas, observación de flora avifauna y el paisaje que se encuentra a sus alrededores, mediante la implementación de senderos interpretativos.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas Se debe tener mantenimiento constante de la infraestructura del puente y mejoramiento del entorno Colocar letreros orientativos que indique la ubicación del atractivo</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos Ayudaría a la conservación del puente la misma que generará ingresos económicos a la población.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos: En este sector existe gran cantidad de basura debido a que las personas que cruzan el puente hacia la parroquia de Guamote arrojan basura desde el puente hacia el río de esta manera contaminando el medio ambiente</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: Deteriorado</p>
<p>5.2 Causas: Debido a su uso y el acceso de la gente,</p>
<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: Alterado</p>
<p>6.2 Causas: Por la presencia de basura que han sido desechados por los personas y comunidades cercanas al atractivo, asimismo por la introducción de plantas de eucalipto (<i>Eucalyptus globulus</i>) que han generado sequedad al suelo.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>

7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: A pie
7.5 Frecuencias: Lunes a domingo	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones:	
Es recomendado utilizar zapatos adecuados, ligera además utilizar gorra y bloqueador solar. Es necesario indicar que la visita a este atractivo es de fácil acceso.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura existente en la parroquia Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso siego/ séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

Barrio San Francisco

Molino de piedra

10.2 Distancia:

3km

600m

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	6
	b) Valor Extrínseco	4
	c) Estado de conservación y/o organización	5
	d) Entorno	3
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

Cuadro N°35. Ficha del inventario de atractivo cultural Molino de piedra

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 21
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luís Quevedo	1.4 Fecha: 12-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Molino de Piedra	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Históricas	
1.8 Subtipo: Arquitectura civil	

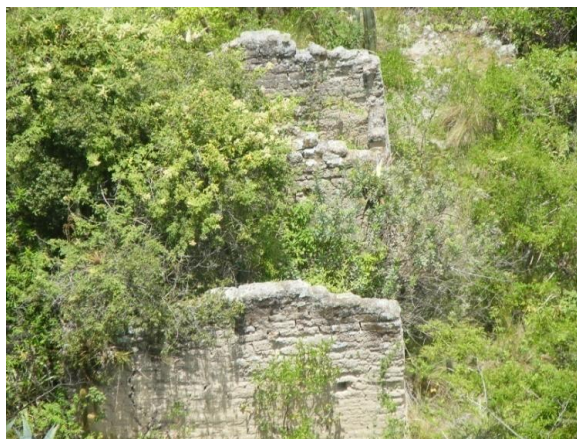


Foto N°21 Molino de Piedra Fuente : Ana Macas

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°09'08,3'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°29'26,6'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	5km
Saraguro	41km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2341m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	24- a 9°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000 y 2000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
Este lugar se encuentra a 2km desde el centro cantonal y a 30 minutos caminado, se ubicada en la comunidad de Chacapata cerca al Rio san Felipe y el Puente Viejo	
4.5 Descripción del atractivo.	
Este atractivo adopta este nombre porque antiguamente allí funcionaba un molino de piedra lugar que hace muchos años atrás era de propiedad de la curia. Dicho molino de piedra funcionaba de manera hidráulica y que solo por las noches trituraba innumerables cantidades de grano ya que en el caudal de pogglo era su principal elemento para la ejecución de sus trabajos.	

Hace unos 8 años funcionaba siete molinos hidráulicos en las orillas del río San Felipe de Oña los cuales sirvieron para moler los granos que eran cosechados en toda la región y parte de la provincia de Loja. En la actualidad solo existe paredes de la construcción

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Su ubicación junto al río y entre dos grandes montañas lo hace singularmente atractivo por su paisaje, arquitectura y tranquilidad del lugar.

4.7 Permisos y Restricciones:

El horario adecuado para las visitas es en las mañanas cuando el clima es benigno.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

No tiene ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales

Se podría utilizar como atractivo para el desarrollo de caminatas, observación de flora avifauna y el paisaje que se encuentra a sus alrededores.

4.8.3 Necesidades turísticas

Se debe hacer un estudio para la implementación de senderos, Diseños de señalética para brindar comodidad y seguridad a los visitantes. Colocar letreros interpretativos a lo largo del sendero que indiquen los elementos de flora o fauna que se pueda encontrar.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Genera ingresos económicos a la población a la vez ayudando al mejoramiento de la infraestructura turística considerando como uno de los atractivos turísticos para la Comunidad y el Cantón.

4.9.2 Impactos negativos:

Contaminación del río, erosión al suelo por presencia de animales

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Deteriorado

5.2 Causas:

El lugar nunca tuvo un mantenimiento constante

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Alterado

6.2 Causas:

Se ha provocado erosión de los suelos ya que la vegetación es muy pequeña siendo la mayoría poaceas. Se ha plantado especies exóticas como eucalipto provocando la pérdida de especies silvestres en su entorno.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: A pie
7.5 Frecuencias: Lunes a domingo	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Es recomendado utilizar zapatos adecuados, ropa ligera debido a la variación del clima además utilizar gorra y bloqueador solar.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura existente en la parroquia de Oña

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

9.3 Alcantarillado: Poso siego

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

Puente viejo
Río san Felipe de Oña

10.2 Distancia:

2km
2km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión:

Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	5
	b) Valor Extrínseco	4
	c) Estado de conservación y/o organización	4
	d) Entorno	4
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

Cuadro N°36. Ficha del inventario de atractivo cultural Pucara

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 22
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 13-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Pucaras	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Históricas	
1.8 Subtipo: Sitios arqueológicos	
	
Foto N°22 Pucaras Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°09'51,0''(Sur)	2.5 Longitud: 03°27'49,6'' (oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	4km
Saraguro	39km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 2250 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 18 a 20°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 y 1000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo El atractivo se encuentra ubicado a 4 Km del centro de la ciudad Oña, pasando por el barrio buenos aires donde puede ver al atractivo
4.5 Descripción del atractivo. Antiguamente se sostenía que las ruinas de pucara era una fortaleza de los incas, algunos astrónomos y científicos determinaron que estas ruinas no era más que un observatorio astronómico de origen cañarí ya que este tiene verdaderas conexiones con las lomas de Mauta, Shío y Putushío que por sus formas circulares se pudo determinar que no era obra de los incas ya que ellos utilizaban otros tipos de medidas. Las dimensiones del pucara son: el primero de 10 metros de diámetro el segundo de 20 metros de

diámetro el tercero de 30 metros de diámetro, los muros tienen 80 metros de ancho y 1.50 metro de alto se dice que antiguamente el camino del inca Cruzaba por la mitad del pucara conectándose con la parroquia de Tablón provincia de Loja

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En este lugar se encuentra colocado un hito por el instituto Geofísico Militar del año 1950 en donde curiosamente se puede leer una leyenda que dice prohibido estorbar, el mismo que se caracteriza por tener tres círculos donde se puede apreciar el solsticio exacto en este lugar.

Bosque de Eucalipto: en toda la colina se puede encontrar un gran número de árboles de Eucalipto (*Eucalyptus globulus*), los mismos que fueron introducidos a la zona con el fin de reforestar, esta vegetación brinda sombra pero a la vez absorbe grandes cantidades de agua.

4.7 Permisos y Restricciones:

El horario adecuado para las visitas son todos los días no existe ningún permiso

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

No tiene ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales

Fotografía

Caminata

Buena vista para observar la parte baja del cantón Oña

4.8.3 Necesidades turísticas

Diseño de sendero y estudio de capacidad de carga

Implementación de infraestructura turística

Capacitación sobre turismo a las comunidades

Diseño de señalética

Mantenimiento del pucara

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Generación de empleo y ingresos económicos a la población

4.9.2 Impactos negativos:

Alteración al medio ambiente por incremento de basura y explotación del atractivo

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Semi intervenido

5.2 Causas:

El atractivo está cubierto de vegetación y poco acceso de turistas

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Alterado

6.2 Causas:

Tala de bosques que es utilizado por las fabricas de ladrillos para poder hornearla.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado/sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Alquiler de camionetas o a pie
7.5 Frecuencias: Lunes a domingo	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Acompañarse de una persona que conozca el lugar, no existe ningún permiso.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Existe el servicio de alimentación y hospedaje en el barrio buenos aires que queda justa en la vía panamericana

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: entubada
9.2 Energía Eléctrica: sistema interconectado
9.3 Alcantarillado: poso siego/ poso séptico


10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Rio san Felipe Destiladora de tequila	10.2 Distancia: 2km 3km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	8
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Estado de conservación y/o organización	4
	d) Entorno	4
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		36

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

Cuadro N°37. Ficha del inventario de atractivo cultural Cerro Arqueológico de Putushio

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 23
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luis Quevedo	1.4 Fecha: 13-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Cerro Arqueológico de Putushio	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Históricas	
1.8 Subtipo: Sitios Arqueológicos	
	
Foto N°23 Cerro Arqueológico de Putushio Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°10'01,8'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°27'50,9'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	7km
Saraguro	42km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2000 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	18 y 24°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	250-5000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado a 5 Km del centro de la ciudad Oña, pasando por el barrio buenos aires y la comunidad de Zhila.	
4.5 Descripción del atractivo.	
Aquí se puede apreciar su construcción y muros empedrados en su cima, posiblemente un cementerio incásico	
Aquí se puede ver la cultura de 3000años AC. se encontraron tres esqueletos descubiertos en el cementerio de la fortaleza de Putushio, uno de ellos es el cráneo que corresponde a un aborígen cañarí	

además se puede observar cerámicas y figuras hecho de piedra como las Venus de Machalilla, hachas de metal y de piedra conocida como rompecabezas por la población de esta zona.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Mirador: se tiene una hermosa vista a las playas de San José, el río y comunidades aledañas que se encuentra en las partes bajas del cantón donde podrán disfrutar de clima cálido.

4.7 Permisos y Restricciones:

El horario de visita a al cerro Putushio es a cualquier hora del día, no existe ningún tipo de control para el ingreso.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

No se le da ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales

Caminatas

Fotografía

Observación de flora y el paisaje que se encuentra a sus alrededores.

4.8.3 Necesidades turísticas

Se debe realizar un estudio acerca del cerro Putushio y complementariamente el mejoramiento de accesos, señalización, infraestructura y servicios turísticos, para brindar seguridad y comodidad a los visitantes.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Genera ingresos económicos a la población a la vez ayudando al mejoramiento de la infraestructura turística.

4.9.2 Impactos negativos:

Erosión del suelo y contaminación al medio ambiente

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Alterado

5.2 Causas:

Esta zona fue saqueada los restos arqueológicos por una arqueóloga de origen extranjero ya que estos restos fueron llevados a otro país.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Semi alterado

6.2 Causas:

A causado demasiado erosión en el zona

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**7.1 Tipo:** Terrestre**7.2 Subtipo:** Sendero**7.3 Estado de Vías:**

Regular

7.4 Transporte: Alquiler de camioneta o a pie**7.5 Frecuencias:** Lunes a domingo**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año**7.7 Observaciones:**

Es recomendado utilizar botas, ropa ligera y bloqueador solar.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura existente en el barrio buenos aires ubicada en la vía panamericana

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**9.1 Agua:** Entubada**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado**9.3 Alcantarillado:** Poso siego**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.****10.1 Nombre del atractivo:**

Rio san Felipe

Pucaras

10.2 Distancia:

200m

3km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**11.1 Difusión:**

Local



12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	8
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación y/o organización	4
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		37

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Cuadro N°38. Ficha del inventario de atractivo cultural Tequila Artesanal

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 24
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luís Quevedo	1.4 Fecha: 15-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Tequila artesanal	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Etnografía	
1.8 Subtipo: Bebidas típicas	
 	
Foto N°24 Tequila Artesanal Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°09'39,3'' (Sur)	2.5 Longitud: 03°27'28,0'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	1km
Saraguro	37km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2284 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	18 °C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	250 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado a 1 Km del centro de la ciudad Oña, pasando por el barrio buenos aires y la panamericana norte.	
4.5 Descripción del atractivo.	

El señor Salvador Ortega es el único que realiza este tipo de licor conocido como tequila "TRANCAHUAICO" derivado del nombre del lugar donde tiene la granja desde hace 8 años, El tequila es elaborado en base al "mishqui" o jugo de penco.

Para elaborar se recolecta el jugo de mizhqui que luego es fermentado y se convierte en chicha para pasar al siguiente proceso que es la destilación inmediatamente pasa a ser envasado para luego ser comercializado, el costo del tequila va de 4 a 8 dólares con 45 grados de licor

El tequila tiene una duración de 15 a 20 años lo cual se trabaja desde agosto hasta septiembre para la elaboración del licor.

5. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

5.1 Tipo: Terrestre

5.3 Estado de Vías:

Excelente

5.5 Frecuencias: Todo el año

5.2 Subtipo: Sendero

5.4 Transporte: Alquiler de camioneta o a pie

5.6 Temporalidad de acceso: Lunes a domingo

5.7 Observaciones:

Es recomendado utilizar bloqueador solar.

6. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura existente en el barrio buenos aires ubicada en la vía panamericana

7. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

7.1 Agua: Entubada

7.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

7.3 Alcantarillado: Poso séptico

8. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

8.1 Nombre del atractivo:

Rio san Felipe

Pucarás

8.2 Distancia:

1km


90m

9. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

9.1 Difusión:

Local

Cuadro N°39. Ficha del inventario de atractivo cultural Fábrica de ladrillos

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Patricia Ordóñez	1.2 Ficha N° 25
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Luís Quevedo	1.4 Fecha: 15-11-2010
1.5 Nombre del Atractivo: Fábrica de ladrillos	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Etnografía	
1.8 Subtipo: Artesanía	
	
Foto N°25 Fábrica de ladrillos Fuente: Ana Macas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Azuay	2.2 Cantón: Oña
2.3 Parroquia: Oña	
2.4 Latitud: 079°10'36.9"(Sur)	2.5 Longitud: 03°24'05,3'' (Oeste)

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Oña	19km
Saraguro	54km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud:	2375 m.s.n.m.
4.2 Temperatura:	17C°
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1500mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado a 19 Km del centro de la ciudad de Oña, en la parroquia Susudel	
4.5 Descripción del atractivo.	
Dentro de la artesanía, son importantes para la dinámica económica de la parroquia Susudel que	

confeccionan ladrillos. Para la preparación del ladrillo utilizan la tierra de lugar denominadas “cascajosas”, la remojan, baten y la colocan en moldes de madera dispuestos en el suelo. Una vez retirado el molde se introduce en los hornos en esta fase intervienen todos los miembros del hogar y la cocción dura generalmente todo el día.

Para producir energía en los hornos artesanales se utiliza leña de eucalipto. El tiempo de secado oscila entre tres y cuatro días.

5. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

5.1 Tipo: Terrestre

5.3 Estado de Vías: Excelente

5.5 Frecuencias: Todo el año

5.2 Subtipo: Camino

5.4 Transporte: Alquiler de camioneta o a pie

5.6 Temporalidad de acceso: Lunes a Sábado

5.7 Observaciones:

Es recomendado utilizar ropa ligera y bloqueador solar.

6. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura existe en la parroquia Susudel

7. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

7.1 Agua: Entubada

7.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado

7.3 Alcantarillado: Poso séptico

8. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

8.1 Nombre del atractivo:

Peñas de Chacalata

Tinas de Pullcanga

Loma del Calvario

8.2 Distancia:

2km

1km

2km

9. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

9.1 Difusión:

Local

10) Forma de vida del cantón Oña

a) Arquitectura

Las casas son construidas de adobe, bareque y madera mixtas con plintos de madera es una técnica constructiva tradicional del Cantón Oña que son casas de gran altura con techo de teja con grandes ventanales y un balcón con techo de paja, en su interior se dividía en dos cuartos el uno la cocina y el otro el dormitorio, en la parte de la cocina el fogón era construido sobre la tierra con piedras sobre las cuales se colocaba la leña, compartiendo el lugar con los animales domésticos como gallinas, gallos, cuyes, además poseían un pequeño espacio que era destinado para la ubicación de herramientas, instrumentos de cocinas como pailas, tiestos, ollas, etc. La habitación era un cuarto general el que toda la familia descansaba por las noches, sus ropas eran guardadas en baúles o cajas.



Fotografía N° 26. Arquitectura del cantón Oña

b) Vestimenta**i. Vestimenta femenina indígena antigua.**

Las prendas de nuestros antepasados de las mujeres eran: camión, chaquetilla (sostén), polca (blusa), bata junto con la pollera, pañolón, sin zapatos, aretes y con pelo largo. Las prendas eran de lana de borrego y hechas por ellas mismas que sabían hilar y ponerle los color, negro, rojo, café.

El rojo era la única tinta que se vendía en el mercado local, el color café era de montes naturales del lugar y el negro, de los borregos negros, estos tres colores y el blanco eran los únicos que agradecían las prendas de vestir de nuestros antepasados.

ii. Vestimenta masculina indígena antigua

Los hombres: pantalón, camisa y poncho, unos pocos usaban zapatos, alpargatas y ozhotas, las mismas que las hacían de la parte más gruesa del cuero de ganado y tenían un parecido a cualquier sandalia que les duraba el año.



Fotografía N° 27. Vestimenta

c) Gastronomía

Oña por ser un asentamiento antiguo mantiene algunas tradiciones locales propias y comparte otras con el resto de cantones de la provincia del Azuay. Existen comidas características y propias para cada ocasión a parte de ellas otras que se expenden diariamente en salones y restaurantes existentes en la zona.

Los olores y sabores característicos en el cantón tiene como materia prima el maíz el mismo que puede ser consumido en tierno, seco, en cascara, pelado ,cocinado, tostado en fin con ese material por ejemplo bocaditos muy sabrosos llamados chumales quimbolitos, buñuelos, tortillas y tamales,

Con el mote se prepara exquisitos platos conocidos como el mote pillo, mote pata, mote sucio revuelto con manteca negra y acompañado con el hornado, el cuy asado es otro de los deliciosos platos típicos que se preparan en la zona

También no debemos olvidar los ricos alimentos que son preparados en ollas de barro a leña, como la sopa de fideo con harina de maíz papas con nabo, la cebada pelada con carne de borrego, el caldo de gallina criolla.

Arroz seco se comía en días especiales, se cocinaba en ollas de barro agregando manteca de chancho.

Coladas de harina de cebada (machica) harina de maíz, zambo, zapallo, oca, arroz de cebada y arroz de maíz se endulzaba con panela con mishqui (jugo de penco)

Pan, tortillas de harina de trigo, maíz y choclo son asadas en el tiesto de barro.

En Oña se mantiene vigente la elaboración de jugo de caña, la chicha de jora o manzana el delicioso draque o canelazo,

El pulcre o mishqui: que son endulzadas con panela y removidas en ollas grandes de barro para que no pierdan su sabor.



Fotografía N° 28. Gastronomía

d) Artesanías.

i. Pirotecnia.

Los principales sectores donde se practica la pirotecnia son: Paredones y Cuscudoma. Los juegos artificiales que más se fabrican los famosos castillos las vaca locas, los globos, las coronas de luces y los cohetes. Los materiales que se utilizan en esta actividad son el clorato, bicarbonato, azufre, timoneo, nitratos, aluminios, sulfatos y pólvora eléctrica

ii. Elaboración de la cabuya.

Para la elaboración de la cabuya se utiliza como materia prima la planta del penco, una vez que el mishqui ha sido extraído en su totalidad de la planta que tiene una paraciencia seca se procede arrancar las hojas del tronco, para luego quitarla las espinas. De este modo, como las hojas ya están listas, se coloca en un hueco cavado en la tierra y llenado de agua de modo que toda la hoja quede cubierta, finalmente se echa una capa de ceniza para que ayude en el proceso de su contextura. Después de 15 días la fibra está ya lista para darle la forma y el uso que se quiera, pero antes de esto, el proceso final es lavarla y secarla.

iii. Sombreros de paja de ramos.

La materia prima empleada es la famosa “palma de ramos”, que es utilizada para elaborar los arreglos que se utilizan el domingo de ramos en la Semana Santa. Esta planta crece en la zonas altas, desde donde quienes van a elaborar los sombreros, las transportan al hombro.

Primer paso para su elaboración es deshojar del gajo una por una todas las hojas, luego se las limpia se las envuelve de modo de que cada hoja cruce sus puntas, una vez hecho este proceso con todas las hojas, se debe dejar por el lapso de uno o dos meses en lugar fresco para que se seque. Luego se procede a abrir cada hoja en finas tiras, más o menos de 2 a 3 mm. De ancho tiene de 2 a 3 mm que permite tejer unas delicadas trenzas.

Cuando las trenzas han sido terminadas, el siguiente paso es unir las con hilo nailon para dar forma al sombrero, el sombrero se lo empieza por la copa, luego al bajada y finalmente la falda, el producto final es un tanto rústico porque no tiene ningún acabado especial.



Fotografía N° 29 Sombreros de paja de ramos

iv. Elaboración con lana de borrego.

La elaboración de los suéteres, cobijas, gorras, ponchos. Primero se obtiene la lana luego se lava, seca y se hila se procede a tejer con los palillos o telares según los productos que se desea hacer. Los mismos que sirven para cubrirse del frío y también como una fuente económica para ellos.



Fotografía N° 30 Elaboración con lana de borrego

e) Cultivos.

Para labrar la tierra, tenían la yunta de bueyes, el arado, la barreta y la lampa, el arado una herramienta hecha de madera, la reja y el rejango, la reja era de acero y el rejango una tira de cuero de ganado que servía para unir la reja al arado, la unión o amarrado era de acuerdo a la tierra o a la profundidad que deseaba mover la tierra. Esta era la herramienta, para labrar la tierra, hoy en día la utiliza en lugares donde no tiene acceso el tractor.

Las cosechas, de trigo, cebada y arveja, se hacían cortando y trillando, en un espacio de tierra llamado era y estos granos se molían sobre una piedra chancando con otra, el cernido se hacía en una lata con huecos denominados harnero y ya estaba el alimento sano y nutritivo para la familia, en la actualidad todo se hace mecanizadamente: cortar, trillar, moler.

f) Tradiciones

i. Matrimonio.

La ritualización del amor en torno al matrimonio eclesiástico, es una ceremonia que los pobladores de todo el cantón Oña tanto mestizos como indígenas lo celebran de una manera peculiar iniciando con el pedido de mano de la novia por parte del novio, las familias que intervienen en el acto se encargan de la organización y de los detalles de la boda, es así los padres de la novia se encargan de los preparativos la ceremonia religiosa, la fiesta, la recepción y la comida mientras tanto el novio da los anillos , el vestido de la novia y el licor de la fiesta.

Hace unos años atrás los padres se encargaban de buscar pareja a sus hijos ya que según ellos debían tener ciertas características en muchos de los casos se conocían en el altar el momento de celebrar el acto del matrimonio.

En la actualidad el matrimonio se fundara en el libre consentimiento de los contrayentes y en igualdad de derechos, obligaciones y capacidad legal de los cónyuges.

ii. Bautizo

En los bautizos los padres del niño o niña al bautizarse empiezan eligiendo a los que van a ser los padrinos a quienes presenta ante el sacerdote, tanto padres y padrinos tienen que confesarse y esta listos para bautizar al niño o niña en una misa que se celebra el sacerdote en la iglesia y luego de esto se realiza comida y fiesta en la casa de los padres del bautizado.

g) Calendario de Fiesta.

El calendario de fiestas del cantón ha quedado como un recuerdo de tiempos pasados, se recoge a continuación las celebraciones que aún se conservan con una breve y ligera descripción de la festividad, así también se recoge actividades que están regidas al calendario común.

Cuadro N° 40. Calendario de fiestas

FECHA	NOMBRE DE LA FIESTA	DESCRIPCIÓN
Enero 1	Nuevo año	Para recibir el nuevo año, se realiza una gran procesión en donde los asistentes recorren todo el cantón, tanto los alrededores del parque central, así como sus calles aledañas, luego se concentran en la iglesia para celebrar la misa, en la misma que se hacen rogativas para que sea un nuevo año lluvioso y exista producción. Este día tiene mucha concurrencia, en especial de gente de las comunidades.
Febrero	Carnaval	Se reúnen grupos para salir a visitar cada vivienda de la comunidad, realizan bailes dentro de la casa y luego los dueños les entregan comida como el cuy asado o gallina criolla, ellos empiezan a comer y si no avanzan guardan para la noche que es la fiesta grande donde se reúnen toda la comunidad la misma que juegan con polvo y carioca.
Mayo 10	Cantonización	Oña conmemora el aniversario de cantonización, mediante una variada programación preparada por el Comité de festejos de la Municipalidad. La elección de las Reinas de belleza, el desfile cívico y militar presidido por las autoridades locales

		y provinciales, la sesión solemne del Consejo Cantonal; y, el baile de la confraternidad Oñence, marcan los eventos más importantes de las fiestas de aniversario.
Mayo	Fiesta de la cruz	En mayo de cada año se celebra la fiesta de las cruces, donde se organizan todos los priostes para preparar los castillos. Este día comienza con la celebración de la eucaristía, luego se arma una mesa, con alimentos preparados que los asistentes han traído. Finalmente se culmina este día festivo con coloridos grupos de danza. Aparte de este día se conmemora al patrono de Oña.
Mayo 24	Virgen Auxiliadora.	Su origen es de carácter religioso dedicado a la virgen del auxilio, se celebran con grandes desfiles, con la participación de autoridades y se cuenta con la presencia de las colonias de oñenses de las diferentes partes del Ecuador. Estas fiesta son celebradas especialmente por iniciativa de la colonia de oñenses residentes en el Oro
Noviembre	Día de los difuntos	En esta fecha la población en general va al cementerio a visitar a sus seres queridos que ya han fallecido, se realiza una misa campal por el descanso eterno de sus almas.
Noviembre 8	Fiesta de Mauta en honor a San Isidro Labrador	Las personas acuden a la comunidad de Oñazhapa para disfrutar con alegría, con juegos pirotécnicos, rezos del santo rosario en la capilla, asimismo tiene que llevar una alforja de fruta, para lanzarlas a los asistentes.

Diciembre	El pase del niño	Los pases del niño comienzan desde el primero de diciembre, en estos pasos se lleva la imagen del Niño y Jesús que está en la iglesia, a casa particulares dentro del cantón y a las diferentes comunidades, para hacer las velaciones del Niño, la gente voluntaria se lleva por uno o dos días, luego la imagen es devuelta a la iglesia y llevada nuevamente a otra casa así sucesivamente hasta que llegue el día 24.
Diciembre 31	Fin de año	En el cantón Oña cada barrio se organiza para la confección de los monigotes representando alguna situación que haya sucedido con la gente en el pueblo.

Fuente: Trabajo de campo (Noviembre 2010)

Elaborado por: Patricia Ordóñez

h) Leyendas

i. Leyenda de las tres lagunas

Se comenta que hay algo raro debajo de sus aguas. Son varias las personas que han visitado el complejo lacustre y dicen que parecería que debajo de las aguas algo se mueve, levanta olas, pasa de una a otra laguna, y alborota la paz del lugar. Esta leyenda es parecida a la muy famosa escocesa que describe la existencia de un monstruo en el Lago Ness.

ii. Leyenda la “Paila Encantada”

Cuentan los ancianos del lugar que en las cascadas de Rodeo habita una niña a la que no se le reconoce el rostro pues está cubierto por su cabello, que además le llega a las rodillas. Esta niña usa una caña para pescar, recorriendo el río por su parte central, lo hace sin mojarse y caminando sobre el agua. Se dice que se la observado saliendo desde la laguna de la cascada más grande en Rodeo hasta la cascada que está en la unión de los ríos Negro y

Rodeo en donde se baña a la luz de la luna llena; y que luego al amanecer vuelve para nuevamente esconderse en las aguas de las que salió. La leyenda ha adquirido credibilidad desde que en el año 2008 la reina del cantón, conocedora de estos relatos se atrevió a pararse descalza en las orillas de la laguna más grande y pudo observar que una niña con aspecto de otro mundo le llamaba desde el fondo de la laguna; asustada y sin poder moverse comenzó a pedir ayuda pues la atracción de ésta era demasiado fuerte. Ninguno de los presentes pudo ver lo que la reina observó.

iii. Leyenda “La voladoras”

Hasta hace unas tres décadas era muy común oír cantar en las noches, cuando todavía no existía ningún alumbrado eléctrico y solamente se usaba candiles de kérex o velas de parafina: se dice que ciertas mujeres habían aprendido a volar y que lo hacían regularmente en la noche, en tiempo de choclos se hacían las humitas y las voladoras las transportaban calientitas hasta la costa, llegaban al cantón Pasaje y a otros lugares donde tenían parientes y familiares. Según Don Vallejo, un anciano de ochenta y cinco años, alguna vez sorprendió a una de estas voladoras robándose sus humitas y entre los balbuceos pudo escuchar: “por lo regular para nosotras la ruta aérea más fácil es siguiendo el curso del río Jubones, no hay donde perderse ni estrellarse”.

También se habla de que en esos tiempos a una voladora se la hacía aterrizar punzándola con dos machetes en cruz amarrados a una caña larga; así se podía conocer quién era la persona que estaba sobrevolando las propiedades oñenses.

iv. Leyenda “Las Mulas de Plata”

Por mucho tiempo en esta zona se hablaba de que, los peruanos después de la Batalla de Tarqui, regresando a su tierra enterraron muchas mulas de “soles”, monedas de plata de aproximadamente una onza de peso cada una, y que en lugares como: debajo del Puente viejo, la loma del puente, el Coposo, de vez en cuando los lugareños veían llamaradas de color blanco y muchas veces se pusieron a cavar sin haber encontrado nada. De a poco la

historia ha cambiado y se habla de veinte, de diez, de cinco o de cuatro mulas de estas monedas dejadas por los peruanos derrotados en Tarqui por el gran General Sucre.

