



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA
JAMBELÍ, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS**

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

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

JENNY ELIZABETH VASCONEZ GARCIA

RIOBAMBA-ECUADOR

2018

©2018, Jenny Elizabeth Vásquez García

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

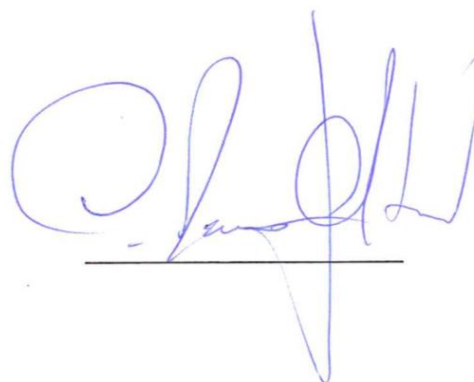
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA JAMBELÍ, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS**, de responsabilidad de la señorita Jenny Elizabeth Vásquez García, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

ING: DANNY DANIEL CASTILLO VIZUETE
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



MSC. CARLOS RENATO CHÁVEZ
ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jenny Elizabeth Vásconez García soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este trabajo de titulación y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



JENNY ELIZABETH VASCONEZ GARCIA

DEDICATORIA

A mis pequeños Nathan y Rafaela con inmenso amor y cariño, quienes han sido mis compañeritos de carrera y que han estado junto a mí en todo este proceso, con su amor incondicional me han dado la fortaleza para seguir, culminar y alcanzar esta meta.

Les amo

AGRADECIMIENTO

Al redactar estas palabras, tal vez no expresan el sentimiento de agradecimiento, estima y aprecio a todos los que han sido parte de este proceso:

Hoy, va a culminar una etapa muy importante de mi vida, que ha sido gracias al apoyo incondicional de mis padres Emma y Nelson por su esfuerzo, apoyo económico y moral.

A mi amor y amigo Jhonatan que ha sido testigo del empeño y esfuerzo durante el proceso académico.

A mis profesores que han marcado la forma de ver las cosas en cada ciclo de enseñanza.

A la institución porque en sus aulas he conocido personas maravillosas que han sido parte de este proceso entre risas, bullying, riñas y llanto... hoy son amigos para toda la vida.

A mis tutores Ing. Danny y Renato por tener la paciencia de guiarme en este último paso, por transmitir sus conocimientos y por su calidad humana durante este proceso.

Un especial agradecimiento a mis amigos Gaby, Jhonnatan y a sus familias por la ayuda prestada en este último paso.

A todos, muchas gracias.

TABLA DE CONTENIDOS

INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS	xii
I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA JAMBELÍ, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. IMPORTANCIA	1
B. JUSTIFICACIÓN	2
C. OBJETIVOS	3
1. Objetivo General	3
2. Objetivos específicos	3
C. HIPÓTESIS	3
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	4
A. TURISMO	4
1. Concepto	4
2. Tipos de turismo	4
3. Evaluación del potencial turístico	5
4. Atractivos turísticos	5
5. Clasificación de atractivos	5
6. Inventario de atractivos	11
7. Etapas para la elaboración del inventario de atractivos	12
8. Facilidades turísticas	12
B. ESTUDIO DE MERCADO	12
1. Demanda turística	13
2. Segmentación de la demanda	13
3. Oferta turística	14
4. Diseño muestral	14
5. Encuesta como instrumento	15
6. Facilidades turísticas	15
C. PRODUCTO TURÍSTICO	16
1. Diseño de un producto turístico	16
2. Clasificación de un producto turístico	18
D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	18
1. Aspecto administrativo	19

2.	Organización	19
3.	Criterio de ordenamiento de recursos	19
4.	Selección del personal	19
5.	Aspecto legal.....	20
E.	ESTUDIO AMBIENTAL	20
1.	Concepto	20
2.	Evaluación de impactos ambientales	20
3.	Estudio de impactos ambientales	20
F.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	21
1.	Determinación de la inversión	21
2.	Inversión fija	21
3.	Inversión diferida.....	21
4.	Capital de trabajo	21
5.	Estados financieros	22
6.	Estados de resultados	22
7.	Flujo de caja.....	22
8.	Punto de equilibrio.....	22
9.	Tasa interna de retorno	23
10.	Valor actual neto.....	23
11.	Relación beneficio costo	24
IV.	MATERIALES Y MÉTODOS	25
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	25
1.	Localización.....	25
2.	Ubicación geográfica	25
3.	Limites	26
4.	Características climáticas.....	26
5.	Clasificación ecológica	26
6.	Características del suelo.....	27
7.	Materiales y métodos	28
B.	METODOLOGIA.....	29
1.	Primer objetivo: Evaluar el potencial turístico de la parroquia Jambelí, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.	29

2.	Segundo objetivo: Determinar la viabilidad comercial, productiva, ambiental, legal administrativa del producto en estudio.	30
3.	Tercer objetivo: Determinar la rentabilidad financiera del producto turístico	33
V.	RESULTADOS.....	34
A.	EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA JAMBELÍ, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS.....	34
1.	Ámbito Físico espacial.....	34
2.	Ámbito Sociocultural	35
3.	Ámbito ecológico territorial.....	41
4.	Ámbito económico productivo	46
5.	Ámbito Político Administrativo.....	48
6.	Resumen del inventario de atractivos turísticos	51
B.	DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL, PRODUCTIVA, AMBIENTAL, LEGAL ADMINISTRATIVA DEL PRODUCTO EN ESTUDIO.	53
1.	Determinar de la viabilidad comercial.....	53
2.	Determinar la viabilidad del estudio técnico	88
3.	Determinar la viabilidad ambiental.....	115
4.	Determinar la viabilidad legal administrativo.....	116
C	DETERMINAR LA RENTABILIDAD FINANCIERA.....	129
1.	Inversiones	129
2.	Calculo de la deuda.....	129
3.	Depreciaciones.....	130
4.	Depreciación de activos diferidos.....	130
5.	Costos y gastos.....	130
6.	Ingresos.....	131
7.	Estados de resultados	131
8.	Flujo de caja.....	131
VI.	CONCLUSIONES	133
VII.	RECOMENDACIONES	134
VIII.	BIBLIOGRAFÍA	137
IX.	ANEXOS	140

INDICE DE TABLAS

Tabla III.1 Clasificación de atractivos naturales	6
Tabla III.2 Clasificación de atractivos culturales	9
Tabla IV.1 Tipos de cobertura vegetal	26
Tabla IV.2 Matriz de impactos ambientales.....	32
Tabla V.1 Nivel de instrucción académico.....	36
Tabla V.2 Procedencia del agua	37
Tabla V.3 Energía eléctrica	38
Tabla V.4 Alcantarillado	38
Tabla V.5 Recolección de los desechos.....	38
Tabla V.6 Vivienda.....	39
Tabla V.7 Cobertura en comunicación	40
Tabla V.8 Flora representativa	43
Tabla V.9 Fauna representativa	45
Tabla V.10 Ocupación de la población	47
Tabla V.11 Actividad económica	47
Tabla V.12 Actores públicos	49
Tabla V.13 Actores sociedad civil.....	49
Tabla V.14 Organizaciones productivas.....	50
Tabla V.15 Atractivos turísticos de la Parroquia Jambelí	51
Tabla V.16 Universo de estudio	53
Tabla V.17 Muestra	54
Tabla V.18 Edad de turistas nacionales.....	55
Tabla V.19 Género de turistas nacionales	56
Tabla V.20 Procedencia de turistas nacionales	56
Tabla V.21 Nivel de instrucción de turistas nacionales.....	57
Tabla V.22 Motivo de viaje turistas nacionales	58
Tabla V.23 Con quien realiza la actividad turística.....	59
Tabla V.24 Interés en conocer la parroquia de turistas nacionales	59
Tabla V.25 Actividad que desean realizar los turistas nacionales.....	60
Tabla V.26 Servicios que desean contar los turistas nacionales.....	61
Tabla V.27 Tiempo que desean invertir los turistas nacionales	61
Tabla V.28 Gasto promedio que desean invertir los turistas nacionales	62
Tabla V.29 Cuando viaja lo hace a través de	63
Tabla V.30 Medios de información	64
Tabla V.31 Edad de turistas internacionales	65
Tabla V.32 Género de turistas internacionales.....	66
Tabla V.33 Procedencia de turistas internacionales	67
Tabla V.34 Instrucción académica de turistas internacionales.....	68
Tabla V.35 Motivo de viaje turistas internacionales	68
Tabla V.36 Con quien realiza la actividad turística.....	69
Tabla V.37 Nivel de interés por conocer la parroquia.....	70
Tabla V.38 Actividades turísticas.....	70
Tabla V.39 Servicios que desean turistas internacionales.....	71
Tabla V.40 Tiempo a invertir en la actividad turística	72
Tabla V.41 Valores a invertir en la actividad turística	72
Tabla V.42 Forma de realizar la actividad turística.....	73

Tabla V.43 Medios de información para turistas internacionales	74
Tabla V.44 Demanda potencial	76
Tabla V.45 Demanda potencial por productos turistas nacionales.....	76
Tabla V.46 Demanda potencial por productos turistas internacionales	76
Tabla V.47 Oferta sustitutiva de clientes nacionales.....	78
Tabla V.48 Oferta sustitutiva de clientes internacionales	78
Tabla V.49 Oferta por cliente nacionales	79
Tabla V.50 Oferta por clientes internacionales	79
Tabla V.51 Proyección de la oferta turistas nacionales.....	79
Tabla V.52 Proyección de la oferta turistas internacionales	80
Tabla V.53 Demanda nacional insatisfecha	80
Tabla V.54 Demanda internacional insatisfecha	80
Tabla V.55 Demanda insatisfecha por actividades clientes nacionales	81
Tabla V.56 Demanda insatisfecha por actividades clientes internacionales	81
Tabla V.57 Descripción del logotipo.....	82
Tabla V.58 Activos fijos del área comercial	86
Tabla V.59 Inversión diferidas área comercial.....	86
Tabla V.60 Gastos área comercial	87
Tabla V.61 Requerimiento de talento humano área comercial	87
Tabla V.62 Demanda objetiva turistas nacionales.....	88
Tabla V.63 Demanda objetiva turistas internacionales	88
Tabla V.64 Demanda objetiva nacional para la actividad convivencia con las comunidades	89
Tabla V.65 Demanda objetiva nacional para la actividad observación de flora y de fauna	89
Tabla V.66 Demanda objetiva nacional para la actividad caminata.....	89
Tabla V.67 Demanda objetiva nacional para la actividad cabalgata.....	89
Tabla V.68 Demanda objetiva nacional para la actividad camping	90
Tabla V.69 Demanda objetiva nacional para la actividad visita a ríos de la zona	90
Tabla V.70 Demanda objetiva por actividad convivencia con las comunidades	90
Tabla V.71 Demanda objetiva por actividad observación de flora y fauna	91
Tabla V.72 Demanda objetiva por actividad caminata	91
Tabla V.73 Demanda objetiva por actividad camping	91
Tabla V.74 Demanda objetiva por actividad visita a ríos de la zona	91
Tabla V.75 Consumo aparente turistas nacionales.....	92
Tabla V.76 Consumo aparente turistas internacionales.....	92
Tabla V.77 Paquete número uno	96
Tabla V.78 Paquete numero dos - Comunidad Cofán.....	101
Tabla V.79 Paquete número tres - comunidad Kichwa.....	104
Tabla V.80 Costos paquete número uno.....	107
Tabla V.81 Costo paquete número dos.....	108
Tabla V.82 Costo de paquete número tres.....	109
Tabla V.83 Activos fijos.....	114
Tabla V.84 Costos de insumos	114
Tabla V.85 Mano de obra directa	114
Tabla V.86 Requisitos para el registro de la Asociación Jambelí tour.....	116
Tabla V.87 Requisitos de funcionamiento	116
Tabla V.88 Activos fijos área administrativa	117
Tabla V.89 Talento humano para área administrativa.....	117
Tabla V.90 Insumos.....	117

Tabla V.91 Gastos permisos de funcionamiento	118
Tabla V.92 Gastos de servicios básicos.....	118
Tabla V.93 Activos diferidos	118
Tabla V.94 Funciones de la asamblea	120
Tabla V.95 Funciones del presidente	120
Tabla V.96 Funciones del gerente	121
Tabla V.97 Funciones de la secretaria.....	121
Tabla V.98 Funciones del agente de ventas	122
Tabla V.99 Funciones del guía.....	122
Tabla V.100 Funciones del conductor.....	123
Tabla V.101 Matriz de mitigación.....	115
Tabla V.102 Inversiones.....	129
Tabla V.103 Amortización de la deuda	129
Tabla V.104 Depreciación de los bienes	130
Tabla V.105 Depreciación de activos diferidos.....	130
Tabla V.106 Costos y gastos	130
Tabla V.107 Ingresos.....	131
Tabla V.108 Estado de resultados	131
Tabla V.109 Factibilidad económica.....	131

INDICE DE FIGURAS

Figura IV.1 Mapa base de la parroquia Jambelí.....	25
Figura V.1 Mapa división política administrativa de la parroquia Jambelí.....	34
Figura V.2 Análisis población de la parroquia Jambelí	36
Figura V.3 Estructura política de la parroquia	48
Figura V.4 Mapa de atractivos turísticos.....	52
Figura V.5 Género de turistas nacionales.....	55
Figura V.6 Género de turistas nacionales.....	56
Figura V.7 Género de turistas nacionales.....	57
Figura V.8 Nivel de instrucción de turistas nacionales	58
Figura V.9 Motivo de viaje turistas nacionales	58
Figura V.10 Con quien realiza la actividad turística	59
Figura V.11 Interés por conocer la parroquia.....	60
Figura V.12 Actividad turísticas.....	60
Figura V.13 Servicios que desean contar los turistas nacionales	61
Figura V.14 Tiempo que desean invertir los turistas nacionales.....	62
Figura V.15 Gasto promedio que desean invertir los turistas nacionales.....	62
Figura V.16 Elección de viaje de los turistas nacionales	63
Figura V.17 Medios de información	64
Figura V.18 Edad turistas internacionales.....	66
Figura V.19 Género de turistas internacionales.....	66
Figura V.20 Procedencia de turistas internacionales.....	67
Figura V.21 Instrucción académica de turistas internacionales	68
Figura V.22 Motivo de viaje de turistas internacionales	69
Figura V.23 Con quien realiza la actividad	69

Figura V.24 Interés en conocer la parroquia	70
Figura V.25 Actividades que desean realizar	71
Figura V.26 Servicios que requieren los turistas internacionales.....	71
Figura V.27 Motivo de viaje de turistas internacionales	72
Figura V.28 Valores a invertir por los turistas internacionales	73
Figura V.29 Elección de la actividad turística.....	73
Figura V.30 Medio de información que desean utilizar para informarse	74
Figura V.31 Logotipo Jambelí, descubre el vínculo.....	82
Figura V.32 Pagina web	83
Figura V.33 Red social Facebook.....	83
Figura V.34 Tarjeta de presentación.....	84
Figura V.35 Tríptico	84
Figura V.36 Mapa macrolocalización parroquia Jambeli.....	93
Figura V.37 Mapa microlocalización de la parroquia	95
Figura V.38 Mapa paquete 1	99
Figura V.39 Mapa paquete dos.....	103
Figura V.40 Mapa paquete dos.....	106
Figura V.41 Flujograma proceso de venta.....	110
Figura V.42 Flujograma paquete No. 1	111
Figura V.43 Flujograma paquete No. 2	112
Figura V.44 Paquete No. 3	113
Figura V.45 Estructura orgánica asociación Jambeli tour.....	119

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA JAMBELÍ, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

La Organización Mundial del Turismo, determinaron que las llegadas de turistas internacionales crecieron un 4,7% en 2014 hasta alcanzar los 1.138 millones en el mundo. La región de Europa contabiliza el 52% de llegadas, Asia y El Pacífico 23% y las Américas el 16%, entre otras regiones que registran porcentajes menores.

En el 2016, al Ecuador llegaron 1,4 millones de turistas extranjeros, según información que compiló la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo. En las proyecciones del Ministerio de Comercio Exterior, menciona que entre el 2007 y 2015 el país ha tenido un incremento acumulado del 65% en llegadas de visitantes. El turismo en Ecuador aportó con el 2% del Producto Interno Bruto (PIB) a la economía nacional, de forma directa. (Matilla, 2016)

El país presenta una geografía con gran diversidad de atractivos naturales y culturales, variedad que representa óptimos escenarios para el desarrollo de la actividad turística, por otro lado, permite a visitantes y turistas nacionales y extranjero apreciar escenarios, expresiones socioculturales con diversidad intercultural que forman parte del país, integrando a sectores de la economía siendo un reto para la generación de productos y destinos turísticos trabajando en la mejora continua de esta actividad. (Colbrand, 2016)

Los principales mercados turísticos del Ecuador, encabezan la lista de los 10 primeros países con el mayor número de llegadas al país son Colombia, Estados Unidos y Perú. La posición de turismo en la economía en las exportaciones no petroleras de enero a septiembre 2013-2014 fue de 1.086, 5 millones de dólares, que corresponde al tercer puesto de divisas después del camarón con 1.935,2 millones de dólares. El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1.251,2 millones de dólares durante el año 2013, lo que representa el 21% en comparación con el 2012. (Ministerio de Turismo, 2015, págs. 5-10)

La parroquia Jambelí desconoce el potencial turístico que presenta, labor de gran importancia que requiere del conocimiento y manejo de metodologías que permitan desarrollar de manera

profesional el diseño de un producto turístico, respondiendo a las expectativas de los potenciales turistas y visitantes para la estructuración de un producto turístico que promueva la inversión pública, privada o comunitaria para el desarrollo de la misma y generar fuentes de empleo en el desarrollo turístico local.

B. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo, nace del interés de generar una propuesta de un producto turístico para la parroquia Jambelí, se analizó la dinámica económica y social de la parroquia, generando una alternativa en torno al aprovechamiento de los recursos turísticos.

Jambelí es una de las seis parroquias que presenta el cantón Lago Agrio, con recursos de gran interés turístico, el desarrollo de la actividad turística en la localidad es mínima por el desconocimiento y la inexistencia de investigaciones en turismo, para el aprovechamiento de estos recursos, constituye una alternativa de desarrollo; la actividad turística y la potencialidad de su territorio bajo este lineamiento, se realizó el estudio técnico que plantea la estructura idónea para el producto turístico.

C. OBJETIVOS

1. Objetivo General

Diseñar un producto turístico para la parroquia Jambelí, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.

2. Objetivos específicos

- a) Evaluar el potencial turístico de la parroquia Jambelí, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.
- b) Determinar la viabilidad comercial, productiva, ambiental, legal administrativa del producto en estudio.
- c) Determinar la rentabilidad financiera del producto turístico.

C. HIPÓTESIS

Es factible la creación de un producto turístico para la parroquia Jambelí, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Concepto

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo (Organización Mundial de Turismo, 2016).

2. Tipos de turismo

La clasificación del turismo en función del lugar de origen y de destino:

- a. Turismo doméstico: residentes visitando su propio país.
- b. Turismo receptivo: no residentes procedentes de un país determinado.
- c. Turismo emisor: residentes del propio país se dirigen a otros países.

Estas formas de turismo pueden combinarse en:

- a. Turismo interior: doméstico y receptivo.
- b. Turismo nacional: doméstico y emisor.
- c. Turismo internacional: emisor y receptivo (Organización mundial turismo, 2008, pág. 52).

3. Evaluación del potencial turístico

(Champetier, Borchgrave, Hildwein-Scheele, & Janot, 1996, págs. 3-4)

La evaluación del potencial turístico de un territorio tiene que tener en cuenta la evolución de las condiciones exteriores generales, sobre todo, la de las tendencias que afectan al comportamiento de los consumidores: se trata, en efecto, de anticiparse a las oportunidades y los riesgos ligados a las nuevas expectativas de las diferentes clientelas, con el fin de poder elaborar nuevos productos turísticos adaptados a la evolución de todos estos elementos.

Evaluar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales:

- a. el análisis de la situación turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado;
- b. el diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona.

Estas dos fases implican la recogida, tratamiento y explotación de informaciones internas y externas.

4. Atractivos turísticos

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (Ministerio de Turismo, 2004, pág. 2)

5. Clasificación de atractivos

La clasificación de las categorías de atractivos se la hace en dos grupos: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.

Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos. (Ministerio de Turismo, 2004, pág. 5)

Tabla III.1 Clasificación de atractivos naturales

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
SITIOS NATURALES	MONTAÑA	Altas montañas
		Codilleras
		Nudos
		Volcanes
		Colinas
		Desfiladeros
		Glaciares
	PLANICIES	Costeras
		Salitrales
		Valles
		Mesetas
	DESIERTO	Costeros
		De interior
		Dunas
	AMBIENTES LACUSTRES	Lagos
		Lagunas
		Ciénegas
		Pozas
		Cochas
		Pantanos
		Chacras estacionales
	RIOS	Manantial o fuente
		Riachuelo o arroyo
		Rápidos o raudales
		Cascadas, cataratas o saltos
		Riberas
		Deltas
		Meandros
		Vados
		Remansos
BOSQUES		Paramo
	Ceja de selva oriental	
	Ceja de selva occidental	
	Nublado Oriental	
	Nublado occidental	

	Montano bajo oriental
	Montano bajo occidental
	Húmedo tropical amazónico
	Húmedo tropical occidental
	Manglar
	Seco tropical
	Seco interandino
	Petrificado
AGUAS SUBTERRANEAS	Aguas minerales
	Aguas termales
	Aguas sulfurosas
FENOMENOS ESPELEOLOGICOS	Cuevas
	Cavernas
	Ríos subterráneos
FENOMENOS GEOLOGICOS	Cráteres
	Calderas
	Flujos de lava
	Tubos de lava
	Geiseres
	Escarpas de falla
	Solfataras
	Fumarolas
COSTAS O LITORALES	Playas
	Acantilados
	Golfos
	Bahías
	Cabos
	Ensenadas
	Fondeaderos
	Penínsulas
	Promontorios
	Puntas
	Istmos
	Estrechos
	Canales
	Dunas
	Línea de costa
	Estuarios