D) Cuento

i. Día del juicio

Se dice que cuando este cerca del día de juicio van a pelear la loma de Putushio y la Colina de Mauta.

ii. La Colina del Mauta

En la colina del Mauta cuentan que cuando está nublado en este lugar las personas ven un sendero hermoso algo no real que les atrae mucho y comienzan a seguir el camino el mismo que se va desapareciendo y las personas se pierden en el cerro.

iii. El Pucara

Un día un joven salió en busca de leña por la tarde al pucara, y el caminando comienza a escuchar sonidos en el cerro y es atraído por su música, continua caminando y observa un grupo de danzantes de los cañarís que estaban bailando, el es invitado por los cañarís para que se integre a la danza pero el asustado decidió regresar a su casa.

iv. Cochapamba

Anteriormente en este lugar existía una laguna en donde por las noches los pobladores observaban una luz intensa que salía del cielo que reflejaba a la laguna cuando no estaba llena, esto ocurría cada seis meses

v. Ovnis

De la comunidad de chacauisho se observaba ovnis que ven una luz intensa que se posa por una hora y luego por el espacio y por eso se da el hundimiento de los terrenos en chacauisho.

j) Creencia

- Algunos moradores tienen la costumbre de observar a la colina de Mauta debido a que cuando está nublado y frío significa va a llover
- Al escuchar sonidos en el cerro Putushio los pobladores predicen que ya va comenzar el verano.

k). Medicina popular

Los antepasados se enfermaban muy pocos y si tenían algún problema de salud se curaban con las plantas de los montes y sus mantecas naturales, las enfermedades más conocidas eran cólico, colerín, pulmonía, mal de aire entre otras para combatirla hacían un preparado de: canchalagua, mortiño, borraja, papa, limón, sal y un poco de agua ardiente unos machacados y otros cocinados las mantecas más utilizadas eran de ganado, borrego, gallina, cuy, perro o chanco mesclado en diferentes formas

Las plantas curativas estaban divididas en dos grupos:

- Las plantas aromáticas calientes. Como cedrón, poleo, ruda que servían para curar las enfermedades producidas por los vientos
- Las plantas no aromáticas. Como llantén, mortiño, malva eran utilizados en cambio para curar las enfermedades provocadas por el calor.

c. Resumen del inventario de atractivos naturales y culturales

Cuadro N°41. Resumen del Inventarios de atractivos naturales.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Mirador de Mauta (colina)	Sitio natural	Montaña	Mirador	II
Loma del Calvario	Sitio natural	Montaña	Mirador	I
Peñas de Chacalatas	Sitio natural	Montaña	Peñas	II
Cerro Cortado “Uduzhapa “	Sitio natural	Montaña	Desfiladero (Cañón)	II
Tinas Naturales de Pullcanga	Sitio natural	Fenómenos geológicos	Escarpa de falla	I
Cascada Rodeo 1	Sitio natural	Río	Cascada	II
Cascada Rodeo 2	Sitio natural	Río	Cascada	II
Cascada Chorro Blanco	Sitio natural	Río	Cascada	II
Cascada inga chaca	Sitio natural	Río	Cascada	II
Laguna de Yanacocha	Sitio natural	Ambiente Lacustre	Laguna	II
Laguna la niña	Sitio natural	Ambiente Lacustre	Laguna	II
Las tres lagunas	Sitio natural	Ambiente Lacustre	Laguna	II
Unión de los Ríos Negro y rodeo	Sitio natural	Río	Raudal	II
Río San Felipe de Oña	Sitio natural	Río	Riachuelo	I
Río León	Sitio natural	Río	Riachuelo	II
Bosque Primario Zhidil	Sitios natural	Bosque	Páramo	II

Fuente: Trabajo de campo (Noviembre 2010)

Elaborado por: Patricia Ordóñez

Cuadro N° 42. Resumen del inventario de atractivos culturales.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Camino del Inca	Manifestaciones culturales	Históricas	Sitios arqueológicos	II
Barrió San Francisco	Manifestaciones culturales	Históricas	Ciudad	II
Iglesia de Susudel	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	II
Puente viejo	Manifestaciones culturales	Realizaciones artísticas contemporáneas	Obra de ingeniería (puente)	I
Molino De Piedra	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	I
Pucaras	Manifestaciones culturales	Históricas	Sitios arqueológicos	II
Cerro Arqueológico de Putushio	Manifestaciones culturales	Históricas	Sitios Arqueológicos	II

Fuente: Trabajo de campo (Noviembre 2010)

Elaborado por: Patricia Ordóñez

3. Imagen turística

El cantón Oña cuenta con veinte y tres atractivos, el 70% corresponde a la categoría sitios naturales, en cuanto al tipo: montañas el 18%, ambiente lacustre el 13%, ríos el 31%, fenómenos geológicos el 4%, bosques el 4%; mientras que el 30% son de categoría manifestaciones culturales y los atractivos son de tipo: históricas el 26% realizaciones artísticas contemporáneas 4%.

El estado de conservación en que se encuentra los atractivos turísticos a octubre del 2010 es el siguiente; el 39% es conservado, el 26% deteriorado, el 22% alterado, el 9% intervenido, el 4% semi intervenido. Con relación al entorno, el 57% es alterado, el 17% conservado, 9% deteriorado, el 9% intervenido, el 4% semi intervenido, el 4% semi alterado.

Las actividades que se pueden realizar son las siguientes: caminatas, cabalgatas, observación de aves, fotografía, camping, deportes de aventura como: ciclismo y escalada en roca, por el momento, el 30% de los atractivos son los que están realizando la actividad turística, mientras que en el 70% se dedica a la producción agrícola.

Dada la jerarquía para los atractivos naturales se tiene que el 13% es de jerarquía I, el 57% de jerarquía II, mientras que en los atractivos culturales es el 9% de jerarquía I, el 21% de jerarquía II, por las condiciones en las que se encuentran en la actualidad.

Entonces la imagen turística del cantón está dada por: *“Oña tierra de naturaleza y culturales”*

4. Análisis FODA

En el cantón Oña mediante el diagnóstico realizado se identificó una serie de elementos que forman parte de análisis denominado FODA, se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 43. Análisis FODA

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
<i>FORTALEZAS</i>	<i>OPORTUNIDADES</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Las comunidades trabajan por un bien en común, son organizadas, además, todos sus habitantes son conscientes de la riqueza natural y cultural que poseen. • La gente de la zona conoce plenamente el sitio y sus alrededores. • El Cantón Oña cuenta con medios de comunicación como: radio, señal para celulares de operadora Porta y Movistar. • El Cantón Oña cuenta con instituciones educativas primarias, secundarias y superior en la zona urbana y rural. • El ambiente en el cantón se caracteriza por su tranquilidad y seguridad para la población local y para los turistas o visitantes. • Disponen de huertos familiares. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de estudiantes de universidades, instituciones públicas o privadas del país para la realización de estudios, proyectos o programas en beneficio del cantón. • Al país cada vez ingresan más visitantes y debemos saber aprovechar, ofertando un buen producto. • Difusión turística por migrantes. • Asesoramiento agropecuario. • Red de Turismo en la región. • Mancomunidad de la cuenca del río Jubones. • Cuentan con organizaciones no gubernamentales que ayudan a la mejora de la producción agrícola.

<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de clima. • Aún funciona el sistema andino de mingas. • Ubicación del territorio en un punto intermedio entre dos polos de desarrollo Loja y Cuenca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Convenio con hermanamiento con Bierbeek contribuye el desarrollo del cantón ya que tiene convenio con el municipio de Oña y la ciudad de Bélgica de Bierbeek.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento sobre educación ambiental. • Vías de acceso en mal estado. • Inexistencia de fuentes de empleo. • La migración de sus pobladores. • Inexistencia de señalética de los atractivos turísticos, carencia de señalética en los senderos. • Deficiencia de capacitación en áreas de servicios turísticos. • Deficiente promoción turística en los mercados turísticos. • Baja difusión de los recursos turísticos(naturales, culturales, históricos) 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad Financiera. • Alteración en la economía nacional. • Situación económica familiar limita la frecuencia de viaje. • Asignación de presupuesto insuficiente para el turismo por parte del Estado. • Inasistencia de los turistas por falta de información y promoción • Débil interés institucional por aprovechar los recursos turísticos. • Inestabilidad política en el país. • Alza de los precios de la canasta básica. • Cambios climáticos que afectan a la economía productiva de las

<ul style="list-style-type: none">• Servicios de hospedaje y alimentación ineficientes.• Limitado acceso a los recursos turísticos.• En el cantón no existen tachos o depósitos que sirvan para la recolección de basura.• Ausencia de concienciación por la conservación del medio ambiente.• Pérdida de tradiciones orales y el idioma Kichwa.• Escaso manejo del idioma inglés.• Algunos jóvenes asisten al colegio a distancia por a la falta de recursos económicos en el hogar y por la ausencia de estímulos para cursar la educación regular.• Carencia de atención por parte de las autoridades. (Recursos económicos).• Insuficiente protección de vertientes.• Regadío no tecnificado.• Limitada producción agrícola.	<p>comunidades y pérdida de flora y fauna.</p> <ul style="list-style-type: none">• Productos de Perú y Colombia ingresan sin control.• Deficiente planificación y ordenamiento a nivel urbano y rural por parte del Municipio de Oña.• Valores y costumbres externas ocasiona desvalorización y pérdida de costumbres ancestrales.
--	--

<ul style="list-style-type: none">• Pocos terrenos productivos.• Los productos agrícolas (maíz, papa, trigo, cebada, frejol, ciclo corto, cuyes, tomate, mora) son vendidos a bajos precios a los intermediarios.• Baja motivación de la población.• Ausencia de espacios de recreación.	
---	--

Fuente: Trabajo de campo (Noviembre 2010)

Elaborado por: Patricia Ordóñez

5. Análisis CPES

Cuadro N° 44. Análisis CPES

CPES			
CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN
<p>Desconocimiento en el área turística y beneficios económicos que produce el turismo local</p> <p>No existe capacitación en la prestación de servicios turísticos.</p> <p>Desunión de los sectores, públicos, privados, y comunitario.</p>	<p>Poca importancia de la gente en participar e invertir en actividades turísticas</p>	<p>Poco desarrollo turístico en el cantón</p>	<p>Contratar profesionales en el área turísticas para la capacitación e información en el ámbito turístico y prestación de servicios con la ayuda del Ministerio de Turismo.</p> <p>Crear la asociación de los prestadores de servicios por gremios.</p>
<p>Estudios realizados por profesionales no involucrados en el área turística</p>		<p>No hay información clara sobre las actividades, atractivos y productos.</p>	<p>Contratar ingenieros en turismo o ecoturismo para realizar la actualización periódica del</p>

<p>No existe coordinación entre los prestadores de servicios público, privado y comunitario para el desarrollo de productos.</p>	<p>No existe información de productos, atractivos y actividades turísticas del cantón</p>	<p>La demanda turística potencial desconoce la oferta del cantón.</p> <p>Percibe bajos ingresos económicos por la actividad turística.</p>	<p>inventario tanto los atractivos naturales y culturales</p> <p>Creación de circuitos y paquetes turísticos.</p> <p>Integrar a los sectores públicos, privados, y comunitario para que en conjunto gestionen proyectos turísticos en base al “PLANDE TUR 2020”.</p>
<p>No existe mantenimiento por quienes están involucrados en la actividad turística también por las condiciones climáticas de la zona</p> <p>No hay gestión por el Gobierno Municipal para un sistema de señalización turística</p>	<p>Senderos en mal estado y sin señalización turística</p>	<p>Dificultad para llegar a los atractivos.</p> <p>Desconocimiento de los lugares turísticos y actividades que se puede realizar en la zona.</p>	<p>El Municipio colabore con el diseño y ejecución de la señalización turística que contenga información de los atractivos turísticos para ser ubicados a lo largo de las vías de acceso.</p>
<p>No existe coordinación entre el</p>	<p>Inadecuado mantenimiento en</p>	<p>Insatisfacción del turista por no</p>	<p>Gestionar ante el departamento</p>

Municipio y las Comunidades para un trabajo conjunto que permita el mantenimiento de las vías de segundo y tercer orden.	las vías de acceso hacia las comunidades que tiene conexión con los atractivos	llegar a los atractivos turísticos	de Planificación del Municipio y con el Consejo Provincial del Azuay para el mejoramiento y mantenimiento constante de las vías de segundo y tercer orden.
No existe proyectos de capacitación y profesionales en el área turísticas	Inadecuada prestación de servicios turísticos.	<p>Insatisfacción de los clientes</p> <p>Desconocimiento por los propietarios en cuanto las normas técnicas y buenas prácticas para brindar un mejor servicio al cliente</p>	Capacitar a los prestadores de servicios turísticos como: manipulación de alimentos, atención al cliente, promoción etc.
No existe una imagen turística del cantón.	Difusión y promoción turística a nivel local, nacional e internacional.	<p>No permite captar nuevos mercados turísticos potenciales.</p> <p>Desconocimiento de los atractivos por parte de los turistas</p> <p>Poca afluencia de turistas en días distintos a feriados y fines</p>	Elaborar un plan de Marketing Estratégico Cantonal

		de semana.	
<p>Desconocimiento del manejo de desechos sólidos por parte de los pobladores del cantón.</p> <p>Inexistencia de proyectos en el manejo de desechos sólidos.</p>	<p>Manejo inadecuado de los desperdicios sólidos.</p>	<p>Contaminación ambiental</p> <p>Los turistas llevan mala imagen visual del cantón.</p>	<p>Elaborar, gestionar y ejecutar proyectos de manejo de desechos sólidos como: reciclaje y rellenos sanitarios.</p> <p>Promover proyectos de capacitación en educación ambiental donde se involucre a todos los sectores tanto público, privado y comunitario.</p>
<p>No tienen conocimiento y capacitación sobre los páramos ya que es la fuente de abastecimiento del agua para el cantón.</p>	<p>Quema de pajonales en el bosque del paramo</p>	<p>Pérdida de la biodiversidad y destrucción de hábitat</p> <p>Provoca la erosión del suelo</p> <p>Disminución del agua en los paramos</p>	<p>Capacitar a las comunidades sobre el manejo del paramo</p> <p>Elaborar un plan de manejo de páramo</p> <p>Elaborar un marco legal y políticas de conservación de los recursos naturales por parte del gobierno seccional.</p>

<p>Municipio no descentralizado.</p> <p>No existe planificación por parte de las autoridades</p>	<p>Ausencia de una Unidad Técnica de Turismo</p>	<p>Escasa planificación y asistencia técnica en el área de turismo.</p>	<p>Efectuar el proceso de descentralización de la competencia turística.</p> <p>Elaboración de un Plan de desarrollo turístico para el cantón.</p>
<p>La Municipalidad no obtiene las competencias turísticas de regulación, registro, patentes y licencias para actividades turísticas.</p>	<p>Municipalidad no cuenta con el catastro de servicios turísticos.</p>	<p>La municipalidad no tiene la competencia para otorgar la licencia única anual de funcionamiento. LUAF.</p>	<p>Obtener las competencias a través del proceso de descentralización para el registro, regulación de las actividades y establecimientos turísticos.</p>
<p>Falta de inversión turística</p>	<p>Inexistencia de operadoras turísticas</p>	<p>No se ofertan productos turísticos del cantón</p>	<p>Implementación de una operadora turísticas que oferte productos turísticos en el cantón</p>
<p>Desconocimiento de la población sobre la importancia de su patrimonio natural y</p>	<p>Pérdida de la identidad cultural del pueblo Oña</p>	<p>Eventos culturales con manifestaciones culturales ajenas.</p>	<p>Elaboración de un plan de Revitalización Cultural.</p>

<p>cultural.</p> <p>Falta de educación cívica y cultural.</p>			
<p>Escasa afluencia de turistas a la zona.</p>	<p>Establecimientos turísticos de la parroquia Oña y Susudel cerrados y abandonados</p>	<p>Ausencia de turistas en la parroquia.</p> <p>Disminución de las fuentes de empleo.</p>	<p>Implementar un proyecto de mejoramiento y rehabilitación de la planta turística del cantón,</p>

Fuente: Trabajo de campo (Noviembre 2010)

Elaborado por: Patricia Ordóñez

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda turística

a. Segmentación del mercado

Para analizar la demanda se identificaron dos segmentos de mercado de turistas nacionales e internacionales, a los mismos que se dirigirá la oferta, los cuales se detalla a continuación:

1) Mercado Nacional

El segmento de mercado nacional se tomó como base a los turistas que llegan a las ciudades de Cuenca y Loja siendo estas las más cercanas al cantón Oña y se determinó el mercado potencial que podría ser captado y los productos turísticos que puedan ser elegidos para así diseñar el destino turístico de la zona.

2) Mercado Internacional

El segmento de mercado internacional se consideró a los turistas extranjeros que visiten las ciudades de Cuenca y Loja especialmente del continente europeo y americano que buscan nuevas alternativas de turismo, y así determinar el perfil del turista que desea conocer el cantón Oña.

b. Tabulación de resultados del estudio de mercado

1) Demanda turística nacional

Las encuestas aplicadas a los turistas nacionales que llegan a las ciudades de Cuenca y Loja arrojaron los siguientes resultados:

a) Edad

Cuadro N° 45. Encuestados: Edad

Rango(Edad)	Frecuencia	Porcentaje
17 -24	46	19%
25 - 32	78	32%
33 - 40	49	20%
41 - 48	40	17%
49 - 56	23	10%
57 - 64	4	2%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.
Elaborado por: Patricia Ordóñez.

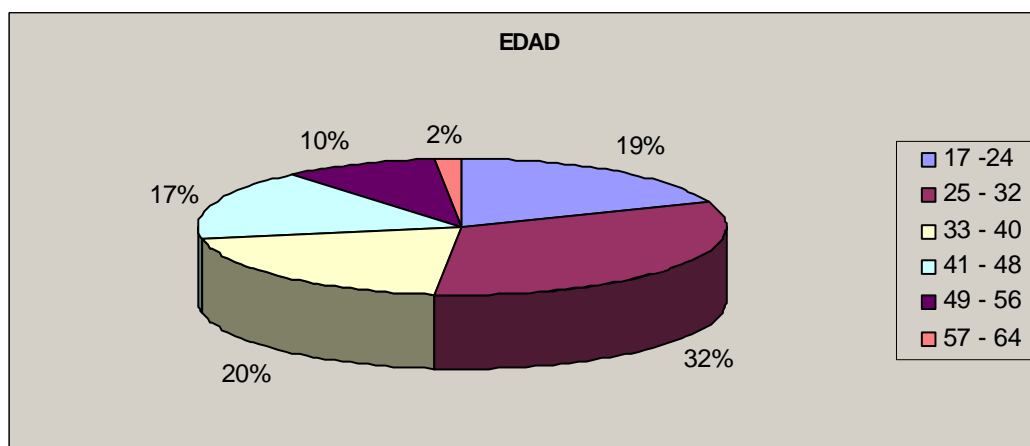


Gráfico No. 04 Encuestados: Edad

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010
Elaboración: Patricia Ordóñez

La edad de los turistas que llegan hasta las ciudades de Cuenca y Loja son mayoritariamente adultos jóvenes, el 32 % están entre los 25 y 32 años, el 20% entre

33 y 40 años, el 19% con personas entre 17y 24 años, el 17% están entre los 41 y 48 años, el 10% se ubican entre los 49 y 56 años y el 2% se hallan entre los 57 y 64 años respectivamente. En relación a los porcentajes se indica que el producto a ofertar será diseñado con actividades adaptadas a gente joven.

b) Género

Cuadro N° 46. Encuestados: Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	133	51%
Femenino	128	49%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

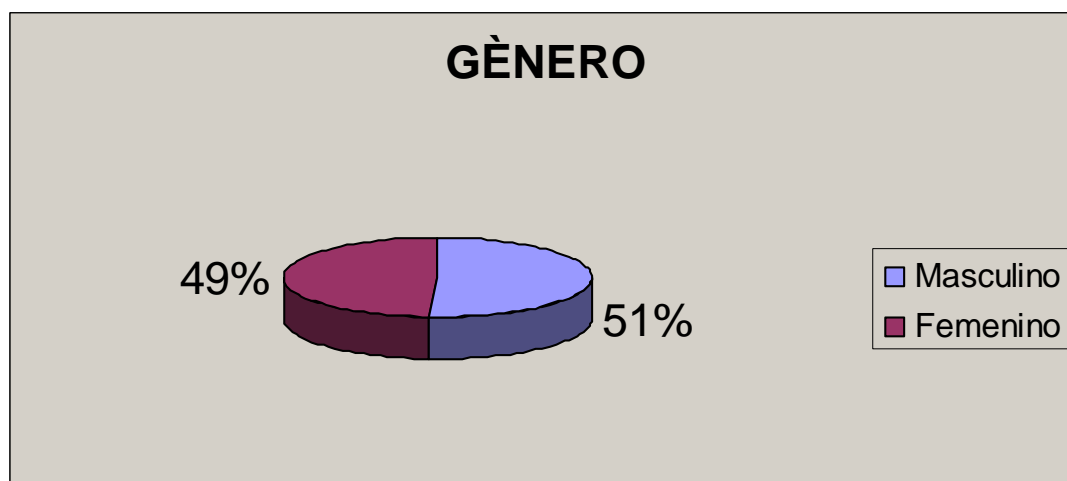


Gráfico No. 05 Encuestados: Género

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaboración: Patricia Ordóñez

El 51% de las personas encuestadas fueron de género masculino, mientras que el 49% fueron de género femenino.

c) Procedencia

Cuadro N° 47. Encuestados: Procedencia

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Cuenca	65	27%
Azogues	23	10%
Machala	77	31%
Loja	35	15%
Zamora	28	12%
Macas	12	5%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

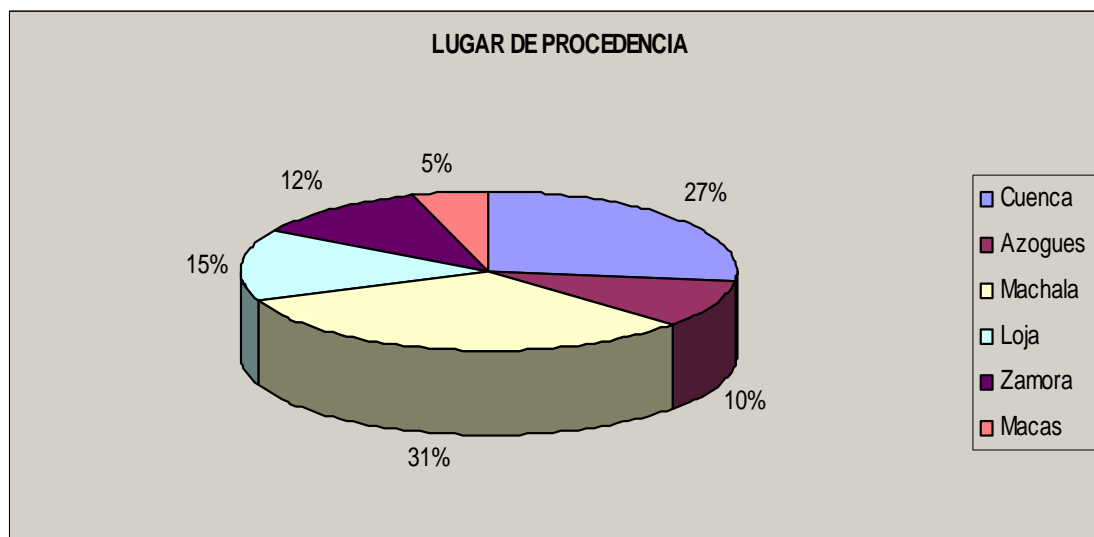


Gráfico No. 06 Encuestados: Procedencia

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaboración: Patricia Ordóñez.

Según las encuestas efectuadas el 31% de las personas son procedentes de la ciudad de Machala, el 27% de Cuenca, el 15% de Loja, 12% de Zamora, 10% de Azogues y el 5% de Macas.

d) Ocupación.

Cuadro N° 48. Encuestados: Ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Profesional	91	38%
Estudiante	104	43%
Otros	45	19%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

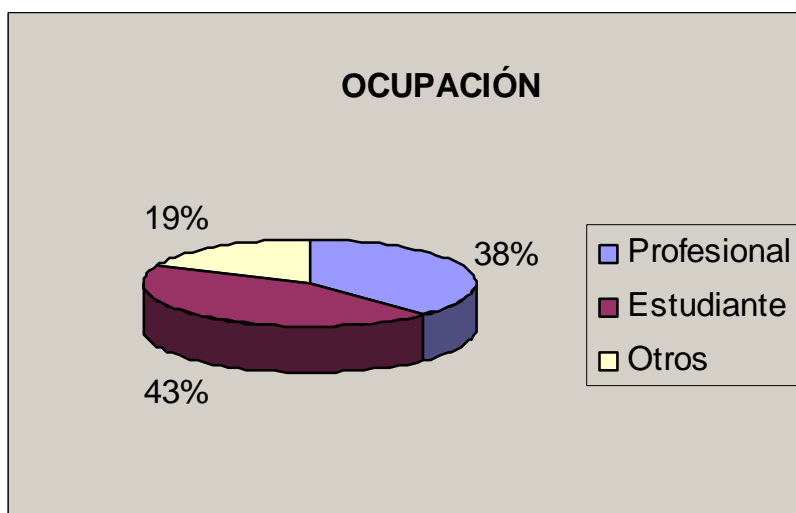


Gráfico No. 07 Encuestados: Ocupación

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaboración: Patricia Ordóñez.

La mayoría de los turistas que llegan a las ciudades de Cuenca y Loja son estudiantes con un porcentaje del 43%, el 38% profesional y el 19% realizan diversas actividades, esto señala que se deben ofertar productos de acuerdo a las exigencias de la demanda.

e) ¿Le gustaría conocer el cantón Oña?

Cuadro N° 49. Encuestados: Le gustaría conocer el cantón Oña

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	240	100%
NO	0	
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

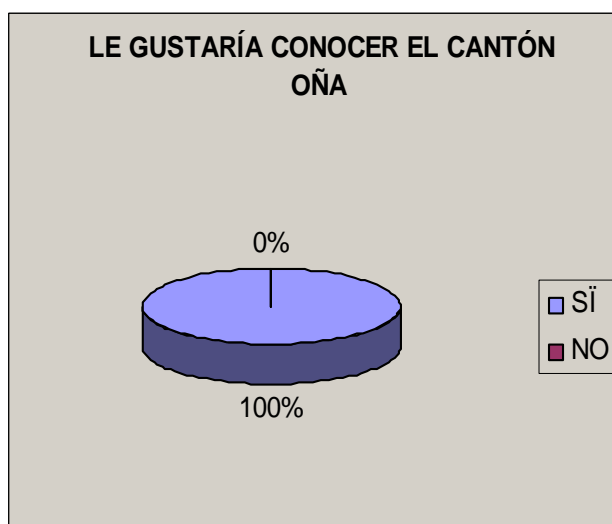


Gráfico No. 08 Encuestados: Le gustaría conocer el cantón Oña

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaboración: Patricia Ordóñez.

El 100 % están dispuestos a conocer el cantón Oña, lo cual indica que el potencial turístico de la zona puede ser aprovechado con la oferta de productos turísticos.

f) ¿Considera usted que es necesario la oferta de un producto turístico en el cantón Oña?

Cuadro N° 50. Encuestados: Aceptación del producto turístico

Aceptación del producto turístico	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	240	100%
NO	0	
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

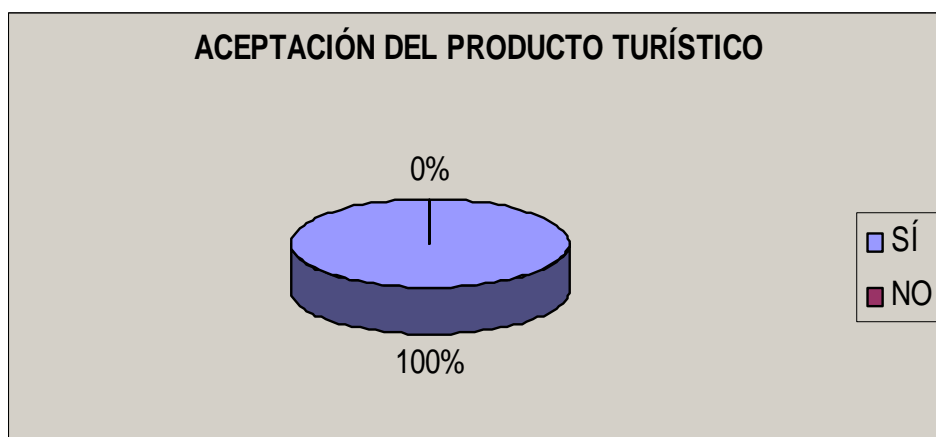


Gráfico No. 09 Encuestados: Aceptación del producto turístico.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaboración: Patricia Ordóñez.