	Esteros
	Palmeras
AMBIENTES MARINOS	Arrecifes de coral
	Cuevas
	Cráteres
	Acantilados
	Fosas
	Puntos calientes
	Trincheras
	Cordilleras
	Bentos y bentónicos
TIERRAS INSULARES	Islas continentales
	Islas oceánicas
	Archipiélagos
	Islotes
	Rocas
SISTEMA DE AREAS PROTEGIDAS	Parque Nacional
	Reserva Ecológica
	Refugio De Vida Silvestre
	Reserva Biológica
	Áreas Nacionales De Recreación
	Reserva De Producción Faunística
	Área De Caza Y Pesca
	Bosque Protector
	Reserva Geobotanica

Nota: (Ministerio de Turismo, 2004, págs. 5 -7)

Tabla III.2 Clasificación de atractivos culturales

GATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
MANIFESTACIONES CULTURALES	HISTORICAS	Arquitectura
		Civil
		Religiosa
		Militar
		Zonas históricas
		Ciudades
		Sectores
		Conjuntos parciales
		Minas antiguas
		Sitios arqueológicos
		Zonas arqueológicas
		Conjuntos aislados
		Museos
		Religiosos
		Coloniales
		Arqueológicos
		Históricos
		Técnicos
		Artísticos
		Generales
		Etnográficos
		Colecciones
		Particulares
	ETNOGRAFIA	Grupos étnicos
		Arquitectura vernácula

Manifestaciones religiosas,
tradiciones y creencias populares

Música y danza

Artesanías

Instrumentos musicales

Tejidos, indumentaria

Mascaras

Alfarería

Metales

Cueros pieles

Madera

Piedras

Tejido en paja

Objetos rituales

Pintura

Imaginería

Armas

Ferias y mercados

Comidas y bebidas típicas

Shamanismo

REALIZACIONES TECNICAS
Y CIENTIFICAS

Explotaciones mineras

Explotaciones agropecuarias

Explotaciones industriales

Obras técnicas

	Centros científicos y técnicos
	Zoológicos y acuarios
	Jardines botánicos
	Viveros
	Orquidearios
	Explotación piscícola
REALIZACIONES	Museos
ARTISTICAS	Obras de arte
CONTEMPORANEAS	Pintura
	Escultura
	Galería
ACONTECIMIENTOS	Artísticos
PROGRAMADOS	Fiestas
	Vida nocturna
	Gastronomía
	Rodeos
	Feria y congreso
	Eventos deportivos

Nota: (Ministerio de Turismo, 2004, págs. 5-10)

6. Inventario de atractivos

(Ministerio de Turismo, 2004, pág. 2)

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

7. Etapas para la elaboración del inventario de atractivos

a. Clasificación de los atractivos

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

b. Recopilación de información

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

c. Trabajo de campo

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

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

d. Evaluación y jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente (Ministerio de Turismo, 2004, pág. 3)

8. Facilidades turísticas

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo. (Ministerio de Turismo, 2004, pág. 2)

B. ESTUDIO DE MERCADO

Se entiende por mercado el lugar en donde asisten la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio, a los mercados se pueden definir en función de los segmentos que los conforman, estos son los grupos específicos compuestos por entes

con características homogéneas, entonces se puede decir que un mercado es un grupo de compradores y vendedores que están para la compra y venta.

Es la búsqueda, análisis, cuantificación, determinación y evaluación de información del mercado para la toma de decisión en marketing (Pinto, 2009).

1. Demanda turística

Comprende el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto, está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de servicios turísticos (SERNATUR, 2008, pág. 6)

Se deben tomar en cuenta fuentes primarias y secundarias de información, como indicadores económicos, sociales, etc.

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado (estadística y de campo)

Se entiende por demanda el Consumo Nacional Aparente (CNA)

22

El CNA es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como:

$\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$

Cuando existe estadística, es fácil determinar cuál es el monto y comportamiento histórico de la demanda.

2. Segmentación de la demanda

Existen diferentes clases de segmentación del mercado:

a. La segmentación geográfica

División del mercado en diferentes áreas geográficas. Naciones, ciudades, localidades, vecindarios.

b. Segmentación demográfica

Se divide basándose en aspectos como; la edad, el género, la familia, la raza, la educación, ingreso.

c. Segmentación psicográficas

Divide el mercado de acuerdo con el estilo de vida, clase social, y características de la personalidad.

d. Segmentación según el comportamiento

Divide a los consumidores en grupos basados en sus conocimientos, actitudes, uso o respuesta a un producto. (Lopez, 2002, págs. 3-5)

3. Oferta turística

Corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, a saber: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores (SERNATUR, 2008, pág. 10)

4. Diseño muestral

Barba Ana 2009, por su parte cita a Spiegel (1975) quien define a la población y muestra como: Es una colección de datos que atañen a las características de un grupo de individuos u objetos, tal como las alturas y pesos de los estudiantes de una universidad; es a menudo imposible o poco práctico observar la totalidad de individuos, sobre todo si éstos son muchos. En lugar de examinar el grupo entero llamado población o universo, se examina una pequeña parte llamada muestra. Una población puede ser finita o infinita. Si una muestra es representativa de una población, se pueden deducir importantes conclusiones acerca de ésta, a partir del análisis de la misma.

Por lo tanto, la muestra es una reproducción en pequeño del universo, pero los resultados que se obtengan al estudiarla serán más o menos exactos en función del grado de error muestral que se haya aceptado previamente. Para calcular la muestra en universos finitos y con un coeficiente de fiabilidad del 99.7% se utiliza la siguiente fórmula propuesta:

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (0.05%)

z: nivel de confianza (1.75)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

a. **Recopilación de datos**

El proceso de recopilación de datos es crítico, puesto que involucra un alto porcentaje del presupuesto de investigación. En consecuencia, la selección, capacitación y control del personal es esencial en el Estudio de Mercados.

b. Procesamiento de datos

El procesamiento de datos comprende las funciones de edición y codificación. La edición consiste en la revisión de los formatos de los datos en cuanto a legibilidad, consistencia y totalidad de los datos. La codificación implica el establecimiento de categorías para las respuestas o grupos de respuestas, de tal manera que se puedan utilizar números para representar las categorías.

c. Presentación de los resultados

Es importante que los resultados de la investigación se presenten en un formato simple y dirigido hacia las necesidades de información de la situación de decisión”.

5. Encuesta como instrumento

La encuesta se define como una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población. No obstante, en el mundo de la educación, y dada la relación que existe entre los sistemas abiertos, no es posible evitar su utilización ligada a la evaluación diagnóstico, al análisis de necesidades y a la búsqueda y almacenamiento de información (Sánchez, 2010)

6. Facilidades turísticas

Las Facilidades Turísticas son aquellas posibilidades que complementan los atractivos turísticos, permitiendo la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. Además, son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación igual que las distracciones, amenidades, y servicios complementarios para el turista. Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada (Fabara, 2011, pág. 35)

C. PRODUCTO TURÍSTICO

Además de ello es importante considerar que el producto turístico es un conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos, el cual es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio, lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida. (Martínez, 2002).

1. Diseño de un producto turístico

a. ¿En qué consiste?

Es un ejercicio al cual se convoca a los agentes del desarrollo turístico del destino con el fin de crear conciencia acerca de que tan preparado está el cláster para competir con productos exitosos. Se trata de hacer una radiografía antes de emprender las acciones dirigidas a que los turoperadores (por lo general, externos al destino) evalúen las condiciones existentes y estructuren los paquetes turísticos.

El diseño del producto se hace de una manera genérica (en función del destino); no sustituye el papel del operador privado quien, de todas maneras, debe hacer su propio proceso de investigación (evaluando la calidad de las ofertas contrastándolas con lo que la demanda exige), las articula a su manera (paquetes con ofertas específicas, costos determinados) y las ponen en el mercado. (Ávila, 2006, pág. 5)

b. ¿Para qué sirve?

El diseño del producto refuerza la conciencia de los diversos actores locales (gobierno, empresarios, comunidad, diversas organizaciones) sobre la necesidad de fortalecer las alianzas estratégicas de tal manera que el destino actúe como cadena productiva (al interior del sector y en conexión con otras actividades económicas); fortalece la capacidad de negociar de los prestadores locales frente a los operadores; facilita la labor del operador en tanto que dispone de información aprovechable para la elaboración de paquetes.

c. ¿Qué información se requiere?

Datos de infraestructura, atractivos turísticos, planta turística, superestructura, uso de tecnología, nivel de capacitación.

Esta información los arroja los planes turísticos y el plan de ordenamiento.

Segmentos del mercado, información detallada, surge de la investigación de mercados y de las directrices del plan de mercadeo y promoción.

Componentes de la cadena productiva del turismo: debe seguir de los planes turísticos y de la matriz de compromisos del convenio de competitividad turística.

d. ¿Quiénes participan?

Es un ejercicio al cual se convocan empresarios, autoridades, comunidad en general en tanto que es importante contar con diversas opiniones que permita crear conciencia de la importancia del tema para el destino.

e. Los precios del producto

Aquí se analiza los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto, existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado se debe señalar la que corresponda con las características del producto y del tipo de mercado. Entre las modalidades están:

- 1) Precio dado por el mercado interno.
- 2) Precio dado por similares importados
- 3) Precios fijados por el gobierno
- 4) Precio estimado en función del costo de producción
- 5) Precio estimado en función de la demanda (a través de los coeficientes de elasticidad)
- 6) Precios del mercado internacional para productos de exportación

Fijación del precio se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Una vez que se ha escogido un precio, es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto.

f. Mercado potencial

El objetivo del estudio de mercado es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los diferentes niveles de precios previstos. En este sentido, es necesario calcular la demanda insatisfecha. Para determinarla proceda de esta manera.

Cruce los datos proyectados de demanda con la oferta proyectada Si la demanda es mayor que la oferta proyectada significa que existirá demanda insatisfecha.

Compárela con la oferta del producto que cubrirá el proyecto, y cuantifíquela. En caso de no existir tales diferencias, se deberán mencionar los factores que pueden permitir captar un mercado ya cubierto, o la incorporación a posibles expansiones futuras.

Recuerde que de esta demanda potencial se usará para las estimaciones financieras. (Ávila, 2006, pág. 8)

2. Clasificación de un producto turístico

Realizamos una clasificación de los productos en función de los hábitos de compra.

- a. Productos de conveniencia. Hace referencia a las compras no planificadas, en las que el consumidor, invierte poco tiempo en la búsqueda y comparación, pues son compras que se realizan de forma rutinaria. A su vez los bienes de conveniencia pueden dividirse en:
 - 1) Productos de compra rutinaria. Aquellas compras que se realizan por costumbre;
 - 2) Productos que se compran por impulso. Son aquellos que se compran cuando se ven, es decir, que se despierta el deseo cuando se tiene el producto ante los ojos; y
 - 3) Los productos de emergencia. Son productos que se compran cuando surge una necesidad urgente. Una característica de estos productos es que, en muchas ocasiones, cuando se trata de productos que se pueden hacer en cualquier momento, los precios de los mismos son superiores a cuando se compran en situaciones normales.

- b. Productos de compra esporádica. Son aquellos productos adquiridos en un proceso de selección, donde se comparan los distintos atributos de los mismos. Se distingue entre productos de compra esporádica homogéneos, aquellos en los que las prestaciones de los servicios son prácticamente las mismas, lo que difiere es el precio según marcas; y productos de compra esporádica heterogéneos, en los que las características son más importantes que el precio, es decir, que el cliente estará dispuesto a pagar un poco más, si el producto se adapta más a sus deseos y si las prestaciones del producto son mayores que las de otras marcas con precios menores.