Según las encuestas el 100% de aceptación de los turistas que se debe ofertar productos turísticos para así dar a conocer el destino turístico del Cantón.

g) Usted viaja a través de:

Cuadro N° 51. Encuestados: Usted viaja a través de:

Viaja a través de	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de Viaje	44	18%
De forma independiente	196	82%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.
Elaborado por: Patricia Ordóñez

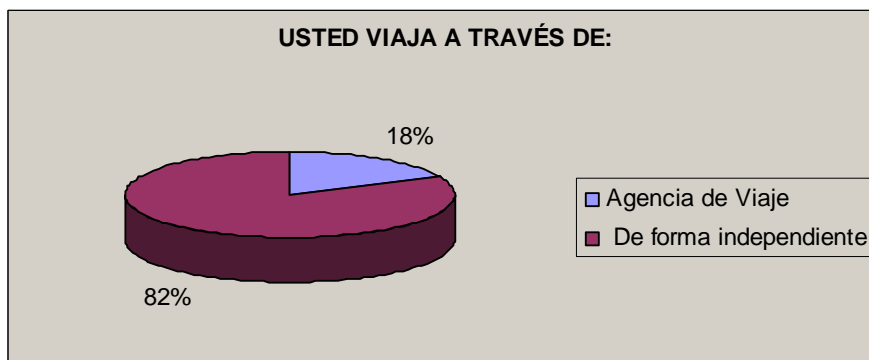


Gráfico No. 10 Encuestados: Usted viaja a través de.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010
Elaboración: Patricia Ordóñez

El 82% de los encuestados manifiestan que viajan de forma independiente, el 18% a través de agencias de viaje.

h) Motivo de su viaje.

Cuadro N° 52. Encuestados. Motivo de su viaje

Motivo del viaje	Frecuencia	Porcentaje
Distracción	73	30%
Negocios	5	2%
Turismo	30	13%
Religión	2	1%
Visita a familiares	45	19%
Aventura	85	35%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

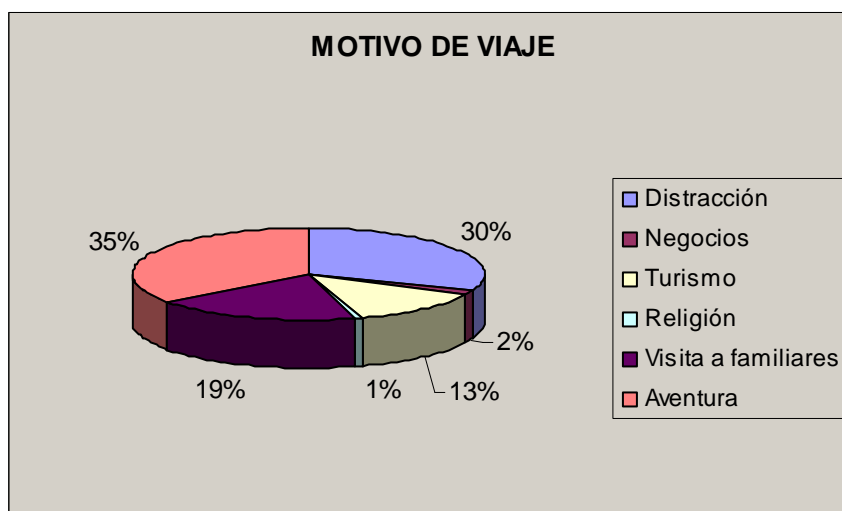


Gráfico No. 11 Encuestados: Motivo de viaje.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaboración: Patricia Ordóñez

El 35% indica que el motivo de su viaje lo realizan por aventura, el 30% por distracción y el 19% visitan a familiares; lo cual los productos se deben ofertar de acuerdo a las preferencias de los turistas como el turismo de aventura.

i) ¿Con quién viaja?

Cuadro N° 53. Encuestados: ¿Con quién viaja?

Con quién viaja	Frecuencia	Porcentaje
Familia	83	35%
Amigos	92	38%
Pareja	55	23%
Solo	10	4%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

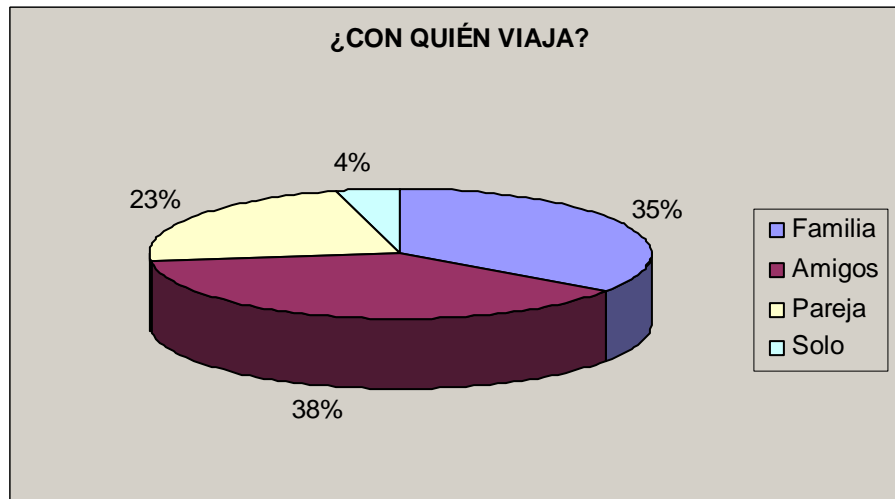


Gráfico No. 12 Encuestados: Con quién viaja

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaboración: Patricia Ordóñez

El 38% de los turistas viajan con amigos, el 35% con familia, el 23% con pareja, el 4% solos. Lo que indica que para el diseño de los productos se deberán acondicionar los servicios para que el turista pueda usar los mismos en compañía de uno o más personas.

j) ¿Con cuántas personas viaja?

Cuadro N° 54 Encuestados: ¿Con cuántas personas viaja?

Compañía de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Uno - Cuatro	132	56%
Dos - Cinco	68	28%
Tres - Seis	32	13%
Más de seis	8	3%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

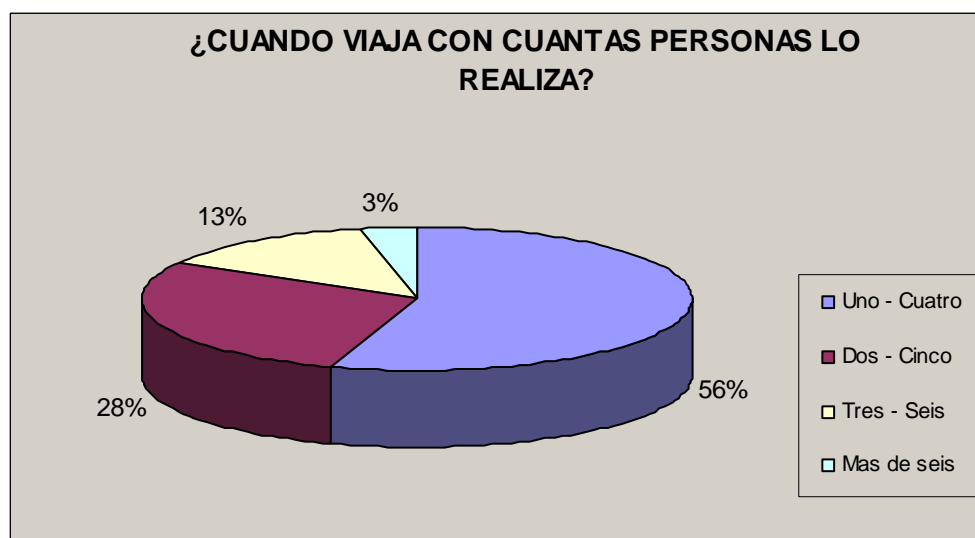


Gráfico No. 13 Encuestados: ¿Con cuántas personas viaja?

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 56% de los turistas viajan de uno a cuatro personas en sus viajes, 28% de dos a cinco personas, el 13% de tres a seis, 3% más de seis acompañantes, lo cual indica que los paquetes turísticos se debe acondicionar a las necesidades de los turistas que los mismo sean adquiridos para su comodidad.

k) Actividades que incluye el producto turístico.

Cuadro N° 55 Encuestados: Actividades que incluye el producto turístico.

Actividades que incluye el producto turístico	Frecuencia	Porcentaje
Observación de flora y fauna	39	16%
Visita a sitios históricos	34	14%
Visita a sitios naturales	54	23%
Degustación de bebidas y comidas típicas	21	9%
Realizar deportes	92	38%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

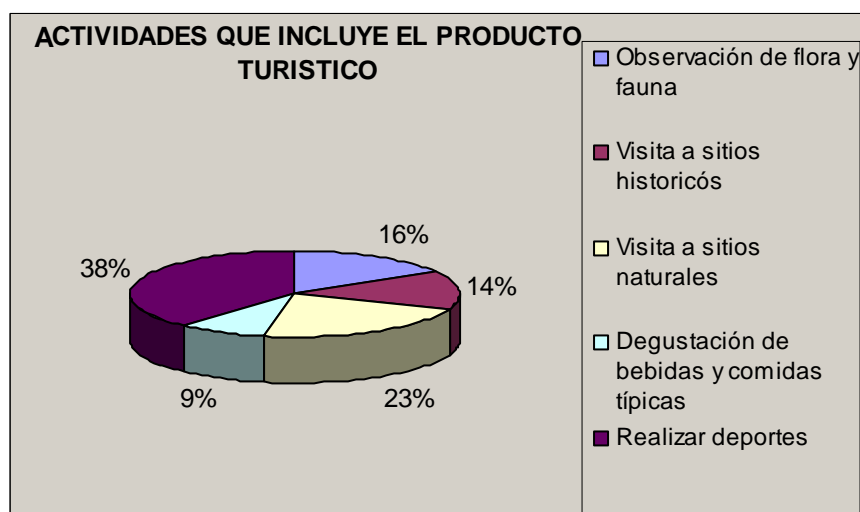


Gráfico No. 14 Encuestados: Actividades que incluye el producto turístico.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 38% de los turistas prefieren realizar deportes de aventura, el 23% visita a sitios naturales, el 16% observación de flora y fauna, el 14% visita a sitios históricos, el 9% degustación de bebidas y comidas típicas. Los turistas prefieren con los recursos naturales, siendo óptimos para el diseño del producto turístico.

I) Servicios que prefieren los turistas.

Cuadro N° 56 Encuestados: Servicios que prefieren los servicios

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Servicios que los turistas prefieren	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	27	11%
Transporte	25	10%
Alimentación	36	15%
Guianza	20	8%
Todas	132	56%
TOTAL	240	100%

Elaborado por: Patricia Ordóñez

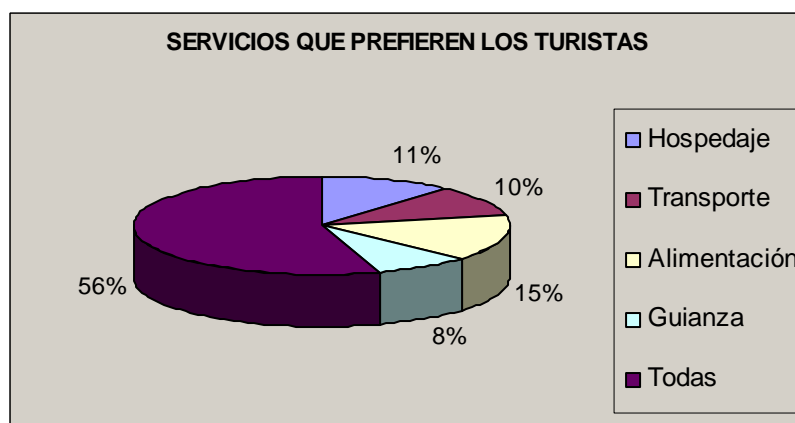


Gráfico No. 15 Encuestados: Servicios que prefieren los turistas.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 56% de los turistas prefieren que los paquetes turísticos contengan todos los servicios como hospedaje, transporte, alimentación, guianza, por lo que los productos a ofertar deberán contener todos los servicios posibles, que cumplan los requerimientos de los turistas.

m) ¿Cuántos días le gustaría permanecer en Oña?

Cuadro N° 57 Encuestados: ¿Cuántos días le gustaría permanecer en Oña?

Duración del viaje	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 días	97	40%
De 2 a 3 días	89	37%
Más de 3 días	54	23%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

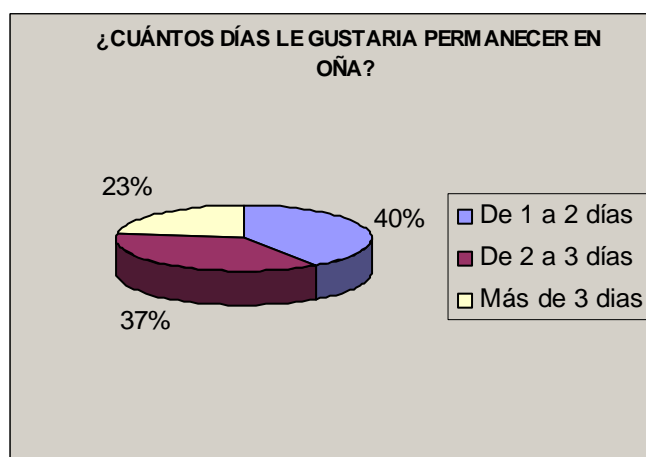


Gráfico No. 16 Encuestados: ¿Cuántos días le gustaría permanecer en Oña?.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 40 % de los turistas prefieren permanecer de 1 a 2 días en Oña, el 37 % se inclinan a pasar 2 a 3 días y el 23 % les gustaría permanecer de 3 días o más; por lo que los paquetes deberán ser diseñados de uno o dos días de duración del viaje.

n) Precio que los turistas estarían dispuestos a pagar por día / por persona

Cuadro N° 58 Encuestados: ¿Cuántos estaría dispuesto a pagar por día?

Precio que los turistas estarían dispuestos a pagar	Frecuencia	Porcentaje
\$ 10 - \$ 20	97	40%
\$ 21 - \$ 30	108	45%
Más de \$ 30	35	15%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.
Elaborado por: Patricia Ordóñez

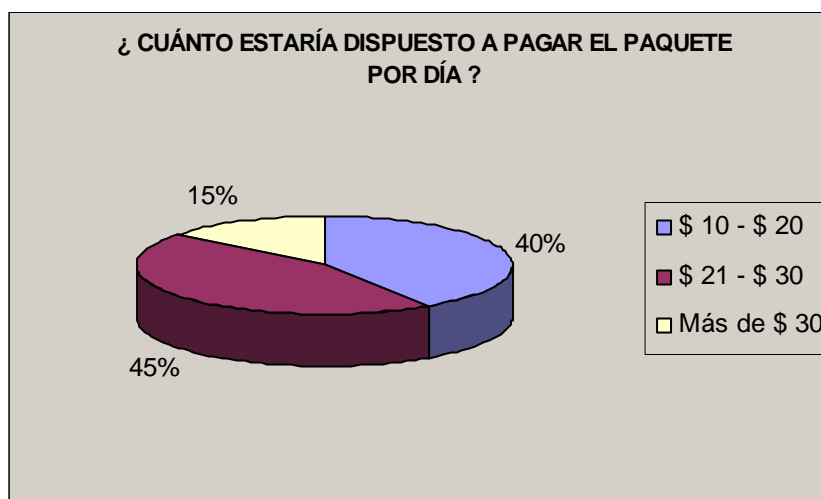


Gráfico No. 17 Encuestados: ¿Cuántos estaría dispuesto a pagar por día?.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010
Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 45 % de turistas estarían dispuestos a pagar \$21 a \$ 30 por un paquete turístico de un día, el 40 % de \$ 10 a \$ 20, y el 15 % pagarían más de \$ 30 dólares americanos, los productos para ser ofertados deberán considerar el valor máximo a gastar por los turistas.

ñ) ¿En qué época del año suele viajar?

Cuadro N° 59 Encuestados: ¿En qué época del año suele viajar?

Época de año suele viajar	Frecuencia	Porcentaje
Inicios de año	13	5%
Mediados de año	12	5%
Finales de año	92	38%
Feridos	123	52%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

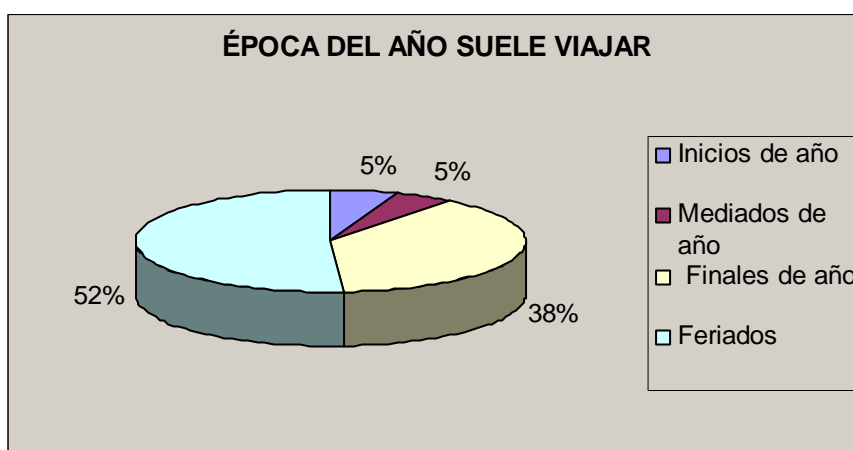


Gráfico No. 18 Encuestados: Época del año suele viajar.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 52% de los turistas prefieren viajar en feriados, el 38% a finales de año y el 5% a inicio y a mediados de año, lo cual los paquetes a futuro tendrán mayor demanda en la época de feriado.

o) Medios de información.

Cuadro N° 60 Encuestados: Medios de información

Medios de Información	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	55	23%
Internet	31	13%
Periódico	35	15%
Promoción en ferias turísticas	10	4%
Guías turísticas	15	6%
Amigos o familiares	61	25%
Publicidad en revistas	17	7%
Centros de información turística	16	7%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

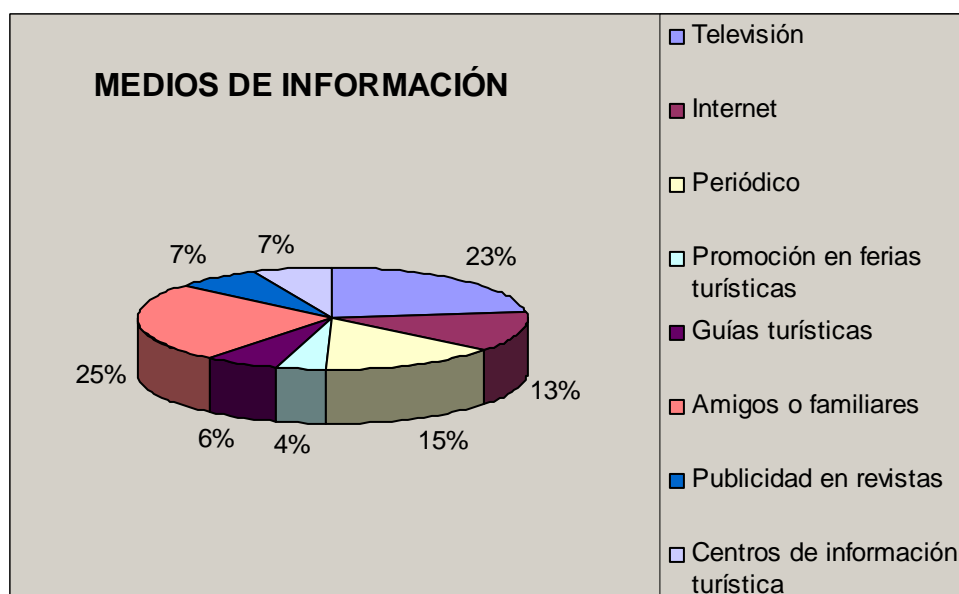


Gráfico No. 19 Encuestados: Medios de información

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

Los turistas se informan para realizar viajes por medio de la televisión 23 %, por medio de sus amistades en un 25 % y mediante periódicos 15%. Por lo que la publicidad se encaminará a dichos resultados.

p) Perfil de turista nacional.

- Los turistas que llegan a las ciudades de Cuenca y Loja tienen una edad promedio de 33 años y la mayoría hombres con el 51%.
- El 31% de turistas provienen de la ciudad de Machala y un 27% de la ciudad de Cuenca, son estudiantes en un 43% y profesionales el 38%.
- El 100% de turistas le gustaría conocer el cantón Oña y manifiesta que es necesario la oferta de un producto turístico.
- El 82% de los turistas viajan de forma independiente, el 35% lo realiza por aventura y el 30% por distracción.
- El 38% viajan con amigos, el 35% con familiares y el 56% lo hacen en compañía de 1 a 4 personas
- El 38% le gustaría realizar actividades de deportes de aventura, el 23% visita a sitios naturales y el 56% desea que los paquetes turísticos incluyan todos los servicios como alimentación, transporte, guianza, hospedaje.
- El 40% manifiesta que permanecería en el cantón de 1 a 2 días y el 45% estaría dispuesta a pagar por día y persona de 21\$ a 30\$
- El 52% viajan en feriados y el 25% se informan de los lugares turísticos por medio de amigos o familiares, periódicos, televisión. .

2) Demanda turística extranjera.

a) Edad.

Cuadro N° 61 Encuestados: Edad

Rango(Edad)	Frecuencia	Porcentaje
17 -24	72	29%
25 - 32	42	18%
33 - 40	45	19%
41 - 48	36	15%
49 - 56	23	10%
57 - 64	22	9%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.
Elaborado por: Patricia Ordóñez

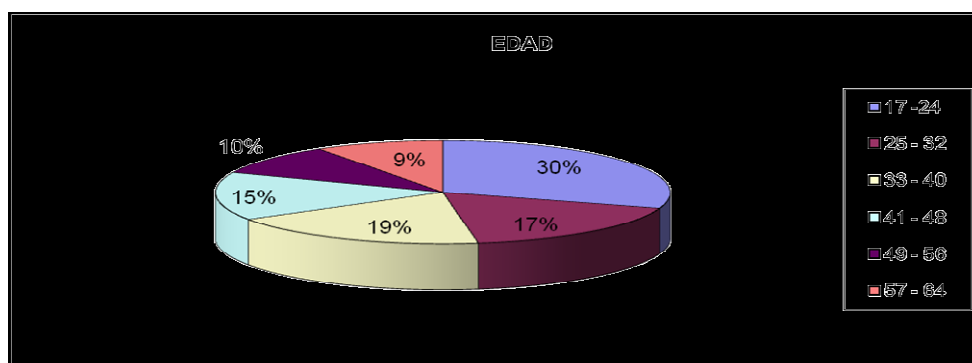


Gráfico No. 20 Encuestados: Edad.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010
Elaborado por: Patricia Ordóñez

De las 240 encuestas aplicadas a los turistas extranjeros va desde los 17 años hasta los 64 años, el 29% de visitantes tiene de 17 a 24 años, seguido del grupo de 25 a 32 años con un porcentaje del 18%, el 19% de encuestados tiene de 33 a 40 años, el 15% poseen de 41 a 48 años, el 10% 49 a 56 años y el 9% de 57 a 64 años, siendo datos comprensibles para tomar en cuenta que actividades pueden desarrollar los turistas.

b) Género.

Cuadro N° 62 Encuestados: Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	107	45%
Femenino	133	55%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

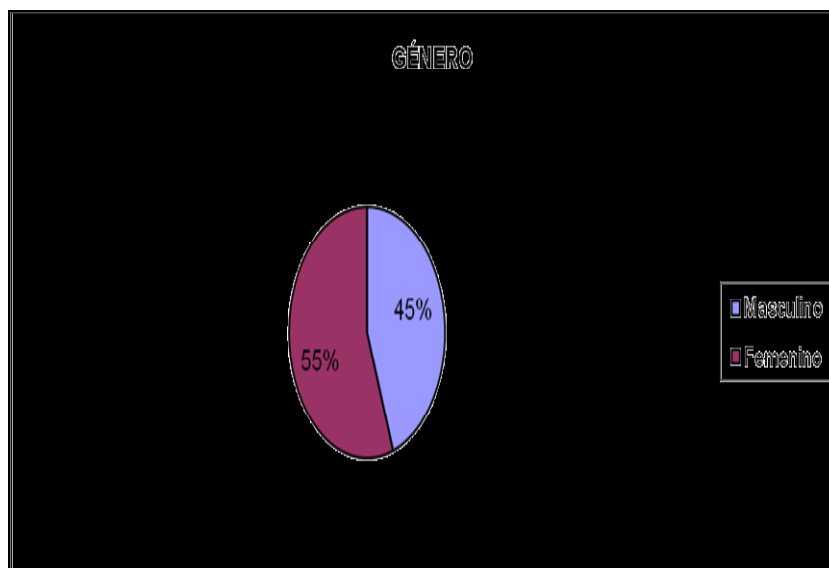


Gráfico No. 21 Encuestados: Género.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 55% de las personas encuestadas fueron de género femenino, mientras que el 45% fueron de género masculino.

c) Procedencia.

Cuadro N° 63 Encuestados: Procedencia.

Lugar de Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
USA	51	20%
Alemania	47	20%
Bélgica	31	13%
Perú	26	11%
Colombia	24	10%
España	18	8%
Canadá	16	7%
Francia	15	6%
Italia	12	5%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

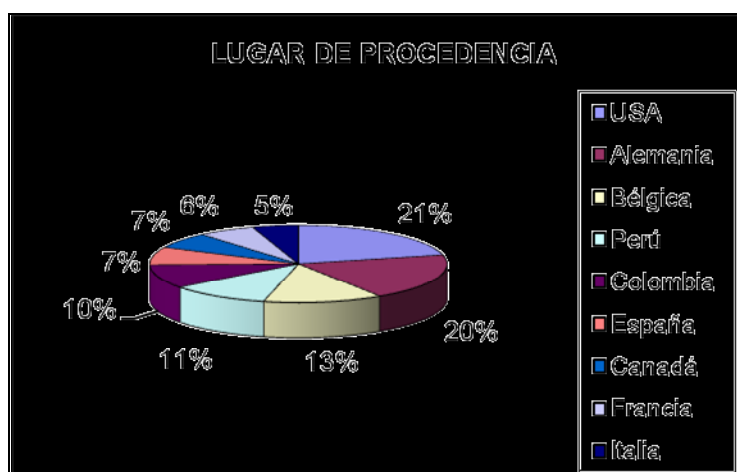


Gráfico No. 22 Encuestados: Procedencia.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

Según las encuestas el 28% corresponde al continente americano (EE.UU, Canadá), el 51% del continente europeo (Alemania, Bélgica, España, Francia, Italia). Por lo que la oferta deberá canalizarse a dichos segmentos de mercado internacional.

d) Ocupación.

Cuadro N° 64 Encuestados: Ocupación.

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Profesional	113	47%
Estudiante	42	18%
Otros	85	35%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

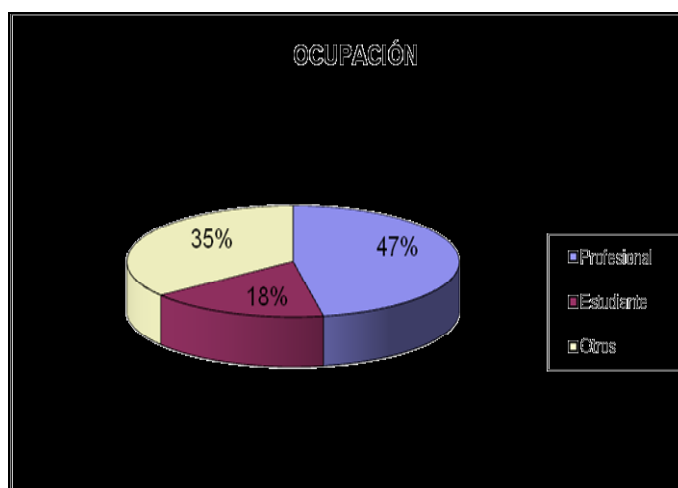


Gráfico No. 23 Encuestados: Ocupación.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 47% de los encuestados son profesionales, el 35% se dedica a otro tipo de actividades y el 18% son estudiantes. Por lo tanto los productos turísticos deben ofertarse de acuerdo a la demanda y ofrecer el mejor servicio al turista.

e) ¿Le gustaría conocer el cantón Oña?

Cuadro N° 65 Encuestados: ¿Le gustaría conocer el cantón Oña?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	240	100%
NO	0	
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.
Elaborado por: Patricia Ordóñez.

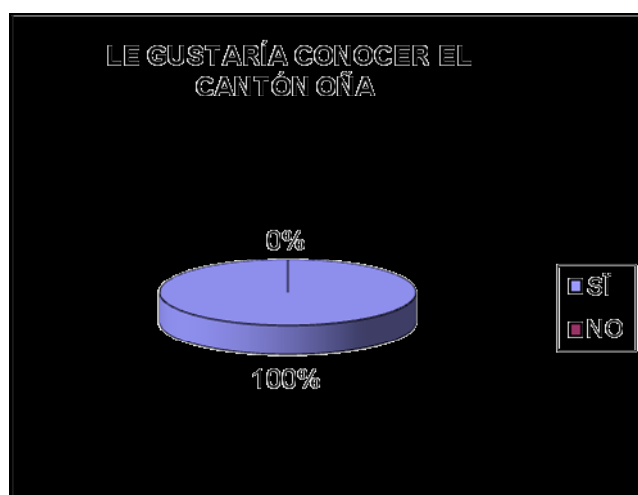


Gráfico No. 24 Encuestados: ¿Le gustaría conocer el cantón Oña?

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010
Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 100% está dispuesto en conocer el cantón Oña y aprovechar su potencial turístico.

f) ¿Considera usted que es necesario la oferta de un producto turístico en el cantón Oña?

Cuadro N° 66 Encuestados: Aceptación del producto turístico.

Aceptación del producto turístico	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	240	100%
NO	0	
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

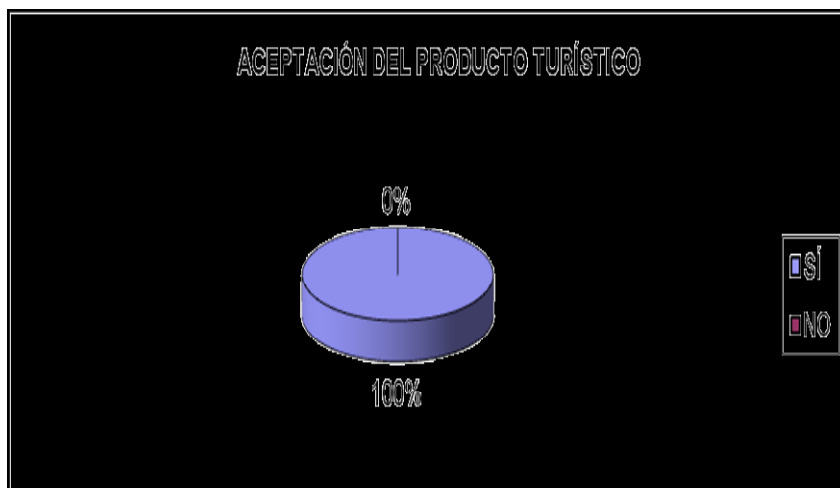


Gráfico No. 25 Encuestados: Aceptación del producto turístico.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 100% de aceptación por los productos turísticos es buena por disfrutar de los atractivos, ello demuestra que Oña tiene potencial turístico para ser aprovechado.

g) Usted viaja a través de:

Cuadro N° 67 Encuestados: Usted viaja a través de.

Viaja a través de	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de Viaje	147	61%
De forma independiente	93	39%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

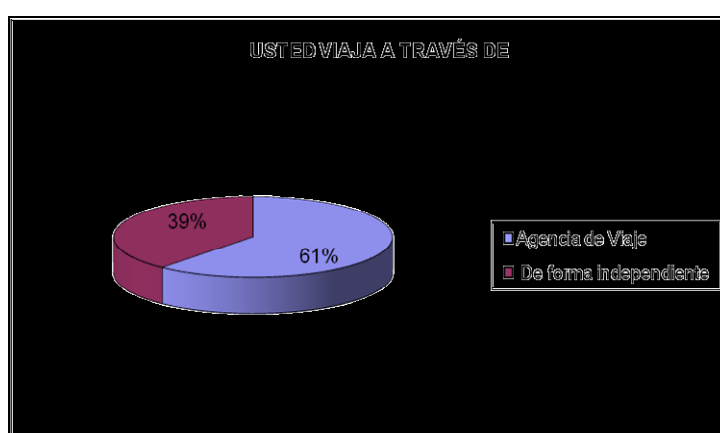


Gráfico No. 26 Encuestados: Usted viaja a través de.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 61% viajan a través de agencias de viajes y 39% viajan de forma independiente. Por lo tanto se debería ofertar los paquetes turísticos a las agencias de viajes y así hacerse dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Oña.

h) Motivo de su viaje.

Cuadro N° 68 Encuestados: Motivo de su viaje.

Motivo del viaje	Frecuencia	Porcentaje
Distracción	79	33%
Negocios	5	2%
Turismo	49	21%
Religión	2	1%
Visita a familiares	25	10%
Aventura	80	33%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

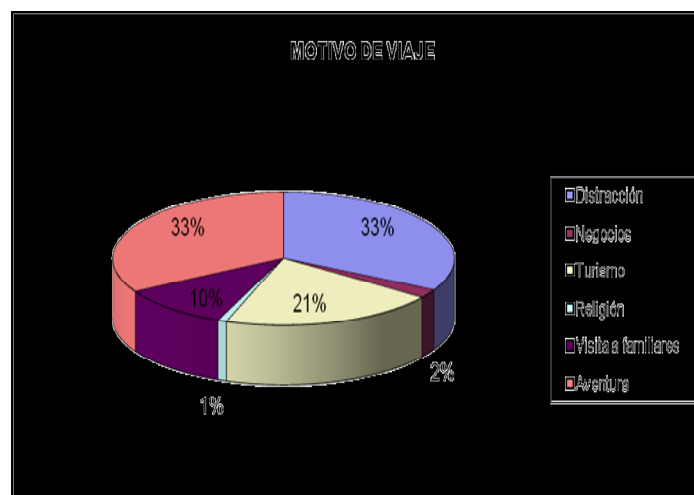


Gráfico No. 27 Encuestados: Motivo de su viaje.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 33% del motivo del viaje lo hacen por distracción, aventura y el 21% por turismo. Según la demanda se deberá ofrecer los paquetes turísticos para aprovechar los motivo de viaje de los turistas.

i) ¿Con quién viaja?

Cuadro N° 69 Encuestados: ¿Con quién viaja?

Con quién viaja	Frecuencia	Porcentaje
Familia	78	32%
Amigos	90	38%
Pareja	52	22%
Solo	20	8%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.
Elaborado por: Patricia Ordóñez.

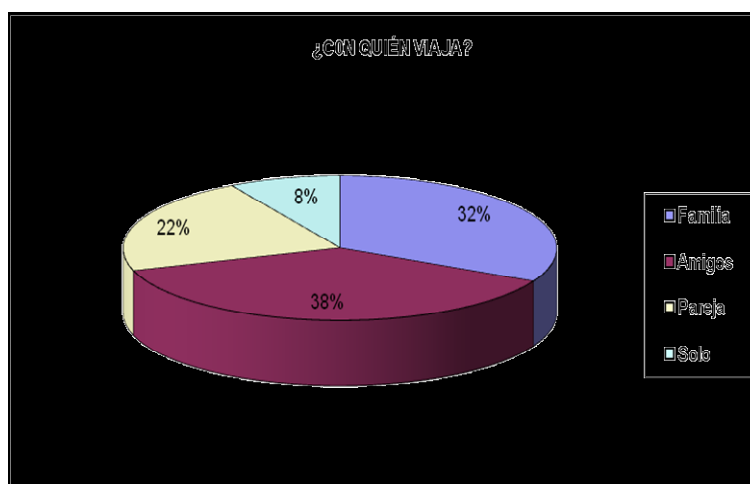


Gráfico No. 28 Encuestados: ¿Con quién viaja?

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010
Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 38% viajan con amigos, el 32% con familiares, el 22% con pareja y el 8% solo lo que indica que para el diseño de los paquetes turísticos se deberán acondicionar los servicios para que cada turista pueda hacer uso de los mismos.

j) ¿Con cuántas personas viaja?

Cuadro N° 70 Encuestados: ¿Con cuántas personas viaja?

Compañía de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Uno - Cuatro	120	50%
Dos - Cinco	78	33%
Tres - Seis	34	14%
Más de seis	8	3%
TOTAL	240	105%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

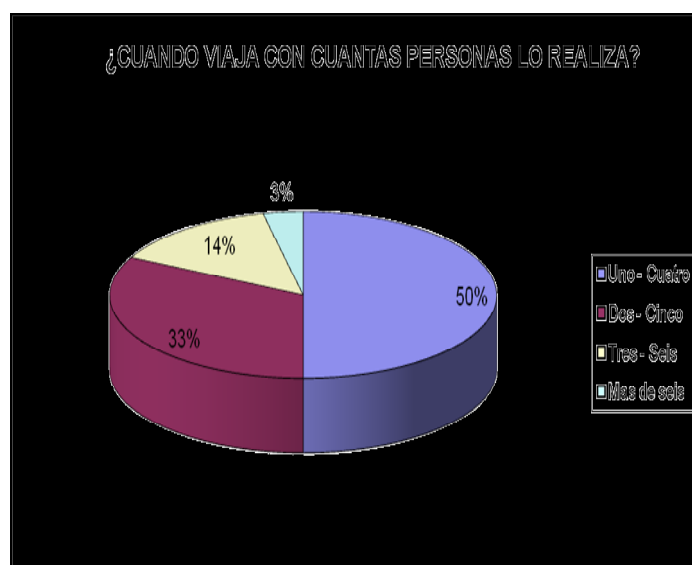


Gráfico No. 29 Encuestados: ¿Con cuántas personas viaja?

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 50% viaja de 1 a 4 personas, el 33% viaja de 2 a 5 personas lo que indica que se debe acondicionar los paquetes turísticos para este tipo de grupos de turistas.

k) Actividades que incluye el producto turístico.

Cuadro N° 71 Encuestados: Actividades que incluye el producto turístico.

Actividades que incluye el producto turístico	Frecuencia	Porcentaje
Observación de flora y fauna	50	21%
Visita a sitios históricos	32	13%
Visita a sitios naturales	48	20%
Degustación de bebidas y comidas típicas	18	8%
Realizar deportes	92	38%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.
Elaborado por: Patricia Ordóñez.

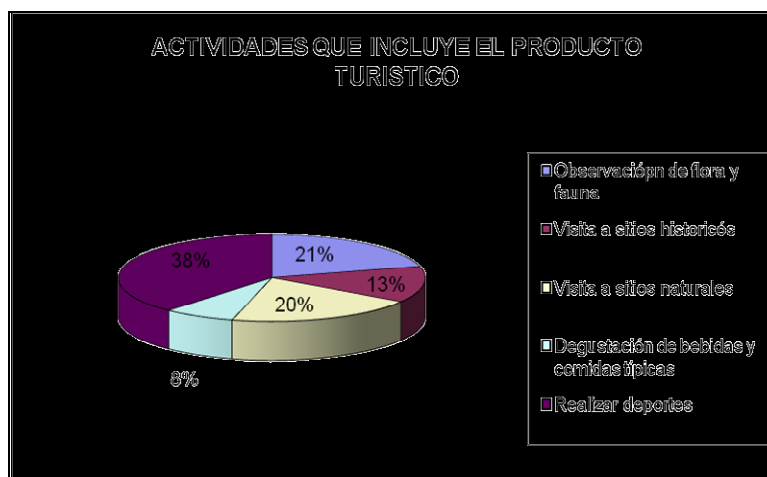


Gráfico No. 30 Encuestados: Actividades que incluye el producto turístico

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010
Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 38% de los turistas le gustaría realizar actividades de deportes de aventura, el 21% observación de flora y fauna y el 20% visita a sitios naturales lo que indica que la elaboración de paquetes turísticos debe estar vinculado a este tipo de actividades turísticas.

l) Servicios que prefieren los turistas.

Cuadro N° 72 Encuestados: Servicios que prefieren los turistas.

Servicios que los turistas prefieren	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	36	15%
Transporte	23	10%
Alimentación	45	19%
Guianza	20	8%
Todas	116	48%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

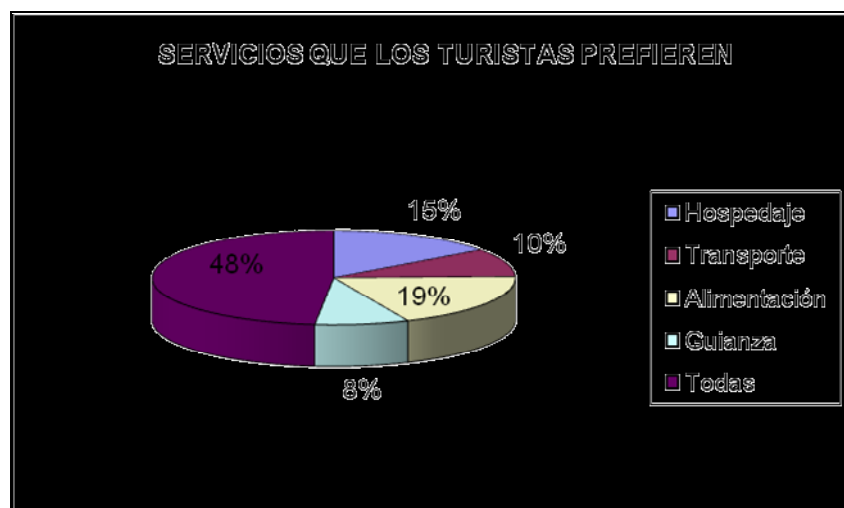


Gráfico No. 31 Encuestados: Servicios que prefieren los turistas

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

Según las encuestas el 48% de los turistas prefieren todos los servicios de hospedaje, transporte, alimentación, guianza que incluyan los paquetes turísticos.

m) ¿Cuántos días le gustaría permanecer en Oña?

Cuadro N° 73 Encuestados: ¿Cuántos días le gustaría permanecer en Oña?

Duración del viaje	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 días	97	40%
De 2 a 3 días	86	36%
Más de 3 días	57	24%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.
Elaborado por: Patricia Ordóñez.

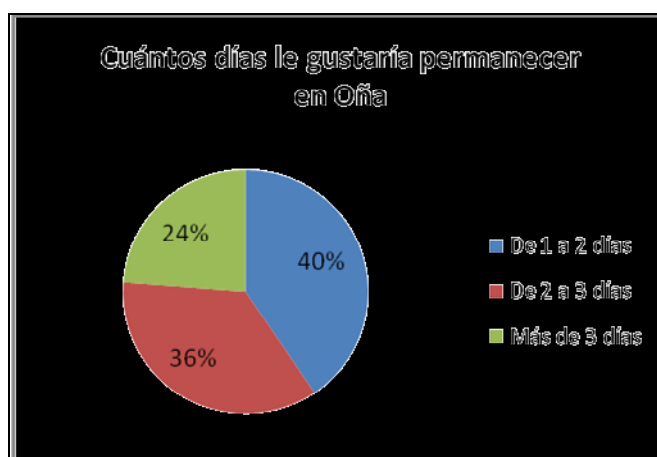


Gráfico No. 32 Encuestados: ¿Cuántos días le gustaría permanecer en Oña?

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010
Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 40 % de los turistas prefieren estar de 1 a 2 días en Oña, el 36 % se inclinan a pasar 2 a 3 días y el 24 % les gustaría permanecer 3 días o más; por lo que los paquetes deberán ser diseñados solo para el lapso de uno o dos días.

n) Precio que los turistas estarían dispuestos a pagar por día/ persona.

Cuadro N° 74 Encuestados: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día/ persona?

Precio que los turistas estarían dispuestos a pagar	Frecuencia	Porcentaje
\$ 10 - \$ 20	48	20%
\$ 21 - \$ 30	99	43%
Más de \$ 30	93	39%
TOTAL	240	102%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

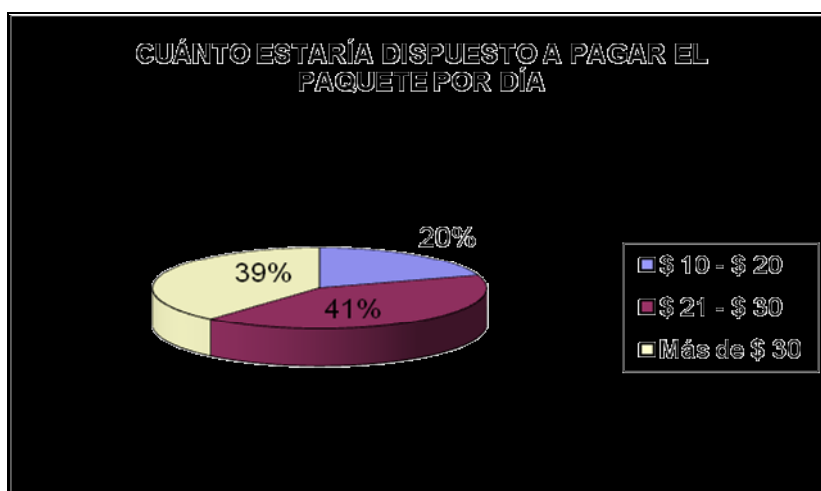


Gráfico No. 33 Encuestados: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día/ persona?

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 20% de turistas estarían dispuestos a pagar de \$10- \$20 por un paquete turístico de un día, el 41 % de \$ 21 a \$ 30, y el 39% pagarían más de \$ 30 dólares americanos, los productos para ser ofertados deberán considerar el valor máximo a gastar por los turistas.

ñ) ¿En qué época del año suele viajar?

Cuadro N° 75 Encuestados: ¿En qué época del año suele viajar?

Época de año suele viajar	Frecuencia	Porcentaje
Inicios de año	13	5%
Mediados de año	12	5%
Finales de año	92	38%
Ferriados	123	52%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

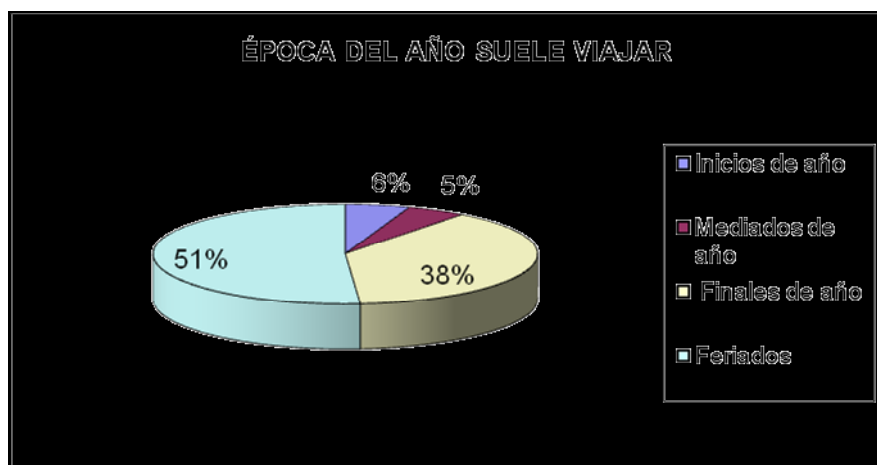


Gráfico No. 34 Encuestados: Época del año suele viajar.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

El 52% de los turistas prefieren viajar en feriados, el 38% a finales de año y el 5% a inicio y a mediados de año, lo cual los paquetes a futuro tendrán mayor demanda en la época de feriado.

o) Medios de información.

Cuadro N° 76 Encuestados: Medios de información

Medios de información	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	23	10%
Internet	57	24%
Periódico	16	7%
Promoción en ferias turísticas	12	5%
Guías turísticas	37	15%
Amigos o familiares	33	14%
Publicidad en revistas	18	7%
Centros de información turística	44	18%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

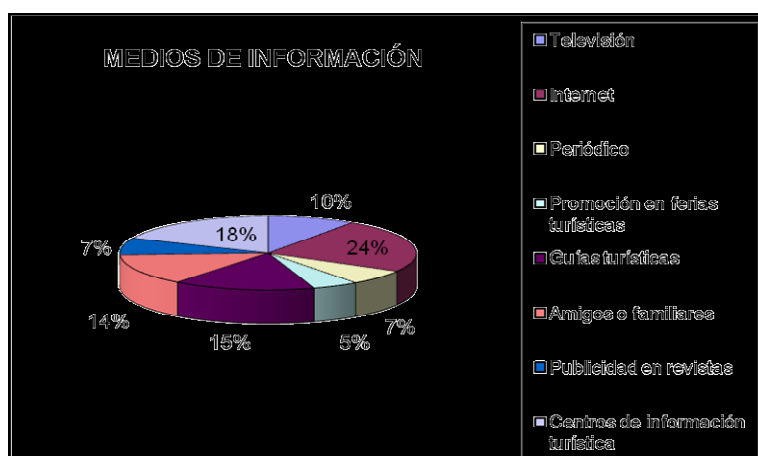


Gráfico No. 35 Encuestados: Medios de información.

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas extranjeros en Diciembre 2010

Elaborado por: Patricia Ordóñez

Los turistas se informan para realizar sus viajes por medio del internet en un 24 %, por centros de información turística en un 15% y mediante las guías turísticas en un 15%. Por lo que la publicidad se encaminará a dichos resultados.

p) Perfil de turista extranjero.

- Los turistas que llegan a las ciudades de Cuenca y Loja tienen una edad promedio de 33 años y la mayoría del género femenino con el 55%.
- Los visitantes corresponde del continente americano el 28% (EE.UU, Canadá), el 51% del continente europeo (Alemania, Bélgica, España, Francia, Italia)., son profesionales el 47% .
- El 100% de turistas le gustaría conocer el cantón Oña y manifiesta que es necesario la oferta de un producto turístico.
- El 61% de los turistas viajan de a través de agencias de viajes , el 33% lo realiza por aventura y distracción.
- El 37% viajan con amigos, el 33% con familiares y el 50% lo hacen en compañía de 1 a 4 personas
- El 38% le gustaría realizar actividades de deportes de aventura, el 21% observación de flora y fauna y el 48% desea que los paquetes turísticos incluyan todos los servicios como alimentación, transporte, guianza, hospedaje.
- El 40% manifiesta que permanecería en el cantón de 1 a 2 días y el 43% estaría dispuesta a pagar por día y persona de 21\$ a 30\$
- El 52% viajan en feriados y el 24% se informan de los lugares turísticos para visitar por medio del internet.

q. **Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.**

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales el 100% desea conocer el cantón Oña, es decir un universo de 9.162 visitantes, igualmente el 100% de turistas extranjeros desea conocer Oña el cual representa un universo de 19.528 visitantes.

La demanda potencial anual que arribará a la ciudad de Oña es de 9.162 turistas nacionales de las ciudades de Cuenca y Machala y 19.528 para turistas internacionales Europeos y americanos, es decir en un total de 28.690 turistas llegarán a Oña para realizar turismo. La proyección para los próximos 5 años de la demanda se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 77. Proyección de la demanda potencial para los próximos cinco años.

N°	Años	Nacional	Extranjero	Total de nacionales y extranjeros
0	2011	9.162	19.528	28.690
1	2012	9.785	20.856	30.641
2	2013	10.450	22.274	32.724
3	2014	11.161	23.789	34.950
4	2015	11.920	25.406	37.326
5	2016	12.731	27.134	39.865

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

2. Análisis de la Oferta

a. Oferta de Productos.

En el cantón Oña la actividad turística no se desarrolla en forma práctica los pobladores de algunos sectores tienen poco conocimiento de esta actividad. Ya que el conjunto de atractivos y planta turística falta de coordinación adecuada para formar productos turísticos que puedan ser ofertados, por lo cual el gobierno municipal promociona al cantón turísticamente con atractivos y servicios desarticulados.

Se analizó los servicios turísticos con que el cantón cuenta que se describen a continuación:

1) Atractivos turísticos.

El cantón Oña cuenta con un total de 23 atractivos turísticos de jerarquía I y II de los cuales 16 son naturales y 7 culturales de los cuales 18 son de jerarquía II, los que representan de los atractivos con mayor potencial turístico, significando para el cantón una de las motivaciones necesarias para la captación de demanda potencial por la belleza de sus paisajes, diversidad de especies, y por las diversas actividades que se realizan en sus diferentes escenarios naturales como: pesca, natación, caminatas, observación de aves, cabalgatas, ciclismo, escalada en roca.

Las fuentes principales de mayores ingresos económicos para el cantón corresponden a la oferta del turismo comunitario, recreacional y de aventura, debido a la buena captación de turistas en zonas de uso potencial. Las diversas actividades que ellos se realizan, han logrado captar una demanda potencial significativa ya sea local o regional los fines de semana, feriados y fechas programadas, logrando que el turismo en el cantón genere recursos económicos y así lograr un manejo sostenible de actividades y productos turísticos que puedan difundir al Cantón la Oña como una zona turística.

Existe un registro de los atractivos turísticos en el Cuadro N° 16 y 17

2) Hospedaje.

En el cantón Oña existen 1 sitio de hospedaje la Granja Agroturística se encuentra en la parroquia Susudel, ofrece al turista todos los servicios como alojamiento, alimentación, recreación y facilita la operación y visita a atractivos turísticos pues se ubican en la zona urbana y rural. Lo cual es necesario la implementación de más establecimientos de hospedaje, los turistas requieren de una infraestructura adecuada para el desarrollo de la actividad turística

Existe un registro este sitio de hospedaje como indica el Cuadro N° 12.

3) Alimentación.

Los establecimientos que prestan servicios de alimentación son 12 restaurantes, la mayoría de estos no se encuentran registrados en el catastro de servicios turísticos del MINTUR. Estos establecimientos deben mejorar sus estándares de calidad para poder formar parte de la oferta turística del cantón y satisfacer las necesidades del consumidor de servicios turísticos. Y necesario la capacitación constante en el uso y manipulación de alimentos, formas de atención al cliente, turística, administrativa por parte de las entidades competentes como es la municipalidad o el MINTUR.

Existe un registro de estos sitios de alimentación como lo indica el Cuadro N° 11 y 13.

4) Transporte.

La infraestructura básica y el acceso a sistemas de comunicación; las carreteras y caminos vecinales a nivel parroquial son de segundo y tercer orden con escaso mantenimiento y dificultad de desplazamiento.

Oña al encontrarse ubicado estratégicamente dentro del eje vial del país, tiene una afluencia diaria de transportes interprovinciales como las cooperativas de transportes de Loja, Viajeros, San Luis entre otros, convirtiéndola en una zona de gran actividad comercial.

Existe un registro de las Vías y cooperativas en el Cuadro N° 4y 5.

b. Oferta Comunitaria.

El turismo comunitario dentro del cantón San Felipe de Oña, posee un producto estructurado denominado Asociación de Turismo Comunitario Oña- Susudel, lo cual se detalla a continuación:

1) **Nombre:** Asociación de turismo Rural comunitario de “OÑA-SUSUDEL”**Cuadro N° 78.** Servicios que ofrece “OÑA-SUSUDEL”

Servicios	N°	Tipo	Capacidad	Característica	Precio
Alojamiento	30 10	Campin g Familiar	50pax 20pax	Construcciones de adobe, bareque y ladrillo. Camas simples y dobles.	\$10.00 incluye desayuno
Alimentación y Bebidas		Familiar		Servicio de pamba mesa Desayuno, almuerzo y cena: tipo continental Platos típicos: Cuy con papas Truchas Carne de borrego Hortalizas, etc. Agua de horchata Dulce de zambo	\$3.00
Guianza	1	1 Guía bilingüe, 2 guías nativos			
Programas comunitarios		Tienen una granja orgánica, producción de fruta seca, mermelada, talleres artesanales.			
Paquetes		1 días incluye transporte, alimentación, refrigerio, programa cultural.			\$65.00
Comercialización y promoción	En su mayoría se realiza a través de canales directos y mediante la pagina web de la Red de Turismo del Austro Pakariñan: www.redpakarinan.com , mediante la pagina web www.granjaorganica.com , la pagina web www.juntaparroquial.com .				
Demanda	El segmento de mercado potencial son los turistas nacionales provenientes de la ciudad de Cuenca en su mayoría: 150 al año, la afluencia de turistas extranjeros es mínima se tiene de Los estados unidos de Norteamérica, Alemania: 30; se tiene además la presencia de voluntariado extranjero especialmente de Bélgica 1/año.				
Atractivos principales	Caminata a las Tinas naturales de Pullcanga, camino del inca, cascadas de rodeo, lagunas, bosque del paramó				
Observaciones	OÑA-SUSUDEL es una organización que se encuentran en proceso de desarrollo y fortalecimiento turístico, su grado de organización es medio, tienen el apoyo de la Red de Turismo del Austro Pakariñan, de la universidad del Azuay. Junto a la organización comunitaria existe una hostería privada.				
Debilidades	Falta de infraestructura turística, mejoramiento de infraestructura básica, ausencia de programas de capacitación en todas las áreas.				

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

3. Análisis de competencia.

La actividad turística en el cantón Oña se encuentra en proceso de desarrollo, debido a la necesidad de posicionar al cantón como un nuevo destino turístico con productos y servicios de calidad.

En el país son varios los cantones que impulsan el turismo como una actividad para la generación de recursos económicos, ofertando productos y servicios turísticos similares a los del cantón Oña, como es el caso del cantón Saraguro provincia de Loja, que actualmente posee productos turísticos, características geográficas y atractivos similares ya que se encuentra cerca al cantón Oña convirtiéndose en el potencial competidor.

a. Cantón Saraguro.

El cantón Saraguro, se encuentra localizado al Noreste de la Provincia Loja a 64 Km de la ciudad, con sus límites, al Norte con la Prov. del Azuay, al Sur con el cantón Loja Chimbo, al Este con la prov. de Zamora Chinchipe y al Oeste con la prov. de el Oro, posee una longitud oeste 79.1°, una latitud sur de 3.4° y una altitud 2520 m.s.n.m. su extensión es de 1080 k.m² y una población de 24.905 habitantes aproximadamente.

Posee una vía principal de primer orden la Panamericana Sur, une tanto las ciudades de Loja y Cuenca. Su temperatura oscila entre los 10 a 16°C.

El cantón Saraguro, cuenta con 19 atractivos de mayor potencial turístico de los cuales 11 son Naturales y 8 Culturales, en los mismos que se desarrollan diversas actividades turísticas como el turismo comunitario, aventura y recreación. A continuación se da a conocer en el siguiente Cuadro N° 79.

Cuadro N° 79. Atractivos Naturales y Culturales del Cantón Saraguro.