- c. Productos de especialidad. Son aquellos productos que tienen unas características únicas, y que el consumidor está dispuesto a obtener sea como sea. 4. Productos no buscados. Son productos que el consumidor no sabe que existen, o que sabiéndolo no desea comprar, y que sólo buscará en determinados momentos de la vida. (Nicolau, 2016, pág. 8)

D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Se refiere al estudio del marco administrativo y legal del proyecto, es decir la estructura organizativa y los requerimientos legales del proyecto (Lopez, Aceves, Pellat, & Puerta, 2010, pág. 2)

1. Aspecto administrativo

En el aspecto administrativo se debe tomar las decisiones para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos. El proceso administrativo consta de:

- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control

2. Organización

la organización representa la unidad de trabajo privada o pública debidamente planificada y estructurada, la cual tiene una misión y una visión plenamente identificadas, y que cuenta con características jurídicas, fiscales y administrativas propias, además de actuar dentro un marco social, económico, laboral y político determinado en cierto país o internacionalmente (Lopez, Aceves, Pellat, & Puerta, 2010, pág. 5)

3. Criterio de ordenamiento de recursos

Las funciones descritas deben ser entregadas a cada empleado con cargo firmado para asegurar su pleno conocimiento. Los deberes para cada cargo deben incluir todas las obligaciones, de modo que tanto el jefe como el subordinado conozcan exactamente sus responsabilidades y se evite que cada cual interprete a su manera. La descripción debe ser en forma simple y clara indicando expresamente las habilidades que se requieren para el desempeño del cargo.

4. Selección del personal

Es la elección de la persona idónea para un puesto determinado y a un costo adecuado. Esta selección también debe permitir la realización del trabajador en el desempeño de su puesto, así como el desarrollo de sus habilidades potenciales a fin de hacerlo más satisfactorio así mismo y a la comunidad en que se desenvuelve, para contribuir con ello a los propósitos de la organización. (Mercado, 2001). El proceso de selección incluye los siguientes elementos: Formulación de solicitud de empleo, entrevista con el encargado, pruebas psicológicas, físicas y de habilidades, en

algunos casos se vuelve a entrevistar con el que sería el jefe inmediato y finalmente viene la contratación. Para la elaboración del Proyecto de inversión se debe proponer una estructura adecuada para seleccionar al recurso humano necesario para llevar a cabo las operaciones de la empresa (Lopez, Aceves, Pellat, & Puerta, 2010, pág. 5)

5. Aspecto legal

En este rubro de la elaboración de proyectos de inversión se debe dejar muy claro el tipo de personalidad jurídica que tiene la empresa, pudiendo ser Persona física o Persona moral. En caso de ser persona moral será necesario fundamentar el tipo de sociedad a partir de lo establecido en el código mercantil dentro de la Ley General de Sociedades Mercantiles. (Lopez, Aceves, Pellat, & Puerta, 2010, pág. 5)

E. ESTUDIO AMBIENTAL

1. Concepto

Según la norma ISO 14001:2004, Sistemas de Gestión Ambiental, Impacto Ambiental, se define como cualquier cambio en el medio ambiente, sea adverso o beneficioso, como resultado total o parcial de los aspectos ambientales de una organización; entendiendo Aspecto ambiental como el elemento de las actividades, productos o servicios que puede interactuar con el medio ambiente. (Universidad Nacional Abierta y a Distancia, 2010)

2. Evaluación de impactos ambientales

El proceso de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), es un procedimiento administrativo científico-técnico que permite identificar y predecir cuáles efectos ejercerá sobre el ambiente, una actividad, obra o proyecto, cuantificándolos y ponderándolos para conducir a la toma de decisiones (Secretaría Técnica Nacional Ambiental, 2015).

3. Estudio de impactos ambientales

El Estudio de Impacto Ambiental es el documento técnico en el que se apoya todo el proceso de decisión de la Evaluación de Impacto Ambiental. En este documento se desgana en detalle cuando es necesario realizarlo, la Estructura de los Estudios de Impacto Ambiental, cómo hacerlos, su Tramitación, la fijación del Precio, los plazos de realización, la Legislación implicada, y Enlaces interesantes con información detallada y Ejemplos del EIA (Colbrand, 2016)

F. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior - Estudio Técnico; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto. Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación.

1. Determinación de la inversión

La cuantía de las inversiones previas a la puesta en marcha y de aquellas que se realizan durante la operación del gimnasio con las características descritas en el apartado 1.2. del capítulo 1, serán determinantes para la posterior evaluación económica del proyecto.

Para tal efecto, el monto de inversión total requerido se sintetiza en tres segmentos:

- 1) Inversión Fija.
- 2) Inversión Diferida.
- 3) Capital de Trabajo.

2. Inversión fija

La inversión fija del proyecto contempla la inversión en activos fijos tangibles, tales como terreno, obras físicas; así como la adquisición de mobiliario y equipo, entre otros, para su inicio de operación.

3. Inversión diferida

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto (Universidad Nacional Autónoma de México, 2005)

4. Capital de trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del proyecto, cuya función consta en financiar el desfase que se produce entre los egresos y la generación de ingresos de la empresa, o bien, financiar la primera producción antes de percibir ingresos (Universidad Nacional Autónoma de México, 2005).

5. Estados financieros

Los estados financieros pro forma muestran las proyecciones financieras de un proyecto en su horizonte de planeación, lo que permite prever los resultados económicos que tendrá la empresa una vez que se encuentre en operación. Los estados financieros pro forma son comúnmente los siguientes: Estado de Resultados y Balance General; estados que sirven como indicadores del comportamiento de la empresa en el futuro, acorde a los recursos de que dispone, a las utilidades que se generen en su actividad y a las obligaciones que deberá cumplir. De tal modo que los estados financieros pro forma en su conjunto, constituyen un medio muy recurrido para la toma de decisiones que competen principalmente a la propia empresa.

6. Estados de resultados

También conocido como estado de pérdidas y ganancias, porque precisamente en él se muestran los resultados obtenidos por la empresa en términos de utilidades o pérdidas en un determinado periodo (generalmente un año) como consecuencia de sus operaciones. Su importancia radica en calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo que de manera general representan el beneficio real que dicha empresa haya podido generar.

7. Flujo de caja

Teóricamente el Flujo neto de efectivo es la diferencia entre ingresos y egresos de una empresa que vuelve a ser utilizado en su proceso productivo, lo que representa disponibilidad neta de dinero en efectivo para cubrir aquellos costos y gastos en que incurre la empresa, lo que le permite obtener un margen de seguridad para operar durante el horizonte del proyecto, siempre y cuando dicho flujo sea positivo.

8. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción que deberá mantener una empresa para cubrir todos sus costos de operación, sin incurrir en pérdidas o utilidades. El nivel de equilibrio se alcanza cuando los ingresos por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y variables, siendo ese el

nivel en el cual no se pierde ni gana dinero. Su principal utilidad consiste en que se puede calcular el punto mínimo de producción al que debe operar la empresa para no contraer pérdidas; al igual que determinar el nivel al que tendrá que producir y vender un bien o servicio, para que el beneficio que ello genere sea suficiente para cubrir todos sus costos de producción (Universidad Nacional Autónoma de México, 2005)

9. Tasa interna de retorno

La TIR se define como aquella tasa de descuento que iguala el valor actual de los flujos de entrada esperados de un proyecto con el valor actual de sus costos esperados.

VA flujos de entrada = VA costos de inversión

$$VAN = 0 = \sum \frac{\text{flujo neto}_t}{(1 + TIR)^t}$$

Obsérvese que la fórmula de la TIR es simple, la fórmula del VAN, resuelta para obtener la tasa particular de descuento que hace el VAN igual a cero. En matemática los métodos del VAN y la TIR siempre conducirán a las mismas decisiones de aceptación, en el caso de proyectos independientes. Sin embargo, el VAN y la TIR pueden conducir a conflictos cuando se aplican a proyectos mutua excluyentes.

Si la TIR es superior al costo de los fondos que se usaron para financiar el proyecto, quedará un superávit después de que se haya pagado el capital, y el superávit se acumulará para los accionistas. Es precisa esta característica de punto de equilibrio lo que hace que la TIR sea útil al evaluar proyectos de capital (Birmihan, 2013)

10. Valor actual neto

El VAN se basa en las técnicas del F de F descontado. Su implementación consta de varios pasos. Primero debe encontrarse el VA de c/flujo, incluyendo tanto los de entrada como los de salida, descontados al costo del capital del proyecto. Segundo, deben sumarse estos flujos para obtener el VAN del proyecto.

$$VAN = \frac{\text{flujo neto}_t}{\sum (1 + K)^t}$$

Si el van es positivo, el proyecto debería ser aceptado, si es negativo debería ser rechazado.

Un VAN igual a cero significa que los F de F del proyecto son justamente suficientes para reembolsar el capital invertido y para proporcionar la tasa requerida de rendimiento sobre ese capital. Si un proyecto tiene un VAN positivo estará generando más efectivo del que se necesita para reembolsar su deuda y para proporcionar el rendimiento requerido a los accionistas, y este exceso de efectivo se acumulará exclusivamente para los accionistas de la empresa. Si la empresa toma un proyecto con VAN positivo, la posición de los accionistas se verá mejorada (Birmihan, 2013).

11. Relación beneficio costo

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.

$$\frac{B}{C} = \frac{VAI}{VAC}$$

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que: B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable. B/C = 1 implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente. B/C < 1 implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable (Gomez, 2014)

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La investigación se llevó a cabo en la parroquia Jambelí, cantón Lago Agrio, provincia Sucumbíos.