Atractivos Naturales	Atractivos Culturales
Bosque Nativo de Washapamba	Iglesia Matriz de Saraguro
Cascada virgen Kaka	Restos arqueológicos
Montaña “ León dormido”	Fabrica sombreros de lana
Lagunas de Llincho	Fabrica de orfebrería de tupos de plata
Cerro Puglla	Talleres de artesanias
Cuevas y Baños del Inca	Iglesia de Zhindar

Cerro de Arcos	Tradiciones Gastronómicas.
Lagunas de Gunudel	Camino ancestral de Saraguro
Mirador Pucara	
Lagunas de Condorshillu	
Lagunas de Chinchilla	

Fuente: Inventario de atractivos Cantón Saraguro

Elaborado por: Patricia Ordóñez

1) Servicios Turísticos.

a) Hospedaje.

Según en el registro del catastro turístico del MITUR, el cantón cuenta con 5 establecimientos con instalaciones modernas adecuadas para los turistas que desean disfrutar de una placentera estadía entre estos tenemos: Hotel Achikwasi categoría II, Hostal San Pedro de Saraguro de Categoría III, Hostal Residencia Samana Wasi categoría III, Hostal Residencia Ñukanchi Sara Allpa categoría IV y la Pensión Saraguro III. Además poseen habitaciones simples, dobles y triples. Con capacidad aproximada de 25 a 30 personas, prestan servicios de tv cable, duchas de agua caliente, y alimentación.

b) Alimentación.

Los establecimientos de alimentos que se encuentran registrados en MITUR son 7 restaurantes, una cafetería y una fuente de soda que ofrecen comidas nacionales e internacionales, desayunos, almuerzos, meriendas, comidas rápidas con una capacidad para 30 personas aproximadamente, entre estas tenemos: Restaurante Sarakawka categoría II, Turumanka Categoría II, Aymaray categoría III, Casona del sabor la categoría III, Reina del cisne categoría III, Dragón del Oro IV, Mana Cuchachara categoría IV y Cafetería del teatro categoría III, Fuente soda Guaridula categoría III

c) Transporte.

El cantón Saraguro posee servicio de transporte interprovincial como la Cooperativa de transporte Loja, San Luis, Viajeros que circulan en la ruta Cuenca, Loja y lo hacen las 24 horas del día.

No posee transporte que se dedique a la actividad turística es decir un servicio de traslado hacia los atractivos de la zona, por lo que se utiliza camionetas, taxis o transporte propio se han convertido en promotores turísticos, ayudando de esta forma a la propagación de información turística que va en beneficio de la imagen del turismo Comunitario de Saraguro.

2) Oferta comunitaria.

El cantón Saraguro se encuentra el turismo comunitario denominado Red "Saraguro Rikuy" seis comunidades indígenas ofertan los servicios de alojamientos familiares, que cuentan con habitaciones triples y matrimoniales totalmente privadas y equipadas, baño privado con ducha de agua caliente. En el centro urbano de Saraguro se ubica una hostel comunitaria llamada Achik Wasi (Casa de Luz), localizada en uno de los miradores de Saraguro, con una capacidad para 33 camas en habitaciones simples, dobles, triples y quíntuples, todas con baño privado; las habitaciones quíntuples están dotadas de dos baños privados, con duchas de agua caliente. Adicionalmente, se ofrece una sala de eventos para 70 personas.

En cada alojamiento, las familias ofertan la alimentación para tres personas. La hostel cuenta con el servicio de restaurante con capacidad para 70 personas. La operación turística comunitaria trabaja con ocho guías y una operadora turística.

a) Productos del turismo comunitario.

Washapamba (un día): Recorrido por este bosque natural que posee una importante diversidad de flora y fauna. Visita a una quesera y a una familia indígena.

Precio: \$65 por persona

Baños del Inca (un día): Excursión a uno de los lugares sagrados para los incas, donde participan de un ritual de limpieza y energización con los Yachaks. Precio: \$52 por persona

Saraguro – Gera (un día): Descenso en bicicleta de montaña, degustación de waganjo, visita al museo, los vestigios arqueológicos del Pucara. Precio: \$ 42 por persona

b. Proyección de la oferta (competencia).

Para proyectar la oferta se tomó como base las estadísticas del ITUR del cantón Saraguro del año 2010 siendo la demanda de 836 turistas nacionales y extranjeros que se detalla a continuación en el siguiente cuadro N° 80.

Cuadro N° 80. Proyección de la oferta nacional y extranjera para los próximos 5 años.

N°	Año	Oferta Nacional	Oferta Extranjera	Total de la Oferta nacional y extranjera
0	2011	580	256	836
1	2012	619	273	892
2	2013	661	292	953
3	2014	706	312	1.018
4	2015	745	333	1.078
5	2016	806	356	1.162

Elaborado por: Patricia Ordóñez

c. Confrontación de la demanda vs oferta

A través de la confrontación de la demanda vs oferta se identificó la demanda insatisfecha obteniendo para el año 2012 un total de 29.749 turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro N° 81: Proyección de la confrontación de la demanda vs oferta

N°	Año	Demanda Nacional y extranjera	Oferta Nacional y extranjera	Demanda insatisfecha
0	2011	28.690	836	27.854
1	2012	30.641	892	29.749
2	2013	32.724	953	31.771
3	2014	34.950	1.018	33.932
4	2015	37.326	1.078	36.248
5	2016	39.865	1.162	38.703

Elaborado por: Patricia Ordóñez

d. Demanda objetivo de mercado

El objetivo de mercado, tanto para el turista nacional como para el extranjero será del 10%, tomando en cuenta que es un porcentaje del que se pretende captar de la demanda insatisfecha en base a esto se calculó la demanda objetivo por lo que los valores para el primer año de los turistas nacionales y extranjeros son de 2.975. La proyección del objetivo de mercado a 5 años

CUADRO N°82. Proyección de la demanda objetivo de mercado a 5 años

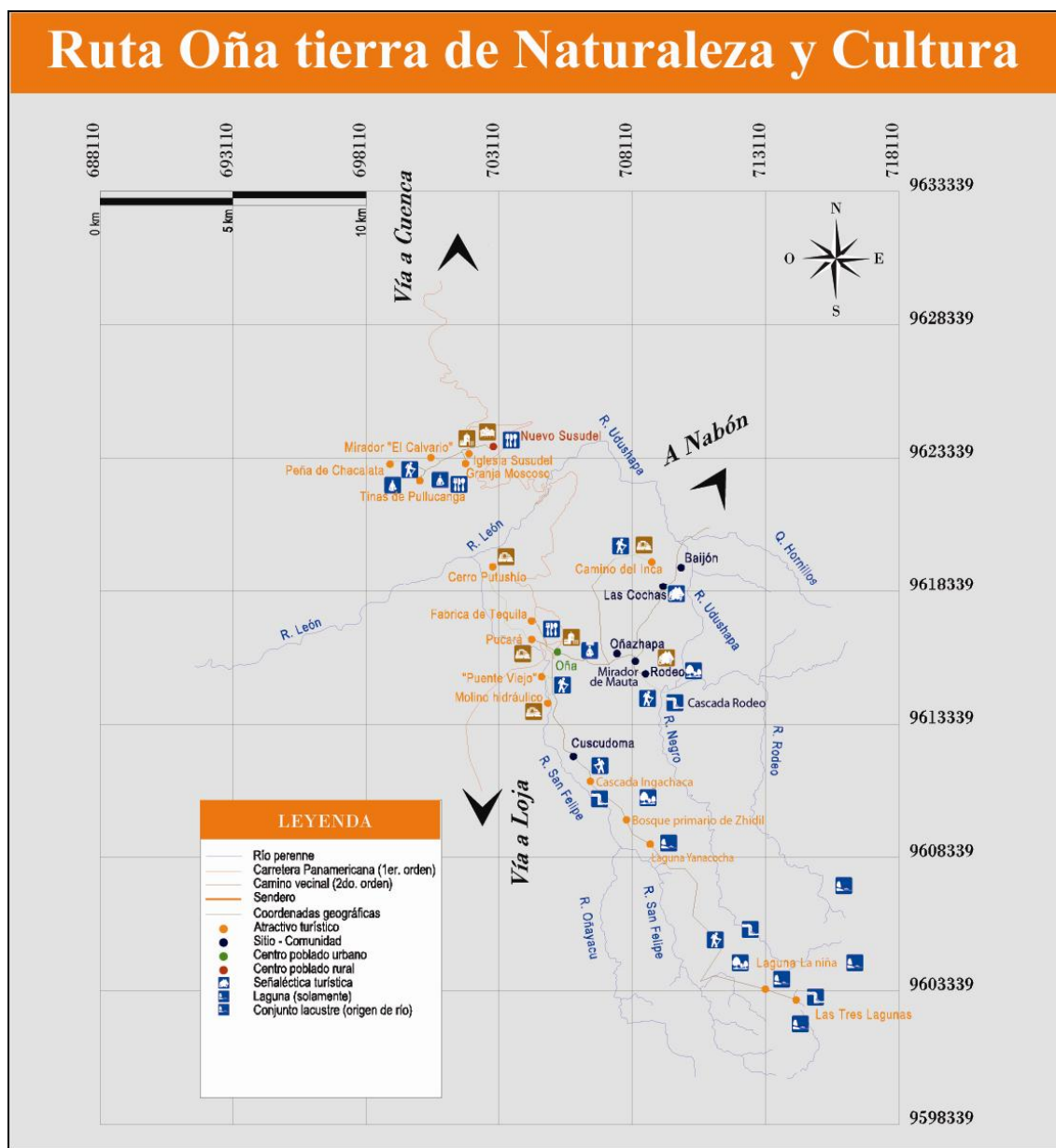
N°	Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (10%)
0	2011	27.854	2.785
1	2012	29.749	2.975
2	2013	31.771	3.177
3	2014	33.932	3.393
4	2015	36.248	3.624
5	2016	38.703	3.870

Elaborado por: Patricia Ordóñez.

C. DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

Como se puede apreciar en el mapa se identificaron los atractivos turísticos del cantón San Felipe de Oña las mismas que posteriormente fueron integradas entre sí para dar como resultado la RUTA OÑA TIERRA DE NATURALEZA Y CULTURA”.

1. Mapa de identificación de la Ruta Oña Tierra de Naturaleza y Cultura.



Elaborado por: Patricia Ordoñez

2. Objetivo de la ruta.

Fortalecer al Cantón San Felipe de Oña y las comunidades como destino turístico del turismo comunitario y aventura que puedan disfrutar de un recorrido por la magia y encanto de la naturaleza y cultura del cantón.

3. Concepto de la Ruta.

La ruta Oña tierra de Naturaleza y Cultura lleva esta denominación porque su trayecto cuenta con una variedad de atractivos turísticos que forman parte de la magia de Oña como bosques, cascadas, ríos, montañas que atrae por su encanto, su belleza, su quietud, sus sonidos a cualquier persona, allí está la esencia de la vida, donde se encuentra el agua en su más pura transparencia, aquí se puede realizar el turismo comunitario, aventura, recreación y practicar actividades como trekking, cabalgatas, ciclo paseo, escalada en roca, avistamiento de aves, flora. Es un turismo orientado a explorar y conocer prescindiendo de lujo y comodidades donde los medios a utilizar van desde cómodos automóviles o hasta los confortables zapatos.

4. Potencialidad turística

Los atractivos turísticos que se utilizó para el diseño de la ruta son los que tienen mayor potencial turístico que se encuentran en el recorrido son:

Atractivos turísticos

- Mirador de Mauta
- Loma de calvario
- Peñas chacalata
- Cerró cortado de Uduzhapa
- Tinas naturales de Pullcanga
- Cascada Rodeo 1 y 2
- Cascada Chorro Blanco
- Cascada de Inga Chaca
- Laguna de Yanacocha Negra
- Laguna Niña

- Las tres lagunas
- Bosque primario Zhidil
- Camino del Inca
- Barrió San Francisco
- Iglesia Susudel
- Cerro Arqueológico de Putushio
- Tequila Artesanal
- Fábrica de Ladrillos

El trayecto turístico de la ruta debe desarrollarse con una visión diferente al turismo tradicional, es decir la nueva visión del turismo debe alcanzar la sostenibilidad natural, cultural y económica, conservando los recursos naturales para las futuras generaciones.

5. Planta turística disponible.

La planta turística de la Ruta Oña tierra de Naturaleza y Cultura involucra a varios prestadores de servicios turísticos de alimentación, hospedaje, transporte del cantón que se encuentran detallado en los Cuadros N° 3, 4,11y13

6. Gestión de la ruta.

La ruta Oña Tierra Naturaleza y Cultura se encontrará gestionada por instituciones públicas (Municipio de San Felipe de Oña y las Juntas Parroquiales) y el turismo comunitario, los mismos que se encuentran realizando varias actividades para encaminar el producto turístico y posicionar en el mercado.

7. Paquetes turísticos

Dentro de la Ruta para la operación se elaboraron paquetes turísticos para lo cual se tomó la información de las características de la demanda, potencialidad turística y disponibilidad de servicios.

Se han elaborado cinco paquetes turísticos para la Ruta Oña Tierra de Naturaleza y Cultura.

a. Paquete N° 1

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: “OÑA Y SUSUDEL: NATURALEZA CULTURA Y TRADICIÓN”

Duración: 1 día

Carácter: Naturaleza y Cultura

Tiempo de las actividades: De 8:50 am a 18:00 pm

Tiempo Total: 10 horas

Dificultad: Moderado.

Un recorrido por el cantón, nos permitirán recorrer la tradición cultural y apreciar su entorno de belleza natural”

2) Itinerario técnico del paquete “Oña y Susudel: naturaleza cultura y tradición”

DIA 1

8:00 Concentración en el Parque Central de Oña

8:30 Desayuno

9:00 Recorrido por el Barrio San Francisco para conocer la cultura y tradición realizar fotografía

- 10:00 Visita al Barrio Buenos Aires para observar el proceso y elaboración del tequila de penco en la Fábrica de tequila
- 11:00 Continúan el recorrido del barrio Buenos Aires nos trasladamos a la parroquia Susudel.
- 11:30 Visita la fábrica de ladrillos artesanal
- 12:00 Visita la iglesia de Susudel y compra de artesanías
- 12:30 Almuerzo
- 13:00 Caminata hacia la tinas de Pullcanga y realizar fotografía e interpretación de las mismas
- 15:00 Caminata al Mirador El Calvario donde se puede observar una vista panorámica de Oña y Susudel.
- 16:30 Regreso a la parroquia Susudel.
- 18:00 Llegada y fin del servicio.

a) Localidades receptoras.

Las localidades receptoras de este paquete turístico son: Parroquia Oña y Susudel.

b) El paquete incluye

- Alimentación: 1 almuerzo, 1 desayuno
- Transporte: Camioneta desde Oña a las comunidades
- Guía nativo: 1 por 5 pax
- Alquiler de caballo

c) Requerimientos para la visita

- Ropa cómoda y ligera
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar
- Bebida hidratante
- Botas de caucho
- Gafas

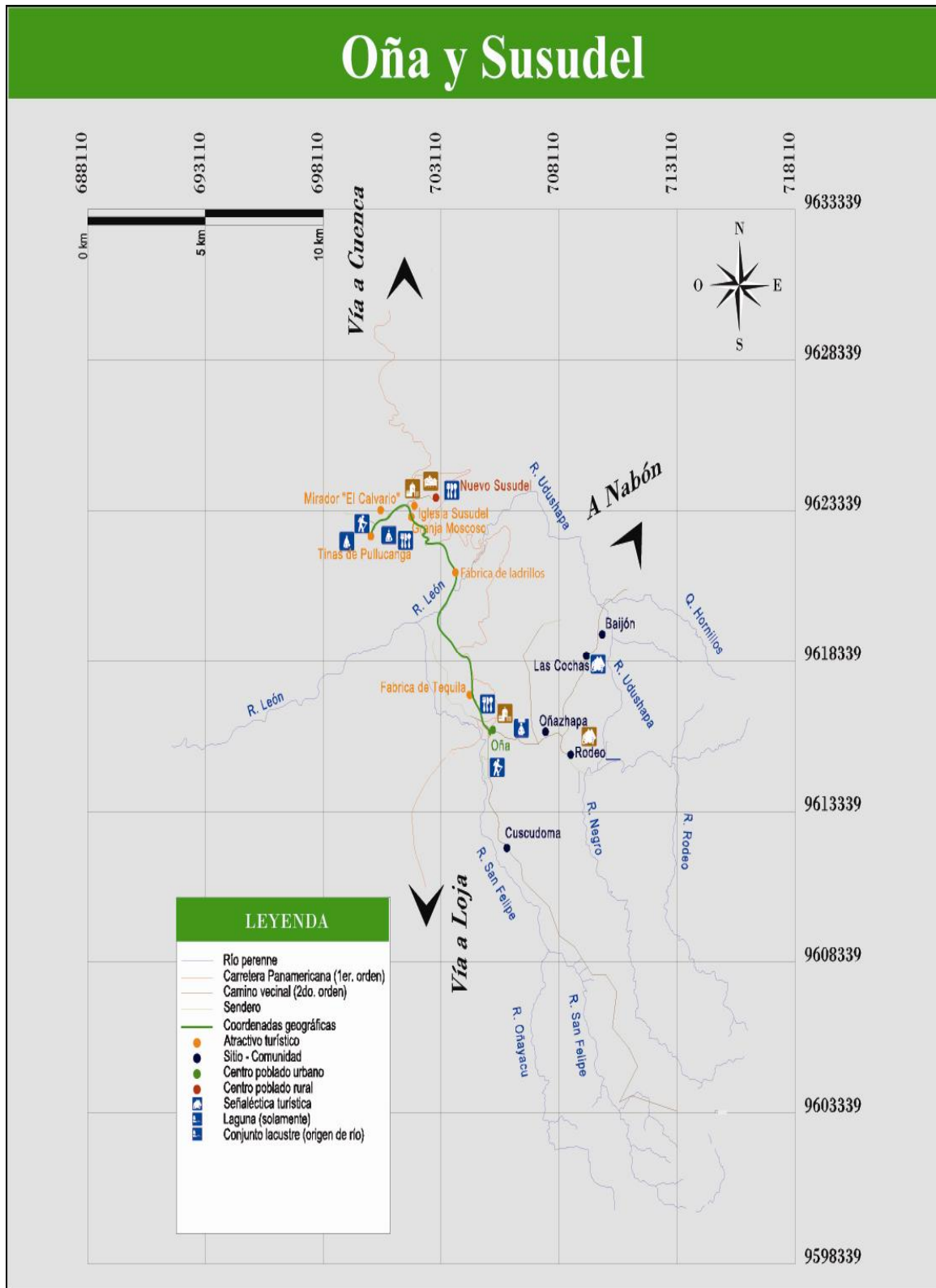
d) Costos del paquete

Cuadro N° 83: Detalle del paquete " Oña y Susudel Naturaleza, Cultura y Tradición"

Estructura de costos del paquete " Oña y Susudel Naturaleza, Cultura y Tradición"				
DURACIÓN: 1 día				
COSTO DEL TOUR	RANGO DEL PAX			
Costos generales del tour	1	5	15	25
Transporte	20	20	40	60
Guia nativo	15	15	30	45
Total de costos Generales	35	35	70	105
Costos individuales del pax				
Desayuno	3	3	3	3
Almuerzo	3	3	3	3
Cabalgata	10	10	10	10
Total de costos individuales	16	16	16	16
TOTALES				
Costos generales	35	35	70	105
Costos individuales por pax	16	16	16	16
Gastos adm y ventas (20%)	10,2	4,6	4,1	4,04
Precio Neto	61,2	28	25	24
Utilidad (15%)	9	4	4	4
Impuesto (12%)	7	3	3	3
PRECIO DE VENTA	78	35	31	31

Elaborado por: Patricia Ordoñez

3) Mapa temático del paquete “Oña y Susudel: naturaleza cultura y tradición”



Elaborado por: Patricia Ordoñez

b. Paquete N° 2

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: “AVENTÚRATE A CONOCER LAS FASCINANTES CASCADAS Y LAGUNAS DE OÑA”

Duración: 2día y 1 noche

Carácter: Naturaleza y Cultura

Tiempo de las actividades del primer día: De 8:00 am a 20:00 pm

Tiempo Total: 13 horas

Tiempo de las actividades del segundo día: De 9:00 am a 18:00 pm

Tiempo Total: 9 horas

Dificultad: Moderado.

“Aventúrate hacia el encanto y la aventura de un maravilloso recorrido”.

2) Itinerario técnico del paquete “Aventúrate a conocer las fascinantes cascadas y lagunas de Oña”

DIA 1

8:00	Concentración en el Oña
8:10	Desayuno
8:30	Salida en automotor a la visita y recorrido por el Mirador de Mauta, donde se puede observar la vista panorámica de Oña y realizar fotografía.
9.00	Salida en automotor hacia el Bosque primario de Zhidil para observación de flora y fauna e interpretación ambiental y toma de fotografía.
11:00	Salida en automotor hacia las lagunas del páramo.
11:20	Llegada al páramo donde comienza la caminata hacia las lagunas de la Niña, Yanacocha y las tres lagunas donde observara la fascinante flora del páramo, el agua en su estado puro y realizar fotografías increíbles.
12.00	Refrigerio
14:00	Continua la caminata hacia la cascada Chorro Blanco.

- 15:00 Termina la caminata nos trasladamos en el automotor hasta la cascada de Ingachaca donde se podrá darse un pequeño baño y relajarse y descansar.
- 15:00 Refrigerio
- 17:00 Salida en automotor hacia la comunidad del Rodeo.
- 18:00 Camping en la comunidad del Rodeo.
- 19:00 Noche cultural y cena
- 20:00 Descanso

DIA 2

- 8: 00 Desayuno
- 9:00 Visita a las cascadas de Rodeo 1 y 2
- 10:00 Salida en automotor hacia el cerro de Uduzhapa
- 10:30 Llegada a la comunidad de Uduzhapa para realizar la caminata al cerro Uduzhapa para observar el camino del Inca e interpretar y realizar fotografía.
- 12.00 Retorno en automotor hacia la parroquia Susudel.
- 12:30 Almuerzo
- 13:00 Desde Susudel comienza la cabalga hacia las peñas de Chacalata para realizar escalada en roca.
- 15:00 Llegada a las peñas de Chacalata y realizar la escalada de roca.
- 18:00 Llegada a Susudel y fin del servicio.

a) Localidades receptoras.

Las localidades receptoras de este paquete turístico son: Parroquia Oña y Susudel , Comunidad de Oñazhapa, Rodeo, Uduzhapa, Cuscudoma.

b) El paquete incluye

- Alimentación: 1 almuerzo, 2 desayuno, 2 refrigerios, 1 cena
- Transporte: Camioneta desde Oña a las comunidades
- Guía nativo: 1 por 5 pax
- Alquiler de caballo
- Alquiler de carpas para camping
- Alquiler de equipos para escalar

c) Requerimientos para la visita

- Ropa cómoda y abrigada
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar
- Bebida hidratante
- Botas de caucho
- Poncho de aguas
- Gafas

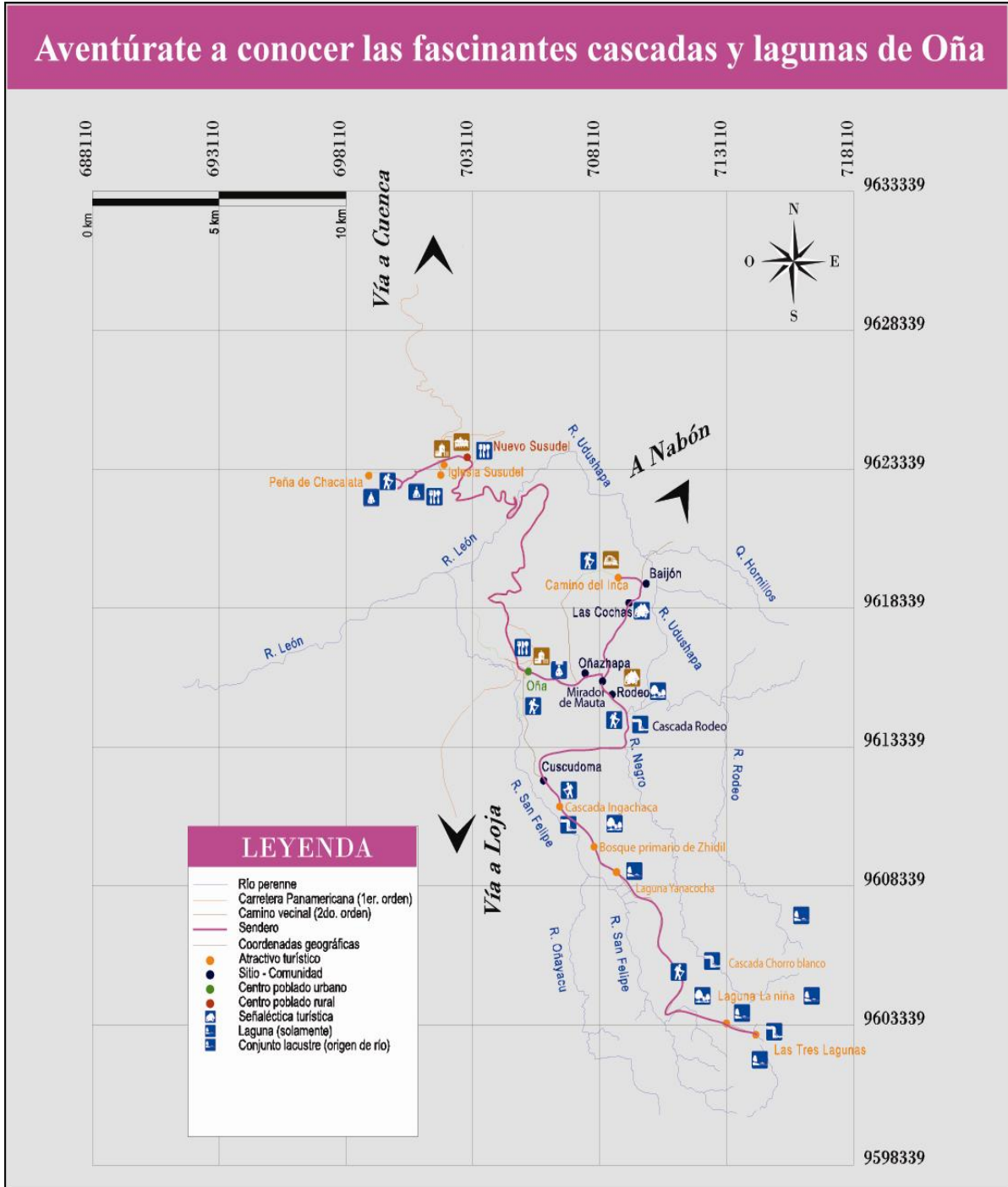
d) Costos del paquete

Cuadro N° 84: Detalles del paquete "Aventúrate a conocer las fascinantes cascadas y lagunas de Oña"

Estructura de costos del paquete: "Aventúrate a conocer las fascinantes cascadas y lagunas de Oña"				
DURACIÓN: 2 días y 1 noche				
COSTO DEL TOUR	RANGO DEL PAX			
Costo generales del tour	1	5	15	25
Transporte	40	40	80	120
Noche cultural	10	10	10	10
Guía nativo	30	30	60	90
Total de costos generales	80	80	150	220
Costos individuales del pax				
Desayuno (2)	6	6	6	6
Refrigerio (2)	3	3	3	3
Almuerzo (1)	3	3	3	3
Cena (1)	3	3	3	3
Camping	8	8	8	8
Escalada	10	10	10	10
Cabalgata	10	10	10	10
Total de costos individuales	43	43	43	43
TOTALES				
Costos generales	80	80	150	220
Costos individuales por pax	43	43	43	43
Gastos adm y ventas (20%)	24,6	11,8	10,6	10,4
Precio Neto	148	71	64	62
Utilidad (15%)	22,14	11	10	9
Impuesto (12%)	17,712	8	8	7
PRECIO DE VENTA	187	90	81	79

Elaborado por: Patricia Ordoñez

3) Mapa temático del paquete “Aventúrate a conocer las fascinantes cascadas y lagunas de Oña”



Elaborado por: Patricia Ordoñez

c. Paquete N° 3

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: “OÑA TESORO ESCONDIDO”

Duración: 1 día

Carácter: Naturaleza y Cultura

Tiempo de las actividades: De 8:00 am a 18:00 pm

Tiempo Total: 10 horas

Dificultad: Moderado.

“Oña mi tierra querida de magia y encanto”.

2) Itinerario técnico del paquete “Oña tesoro escondido”

DIA 1

8:00	Concentración en Oña.
8:30	Desayuno
9:00	Visita el barrio San Francisco para conocer la cultura y tradición
9:30	Continúa el recorrido para ascender al Mirador de Mauta mediante una cabalgata desde ahí se puede observar la vista panorámica de Oña y realizar Fotografía.
10:30	Caminata o cabalgata a la comunidad de Rodeo a visitar las cascadas 1 y 2 para observación de flora y realizar fotografía.
10:40	Refrigerio
13:00	Seguimos con la visita a la cascada de Inga Chaca.
14:00	Refrigerio
16.00	Caminata por el Bosque de primario de Zhidil donde podrá observar la flora y fauna e interpretación ambiental y toma de fotografía.
15:00	Retornamos Cabalgando hacia Oña
18:00	Llegada a Oña fin del servicio

a) Localidades receptoras.

Las localidades receptoras de este paquete turístico son: Parroquia Oña, Comunidad de Oñazhapa, Rodeo y Cuscudoma.

b) El paquete incluye

- Alimentación: 1 desayuno, 2 refrigerios
- Guía nativo: 1 por 5 pax
- Alquiler de caballo

c) Requerimientos para la visita

- Ropa cómoda y abrigada
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar
- Bebida hidratante
- Botas de caucho
- Gafas

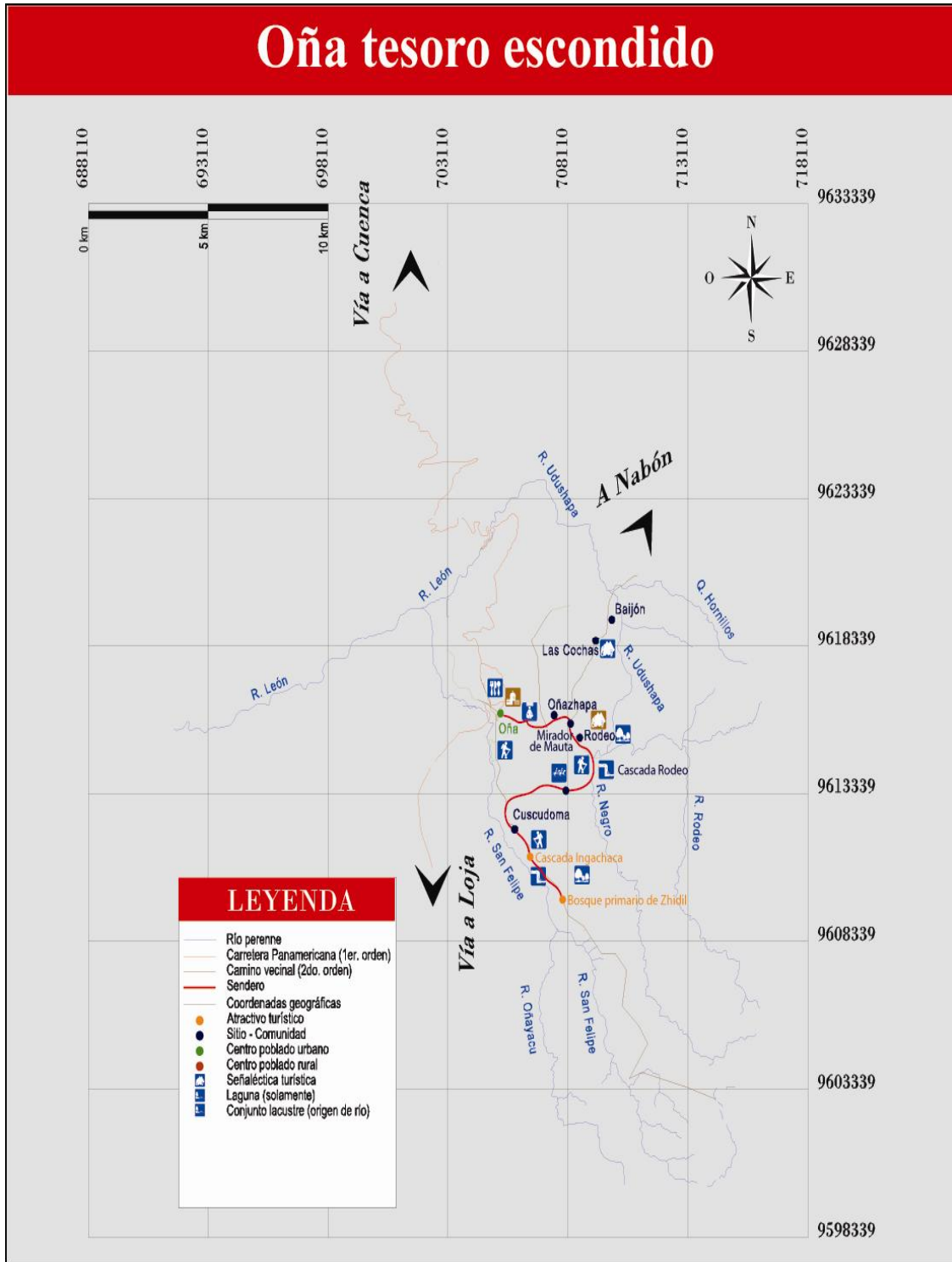
d) Costo del paquete

Cuadro N° 85: Detalles del paquete "Oña tesoro escondido"

Estructura de costos del paquete: "Oña tesoro escondido"				
DURACIÓN: 1día	RANGO DEL PAX			
COSTO DEL TOUR				
Costo generales del tour	1	5	15	25
Guía nativo	15	15	15	15
Total de costos generales	15	15	15	15
Costos individuales del pax				
Desayuno	3	3	3	3
Refrigerio (2)	3	3	3	3
Cabalgata	10	10	10	10
Total de costos individuales	16	16	16	16
TOTALES				
Costos generales	15	15	15	15
Costos individuales por pax	16	16	16	16
Gastos adm y ventas (20%)	6,2	3,8	3,4	3,32
Precio Neto	37	23	20	20
Utilidad (15%)	6	3	3	3
Impuesto (12%)	4	3	2	2
PRECIO DE VENTA	47	29	26	25

Elaborado por: Patricia Ordoñez

3) Mapa temático del paquete “Oña tesoro escondido”



Elaborado por: Patricia Ordoñez

d. Paquete N° 4

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: “OÑA LEGADO CULTURAL”

Duración: 1 día

Carácter: Naturaleza y Cultura

Tiempo de las actividades: De 8:30 am a 18:00 pm

Tiempo Total: 10 horas

Dificultad: Moderado.

“Oña conoce su cultura”.

2) Itinerario técnico del paquete “Oña legado cultural”

DÍA 1

- 8:00 Concentración en el parque central de Oña
- 8:15 Desayuno
- 9:00 Visita el puente viejo.
- 10:00 Visita el Molino hidráulico
- 10.30 Salida en automotor hacia el Barrio Buenos Aires desde ahí continua la Caminata hacia el cerro de Putushio.
- 12:00 Llegada al cerro de Putushio observar la zona arqueológica.
- 13:00 Retorno al Barrio Buenos Aires.
- 13:15 Almuerzo
- 15:00 Visita a la fábrica de tequila para observa el proceso y elaboración.
- 16:00 Salida a Susudel
- 16.30 Visita la Granja Agroturística para convivir y practicar de la agricultura orgánica y realizar otra alternativa de turismo.
- 18:00 Despedida

a) Localidades receptoras.

Las localidades receptoras de este paquete turístico son: Comunidad de Chacapata, Zhila, Barrio Buenos Aires, Susudel

b) El paquete incluye

- Alimentación: 1 desayuno, 1 almuerzo
- Guía nativo: 1 por 5 pax
- Transporte

c) Requerimientos para la visita

- Ropa cómoda y ligera
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar
- Bebida hidratante
- Zapatos cómodos
- Gafas

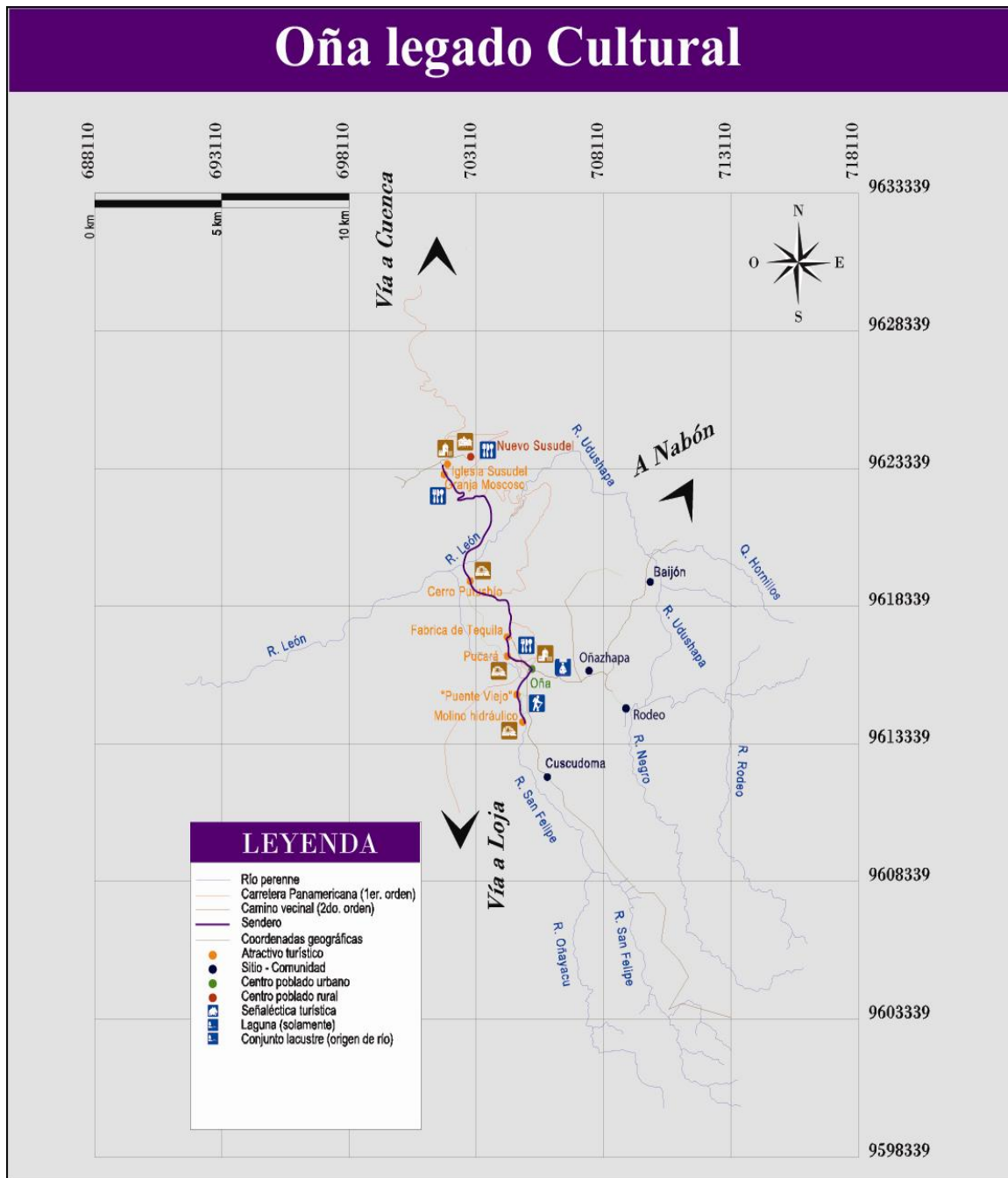
d) Costos del paquete

Cuadro N°86 : Detalles del paquete " Oña legado cultural "

Estructura de costos del paquete " Oña legado cultural "				
DURACIÓN: 1 día	RANGO DEL PAX			
COSTO DEL TOUR				
Costo generales del tour	1	5	15	25
Transporte	20	20	20	20
Guía nativo	15	15	15	15
Total de costos generales	35	35	35	35
Costos individuales del pax				
Desayuno	3	3	3	3
Almuerzo	3	3	3	3
Entradas (2)	2	2	2	2
Total de costos inviduales	8	8	8	8
TOTALES				
Costos generales	35	35	35	35
Costos individuales por pax	8	8	8	8
Gastos adm y ventas (20%)	8,6	3	2	1,88
Precio Neto	52	18	12	11
Utilidad (15%)	8	2,7	2	1,7
Impuesto (12%)	6	2	1	1,4
PRECIO DE VENTA	66	23	16	14

Elaborado por: Patricia Ordoñez

3) Mapa temático del paquete “Oña legado cultural”



Elaborado por: Patricia Ordoñez.

e. Paquete N° 5

1) Características generales del paquete

Nombre del Paquete: “SUSUDEL MAGIA Y ENCANTO”

Duración: 1 día

Carácter: Naturaleza y Cultura

Tiempo de las actividades: De 8:30 am a 18:00 pm

Tiempo Total: 10 horas

Dificultad: Moderado.

“Susudel magia y encanto”.

DIA 1

8:00	Concentración en la parroquia Susudel en el Parque Central
8.30	Desayuno
9:00	Empieza nuestro recorrido con la visita a la iglesia de Susudel
9:30	Visita a la fábrica de ladrillos artesanales
10:00	Cabalgata hacia la loma del Calvario para observar la flora y fauna donde podrá apreciar una vista panorámica de Oña y Susudel.
12:00	Visita a las tinas naturales de Pullcanga.
12:30	Almuerzo
13:00	Cabalgata hacia las peñas de Chacalata para realizar escalada de roca
14:30	Práctica de escalada de roca con el equipo adecuado.
16:00	Retorno a Susudel
18:00	Llegada y despedida.

a) Localidades receptoras.

Las localidades receptoras de este paquete turístico son: Parroquia de Susudel

b) El paquete incluye

- Alimentación: 1 desayuno, 1 almuerzo
- Guía nativo: 1 por 5 pax
- Alquiler de caballo

c) Requerimientos para la visita

- Ropa cómoda y ligera
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar
- Bebida hidratante
- Zapatos cómodos
- Gafas

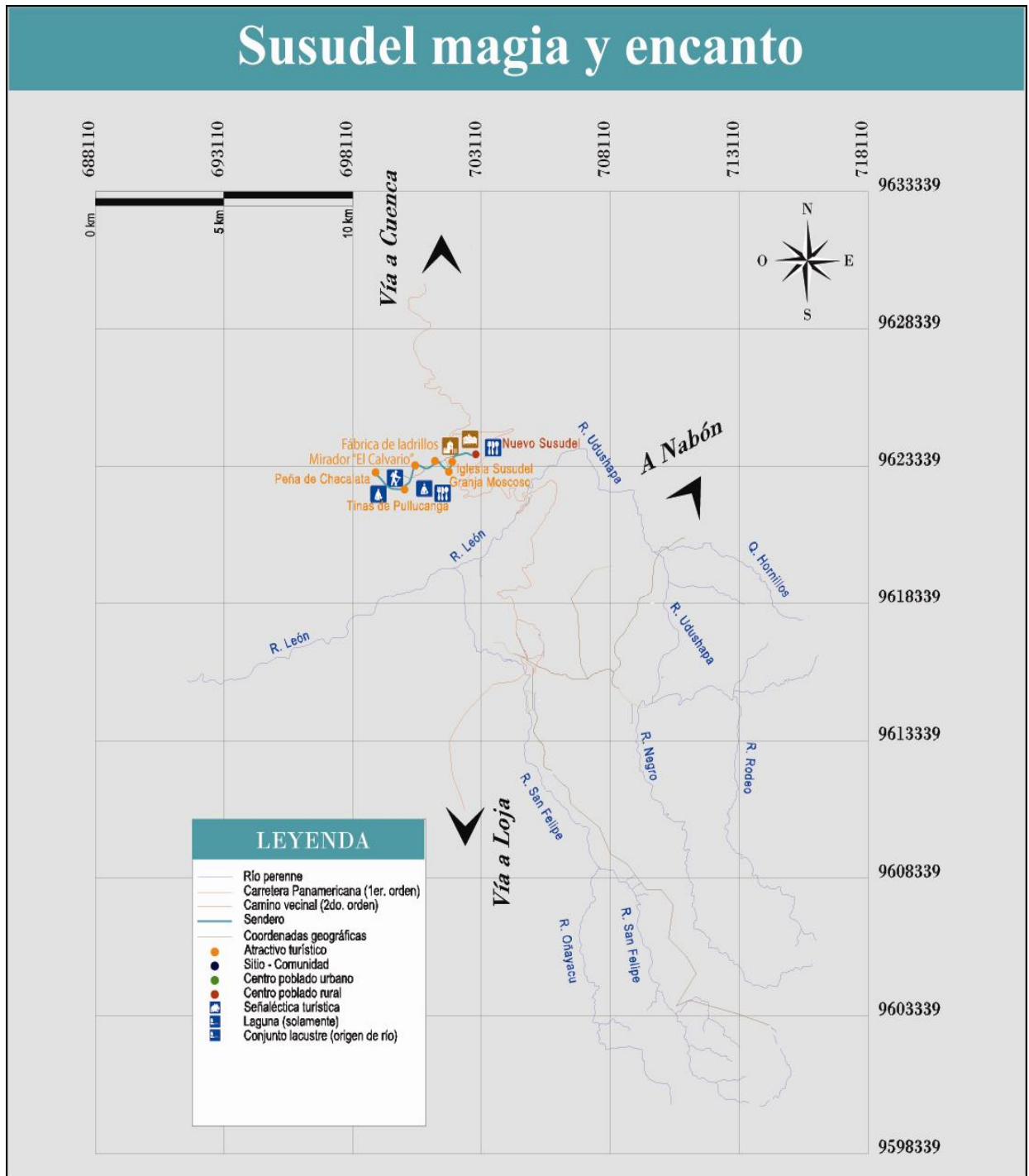
d) Costo del paquete

Cuadro N° 87: Detalles del paquete "Susudel magia y encanto"

Estructura de costos de paquete: "Susudel magia y encanto"				
DURACIÓN: 1 día				
COSTO DEL TOUR	RANGO DE PAX			
Costo generales del tour	1	5	15	25
Guía nativo	15	15	15	15
Total de costos generales	15	15	15	15
Costos individuales del pax				
Desayuno	3	3	3	3
Almuerzo	3	3	3	3
Escalada	10	10	10	10
Entrada	1	1	1	1
Total de costos individuales	17	17	17	17
TOTALES				
Costos generales	15	15	15	15
Costos individuales por pax	17	17	17	17
Gastos adm y ventas (20%)	6,4	4	3,6	3,52
Precio Neto	38	24	21,6	21
Utilidad (15%)	6	3,6	3	3
Impuesto (12%)	5	3	3	3
PRECIO DE VENTA	49	30	31	27

Elaborado por: Patricia Ordoñez

3) Mapa temático del paquete “Susudel magia y encanto”



Elaborado por: Patricia Ordoñez

Observaciones adicionales.

Alquiler de camioneta: el número de camionetas para la operación turística depende del número de personas que adquieren el paquete; de 1 a 6 se solicitará. Es decir cada camioneta tiene una capacidad de 6 personas; el costo del servicio de transporte en camioneta es de \$20,00 diarios, a cualquier lugar.

Guías: los guías a participar en la actividad turística son de la misma comunidad; para un grupo de 6 personas se requiere de un guía por día, es decir un guía puede manejar un grupo de seis pax al día; el pago del guía es de \$15,00.

Equipo para acampar: tiene un costo de \$8,00 el alquiler.

Alquiler de caballos: el número de caballos solicitados para la operación turística depende el número de personas que adquiere el paquete, un caballo por cada persona, el costo de alquiler es de \$10,00 por persona.

Alquiler de equipo de escalada: Este tiene un costo por persona de \$10,00

4). Análisis del punto de equilibrio de los paquetes.

Tomando en consideración las estimaciones de los costos para la implementación del proyecto. Se ha establecido que la cuota objetivo de mercado a captar es del 10% anual de la demanda insatisfecha determinada, misma que en el primer año (2012) sería de 2975 visitantes; de los cuales, se estima que al menos el 16% de los turistas optarían por adquirir el paquete “Oña y Susudel”, el 24% el paquete “Aventúrate a conocer las fascinantes cascadas y lagunas de Oña” , el 21% el paquete“ Oña tesoro escondido”, el 19% el paquete “Oña legado cultural” y el 20% el paquete “Susudel magia y encanto”. Con estos datos se realiza el análisis económico y financiero del proyecto.

Cuadro N° 88. Porcentaje de aceptación de los paquetes

PAQUETES	Precio Rango 5 Pax	% Segmentación	Turistas Anuales/Unidades Vendidas	Ingreso Anual	Costos Fijos	Costos Variables	Cv Medio	Volumen Ventas %
Oña y Susudel	35	16	476	16660	3332	7616	16	0,16
Aventúrate a las cascadas	90	24	714	64260	12852	17136	24	0,24
Oña tesoro escondido	29	21	625	18125	3625	13125	21	0,21
Oña legado cultural	23	19	565	12995	2599	10735	19	0,19
Susudel magia y encanto	30	20	595	17850	3570	11900	20	0,2
TOTAL		100	2975	129890	25979	60512	100	1

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria

Elaborado por: Patricia Ordoñez

Se calculó el de punto de equilibrio de cada paquete empleando la siguiente fórmula:

$$CF = q (P - Cv \text{ medios})$$

$$25979 = 0.16q (35 - 16) + 0.24q (90 - 24) + 0.21q (29 - 21) + 0.19q (23 - 19) + 0.20q (30 - 20)$$

$$25979 = 3.04q + 15.84q + 1.68q + 0.76q + 2q$$

$$25979 = 23.32q$$

$$25979 = 1114.02q$$

$$Q = 1114$$

Cuadro N°: 89. Distribución del punto de equilibrio según el volumen de ventas en unidades

PAQUETES	Volumen Ventas %	Punto Equilibrio Anual	Punto Equilibrio Mensual
Oña y Susudel	0,16	178	15
Aventúrate a las cascadas	0,24	267	22
Oña tesoro escondido	0,21	234	20
Oña legado cultural	0,19	212	18
Susudel magia y encanto	0,2	223	19
TOTAL	1	1.114	94

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Patricia Ordoñez.

Obteniendo en el punto de equilibrio anual para el paquete “Oña y Susudel” con 178 ventas, para el paquete Aventúrate a conocer las fascinantes cascadas y lagunas de Oña” con 267 ventas, para el paquete “Oña tesoro escondido” con 234 ventas, para el paquete “Oña legado cultural” con 212 ventas y para el paquete “Susudel magia y encanto” 223 ventas anuales.

8. Requerimientos de la Ruta Oña Tierra de Naturaleza y Cultura.

- ✓ Mejoramiento de senderos y señalización turística en la zona urbana y rural, bajo las normas técnicas dispuestas por el MINTUR.
- ✓ Capacitación del manejo de desechos sólidos en el cantón y las comunidades
- ✓ Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en atención al cliente y manipulación de alimentos.
- ✓ Mejoramiento de los servicios básicos, de saneamiento, mantenimiento de las vías de acceso
- ✓ Capacitar sobre Catastro turístico para categorizar a todos los prestadores de servicios turísticos, para prestar un mejor servicio al turista.
- ✓ Gestionar proyectos para la protección de los recursos naturales y culturales.
- ✓ Gestionar programas de capacitación con el MITUR para guías nativos

a. Propuesta del plan de capacitación para el proyecto de la ruta.

A continuación se detalla el personal que laborará directamente en la capacitación del proyecto de turismo de la ruta.

Cuadro N° 90. Plan de capacitación para los prestadores de servicios turísticos en el cantón.

ADMINISTRACIÓN	
Técnicos	Conocimientos
1 Administración Turística 1 Ing. Ecoturismo	-Turismo comunitario, Paquetes turísticos, Comunicación comercial, Administración, Marco Legal
ALIMENTACIÓN	
Técnicos	Conocimientos
1 Técnico en Gastronomía	- Preparación de alimentos, Definición de precios e inventarios, Tecnología de Restaurante, Manipulación e Higiene de alimentos.
ALOJAMIENTO	
Técnico	Conocimientos
1 Ing. Administración Turística Hotelera 1 Ing. Ecoturismo	- Servicio de Alojamiento, Atención al cliente.
OPERATIVO - GUIANZA	
Personal Necesario	Conocimientos
Técnico Guianza	- Turismo comunitario, paquetes turísticos, flora y fauna, interpretación y educación ambiental, cultura y tradiciones, técnicas de guiar, primeros auxilios.

Fuente: Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

Elaborado por: Patricia Ordoñez

La mayoría de servicios que presta en el cantón Oña requiere de un programa de capacitación que permita fortalecer cada una de las actividades turísticas y quién lo ejecuta también esté preparada para su prestación. A continuación se detalla los programas de capacitación de cada área.

1) Programa de capacitación para la operación de turismo en el cantón de Oña.

a). Área de capacitación: Administrativa

Tema: Formación de empresarios turísticos

Objetivo: Capacitar a los prestadores de servicios del cantón Oña

Contenido de la capacitación.

Cuadro N°. 91. Capacitación para el área de administración.

Módulo 1: TURISMO COMUNITARIO	
Temas a tratar	Gestión del turismo comunitario en el Ecuador.
Metodología	Talleres, trabajos grupales, dinámicas, presentación de fotos y videos
Módulo 2: PAQUETES TURÍSTICOS	
Temas a tratar	Elaboración de paquetes turísticos. Análisis de costos de paquetes.
Metodología	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, trabajos grupales, estudio de casos, y práctica de campo
Módulo 3: COMUNICACIÓN COMERCIAL	
Temas a tratar	Conceptos básicos. Marketing Mix (producto, plaza, precio, promoción) Estrategias para la publicidad de imagen y de venta. Estrategias para relaciones públicas. Estrategias para las promociones. Estrategias para el merchandising.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Módulo 4: ADMINISTRACIÓN	
Temas a tratar	Procesos de Administración. Planificación y dirección administrativa.

	<p>Recursos humanos.</p> <p>Organización administrativa.</p> <p>Control, reportes, y seguimiento.</p> <p>Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción de visitante,</p> <p>Sistema de reservaciones.</p> <p>Sistema de registro de visitantes.</p> <p>Elaboración de contratos.</p> <p>Solución de problemas.</p> <p>Políticas y procedimientos generales.</p> <p>Importancia de Códigos de de Conducta para huéspedes, empleados y comunidad.</p>
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Módulo 5: MARCO LEGAL	
Temas a tratar	<p>Legislación turística</p> <p>Requisitos para legalizar los centros de turismo comunitario.</p>
Número de horas	Total 32
Tiempo de ejecución.	2 fines de semana: sábado y domingo.

Fuente: Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

Elaborado por: Patricia Ordoñez.

b). Área de capacitación: Operativo Guianza

Tema: Formación de guías nativos

Objetivo: Obtener guías nativos capacitados entorno a su medio natural con conocimientos generales y específicos en el cantón Oña.

Contenido de la capacitación.

Cuadro N° 92. Capacitación para el área de guianza.

Módulo 1: TURISMO COMUNITARIO	
Temas a tratar	Gestión del turismo comunitario en el Ecuador.
Metodología	Talleres, trabajos grupales, dinámicas, presentación de fotos y videos
Módulo 2: FLORA Y FAUNA	
Temas a tratar	Flora y fauna del Ecuador. Flora representativa del lugar Fauna representativa del lugar. Ornitología.
Metodología	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, trabajos grupales, y práctica de campo
Módulo 3: INTEPRETACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL.	
Temas a tratar	Educación ambiental. Interpretación ambiental. Medios interpretativos. Manejo de áreas protegidas y naturales.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Módulo 4: CULTURA Y TRADICIONES	
Temas a tratar	Recursos turísticos. Identificación de fiestas populares. Identificación de tradiciones locales
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Módulo 5: TÉCNICAS DE GUIAR	
Temas a tratar	Técnicas de guiar. Atención a grupos. Rutas turísticas. Preparación de tours. Técnicas de animación. Geografía turística. Cartografía. Manejo de brújula y GPS
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Módulo 6: PRIMEROS AUXILIOS Y CAMPAMENTISMO	
Temas a tratar	Primeros auxilios.

	Campamento. Supervivencia.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Número de horas.	Total 32
Tiempo de ejecución.	2 fines de semana: sábado y domingo.

Fuente: Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

Elaborado por: Patricia Ordoñez.

c). Área de capacitación: Alimentación

Tema: Formación de chefs.

Objetivo: Obtener personal capacitado con todos los conocimientos básicos y necesarios para quienes ofrecen servicios de alimentación en el cantón

Contenido de la capacitación.

Cuadro N° 93. Capacitación para el área de alimentación

Módulo 1: PREPARACIÓN DE ALIMENTOS	
Temas a tratar	Valor nutricional de los productos locales y orgánicos. Manejo de géneros. Elaboración de recetas estándar y comida tradicional de la zona. Preparación de recetas estándar (desayunos, almuerzos, cenas y box lunch.) Elaboración de menús y cartas. Elaboración de bebidas. Elaboración de comida vegetariana.
Metodología	Talleres, preparación de alimentos, charlas participativas.
Módulo 2: DEFINICIÓN DE PRECIOS E INVENTARIOS.	
Temas a tratar	Definición de precios de venta de alimentos y bebidas. Elaboración de inventarios de materiales, equipo y utensilios que se utilizan en la cocina. Procedimientos en caso de emergencias en la cocina.
Metodología	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, discusión plenaria.

Módulo 3: TECNOLOGÍA DE RESTAURANTE	
Temas a tratar	Estilos de servicio. Uso y mantenimiento de lencería y menaje para el servicio de alimentos y bebidas. Montaje de mesas. Recepción y toma de comandos a clientes.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Módulo 4: MANIPULACIÓN E HIGIENE DE ALIMENTOS	
Temas a tratar	Enfermedades alimenticias. Tipos de contaminación. Contaminación de alimentos. Higiene del manipulador. Normas de aseo personal Uso de guantes desechables. Limpiar y desinfectar. Almacenamiento de alimentos Manejo de desinfectantes.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Número de horas.	Total 64
Tiempo de ejecución.	4 fines de semana: sábado y domingo

Fuente: Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

Elaborado por: Patricia Ordoñez

d). Área de capacitación: Organizativo

Tema: Fortalecimiento de la identidad cultural

Objetivo: Revalorizar todos los elementos de la cultura indígena para que los pobladores de la comunidad fortalezca su identidad.