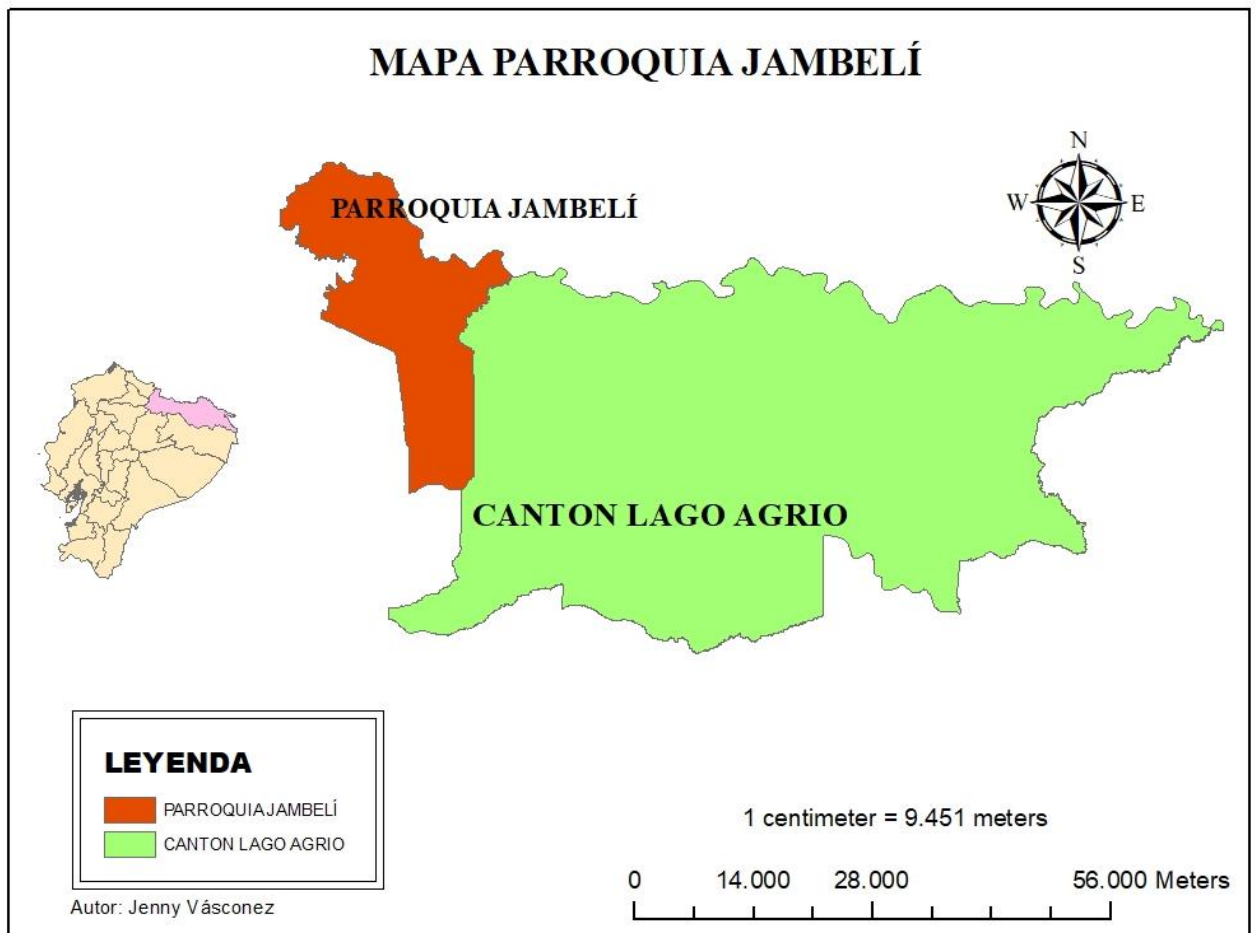


Figura IV.1 Mapa base de la parroquia Jambelí

Nota:(Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

2. Ubicación geográfica

Coordenadas UTM proyectadas en Zona 18 N WGS84:

Sistema de Coordenadas

X: 0084156

Y: 77086145

Z: 220 hasta los 380 msnm.

3. Limites

- **Norte:** República de Colombia
- **Este:** parroquias Nueva Loja y Santa Cecilia
- **Oeste:** parroquias Dorado de Cáscales, Santa Rosa de Sucumbíos y Sevilla
- **Sur:** parroquias El Dorado de Cáscales y Santa Cecilia (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 12)

4. Características climáticas

Las características climáticas de la parroquia Jambelí, predominan precipitaciones mínimas de 3.400 a máximas de 3.750 mm, en el 90% del territorio, extendiéndose desde el sur hacia el extremo oeste; en el 10% restante de territorio, predominan precipitaciones entre 3750 a 4000 mm, cuya temperatura hacia el extremo sur oeste del territorio la temperatura oscila entre 23 a 25 °C hacia el noreste tiene un rango entre 25 a 25 °C, las lluvias se distribuyen bien durante todos los meses del año (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 27).

5. Clasificación ecológica

6.

Tabla IV.1 Tipos de cobertura vegetal

Cobertura vegetal	Descripción
Bosque nativo	Constituido por vegetación arbórea leñosa, densa, estratificada con diversidad de especies nativas, con alturas superiores a 20 m, se alberga una importante biodiversidad que comprende una superficie de 28842,67 hectáreas.
Bosque nativo muy intervenido	Presenta una superficie de 2703,08 hectáreas, pertenece a bosque primario y secundario intervenido, con cultivos perennes o semi perennes, que sobresale cultivos de café, cacao, plátano, cítricos entre otros.
Herbazal lacustre de zonas bajas	Ecosistema lacustre cubierto de vegetación herbácea y arbustiva; comprende una superficie de 39,81 hectáreas.
Mosaico agropecuario	Comprenden una superficie de 917,44 hectárea, en sistemas agroforestales.
Mosaico de arbustos y pastos	Los pastos cultivados corresponden a vegetación herbácea, principalmente gramíneas, con fines

pecuarios. Comprende una superficie de 10628,36 hectáreas.

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, págs. 24 - 25)

6. Características del suelo

Jambelí presenta suelos que se han formado, sobre relieves fuertemente ondulados y disectados, en áreas de pendientes fuertes: Otros suelos se localizan en las terrazas fluviales, generalmente aledañas a los ríos. La parroquia presenta seis tipos de suelos:

a. Aquic DYSTROPEPTS

Presenta en una superficie de 226,85 hectáreas que figuran el 0,52% del área total del territorio de la parroquia y el 0,64% del área productiva. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 20).

b. Oxic y Typic DYSTROPEPTS

Presenta una superficie de 22326,83 hectáreas que corresponde el 47,14% del total parroquial y el 58,72% aproximadamente del área productiva; suelos pardo rojizos y rojos, arcillosos, medianamente profundos, drenaje moderado, pH muy ácido (4.0), mediano a alto grado de toxicidad de Al, fertilidad baja (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 20).

c. Typic DYSTROPEPTS

Se distribuyen en un área de 3027,38 hectáreas que corresponde al 6,67% del territorio de la parroquia y el 8,31% del área productiva, suelos de origen coluvial de color pardo rojizo oscuro, franco arcilloso a arcillosos (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 20).

d. Typic y Aquic DYSTROPEPTS

Cubre una superficie de 5312,77 hectáreas y representan el 12,15% del territorio de la parroquia y el 157,62% aproximadamente del área productiva, suelos pardo rojizo oscuro, franco arcilloso a arcillosos, fertilidad baja (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 20).

e. Typic HYDRANDEPTS

Presenta una superficie de 1348,43 hectáreas se distribuyen suelos derivados de cenizas volcánicas, sobre rocas metamórficas o sedimentarias; muy suave, esponjoso, tixotrópico en profundidad pardo amarillento, de baja fertilidad (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 21)

f. Entic y Aquic TROPOFLUVENTS

Suelos pardos, texturas variables, dominante franco arcillosas fertilidad mediana que ocupan una superficie de 3669,71 hectáreas. Las características químicas más importantes: materia orgánica alta en el primer horizonte de 20 cm de espesor, disminuyendo en profundidad a niveles bajos, en niveles medios se encuentra en nitrógeno (NH₄), potasio y fósforo, el calcio y magnesio son altos (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 21).

7. Materiales y métodos**a. Material de campo**

Libreta de campo

Ficha de inventario

Lápiz

Esfero

Tablero

b. Equipo de campo

GPS

Cámara fotográfica

B. METODOLOGIA

La presente investigación se llevó a cabo mediante la recopilación de información primaria (salidas de campo), e información secundaria (revisión bibliográfica de estudios anteriores). A continuación, los pasos que se siguieron para el cumplimiento de los objetivos que fueron planteados:

1. Primer objetivo: Evaluar el potencial turístico de la parroquia Jambelí, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.

a. Diagnostico situacional

Para el análisis del diagnóstico situacional, se recurrió a investigar información de instituciones gubernamentales, se recopiló información secundaria obtenida del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Jambelí, se realizó salidas de campo, de la parroquia en base a los siguientes componentes:

Ámbito biofísico

Ámbito socio-cultural

Ámbito económico

Ámbito asentamientos humanos

Ámbito movilidad, energía y conectividad

Ámbito político institucional

b. Inventario de atractivos turísticos

Para el inventario de los atractivos turísticos naturales y culturales se utilizó la Guía Metodológica propuesta por el ministerio de turismo 2004, se identificó la ubicación y caracterización.

Los lineamientos fueron los siguientes:

Identificación de los atractivos en territorio.

Clasificación de los atractivos de acuerdo a metodología MINTUR.

Evaluación y jerarquización según la potencialidad del atractivo.

2. Segundo objetivo: Determinar la viabilidad comercial, productiva, ambiental, legal administrativa del producto en estudio.

a. Determinar la viabilidad comercial

Para determinar la viabilidad comercial se tomó el análisis de tres componentes importantes la demanda, oferta y la confrontación de oferta - demanda.

1) Demanda

Para el estudio de la demanda se realizó en el siguiente

2) Segmentación

El segmento de mercado estuvo conformado por los turistas nacionales e internacionales que ingresaron de las diferentes provincias y países a la Reserva de Producción de Fauna Cuyabeno.

3) Universo

El universo de estudio estuvo conformado por el número de turistas nacionales e internacionales 15662 turistas que ingresaron a la Reserva de Producción de fauna Cuyabeno en 2016, datos proporcionados por el Ministerio del Ambiente en sistema de información áreas protegidas.

4) Muestra

Para establecer la muestra de área de estudio se utilizó la fórmula de poblaciones finitas mismas que se indican a continuación:

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

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (8%, este % es variable)

z: nivel de confianza (1.75)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Turistas Nacionales

$$n = \frac{2819(0.5 * 0.5)}{2819 - 1 * \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 338 \text{ encuestas}$$

Turistas Internacionales

$$n = \frac{12843(0.5 * 0.5)}{12843 - 1 * \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 373 \text{ encuestas}$$

De la muestra obtenida se dispuso la siguiente forma para la aplicación de las encuestas:

- Turistas nacionales corresponde al 18% con 337 encuestas.
- Turistas internacionales corresponde a 82% con 368 encuestas.

La técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento un cuestionario.

5) Recolección de información

Se elaboró un cuestionario en el idioma español e inglés para turistas nacionales e internacionales que ingresan a la provincia de Sucumbíos.

6) Sistematización de información

Se procedió a la sistematización de los resultados obtenido en campo, mediante un análisis estadístico en el programa Microsoft office Excel 2010, se determinó los gustos y preferencia de los encuestados el cual define el perfil del turista nacional e internacional.

7) Análisis mercadotécnico

Para el análisis del mercado técnico se determinó los canales de distribución, el plan de comunicación con el logotipo del proyecto, slogan, y los diseños de medios que permitirán dar a conocer el producto a diseñar.

b. Determinar la viabilidad productiva

Al definir la demanda, se identificó la demanda objetiva para el consumo del producto.

Se identificó la macro y microlocalización del proyecto en concordancia al diagnóstico situacional del área y la identificación del producto por parte de la demanda.

Se establecieron las facilidades turísticas para mejorar o implementar servicios turísticos.

Se diseñó el paquete turístico enfocado al perfil del turista nacional e internacional.

Se diseñó flujogramas de los procesos productivos.

Se definió los requerimientos del área para el área productiva.

c. Determinar la viabilidad ambiental

Se aplicará la matriz de impactos ambientales que determinará el nivel de impacto que ocasionaría la creación del producto turístico para la parroquia Jambelí.

Tabla IV.2 Matriz de impactos ambientales

Actividades Del Proyecto Que Causan Daño	Efecto	Medida De Mitigación	Requerimientos	Gastos
		Suelo		
		Total		
		Aire		
		Total		
		Agua		
		Total		
		Biodiversidad		

Total

Total de gastos en requerimientos para el estudio ambiental

Nota (Ing. Danny Castillo, 2016)

d. Determinar la viabilidad legal administrativa

Para el análisis de la normativa legal se revisó los libros de leyes que permiten el desarrollo de la actividad turística, Se analizará:

- Constitución Política de la República de Ecuador.
- Ley de Turismo
- Ley de Economía Popular y Solidaria.