Contenido de la capacitación

Cuadro N°94. Capacitación para el área organizativa – comunal.

Módulo 1: CULTURA E IDENTIDAD	
Temas a tratar	Conceptualización. Características y transmisión de la cultura. El Ecuador: País pluricultural, pluriétnico y multiétnico.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales.
Módulo 2: ETNOGRAFÍA.	
Temas a tratar	Espacialidad Temporalidad. Funcionalidad.
Metodología	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, discusión plenaria.
Módulo 3: PATRIMONIO CULTURAL	
Temas a tratar	Cosas de Respeto Saber popular diario Símbolos y Valores.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Número de horas	Total 32
Tiempo de ejecución.	2 fines de semana: sábado y domingo.

Fuente: Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

Elaborado por: Patricia Ordoñez.

e). Área de capacitación: Hospedaje

Tema: Formación de personal con conocimiento en hospedaje.

Objetivo: Capacitar a los prestadores de servicios en el área de hospedaje con todos los conocimientos básicos y necesarios.

Contenido de la capacitación.

Cuadro N° 95. Capacitación para el área de hospedaje.

Módulo 1: SERIVICIO DE HOSPEDAJE.	
Temas a tratar	Características del hospedaje comunitario Arreglo de habitaciones. Limpieza. Elaboración de inventarios de materiales que se utilizan en la habitación. Organización de ambientes.
Metodología	Talleres, preparación de camas, charlas participativas.
Módulo 2: ATENCIÓN AL CLIENTE.	
Temas a tratar	Atención a grupos. Técnicas de guiar. Protocolo. Relaciones públicas.
Metodología	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, discusión plenaria.
Módulo 3. TURISMO COMUNITARIO	
Temas a tratar	Gestión del turismo comunitario en el Ecuador.
Metodología.	Talleres, trabajos grupales, dinámicas, presentación de fotos y videos
Número de horas.	Total 32
Tiempo de ejecución.	2 fines de semana: sábado y domingo.

Fuente: Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

Elaborado por: Patricia Ordoñez.

2). Presupuesto para las áreas de capacitación identificadas.

Cuadro N°96. Presupuesto para las áreas de capacitación.

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Instructores	Hora	224	\$ 15,00	\$ 3.360
Coordinador de logística	Curso	1	\$ 400,00	\$ 400
Certificados	Persona.	70	\$ 5,00	\$ 350,00
Alimentación de participantes	Persona.	75	\$ 3,00	\$ 225,00
Material de trabajo	Persona	70	\$ 5,00	\$ 350,00
TOTAL				4.685

Elaborado por: Patricia Ordoñez.

b. Propuesta de implementación de facilidades turísticas para los sitios.

Para implementar infraestructura y señalización en los senderos antes establecidos se propone el siguiente diseño:


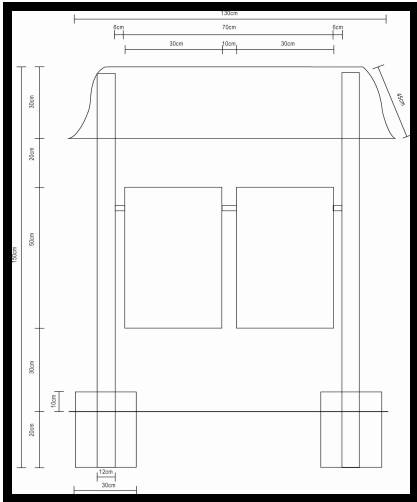
1) Diseño de casetas de descanso.

Cuadro No. 97: Diseño de casetas de descanso.

Casetas de descanso para los senderos de la ruta																									
NOMBRE DEL PROYECTO: Senderos de la ruta	FICHA N°: 01																								
FUNCIÓN: Descanso para los visitantes	UBICACIÓN: Lugares estratégicos de cada comunidad																								
CASETAS DE DESCANSO																									
																									
Diseño																									
MATERIALES																									
<p>Características Técnicas.</p> <p>Caseta 2,70 x 1,30 m</p> <p>Cuerpo principal. Constituido por bases de hormigón de 0,30 x 0.30m x 0,40 m de plinto, con dos soportes de madera tratada de 10 x10 cm y 3 m de alto, cubierta de tabla tratada de dos aguas de 2.00 x 0.50 cm, cubierta por plástico y paja.</p> <p>Banca. Constituido por 4 troncos de eucalipto tratado de 10cm de diámetro, 3 tablonces de madera tratada de 1.00 x 0,30 m x 4cm de espesor, sujeto verticales y laterales con tuercas y pernos.</p>																									
MANO DE OBRA: Se trabajará con un profesional y dos ayudantes para el trabajo total de la obra.	TIEMPO DE EJECUCIÓN: El tiempo de ejecución del toda la obra son de un mes.																								
<p>PRECIO POR UNIDAD</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Madera de eucalipto tratada:</td> <td style="text-align: right;">\$150</td> </tr> <tr> <td>Tejadillo de duela 0,20cm</td> <td style="text-align: right;">\$20</td> </tr> <tr> <td>2 plintos concreto:</td> <td style="text-align: right;">\$20</td> </tr> <tr> <td>Laca esmalte</td> <td style="text-align: right;">\$20</td> </tr> <tr> <td>Plástico</td> <td style="text-align: right;">\$15</td> </tr> <tr> <td>Paja</td> <td style="text-align: right;">\$10</td> </tr> <tr> <td>Extras:</td> <td style="text-align: right;">\$25</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td style="text-align: right;">\$260</td> </tr> <tr> <td>Mano de Obra 25%</td> <td style="text-align: right;">\$65</td> </tr> <tr> <td>Impuestos Servicios Profesionales</td> <td style="text-align: right;">\$31,2</td> </tr> <tr> <td>12%</td> <td style="text-align: right;">\$356,2</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td></td> </tr> </table>		Madera de eucalipto tratada:	\$150	Tejadillo de duela 0,20cm	\$20	2 plintos concreto:	\$20	Laca esmalte	\$20	Plástico	\$15	Paja	\$10	Extras:	\$25	Sub Total	\$260	Mano de Obra 25%	\$65	Impuestos Servicios Profesionales	\$31,2	12%	\$356,2	Total	
Madera de eucalipto tratada:	\$150																								
Tejadillo de duela 0,20cm	\$20																								
2 plintos concreto:	\$20																								
Laca esmalte	\$20																								
Plástico	\$15																								
Paja	\$10																								
Extras:	\$25																								
Sub Total	\$260																								
Mano de Obra 25%	\$65																								
Impuestos Servicios Profesionales	\$31,2																								
12%	\$356,2																								
Total																									
MANTENIMIENTO: Se requiere de supervisiones semanales y una limpieza quincenal de los caminos.	OBSERVACIONES: Se utilizaran materiales acorde al medio ambiental.																								


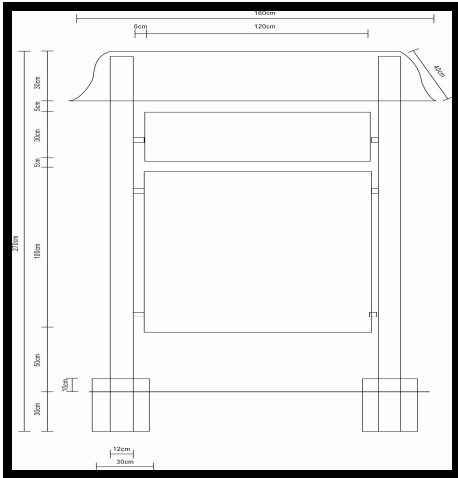
2) Diseño de basureros.

Cuadro No. 98: Diseño de basureros.

Casetas de basureros para los senderos de la ruta	
NOMBRE DEL PROYECTO: Senderos de la ruta	FICHA N°: 02
FUNCIÓN: Para mantener limpió los senderos	UBICACIÓN: Lugares estratégicos de cada comunidad
Basureros	
Diseño	
	
MATERIALES	
Características Técnicas.	
Caseta 1,50 x 1,30 m	
Cuerpo principal. Constituido por bases de hormigón de 0,30 x 0.30m x 0,40 m de plinto, con dos soportes de madera tratada de 10 x10 cm y 3 m de alto, cubierta de tabla tratada de dos aguas de 2.00 x 0.50 cm, cubierta por plástico y paja.	
Tacho. Constituido por 2 tachos de basura para reciclaje orgánico e inorgánico elaborado con madera de eucalipto y sujeto con tubo metálico a los extremos.	
MANO DE OBRA: Se trabajará con un profesional y dos ayudantes para el trabajo total de la obra.	TIEMPO DE EJECUCIÓN: El tiempo de ejecución del toda la obra son de un mes.
PRECIO POR UNIDAD	
Madera de eucalipto tratada:	\$150
Tejadillo de duela 0,20cm	\$20
2 plintos concreto:	\$20
Laca esmalte	\$20
Plástico	\$15
Paja	\$10
Extras:	\$25
Sub Total	\$260
Mano de Obra 25%	\$65
Impuestos Servicios Profesionales	\$31,2
12%	\$356,2
Total	
MANTENIMIENTO: Se requiere de supervisiones semanales y una limpieza quincenal de los caminos.	OBSERVACIONES: Se utilizaran materiales acorde al medio ambiental.

3) Diseño de letreros informativos.


Cuadro No. 99: Diseño de letreros informativos del mapa de la ruta.

Letreros informativos																													
NOMBRE DEL PROYECTO: Senderos de la ruta	FICHA N°: 03																												
FUNCIÓN: Informar a los turistas sobre los atractivos	UBICACIÓN: En el ingreso a Oña y la parroquia Susudel																												
LETRERO INFORMATIVO																													
Diseño																													
																													
MATERIALES																													
Características Técnicas																													
Letrero Informativo 2,70x 1,60 m																													
Cuerpo principal. Constituido por bases de hormigón de 0,30 x 0,30m x 0,40 m de plinto, con dos soportes de madera tratada de 10 x10 cm y 3 m de alto, cubierta de dos aguas de 2.00 x 0.40 cm, con madera tratada para vigas, duela y cubierto por plástico y paja.																													
Soporte Grafico. Constituido por un panel de madera tratada de 1.20 x 1.10 m x 2cm de espesor, sujeto con tuercas y pernos. El contenido grafico se realizara mediante imágenes reales pirograbadas.																													
MANO DE OBRA: Se trabajará con un profesional y dos ayudantes para el trabajo total de la obra.	TIEMPO DE EJECUCIÓN: El tiempo de ejecución del toda la obra son de un mes																												
LEYENDA : Bienvenida al sendero Características geográficas y climáticas Mapa del recorrido por el sendero, con el nombre de las paradas.	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left;">PRECIO POR UNIDAD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Madera de eucalipto tratada:</td> <td style="text-align: right;">\$150</td> </tr> <tr> <td>Tejadillo de duela 0,20cm</td> <td style="text-align: right;">\$20</td> </tr> <tr> <td>Panel de madera mdf:</td> <td style="text-align: right;">\$30</td> </tr> <tr> <td>2 plintos concreto:</td> <td style="text-align: right;">\$20</td> </tr> <tr> <td>Pintura de panel esmalte:</td> <td style="text-align: right;">\$26</td> </tr> <tr> <td>Plástico</td> <td style="text-align: right;">\$15</td> </tr> <tr> <td>Paja</td> <td style="text-align: right;">\$10</td> </tr> <tr> <td>Pirograbado:</td> <td style="text-align: right;">\$36</td> </tr> <tr> <td>Extras:</td> <td style="text-align: right;">\$25</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td style="text-align: right;">\$332</td> </tr> <tr> <td>Mano de Obra 25%</td> <td style="text-align: right;">\$83</td> </tr> <tr> <td>Impuestos Servicios Profesionales 12%</td> <td style="text-align: right;">\$40</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: right;">\$455</td> </tr> </tbody> </table>	PRECIO POR UNIDAD		Madera de eucalipto tratada:	\$150	Tejadillo de duela 0,20cm	\$20	Panel de madera mdf:	\$30	2 plintos concreto:	\$20	Pintura de panel esmalte:	\$26	Plástico	\$15	Paja	\$10	Pirograbado:	\$36	Extras:	\$25	Sub Total	\$332	Mano de Obra 25%	\$83	Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$40	Total	\$455
PRECIO POR UNIDAD																													
Madera de eucalipto tratada:	\$150																												
Tejadillo de duela 0,20cm	\$20																												
Panel de madera mdf:	\$30																												
2 plintos concreto:	\$20																												
Pintura de panel esmalte:	\$26																												
Plástico	\$15																												
Paja	\$10																												
Pirograbado:	\$36																												
Extras:	\$25																												
Sub Total	\$332																												
Mano de Obra 25%	\$83																												
Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$40																												
Total	\$455																												
MANTENIMIENTO: Se requiere de supervisiones semanales de cada letrero y una limpieza mensual de los senderos.	OBSERVACIONES: Se utilizaran materiales acorde al medio sin causar impacto ambiental.																												

Cuadro No. 100: Diseño de letreros informativos del mapa de atractivos de la comunidad.

Letreros informativos	
NOMBRE DEL PROYECTO: Senderos de la ruta	FICHA N°: 04
FUNCIÓN: Informar a los turistas sobre los atractivos	UBICACIÓN: En cada comunidad
LETRERO INFORMATIVO	
Diseño	
	
MATERIALES	
Características Técnicas	
Letrero Informativo 2,70 x 1,40 m	
Cuerpo principal. Constituido por bases de hormigón de 0,30 x 0,30m x 0,40 m de plinto, con dos soportes de madera tratada de 10 x10 cm y 3 m de alto, cubierta de dos aguas de 2.00 x 0.40 cm, con madera tratada para vigas, duela y cubierto por plástico y paja.	
Soporte Grafico. Constituido por un panel de madera tratada de 1.20 x 1.10 m x 2cm de espesor, sujeto con tuercas y pernos. El contenido grafico se realizara mediante imágenes reales pirograbadas.	
MANO DE OBRA: Se trabajará con un profesional y dos ayudantes para el trabajo total de la obra.	TIEMPO DE EJECUCIÓN: El tiempo de ejecución del toda la obra son de un mes
LEYENDA : Bienvenida al sendero Características geográficas y climáticas Mapa del recorrido por el sendero.	PRECIO POR UNIDAD Madera de eucalipto tratada: \$150 Tejadillo de duela 0,20cm \$20 Panel de madera mdf: \$30 2 plintos concreto: \$20 Pintura de panel esmalte: \$26 Plástico \$15 Paja \$10 Pirograbado: \$36 Extras: \$25 Sub Total \$332 Mano de Obra 25% \$83 Impuestos Servicios Profesionales 12% \$40 Total \$455
MANTENIMIENTO: Se requiere de supervisiones semanales de cada letrero y una limpieza mensual de los senderos.	OBSERVACIONES: Se utilizaran materiales acorde al medio sin causar impacto ambiental.

Cuadro No. 101: Diseño de letreros informativos de normas del sendero

Letreros informativos																													
NOMBRE DEL PROYECTO: Senderos de la ruta	FICHA N°: 05																												
FUNCIÓN: Informar a los turistas las normas que debe cumplir en el recorrido del sendero	UBICACIÓN: Al ingreso de cada sendero																												
LETRERO INFORMATIVO																													
Diseño																													
																													
MATERIALES																													
Características Técnicas																													
Letrero Informativo 2,70 x 1,40 m																													
Cuerpo principal. Constituido por bases de hormigón de 0,30 x 0,30m x 0,40 m de plinto, con dos soportes de madera tratada de 10 x10 cm y 3 m de alto, cubierta de dos aguas de 2.00 x 0.40 cm, con madera tratada para vigas, duela y cubierto por plástico y paja.																													
Soporte Grafico. Constituido por un panel de madera tratada de 1.20 x 1.10 m x 2cm de espesor, sujeto con tuercas y pernos. El contenido grafico se realizara mediante imágenes reales pirograbadas.																													
MANO DE OBRA: Se trabajará con un profesional y dos ayudantes para el trabajo total de la obra.	TIEMPO DE EJECUCIÓN: El tiempo de ejecución del toda la obra son de un mes																												
LEYENDA : Normas del sendero Instrucciones.	<table border="0"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left;">PRECIO POR UNIDAD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Madera de eucalipto tratada:</td> <td style="text-align: right;">\$150</td> </tr> <tr> <td>Tejadillo de duela 0,20cm</td> <td style="text-align: right;">\$20</td> </tr> <tr> <td>Panel de madera mdf:</td> <td style="text-align: right;">\$30</td> </tr> <tr> <td>2 plintos concreto:</td> <td style="text-align: right;">\$20</td> </tr> <tr> <td>Pintura de panel esmalte:</td> <td style="text-align: right;">\$26</td> </tr> <tr> <td>Plástico</td> <td style="text-align: right;">\$15</td> </tr> <tr> <td>Paja</td> <td style="text-align: right;">\$10</td> </tr> <tr> <td>Pirograbado:</td> <td style="text-align: right;">\$36</td> </tr> <tr> <td>Extras:</td> <td style="text-align: right;">\$25</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td style="text-align: right;">\$332</td> </tr> <tr> <td>Mano de Obra 25%</td> <td style="text-align: right;">\$83</td> </tr> <tr> <td>Impuestos Servicios Profesionales 12%</td> <td style="text-align: right;">\$40</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: right;">\$455</td> </tr> </tbody> </table>	PRECIO POR UNIDAD		Madera de eucalipto tratada:	\$150	Tejadillo de duela 0,20cm	\$20	Panel de madera mdf:	\$30	2 plintos concreto:	\$20	Pintura de panel esmalte:	\$26	Plástico	\$15	Paja	\$10	Pirograbado:	\$36	Extras:	\$25	Sub Total	\$332	Mano de Obra 25%	\$83	Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$40	Total	\$455
PRECIO POR UNIDAD																													
Madera de eucalipto tratada:	\$150																												
Tejadillo de duela 0,20cm	\$20																												
Panel de madera mdf:	\$30																												
2 plintos concreto:	\$20																												
Pintura de panel esmalte:	\$26																												
Plástico	\$15																												
Paja	\$10																												
Pirograbado:	\$36																												
Extras:	\$25																												
Sub Total	\$332																												
Mano de Obra 25%	\$83																												
Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$40																												
Total	\$455																												
MANTENIMIENTO: Se requiere de supervisiones semanales de cada letrero y una limpieza mensual de los senderos.	OBSERVACIONES: Se utilizaran materiales acorde al medio sin causar impacto ambiental.																												

c. Estrategias de difusión y publicidad.

1). Canales de comercialización

Cuadro N° 102. Canales de Comercialización.

ESTRATEGIA	TÁCTICA	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
Canal directo	Presentación del producto a través del Internet, prensa, televisión, ferias de turismo. A través de la pagina web del Municipio	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto personal entre vendedor y comprador. - Facilitar los productos turísticos que se ofrece mediante material de promoción. - Seguimiento de la publicidad 	Turistas nacionales y extranjeros que llegan a las ciudades de Loja, Cuenca, por realizar actividades como visita a sitios naturales, observación de flora y fauna, deportes extremos, etc.
Canal Indirecto	Agencias de Viajes y tour operadoras internacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Presentar el producto a través de fam trips, press mediante circuitos turísticos por el cantón Oña con el fin de promover un destino turístico. - Entrega de materiales de promoción (videos, afiches, postales, trípticos, etc.) 	Turistas nacionales y extranjeros.

Elaborado por: Patricia Ordóñez

2). Plan de promoción y difusión

Cuadro N° 103. Canales de Comunicación.

POSICIONAMIENTO E IMAGEN	TACTICA	OBJETIVO	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
Presentaciones multitudinarias	Participación en ferias y eventos de turismo (FITE, entre otros).	Logras posicionamiento y fortalecimiento de la imagen del cantón San Felipe de Oña a grandes masas.	Realizar alianzas con el MITUR, Unidades de Turismo para promocionar el producto en las ferias y eventos de turismo	Demanda nacional e internacional.
Publicidad	Presencia permanente en medios y papelería	Posicionar el sector dentro del mercado turístico. Fortalecer la imagen del sector.	Difusión del producto turístico del cantón Oña a través de medios publicitarios como la radio, televisión, internet, papelería promocional (afiches, trípticos, postales)	Demanda nacional e internacional.
Reuniones estratégicas	Con personales activos e involucrados con el desarrollo turístico (representantes de ONGs, Prefecto, Consejeros, Cámara de Turismo, Ministerio de Turismo)	Fortalecer la imagen corporativa del cantón Oña como entidad de carácter natural, cultural y social. Establecer relaciones públicas que faciliten el desarrollo turístico del sector.	Establecer y participar en reuniones estratégicas mensualmente, las cuales pueden ser informales o conversatorios (establecer el nexo) o informales (pedir ayuda concreta)	Personas e instituciones con capacidad técnica en el ámbito turístico

Elaborado por: Patricia Ordóñez

3). Medios de difusión del producto

Para estrategias de difusión y publicidad se definieron en base al análisis del estudio de mercado, se informan los turistas nacionales para realizar turismo son: televisión, internet, la prensa; y los turistas extranjeros se informan sobre los lugares turísticos por el internet, guías turísticas. También se establecerá material de apoyo como afiches, trípticos, postales.

Cuadro N° 104. Medios de difusión del producto.

TIPO PUBLICIDAD	DETALLE	OBJETIVO	POLÍTICA FUNCIONAMIENTO	TARGET	PRESUPUESTO ANUAL (USD)	OBSERVACIÓN
○						
1.1 Prensa	Contratar espacios publicitarios en la prensa , para difundir el producto a nivel local y nacional.	Motivar la visita hacia los atractivos naturales y culturales del cantón Oña.	Impresión de spots publicitarios (15 módulos de 9,60cmx8,20cm a full color) promocionales del producto turístico, con una duración de cinco meses con 3 publicaciones cada fin de semana.	Población local y nacional.	450	Población se entere de los atractivos turísticos que posee el cantón Oña.
1.2 Revista	De vacaciones	Difundir la imagen turística de Oña, el producto y los	Distribución con periódicos local y nacional	Población local y nacional.	1.000	Media página

	Guía turística de la provincia	servicios turísticos que ofrece.	Distribución en los principales lugares turísticos del Ecuador	Población que recorre el Ecuador	Gratuito	Difusión a nivel nacional de las potencialidades del cantón.
	Turismo y comercio: FITE.		Participación en la revista oficial FITE	Población involucrada en actividades turísticas	Gratuito	Participación con énfasis en rondas de negocios para comercializar productos turísticos.
1.3 Televisión	Canal de televisión local (Azuay)	Difundir la imagen turística de Oña, el producto y los servicios turísticos que ofrece.	Proyección de videos promocionales.	Población de la ciudad de Cuenca, Loja y Sur del país	2.000	Posicionar en la mente del consumidor objetivo a Oña como sitio a visitar.
	Reportajes en programas de TV nacional dedicados hacer promoción turística del Ecuador	Difundir la imagen turística de Oña, el producto y los servicios turísticos que ofrece.	Presencial bimensual en medios de televisión a nivel nacional.	Población de ciudades emisoras de turismo interno: Quito, Guayaquil Cuenca.	3.000	Coordinación con medios.
1.4 Internet	Página web	Captar turistas que buscan destinos a través del Internet.	Página web del cantón Oña, buscando intermediarios estratégicos, cerrando negocios.	Turistas que buscan destinos a través de internet	200	Contratación anual y asistencia técnica mensual.
TIPO PUBLICIDAD	DETALLE	OBJETIVO	POLÍTICA FUNCIONAMIENTO	TARGET	PRESUPUESTO ANUAL (USD)	OBSERVACIÓN
2.1 Afiches	Tamaño ½ pliego impresos a full	Facilitar información verás sobre Oña, el	Distribuir en instituciones de	Pobladores, turistas y personas afines de los	1.700	Contratación anual, diferentes modelos.

	color en couché de 150 gr. 2000 unidades al año	producto y servicios que ofrece.	ubicación estratégica de las diferentes ciudades Ej: Regional frontera Sur Centro del MINTUR, Cámaras de Turismo, Agencias de Viajes, oficinas de información turística.	principales mercados emisores: Quito Guayaquil Cuenca.		
2.2 Trípticos	Impresos a full color en couché de 150 gr. Con brillo. 2000 unidades al año.	Facilitar información verás sobre Oña, el producto y servicios que ofrece.	Entregar de forma masiva en las empresas, ferias, sitios de información turística.	Pobladores, turistas y personas afines de los principales mercados emisores: Quito Guayaquil Cuenca.	1.600	Contratación anual, diferentes modelos.
3.1 Postales	En cartulina plegable a full color con barniz Uv. 2000 unidades al año.	Posicionar la imagen turística de Oña en la mente del mercado actual y potencial.	Material publicitario opcional, solo cuando exista la posibilidad de hacerlo, para entregar a sus clientes en fiestas importantes como fiestas de cantonización.	Clientes actuales y potenciales	1.600	Este tipo de papelería incentiva al cliente y ayuda a su fidelidad.
TOTAL					11.550	

Elaborado por: Patricia Ordóñez

a). Diseño de los medios de difusión del producto.

i. Página web.

La página web fue diseñada con el programa informático ADOBE ILLUSTRATOR CS3, la página principal se conecta a través de hipervínculos a un total de 5 interfaces diferentes que poseen información necesaria para el turista y se abren dando un clic en el nombre de cada denominación.

PORTADA



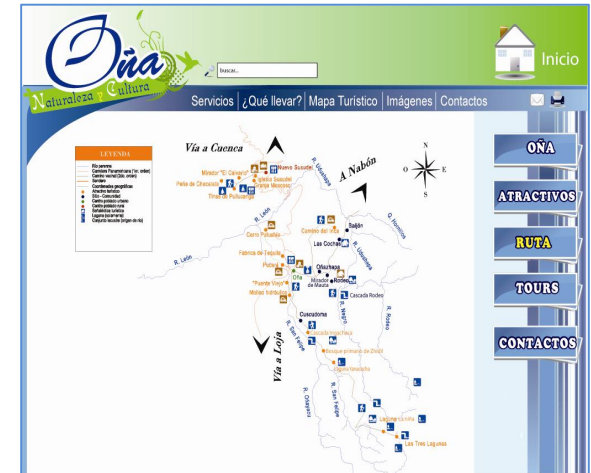
INTERFACES



Información de Oña



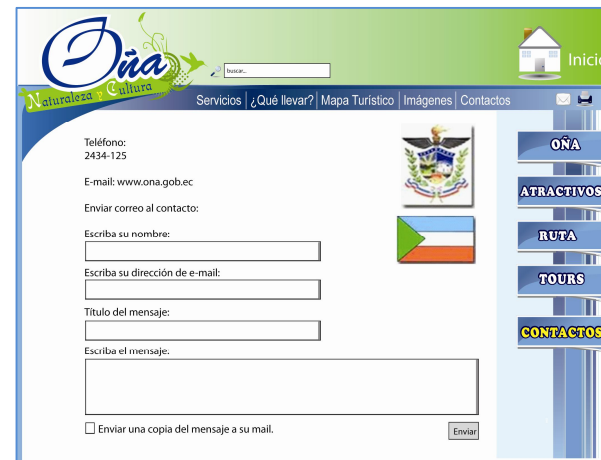
Atractivos turísticos



Ruta



Paquetes turísticos



Contactos

ii. Publicidad para la prensa.



Oña
Naturaleza y Cultura

**Ilustre Municipalidad
del Cantón San Felipe de Oña.**

Oña mi tierra querida

La Ilustre Municipalidad del cantón Oña te invita a conocer la “Ruta Oña Tierra de Naturaleza y Cultura” ven y disfruta las bondades de nuestras tierras, historia, cultura y la calidez de su gente. Podrá conectarse con la naturaleza en un recorrido fascinante por las diferentes zonas montañosas con varios pisos zoográficos, botánicos y climáticos así como bellezas paisajísticas, ríos, cascadas, páramo y bosques. Y realizar actividades ecoturísticas como cabalgatas, caminatas, escalada de roca, ciclismo de montaña, pesca deportiva, observación de flora, fauna y observar la preparación del tequila de penco, la magia de la adrenalina, aventura y diversión te esperamos con los brazos abiertos.

**Provincia del Azuay
Cantón Oña
www.ona.gob.ec**

iii. Tríptico.

Requerimientos para la visita

- Ropa cómoda y ligera y abrigada e impermeable
- Cámara de fotos y/o filmadora
- Protector solar
- Bebida hidratante
- Zapatos cómodos
- Gafas

Mapa del sitio

Contactos

Gobierno Municipal del Cantón San Felipe de Oña

Teléfono: 2434-125
Página : www.ona.gob.ec

Lic. Eddy Erráez
ALCALDE

Ilustre Municipalidad del Cantón San Felipe de Oña

Cantón San Felipe de Oña se localiza a 102 Km. al suroeste de la ciudad de Cuenca.

Altura: 2380 m.s.n.m.

Clima: por su topografía irregular, tiene varios pisos climáticos que van desde el frío en la zona alta, templada en la media y su tropical en la unión de los ríos San Felipe y León.

Superficie: 289,76km².