El análisis de esta información permitió definir la estructura legal para la operación turística.

3. Tercer objetivo: Determinar la rentabilidad financiera del producto turístico

En el estudio económico financiero se identificaron las inversiones, fuentes de financiamiento, amortizaciones, depreciaciones, flujo de caja balances y estados de cuentas. En el análisis económico se determinó el valor actual Neto (VAN), para determinar si el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), para definir si el proyecto generará una relación de ganancias o pérdidas entre estos dos factores.

V. RESULTADOS

A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA JAMBELÍ, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS.

1. Ámbito Físico espacial

c. Localización

La parroquia de Jambelí se encuentra ubicada dentro de la unidad territorial del cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos. Geográficamente está ubicada al Nororiente ecuatoriano, con una temperatura media anual de 16°C, una precipitación media anual 1000 - 2000 mm. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 12)

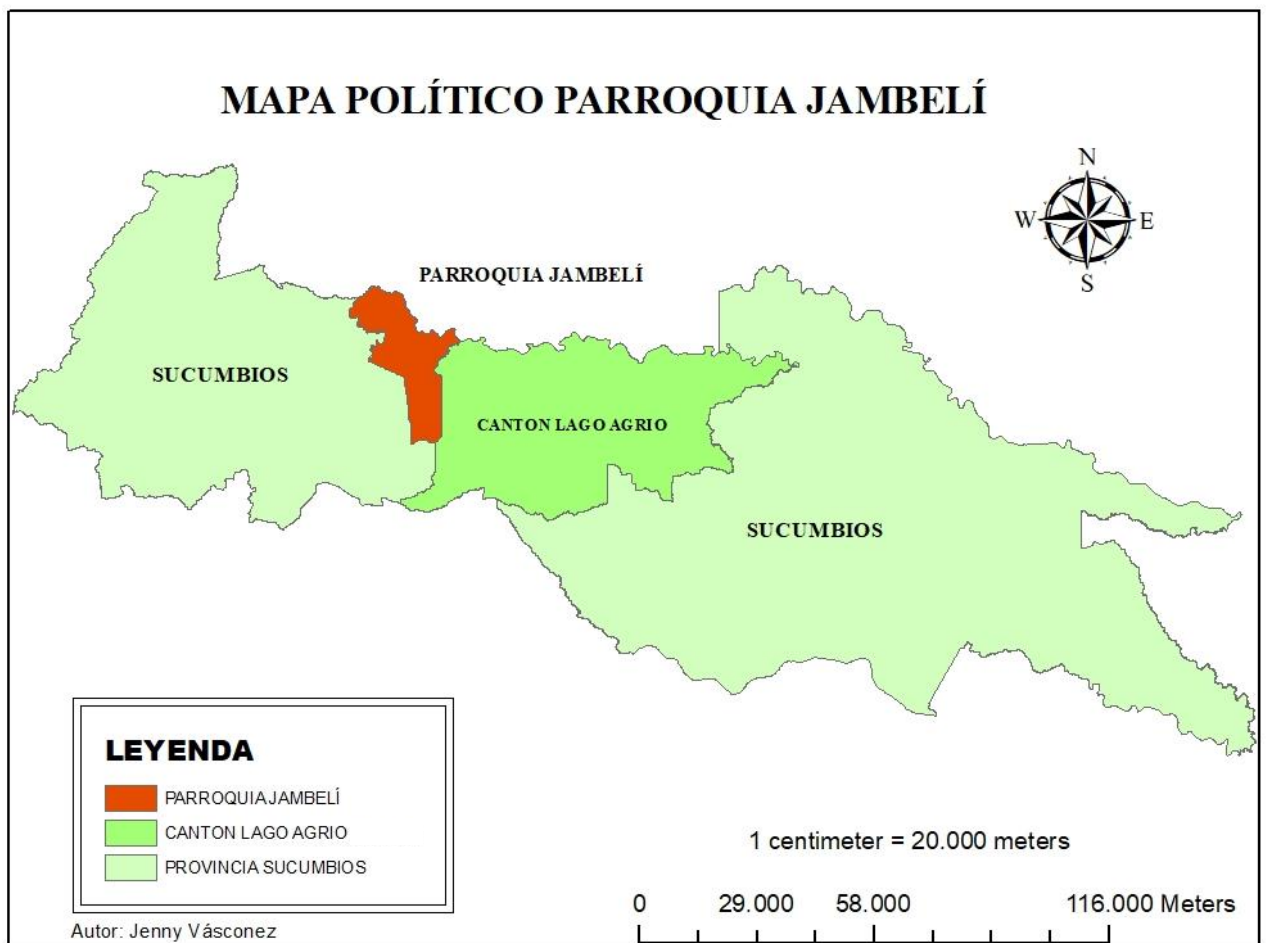


Figura V.1 Mapa división política administrativa de la parroquia Jambelí

Nota:(Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

d. Ubicación geográfica

La parroquia Jambelí se encuentra ubicada en las coordenadas UTM Zona 18 N Datum WGS 84:

Latitud: 26887875

Longitud: 929313

Altura: 297msnm

Superficie: 44556,85

(Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Lago periodo 2014 – 2019, pág. 40)

e. División Política Administrativa

Presenta una dinámica política administrativa que confirmada por la tendencia política, junta parroquial, sub-centro de salud. La Parroquia está constituida por 15 recintos, 05 Precooperativas, 07 Comunas y 05 Barrios dentro de la cabecera parroquial. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 12)

f. Límites

La parroquia limita al Norte con la República de Colombia, al Sur con las parroquias El Dorado de Cáscales y Santa Cecilia; al Este con las parroquias Nueva Loja y Santa Cecilia; y al oeste con las parroquias Dorado de Cáscales, Santa Rosa de Sucumbíos y Sevilla. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 12)

g. Vías de acceso

De acuerdo al análisis que plantea el PDyOT la parroquia presenta con 10,86 km de vía asfaltada, 87 Km de vía lastrada, y 146,29 Km de senderos. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 103)

2. Ámbito Sociocultural

a. Etnicidad

Los grupos étnicos más representativos son: los mestizos con el 64% y el indígena con el 27,96% respectivamente de la población total 3315 habitantes. Dentro del grupo indígena, existen tres

nacionalidades: Shuar, Kichwa y Cofán. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 54)

b. Población

La parroquia Jambelí es una de las seis parroquias rurales del cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos, cuenta con una población de 3315 habitantes, cuya mayoría es joven y equivalente al 5% de la población total de la parroquia, con un total 1772 hombres y 1543 mujeres, población considerada completamente rural, identificada con el 91,4% a población pobre (INEC, 2010), como determina el gráfico.

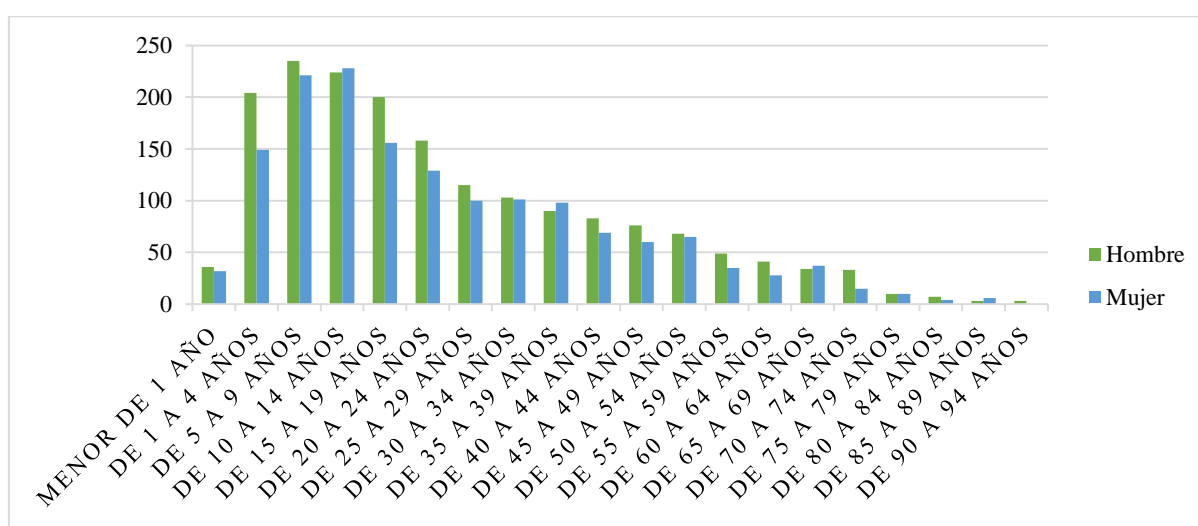


Figura V.2 Análisis población de la parroquia Jambelí

Nota: (INEC, 2010)

c. Nivel de instrucción

La población de la Parroquia Jambelí tiene un total de 2.894 habitantes con diferentes niveles de instrucción académica, grupo importante es la primaria con 1.287 casos de la población, como segundo grupo importante es el nivel secundario que han aprobado 556. En tanto a la falta de educación o formación regular existe un número de casos bastante reducido, en total 185 casos.

Tabla V.1 Nivel de instrucción académico

Nivel de instrucción	Número de personas
Ninguno	185
Centro de Alfabetización/(EBA)	22
Preescolar	25
Primario	1.287

Secundario	556
Educación Básica	471
Bachillerato - Educación Media	177
Ciclo Postbachillerato	7
Superior	100
Se ignora	64
Total	2.894

Nota: (INEC, 2010)

d. Servicios básicos disponibles

1) Agua

Según los datos del instituto nacional de estadísticas la procedencia principal de agua de 881 de viviendas, 222 viviendas reciben el agua de red pública; mientras que el 41% lo hacen de pozo, y 21% de río, vertiente, acequia o canal y un 7% que corresponde a 53 casos reciben agua de aguas lluvias u otros.

Tabla V.2 Procedencia del agua

Procedencia del agua recibida	Casos	%
De red pública	222	31
De pozo	295	41
De río, vertiente, acequia o canal	149	21
Otro (Agua lluvia/albarrada)	53	7
Total	719	100

Nota: (INEC, 2010)

2) Energía eléctrica

En la conectividad de energía eléctrica para la parroquia procede en 418 casos de la red de empresa pública, representando al 58% de la red pública, un grupo importante el 39% casos carecen de energía eléctrica y un 3% utiliza generadores de luz.

Tabla V.3 Energía eléctrica

Procedencia de luz eléctrica	Casos	%
Red de empresa eléctrica de servicio público	418	58
Generador de luz (Planta eléctrica)	20	3
No tiene	281	39
Total	719	100

Nota: (INEC, 2010)

3) Alcantarillado

En Jambelí, 109 viviendas cuentan con conexión a red pública de alcantarillado; el 19% cuenta con pozo séptico; el 16% tienen conexión a pozo ciego y un preocupante 37% (267 casos) no cuentan con un sistema para el desecho de los servicios higiénicos.

Tabla V.4 Alcantarillado

Procedencia alcantarillado	Casos	%
Conectado a red pública de alcantarillado	109	15
Conectado a pozo séptico	139	19
Conectado a pozo ciego	116	16
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	13	2
Letrina	75	10
No tiene	267	37
Total	719	100

Nota: (INEC, 2010)

4) Recolección de desechos

El sistema de recolección de desechos dentro de la parroquia corresponde al 22% casos mediante el servicio de carro recolector, 221 casos realizan la quema de los desechos, y un 26% considerable porcentaje arrojan los desechos en terrenos baldíos o quebradas.

Tabla V.5 Recolección de los desechos

Eliminación de la basura	Casos	%
Por carro recolector	160	22
La arrojan en terreno baldío o quebrada	187	26
La queman	221	31
La entierran	107	15
La arrojan al río, acequia o canal	22	3

De otra forma	22	3
Total	719	100

Nota: (INEC, 2010)

5) Vivienda

En Jambelí el 63% hogares cuenta con casas de cuales 296 son propias, 47 son propias por medio de (regalada, donada, heredada o por posesión); el 27% corresponde a ranchos de los cuales 147 son totalmente propias. De 881 casos presentan 476 a su propiedad y 88 corresponde a propia por medio de (regalada, donada, heredada o por posesión).

Tabla V.6 Vivienda

Tipo de vivienda	Casos	%	Propia y totalmente pagada	Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)
Casa/Villa	558	63	296	47
Departamento en casa o edificio	1	0	1	0
Cuarto(s) en casa de inquilinato	7	1	0	4
Mediagua	56	6	23	4
Rancho	240	27	147	30
Covacha	8	1	4	0
Choza	8	1	4	3
Otra vivienda particular	2	0	1	0
Otra vivienda colectiva	1	0	0	0
Total	881	100	476	88

Nota: (INEC, 2010)

6) Salud

a) Establecimientos de salud

El sistema de salud pública de la Parroquia Jambelí, se enmarca dentro del distrito 21D02 correspondiente al cantón Lago Agrio, código 21D02C05 en el Subcentro de Salud Rural Jambelí.

En caso de servicios especializados, los habitantes de la parroquia acuden a la ciudad de Nueva Loja, cabecera provincial de Sucumbíos que dispone del Hospital General, Centros y Subcentros de Salud Urbano así como servicios de atención mixta como Patronato Provincial, Patronato

Municipal y servicio de salud en clínicas Privadas. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 48)

b) Medicina tradicional

En la parroquia Jambelí, además del subcentro de salud pública, existe la práctica y uso de medicina tradicional de las comunidades indígenas, mediante parteras o shamanes. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 49)

7) Transporte

El centro poblado de parroquia Jambelí se encuentra en la vía E45, que une Quito-Lago Agrio. Realidad muy distinta es la que vive la gente del sector rural, existiendo un solo tipo de transporte denominada Ranchera, transporta desde y hacia los recintos, comunas y Precooperativas. Este servicio lo realiza la Cooperativa de Transportes Putumayo.

Las frecuencias hacia la zona rural es de una por la mañana y otra en la tarde antes del ingreso de los estudiantes a la escuela y al retorno a sus hogares. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 90)

8) Comunicación

La parroquia se encuentra con disponibilidad de telefonía fija y mayoritariamente telefonía móvil con 431 casos, presenta un déficit de 705 casos que no tiene acceso a conectividad de internet.

Tabla V.7 Cobertura en comunicación

Acceso a telecomunicaciones	Sí	No
Hogares con disponibilidad a internet	15	705
Hogares con disponibilidad de telefonía celular	431	289
Hogares con disponibilidad telefonía convencional	106	614

Nota: (INEC, 2010)

3. Ámbito ecológico territorial

a. Condiciones ambientales de la zona

1) Clima

Dentro del territorio de la parroquia Jambelí predominan precipitaciones mínimas de 3.400 a máximas de 3.750 mm en el 90% del territorio, extendiéndose desde el sur hacia el extremo oeste; en el 10% restante de territorio, predominan precipitaciones entre 3750 a 4000 mm, marcando los límites de distribución de las más altas precipitaciones hacia el extremo sur del territorio parroquial. En cambio, referente a las isotermas, hacia el extremo sur oeste la temperatura oscila entre a 23°C a 25°C y hacia el noreste tiene un rango entre 25°C a 25,5°C.

El tipo de clima predominante en la parroquia Jambelí es el Tropical lluvioso (AF), el cual ocupa todo el territorio, se caracteriza por presentar una temperatura media elevada mayor a 22°C, y abundante precipitación durante solo una estación lluviosa, superior a los 3500 mm llegando a registrarse lluvias hasta los 5500 mm; estas lluvias son uniformes, es decir se distribuyen bien durante todos los meses del año. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 27)

b. Clasificación ecológica

La región amazónica cuenta con aproximadamente 9260000 hectáreas representa el 30% del territorio nacional, pero en el contexto regional solo el 2% de la Cuenca Amazónica. Esta región abarca un rango altitudinal que varía entre la región norte y sur pero que en promedio va de 180-190 msnm en la parte más baja de la llanura amazónica y 2900 en las cumbres de las cordilleras amazónicas. Incluye tanto las planicies de inundación de los ríos de origen andino y de origen amazónico, sus interfluvios, así como el área de piedemonte de la cordillera Oriental y las cordilleras subandinas o amazónicas que se levantan hacia el sur. Al norte es característica la presencia de bosques de tierra firme sobre una serie de colinas que varían de disectadas a muy disectadas, zonas de pantanos, moretales o bosques de palmas y los sistemas lacustres de aguas negras.

La Amazonía central y sur del Ecuador está dominada por un complejo de mesas de arenisca y colinas interrumpidas por terrazas aluviales asociadas con los valles de inundación de ríos de aguas blancas y negras y un relieve homogéneo asociado con el cono de esparcimiento del río Pastaza. En términos de geomorfología a escala de mesorelieve la baja Amazonía se define con la presencia de unidades que corresponden a llanuras y penillanuras conformadas por una serie de colinas, valles, mesetas, en base a estos criterios de geomorfología y a análisis de composición florística, principalmente de la composición de comunidades de árboles hemos definido como la baja

Amazonía a toda la región bajo los 300 msnm. (MAE, Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental, 2012, pág. 76)

El territorio de la parroquia Jambelí está cubierto mayormente por bosque natural y pastos asociados con arboricultura tropical y cultivos de ciclo corto.

1) Bosque nativo

Pertenece al estrato arbóreo natural que no presenta intervención humana. Está constituido por vegetación arbórea leñosa, densa, estratificada con diversidad de especies nativas, con alturas superiores a 20 m, en las cuales se alberga una importante biodiversidad como bromelias y epífitas. Comprende una superficie de 28842,67 hectáreas.

2) Bosque nativo muy intervenido

Corresponde a bosque primario y secundario intervenido, en asocio con cultivos perennes o semi perennes, que forman generalmente mosaicos, sobresaliendo cultivos de café, cacao, plátano, cítricos entre otros. Abarca una superficie de 2703,08 hectáreas.

3) Herbazal lacustre de zonas bajas

Es un ecosistema lacustre cubierto por vegetación herbácea y arbustiva; comprende una superficie de 39,81 hectáreas.

4) Mosaico agropecuario

Hace referencia a cultivos agropecuarios especialmente en sistemas agroforestales, ocupando áreas mínimas y considerables. Comprende una superficie de 917,44 hectáreas.

5) Mosaico de arbustos y pastos

Los pastos cultivados y naturales corresponden a vegetación de especies herbáceas, principalmente gramíneas, con fines pecuarios. Comprende una superficie de 10628,36 hectáreas. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 24)

6) Cuerpos de agua

Corresponde a los diferentes cursos de agua existentes en el territorio, tales como ríos, quebradas, riachuelos, pantanos, entre otros sistemas lacustres. Comprende una superficie de 986,03 hectáreas.

c. Uso del Suelo

En el territorio de la parroquia Jambelí, se localizan en las colinas y relieves fuertes y disectados, son de coloración pardo rojizos y rojos, arcillosos, medianamente profundos, drenaje moderado, pH muy ácido (4.0), mediano a alto grado de toxicidad de Al, fertilidad baja; químicamente de nivel medio a alto (3.40%) de materia orgánica en los primeros 20 cm, y nitrógeno (como NH₄) medio y bajos en fósforo, potasio, calcio y magnesio. Ocupan la mayor parte de las colinas de relieve fuerte y moderadamente disectadas.

Otros suelos se ubican en las llanuras de explayamiento, y terrazas bajas, generalmente mal drenadas, frecuentemente inundables, con suelos pardos, francos arcillosos, poco profundos, con presencia de la capa freática a poca profundidad, pH ligeramente ácido (5.5-5.8), fertilidad media; altos en materia orgánica (6.0 a 7.0%), nitrógeno y calcio son, niveles bajos en fósforo, potasio y magnesio. Con excepción de los suelos de las llanuras bajas terrazas indiferenciadas, que presentan una alta a mediana fertilidad, limitadas por la profundidad de la capa freática (requieren drenaje para su buen uso), los suelos de las colinas y relieves disectados presentan fuertes restricciones de uso y manejo. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 24)

d. Descripción de la flora y fauna representativa

1) Flora

Tabla V.8 Flora representativa

Nombre común	Nombre científico	Familia
Guarumo	<i>Cecropia peltata</i>	CECROPIACEAE
Guaba	<i>Inga sp.</i>	MIMOSACEAE
Pambil	<i>Iretea deltoidea</i>	ARECACEAE
Achiotillo	<i>Vismia sp.</i>	BIXACEAE
Piwi	<i>Polladesta discolor</i>	ASTERACEAE
Guarango	<i>Stryphnodendron sp</i>	MIMOSACEAE
Drago	<i>Croton sp.</i>	EUPHORBEACEAE
Balsa	<i>Heliocarpus americanus</i>	TILIACEAE
Frutipan	<i>Artocarpus altilis</i>	MORACEAE

Yuca	<i>Manihot esculenta</i>	EUPHORBEACEAE
Plátano	<i>Musa sp.</i>	MUSACEAE
Papaya	<i>Carica papaya</i>	CARICACEAE
Caña de azúcar	<i>Saccharum officinarum</i>	POACEA
Caimitillo	<i>Sloanea grandiflora</i>	ELAEOCARPACEAE
Chirimolla	<i>Annona reticulata</i>	ANNONACEAE
Caimito	<i>Micropholis spp.</i>	SAPOTACEAE
Moena	<i>Ocotea spp.</i>	LAURACEAE
Campano	<i>Vallea stipularis</i>	ELAEOCARPACEAE
Anonillo	<i>Rollinia pittieri</i>	ANNONACEAE
Caoba	<i>Guarea spp.</i>	MELIACEAE
Pulgande	<i>Trattinickia glaziovii</i>	BURSERACEAE
Guaba silvestre	<i>Inga spp.</i>	FABACEAE
Palo verde	<i>Ormosia coccinea</i>	FABACEAE
Huicundo	<i>Astrocaryum standleyanum</i>	ARECACEAE
Obo de monte	<i>Spondias mombin</i>	ANACARDIACEAE
Chonta	<i>Iriarteia deltoidea</i>	ARECACEAE
Carambola	<i>Apeiba aspera</i>	TILIACEAE
Pitun	<i>Grias neuberthii</i>	LECYTHIDACEAE
Aceituno	<i>Licania glauca</i>	CRYSOBALANACEAE
Bola de oro	<i>Otoba spp.</i>	MYRISTICACEAE
Sapote	<i>Sterculia spp.</i>	SAPOTACEAE
Ungurahua	<i>Oenocarpus bataua</i>	ARECACEAE
Simani	<i>Pouroma minor</i>	CECROPIACEAE
Laurel	<i>Chimarrhis glabiflora</i>	RUBIACEAE