Fundación: 3 de Mayo de 1539

Fecha de cantonización : 10 de Mayo de 1991

Oña rincón escondido de naturaleza, cultura y turismo

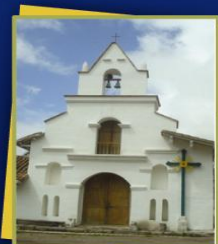
Tours

Paquete N° 1 : "OÑA Y SUSUDEL: NATURALEZA CULTURA Y TRADICIÓN"

Duración: 1 día
Carácter: Naturaleza y Cultura
Dificultad: Moderado.
Costo aproximado: \$ 78

Atractivos turísticos:

- Oña,
- Susudel,
- Fabrica de Tequila,
- Fabrica de ladrillos,
- Iglesia de Susudel,
- Tinas de Pullcanga,
- Mirador " El Calvario"



Paquete N° 2 : "AVENTÚRATE A CONOCER LAS FASCINANTES CASCADAS Y LAGUNAS DE OÑA"

Duración: 2 días y 1 noche
Carácter: Naturaleza y Cultura
Dificultad: Moderado.
Costo aproximado: \$ 187

Atractivos turísticos:

Oña, Mirador de Mauta, Bosque primario Zhidil, Lagunas del páramo la Niña, Yanacocha, las tres lagunas, Cascadas Chorro Blanco, Ingachaca, Rodeo, Cerro Uduzhapa, Camino del Inca, Peñas de Chacalata.



Paquete N° 3 : "OÑA TESORO ESCONDIDO"

Duración: 1 día
Carácter: Naturaleza y Cultura
Dificultad: Moderado.
Costo aproximado: \$ 47

Atractivos turísticos:

Oña Barrio San Francisco, Mirador de Mauta, Cascadas de Rodeo, Ingachaca, Bosque primario Zhidil.



Paquete N° 4 : OÑA LEGADO CULTURAL"

Duración: 1 día
Carácter: Naturaleza y Cultura
Dificultad: Moderado.
Costo aproximado: \$ 66

Atractivos turísticos:

- Oña,
- Puente viejo,
- Molino Hidráulico,
- Cerro Putushio,
- Fabrica tequila,
- Visita la granja agroturística en Susudel



Paquete N° 5 : "SUSUDEL MAGIA Y ENCANTO"

Duración: 1 día
Carácter: Naturaleza y Cultura
Dificultad: Moderado.
Costo aproximado: \$ 49

Atractivos turísticos:

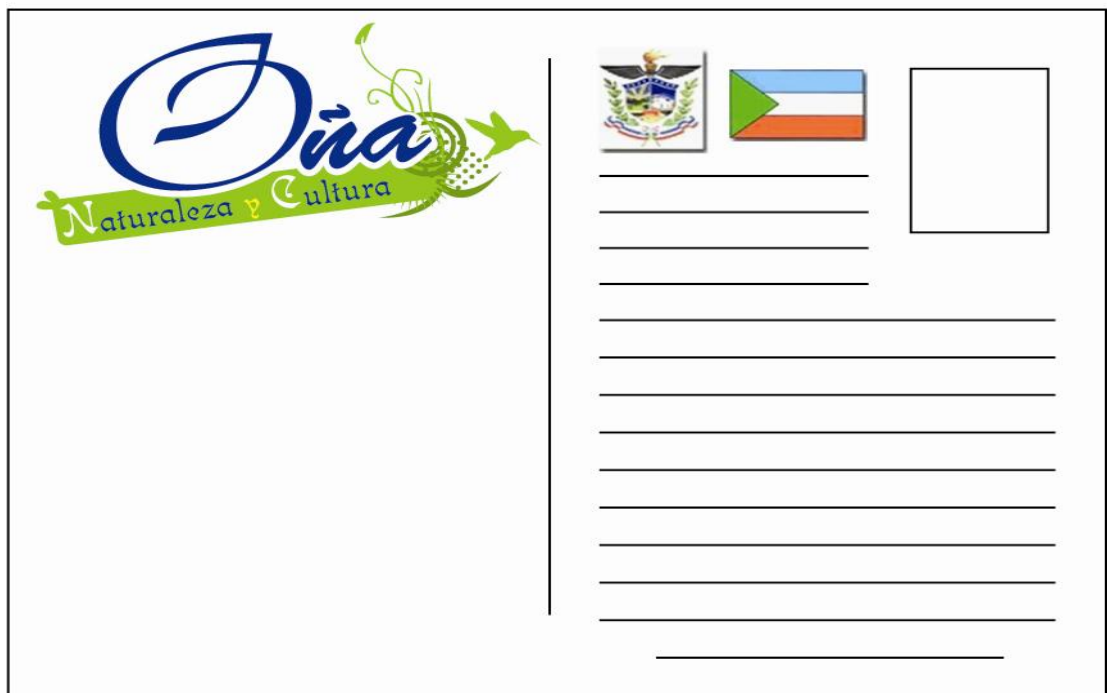
- Susudel,
- Igleis Susudel,
- Fabrica de ladrillos,
- Loma del Calvario,
- Tinas naturales Pullcanga,
- Peñas de Chacalata



TE ESPERAMOS EN MI TIERRA QUERIDA
Lic. Eddy Erráez

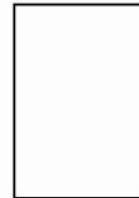
iv. Postales

Las postales han sido diseñados con el objetivo de entregar un presente a todos los turistas que visiten el cantón San Felipe de Oña. Sus medidas son (21 cm x 15cm).





Cascada Chorro Blanco



D. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

1. Análisis Económico.

a. Activos fijos del área comercial.

Cuadro No. 105: Activos fijos del Área Comercial

ACTIVOS FIJOS ÁREA COMERCIAL			
Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Mobiliario y equipos de oficina			
Computadora	1	800	\$ 800,00
Escritorio	2	80	\$ 160,00
Archivadora	2	50	\$ 100,00
Sillas	6	20	\$ 120,00
Pizarra	1	20	\$ 20,00
Proyector	1	800	\$ 800,00
Impresora	1	100	\$ 100,00
Subtotal			\$ 2.100,00
Señalización de senderos			
Letreros informativos	21	455	\$ 9.555,00
Casetas de descanso	21	356,2	\$ 7.480,2
Subtotal			\$ 17.035,2
TOTAL			\$19.135,2

Elaborado por: Patricia Ordoñez

1) Activos fijos del área técnica.

Cuadro No. 106: Activos fijos del área Técnica.

ACTIVOS FIJOS ÁREA TÉCNICA			
Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Equipos actividades complementarias			
Equipo escalada	15	560	\$ 8.400,00
Cascos	15	26	390,00
Guantes (pares)	15	25	375,00
Carpas Eureka	8	80	\$ 640,00
Sleepings Marmot	8	45	\$ 360,00
Aislantes	8	25	\$ 200,00
TOTAL			\$ 10.365,00

Elaborado por: Patricia Ordoñez

2) Activos diferidos del área comercial.

Entre los activos diferidos se consideran todos los gastos de publicidad y promoción, capacitación como se detalla a continuación:

Cuadro No. 107: Activos diferidos del áreas comercial y técnica.

Rubro	Costo total
Gastos publicidad y promoción	
Prensa	450
Revista	1000
Televisión	5000
Internet	200
Afiches	1700
Trípticos	1600
Postales	1600
Subtotal	\$ 11.550,00
Gastos por capacitación	
Capacitación a los prestadores de servicios	4.685,00
Subtotal	4.685,00
TOTAL	\$ 16,235.00

Elaborado por: Patricia Ordoñez

3) Activos diferidos del área técnica.

Como materia prima necesaria para la operación de los paquetes turísticos establecidos, se consideran refrigerios, alimentación, alojamiento y guianza para los grupos de turistas.

Cuadro No. 108: Activos diferidos del Área Técnica.

Gastos de Venta	Costo Anual
Alimentación	24.276
Guianza	11.070
Transporte	9.880
Noche cultural	1.430
Camping	5.712
Escala	13.090
Cabalgata	18.150
Entradas	1.725
Total Costo anual	61.057

Elaborado por: Patricia Ordoñez

4) Remuneración del Personal.

Cuadro No. 109: Remuneración del personal.

CARGO	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL	BENEFICIOS DE LEY					REMUNERACIÓN ANUAL
			DÉCIMO CUARTO (Mínimo 2 salarios)	DÉCIMO TERCER O 12%	VACACIONES (15 días)	FONDOS DE RESERVA (9,35%)	APORTE AL IESS (12,15%)	
Coordinador de guianza	300	3600	225	300	150	336,6	437,4	\$ 5.049
Vendedor	500	3600	225	300	150	336,6	729	\$ 8.415
TOTAL								\$13.464,00

Elaborado por: Patricia Ordoñez

5) Resumen de inversiones.

El siguiente cuadro resume las inversiones estimadas para la implementación y desarrollo del proyecto.

Cuadro No. 110: Resumen de inversiones del proyecto.

INVERSIONES DEL PROYECTO				
RUBROS ACTIVOS FIJOS	UNIDAD	CANTIDAD	INVERSIÓN REQUERIDA	TOTAL INVERSIÓN
AREA COMERCIAL				\$ 19.135,2
Mobiliario y equipos de oficina	Global	1	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
Señalización de senderos	Global	1	\$17.035,2	\$17.035,2
ÁREA TÉCNICA				\$10.365,00
Equipos complementarios	Global	1	\$ 10.365,00	\$ 10.365,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS				\$29.500,00
RUBROS ACTIVOS DIFERIDOS				
ÁREA COMERCIAL				\$ 16.235,00
Gastos de publicidad y promoción	Global	1	\$ 11.550,00	\$ 11.550,00
Gastos por capacitación	Global	1	\$ 4.685,00	\$ 4.685,00
ÁREA TÉCNICA				\$ 61.057,00
Gastos por ventas	Global	1	\$ 61.057,00	\$61.057,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS				\$ 77.292,00
RUBRO CAPITAL DE TRABAJO	Global	1	\$ 13.464,00	\$13.464,00
TOTAL INVERSIONES				\$ 120.256,00

Elaborado por: Patricia Ordoñez

Cuadro No. 111: Depreciaciones de activos fijos.

DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS							
ACTIVOS FIJOS	VALOR HISTÓRICO	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO	% DEPR.	DEPRECIACIÓN POR LEY	AÑOS DEL PROYECTO	VIDA UTIL (AÑOS)
Mobiliario	2100	525,00	525,00	25	5	5	10
Equipo	10.365,00	5.182,5	5.182,5	50	10	5	10
TOTAL	12.465,0	5.707,5	5.707,5				

Elaborado por: Patricia Ordoñez.

6) Amortizaciones.

Por ley se amortizan los activos diferidos hasta 5 años para recuperar los fondos invertidos se calcularon los siguientes valores:

Cuadro No. 112: Amortizaciones de activos diferidos.

AMORTIZACIONES ACTIVOS DIFERIDOS						
RUBRO ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL AMORT. DIFERIDOS	\$77.292,00	\$15.458,4	\$15.458,4	\$15.458,4	\$15.458,4	\$15.458,4
Gastos de publicidad y promoción	\$ 11.550,00					
Gastos por capacitación	\$ 4.685,00					
Gastos por ventas	\$ 61.057,00					

Elaborado por: Patricia Ordoñez.

7) Costos y gastos.

Cuadro No. 113: Costos y gastos del proyecto.

COSTOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de publicidad y promoción	\$ 11.550,00	\$12.335,4	\$13.174,2	\$14.070,00	\$15.026,8
Gastos por capacitación	\$ 4.685,00	\$5.003,58	\$5.343,82	\$5.707,20	\$6.095,29
Gastos de ventas	\$ 61.057,00	\$65.208,87	\$69.643,07	\$74.378,8	\$79.436,56
Capital de trabajo	\$13.464,00	\$14.379,5	\$15.357,36	\$16.401,66	\$17.516,9
TOTAL EGRESOS	\$90.756,00	\$96.927,35	\$101.518,45	\$110.557,6	\$118.075,6

Elaborado por: Patricia Ordoñez

8) Costos e ingresos.

Cuadro No. 114: Consumo aparente e ingresos por productos vendidos.

PRODUCTO AVITURISMO	DEMANDA OBJETIVO 2012	% SEGMENTACIÓN	TURISTAS ANUAL	TURISTAS MENSUAL	PRECIO PAQUETE	INGRESO ANUAL	INGRESO MENSUAL
Paquetes	2.975	100%	2.975	249	Rango 5 pax	129.890	
Oña y Susudel		16	476	40	35	16.660	1.400
Aventúrate a las cascadas		24	714	60	90	64.260	5.400
Oña tesoro escondido		21	625	52	29	18.125	1.508
Oña legado cultural		19	565	47	23	12.995	1.081
Susudel magia y encanto		20	595	50	30	17.850	1.500
TOTAL INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3		AÑO 4	AÑO 5	
Producto de la Ruta	\$129.890	\$138.722,5	\$148.155,7		\$158.230,2	\$168.989,9	

Elaborado por: Patricia Ordoñez.

9) Estado de Resultados.

Es necesario conocer el estado de pérdidas y ganancias de los movimientos económicos y financieros del proyecto, a continuación el estado de resultados que generará el mismo:

Cuadro No. 115: Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas anuales	\$129.890	\$138.722,5	\$148.155,7	\$158.230,2	\$168.989,9
TOTAL INGRESOS	\$129.890	\$138.722,5	\$148.155,7	\$158.230,2	\$168.989,9
EGRESOS					
Gastos de publicidad y promoción	\$ 11.550,00	\$12.335,4	\$13.174,2	\$14.070,00	\$15.026,8
Gastos por capacitación	\$ 4.685,00	\$5.003,58	\$5.343,82	\$5.707,20	\$6.095,29
Gastos por ventas	\$ 61.057,00	\$65.208,87	\$69.643,07	\$74.378,8	\$79.436,56
TOTAL EGRESOS	\$77.292,00	\$82.547,9	\$88.161,09	\$94.156,00	\$100.558,7
DEFÍCIT O SUPERAVIT	\$52.598,00	\$56.174,6	\$59.994,6	\$64.074,2	\$68.431,2

Elaborado por: Patricia Ordoñez

En este caso se puede observar que habrá un superávit de \$52.598,00, mostrando ser positivo para la inversión de este proyecto, el factor de incremento considerado, está acorde al 6,8% de la tasa de incremento del turismo en relación con años anteriores.

10) Flujo de caja.

La liquidez del proyecto se efectúa a través del flujo permanente de entradas y salidas de recursos económicos, al iniciar este proyecto se hace una previsión futura con el 6,8% de la tasa de incremento del turismo y proyectada a 5 años.

Cuadro No. 116: Flujo de caja.

FLUJO DE CAJA							
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas netas	\$0,00	\$129.890	\$138.722,5	\$148.155,7	\$158.230,2	\$168.989,9	
+ Depreciaciones	\$0,00	\$5.707,5	\$5.707,5	\$5.707,5	\$5.707,5	\$5.707,5	
- Gastos de ventas	\$0,00	\$ 61.057,00	\$65.208,87	\$69.643,07	\$74.378,8	\$79.436,56	
- Gastos de publicidad y promoción	\$0,00	\$ 11.550,00	\$12.335,4	\$13.174,2	\$14.070,00	\$15.026,8	
- Gastos por capacitación	\$0,00	\$ 4.685,00	\$5.003,58	\$5.343,82	\$5.707,20	\$6.095,29	
- Amortización de diferidos	\$0,00	\$77.292,00	\$15.458,4	\$15.458,4	\$15.458,4	\$15.458,4	
- Capital de trabajo	\$0,00	\$13.464,00	\$14.379,5	\$15.357,36	\$16.401,66	\$17.516,9	
= Utilidad Neta	\$0,00	\$32.450,5	\$32.043,7	\$32.886,35	\$37.921,64	\$41.163,45	
- Inversiones de activos fijos	-\$29.500,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	
= FLUJO DE CAJA NETA		-32.450,5	\$32.043,7	\$32.886,35	\$37.921,64	\$41.163,45	

Elaborado por: Patricia Ordoñez

2. Análisis financiero.

Este estudio se basó en el flujo de caja actualizado del estudio económico del proyecto, el mismo que permite conocer la rentabilidad del producto del turístico en el cantón San Felipe de Oña:

Cuadro N°. 117: Flujo de caja actualizada

AÑOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJOS DE CAJA NETOS	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO
0	1,00	-29.500,00	-29.500,00
1	0,89	-32.451,00	-28974,11
2	0,80	32.043,70	25545,04
3	0,71	32.886,35	23407,85
4	0,64	37.921,64	24099,89
5	0,57	41.163,45	23357,25

Elaborado por: Patricia Ordoñez

Cuadro No. 118: Análisis financiero del proyecto.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ 9.129,74
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	19%
BENEFICIO COSTO	\$ 1,80
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	Año 3; 4 meses

El proyecto es viable ya que la inversión muestra tener niveles de seguridad, óptima rentabilidad y liquidez según los siguientes criterios:

El VAN de este proyecto muestra la seguridad de la inversión con un valor positivo de \$9.129,74, lo que significa que se recupera el capital invertido a una tasa de interés de 19% anual.

La TIR indica que el proyecto es factible, ya que supera la tasa pasiva bancaria que actualmente está en el orden del 5%.

Por cada dólar invertido en el proyecto se produce una rentabilidad de 0,80 USD.

El capital invertido se recuperaría en tres años con cuatro meses teniendo como utilidad líquida \$14.578,67.

VI. CONCLUSIONES.

- A. En diagnóstico del sistema turístico se identificó una serie de problemas actuales entre los cuales se encuentra la inexistencia de planta turística en la mayoría de las comunidades rurales y en el área urbana, dichas zonas poseen atractivos potenciales para el desarrollo de la actividad turística, sin embargo éstos necesitan ser dotados de señalización turística, servicios básicos y la conectividad a nivel cantonal para satisfacer las necesidades de la demanda.

Oña cuenta con un gran potencial turístico, reflejado en su inventario constituido por 23 atractivos, 16 dentro de la categoría sitios naturales y 7 dentro de la categoría manifestaciones culturales, siendo los atractivos turísticos más relevantes de la ruta las Peñas de Chacala, Cascadas de Rodeo, Ingachaca, Chorro Blanco, Lagunas, Bosque del primario de Zhidil, Camino del Inca de jerarquía II, tiene la potencialidad para atraer la demanda de turistas nacionales y extranjeros, propiciando a que la actividad turística sea una alternativa como una fuente de ingreso económico y desarrollo turístico para el cantón.

- B. El estudio de mercado permitió conocer los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros que llegan a las ciudades de Cuenca y Loja, siendo la demanda potencial turistas extranjeros de América y Europa y nacionales de la región Costa, Sierra, originando la aceptación del producto turístico, diseñando la ruta y paquetes turísticos enfocado a sus necesidades de la oferta cantonal, también se analizó la competencia del cantón Saraguro ya que oferta productos similares a Oña.
- C. Se diseñó la Ruta Turística denominado Ruta Oña Tierra de Naturaleza y Cultura, dentro de la cual se integra técnicamente cinco paquetes turísticos, que serán difundidos por la I. M. de Oña, incentivando a los involucrados en la actividad turística como oferta privada y comunitaria para la comercialización de los productos por tour operadoras nacionales o internacionales.

Para las estrategias de difusión y publicidad se realizó de acuerdo al estudio de mercado identificando que los turistas nacionales se informan por medio de la televisión, prensa, internet para los cuales se diseño una publicidad local y regional, los turistas extranjeros por el internet para lo cual se diseño la página web, como una posibilidad de difusión masiva e interactiva, la cual irá anexada al link de turismo del la página oficial del la I. M. del Cantón Oña, la misma que contiene información de la ruta turística y sus paquetes diseñados, con la que pretende difundir al cantón Oña, sus atractivos y productos en el mercado nacional e internacional.

- D. En el estudio económico-financiero se determinaron los indicadores financieros lo cual indica que la Tasa Interna de Retorno es del 19%, el Valor Actual Neto es de 9.129,74 USD, la Relación Beneficio/Costo es de 1,80 USD lo cual el capital invertido se recuperaría en tres años con cuatro meses teniendo como utilidad líquida \$14.578,67, lo que permite concluir que el estudio es factible.

VII. RECOMENDACIONES

- Trabajo integrado de todos los sectores que intervienen en la actividad turística para el mejoramiento de infraestructura social básica, facilidades y planta turística cantonal.
- Realizar programas de capacitación por medio del MITUR a los prestadores de servicios turísticos privados como comunitarios para que siempre mantengan buenos niveles de aceptación por parte de los turistas.
- Socializar el Diseño de la Ruta Oña Tierra de Naturaleza y Cultura entre los actores de la actividad turística, con la finalidad de involucrarlos en la ejecución del mismo.
- Capacitar y formar el recurso humano que forma parte de la actividad turística local.
- Evaluar y actualizar constantemente los medios de difusión, estrategias publicitarias, propuestas para comercializar el producto en el mercado turístico, con la finalidad de verificar los medios utilizados más adecuados.
- El desarrollo de la ruta turística debe ser gestionado ante el gobierno central, provincial y otras instituciones de apoyo para la implementación del presente plan.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone “Diseño de un producto turístico para el cantón San Felipe de Oña, Provincia del Azuay”; se realizó mediante trabajo de campo e información primario, secundaria y talleres participativos con los involucrados en la actividad turística. Se elaboró el diagnóstico de la actividad turística en los cuatro ámbitos del sistema turístico como son: atractivos, infraestructura, planta turística, superestructura, analizando sus estados actuales, así como características en ámbitos, biofísicas, socioeconómicas, organizativas, ambientales y definir necesidades básicas y requerimientos para el diseño del producto. También se efectuó el estudio de mercado para conocer el porcentaje de aceptación de turistas nacionales y extranjeros que deseen conocer el cantón, pudiendo determinar su perfil, diseñando el producto turístico, integrando la planta turística necesaria; la ruta de los paquetes turísticos, costos referenciales, mapas, se efectuó el análisis de la oferta cantonal y la competencia del cantón Saraguro ya que ofrece productos similares a Oña, también se estableció medios publicitarios de acuerdo al estudio de mercado, y la viabilidad económica- financiera del proyecto para considerar la factibilidad de la implementación del producto turístico, para posterior promocionar y difundir al mercado nacional/internacional. Se pretende lograr posesionar al cantón Oña como un destino turístico de Naturaleza y Cultura donde sus productos se oferten combinando atractivos y servicios que generalmente se compran por separado (hospedaje, alimentación, transporte, información, recreación, etc.), ofreciéndolos como un producto único, integrado con precio fijo mediante un turismo sostenible y sustentable; se recomienda su implementación con el fin de generar flujos económicos e ingresos a las comunidades.

IX. SUMMARY

The present research work proposes: “Design of a touristic product for San Felipe de Oña town in Azuay province” It was developed through a field work, primary and secondary information and participative workshops with those ones involved in the touristic activity. It was made through a diagnostic of the touristic activity in the four aspects of the touristic system, which are; attractions, infrastructure, touristic plant, superstructure, analyzing in each case their current states as well as their characteristics in the biophysical, socio economical, organizational and environmental aspects and finally, defining basic needs and requirements for the design of the product. It was also done a marketing survey to know the range of acceptance of national and foreign tourists who want to visit the town, being able to determine its profile, designing the tourist product, integrating the necessary tourist plant, the tourist package route, reference costs, maps, it was done the analysis of the town offer and the competition of Saraguro town, which offers the same products as Oña, it was also set advertising means according to the marketing survey and the financial- economical viability of the project to consider the practicability and implementation of the tourist product for a further promotion and diffusion of it to the national/international markets. This project aims to set Oña town as a tourist destination of Nature and Culture, where its products are offered combining attractions and services that are generally bought independently (londging, meals, transport, information, entertainment, etc.) offering them as single product, integrated with a stable price though a sustainable and maintainable tourism. Its implementation is advisable with the aim of generating income for the communities.

X. BIBLIOGRAFÍA

1. ARTILLAGA, 1966. Turismo sustentable, 45p.
2. ALEGRE, J. LLORENC, P. 2006. El Paquete Turístico de Todo sus implicaciones económicas para el caso de las Islas Baleares. Madrid (España). 34p. pdf.
3. ACERENZA, M. 1996. Promoción Turística. Un enfoque Metodológico Editorial Trillas. México D.F.p.176, 320.
4. BOULLON, R.1990. Planificación de Espacios Turísticos. Segunda Edición. Editorial “TRILLAS”. México. 47-50p.
5. CÁRDENAS, F.1996. Mercadotecnia y productividad Turística. Primera Reimpresión de la Primera edición. Editorial Trillas. p. 73.
6. COHEN, R. 2009. Evaluación de Proyectos: Análisis Financiero. el 9 de febrero del 2010. Disponible en www.materias.fi.uba.ar
7. DAHDÁ, J.1996. Publicidad Turística. Editorial Trillas. México D. F.p.380.
8. GLAGOVSKY, H., 2009, Análisis FODA, Universidad de Buenos Aires, consultado el de marzo de 2009, en línea disponible <http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml>.
9. KOTLER, P.2000. Dirección de Marketing. Editorila Mc Graw Hill. Madrid- España
10. OLARTE, R.2004. “Estudio de mercado” México. 58-60p

11. MACHADO, E. HERNÁNDEZ, Y. 2009. Procedimiento para el Diseño Producto Turístico Integrado en Cuba. 161p. pdf. Consultado el 26 de Marzo del 2009. Disponible en www.teoríaaypraxis.uqroo.mx
12. MUÑOZ, F.1997. Marketing Turístico. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.Madrid.
13. SENDÍN, E. 2006. Concepto de Proyecto: Análisis Económico. 18p. pdf Consultado el 20 de febrero del 2009. Disponible en www.paginaspersonales.deusto.es
14. RICAURTE, C. 2004. Gerencia de Empresa Turísticas. Desarrollo de Proyectos de Ecoturísticos. Riobamba-Ecuador.

XI. ANEXOS

Anexo N° 01. Encuestas para turistas nacionales.



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



La presente encuesta tiene como objetivo elaborar productos turísticos del cantón San Felipe de Oña provincia del Azuay, para promocionarlo a nivel local, nacional e internacional. Le solicitamos por favor seleccione una sola opción de cada pregunta y que conteste con la mayor seriedad.

INFORMACION GENERAL:

1. Edad: () años
2. Género: M () F ()
3. Lugar de Procedencia (Provincia) -----
4. Ocupación: Profesional----- estudiante ----- otros -----
5. ¿Le gustaría conocer el cantón Oña?
 - a. Si ()
 - b. No ()
6. ¿Considera usted que es necesaria la oferta de un producto turístico en el cantón Oña?
 - a. Si ()
 - b. No ()
7. Usted Viaja a través de: - Agencias de Viaje -----
- Independiente -----
8. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?
Distracción..... Negocios..... Turismo.....
Religión..... Visita a familiares..... Aventura.....
Otros, favor especifique.....
9. ¿Con quién viaja?
Familia ----- Amigos ----- Pareja----- Otros -----
10. Cuando usted viaja, ¿con cuántas personas suele hacerlo?
 - a. Uno - Tres.....

- b. Cuatro - Seis
- c. Más de Siete.....
11. ¿Qué tipo de actividades le gustaría que incluya el producto turístico?
- a. Observación de flora y fauna ()
- b. Visita a sitios históricos (Camino del Inca, vestigios arqueológicos) ()
- c. Visita a sitios naturales (cascadas, ríos, bosques, paramó) ()
- d. Degustación de bebidas y comidas típicas ()
- e. Realizar deportes (cabalgatas, ciclismo, pesca deportiva) ()
12. ¿Con qué tipo de servicios turísticos le gustaría que cuente el producto?
- a. Hospedaje ()
- b. Transporte ()
- c. Alimentación ()
- d. Recreación ()
- e. Información ()
- f. Guianza ()
13. Usted preferiría que la duración del viaje sea:
- a. De 1 a 2 días ()
- b. De 2 a 3 días ()
- c. Más de 3 días ()
14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día/ persona?
- a. \$15 - \$20 ()
- b. \$ 21- \$ 25 ()
- c. \$ 26. \$ 30 ()
15. ¿En qué época del año suele viajar?
- a. Inicios de año ()
- b. Medios de año ()
- c. Finales de año ()
16. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?
- a. Radio ()
- b. Televisión ()
- c. Internet ()
- d. Prensa local ()
- e. Prensa nacional ()
- f. Revistas ()
- g. Centros de información Turística ()

¡Gracias por su cooperación!

10. Generally when you travel, how many people go with you?

- a. One – Three -----
- b. Four-Six -----
- c. More than seven -----

11. What type of touristic activities would you like to development?

- a. Plant and wildlife observation
- b. Visiting historical places (museums, churches, parks)
- c. Visiting natural places (waterfalls, rivers,)
- d. Trying typical drinks and dishes
- e. Extreme sports (trekking, Mountain Bike)

12. What type of tourist services would you like this tourism route offering to you?

- a. Lodging -----
- b. Transportation -----
- c. Reservation of line tickets -----
- d. Food -----
- e. Recreation -----
- f. Information -----
- g. Professional guides -----

13. What would be the duration of your trip?

- a. 1-2 days -----
- b. 2-3 days -----
- c. More than 3 days -----

14. How much would you pay for this route for day?

- a. \$15-\$20 ()
- b. \$21 - \$25 ()
- c. \$26-\$30 ()

15. In what season do you usually travel?

- a. Year beginnings (January - April) ()
- b. Half-filled of year (May - August) ()
- c. Final of year (September - December) ()

16. What media do you usually use to seek information?

- a. Radio ()
- b. Televisión ()
- c. Internet ()
- d. News Paper ()
- e. Magazines ()
- f. Tourist information centers ()
- h. others ()

Thank you for your help!