Nota (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Lago Agrio, 2014 - 2019)

2) Fauna

Tabla V.9 Fauna representativa

Nombre común	Nombre científico	Familia
Capibara	<i>Hydrochoerus hydrochaeris</i>	CAVIIDAE
Cuchucho	<i>Coatí amazónico</i>	NASUA NASUA
Guanta	<i>Cuniculus paca</i>	CUNICULIDAE
Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	DASYPROCTIDAE
Mono aullador	<i>Alovatta caraya</i>	CEBIDAE
Nutria Gigante	<i>Panthera onca</i>	FELIDAE
Oso Hormiguero	<i>Myrmecophagidae tridactyla</i>	MYRMECOPHAGIDAE
Perezoso	<i>Choloepus haffmanni</i>	MEGALONYCHIDAE
Sajino	<i>Pecarí de Collar</i>	PECARI TAJACU
Tapir o Danta	<i>Tapirus terrestres</i>	TAPIRIDAE
Venado	<i>Mazama americana</i>	CERVIDAE
Anguila de agua dulce	<i>Electrophorus sp</i>	GYMNOTIDAE
Bagre	<i>Rhamdia sapo</i>	ICTALURIDAE
Bocachico	<i>Prochilodus nigricans</i>	PROCHILODONTIDAE
Cachama	<i>Colossoma macropomun</i>	CHARACIDAE
Guanchinche	<i>Hoplias malabaricus</i>	ERYTHRINIDAE
Piraña	<i>Serrasalmus rhombeus</i>	CHARACIDAE
Raya	<i>Otamatrygon histrix</i>	POTAMOTRYGONIDAE
Tilapia	<i>Oreochromis sp</i>	CICHLIDAE
Vieja	<i>Aequidens rivulatus</i>	CICHLIDAE
Águila arpía	<i>Harpía harpyja</i>	ACCIPITRIDAE
Garza blanca	<i>Casmerodius albus</i>	ARDEIDAE
Guacamayo azuliamarillo	<i>Ara ararauna</i>	PSITTACIDAE
Guacamayo escarlata	<i>Ara macao</i>	PSITTACIDAE
Gallinazo rey	<i>Sacoramphus papa</i>	CATHARTIDAE
Loros	<i>Ognorhynchus icteroti</i>	PSITTACIDAE
Papagayos	<i>Psittaciformes</i>	PSITTACIDAE
Pava amazónica	<i>Penelope ogscura</i>	CRACIDAE
Perico	<i>Aratinga erythrogenys</i>	PSITTACIDAE

Perdiz	<i>Tinamus major</i>	TINAMIDAE
Tucán	<i>Ramphastos Tucanus</i>	RAMPHASTIDAE
Trompetero	<i>Psophia crepitans</i>	PSOPHIIDAE
Caimán Negro	<i>Melanosuchus niger</i>	ALLIGATORIDAE
Caimán Blanco	<i>Caiman crocodilus</i>	ALLIGATORIDAE
Culebra acuática	<i>Helicops leopardina</i>	COLUBRIDAE
Charapas	<i>Podocnemis unifilis</i>	PODOCNEMIDIDAE
Boa esmeralda	<i>Coralus caninus</i>	BOIDAE
Boa de tierra	<i>Boa constrictor imperator</i>	BOIDAE
Hoja Seca o Equis	<i>Bothrops atrox sp.</i>	VIPERIDAE
Víbora Cascabel	<i>Crotalus durissus</i>	CROTALIDAE
Víbora Coral	<i>Micrurus alitirostris</i>	ELAPIDAE

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Lago Agrio, 2014 - 2019)

e. Hidrología

La parroquia presenta un área de drenaje de la cuenca del río Napo y el Río Putumayo e íntegramente en la subcuenca del río Aguarico y río San Miguel, a la cual pertenecen tramos parciales de microcuencas como las de los ríos: Aguas Blancas Grande, Betano, Bocachico, Conejo, Cuembí, El Ají, Lagarto y Taruca; algunos drenajes menores de importancia poco significativa, que atraviesan la parroquia de oeste a este.

Los diferentes ríos que nacen y cruzan por el territorio de la parroquia, generalmente sufren contaminación, tanto por eliminación de aguas servidas, como por erosión y desbordamiento producto de las intensas lluvias, que arrastran sedimentos de las partes altas; de igual manera se aprecia contaminación de estos recursos mediante venenos y explosivos que utilizan los pescadores durante sus faenas de pesca. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 29)

4. Ámbito económico productivo

a. Actividad económica

Las principales ocupaciones de la población de la parroquia permiten el desarrollo de la actividad económica, que permiten el desarrollo de la economía de los habitantes de la parroquia. El 35% de la población trabaja por cuenta propia, un 22% corresponde a jornalero o peón y 48(1%) casos corresponden a patrono y 25(1%) casos corresponde a socios.

Tabla V.10 Ocupación de la población

Categoría de ocupación	Casos	%
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	247	8%
Empleado u obrero privado	603	19%
Jornalero o peón	716	22%
Patrono	48	1%
Socio	25	1%
Cuenta propia	1134	35%
Trabajador no remunerado	87	3%
Empleado domestico	98	3%
no declarado	186	6%
Trabajador nuevo	106	3%
Total	3250	100%

Nota: (INEC, 2010)

b. Actividad económica

La principal actividad económica de Jambelí es la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 740 casos. Los principales cultivos que se desarrollan son: cacao, café, maíz, yuca, plátano, caña de azúcar, arroz, maní entre otros. La agricultura se maneja de manera tradicional no tecnificada. También se dedican a la crianza de ganado vacuno, cerdos y aves, los que se produce para el auto consumo e intercambio comercial. La piscicultura con las variedades de tilapia, cachama y bocachico, es una actividad que se encuentra en proceso de desarrollo. Un grupo considerable de 216 casos no declararon su actividad económica y un grupo reducido de 69 casos se dedican a la enseñanza.

Tabla V.11 Actividad económica

ACTIVIDAD	CASOS
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	740
Industrias manufactureras	29
Construcción	45
Comercio al por mayor y menor	37
Transporte y almacenamiento	15
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	15
Administración pública y defensa	27

Enseñanza	69
Actividades de los hogares como empleadores	25
no declarado	216
Trabajador nuevo	45

Nota: (INEC, 2010)

c. Desarrollo actual del turismo

La Parroquia Jambelí posee una gran variedad de belleza escénica atractiva para el turismo y la recreación; sin embargo, estos no han sido explotados adecuadamente por la limitada infraestructura que poseen para brindar los servicios turísticos; además no existe difusión y promoción. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015, pág. 63)

5. Ámbito Político Administrativo

a. Estructura política y administrativa

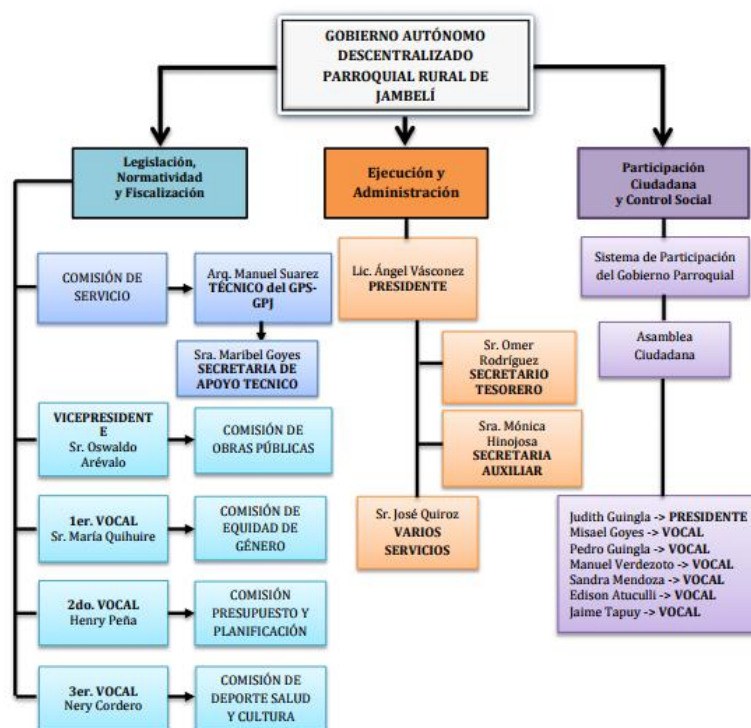


Figura V.3 Estructura política de la parroquia

Nota (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015)

b. Actores públicos, privados y sociedad civil

Los diferentes organismos del Estado que interactúan en el territorio en la parroquia se indican en la siguiente tabla:

Tabla V.12 Actores públicos

Actores gubernamentales
Ministerio de Salud
Policía Nacional
Seguro Social Campesino
Ministerio de Educación
Banco de Fomento
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Lago Agrio
Gobierno Autónomo Descentralizado de Sucumbíos

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015)

c. Organizaciones y asociaciones de la parroquia

Dentro de la parroquia existen actores de la sociedad civil y organizaciones sociales que interactúan dentro de la jurisdicción de la parroquia estos son:

Tabla V.13 Actores sociedad civil

Actores sociales
Reina de la Parroquia Jambelí 2015
Iglesia Católica
Junta Administradora de Agua Potable y Alcantarillado Jambelí
Liga Barrial Jambelí
Asociación de Ganaderos de Jambelí
Asociación de Agricultores Miraflores
Asociación de Sachicultores de Jambelí
Asociación Artesanal Lago Agrio.
Organización de mujeres Transito Amaguaña
Organización de Mujeres Jambelí
Asociación Agro-Productiva San Sebastián
Organización de Mujeres 12 de Abril
Clubs Deportivos: Huracán, Fénix, Legionarios, Discovery, Imparables, Jambelí

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015)

Tabla V.14 Organizaciones productivas

Organizaciones productivas
Organización de mujeres 12 de Abril
Organización de mujeres Transito Amaguaña
Organización de Agricultores Miraflores
Caja Agraria Aroma Amazónica
Asociación de Ganaderos de Jambelí.
Asociación de agricultores Nueva Alianza
Asociación Juvenil Nueva Generación

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Jambelí, 2015)

6. Resumen del inventario de atractivos turísticos

Tabla V.15 Atractivos turísticos de la Parroquia Jambelí

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA JAMBELÍ								
No. Ficha	Nombre Del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Valoración	Jerarquía	Ubicación	
1	Nacionalidad Shuar	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupos étnicos	44	II	0264133	0025956
2	Nacionalidad Cofan	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupos étnicos	41	II	0266076	0032386
3	Nacionalidad Kichwa	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupos étnicos	43	II	0267108	0021252
4	Rio San Miguel	Sitios naturales	Rio	Riberas	25	I	0268663	0031465
5	Rio Blanco	Sitios naturales	Rio	Riberas	23	I	0268448	0013861
6	Reserva Ecológica Cofan Bermejo	Sitios naturales	Sistema de áreas protegidas	Reserva ecológica	50	II	262546	36951

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

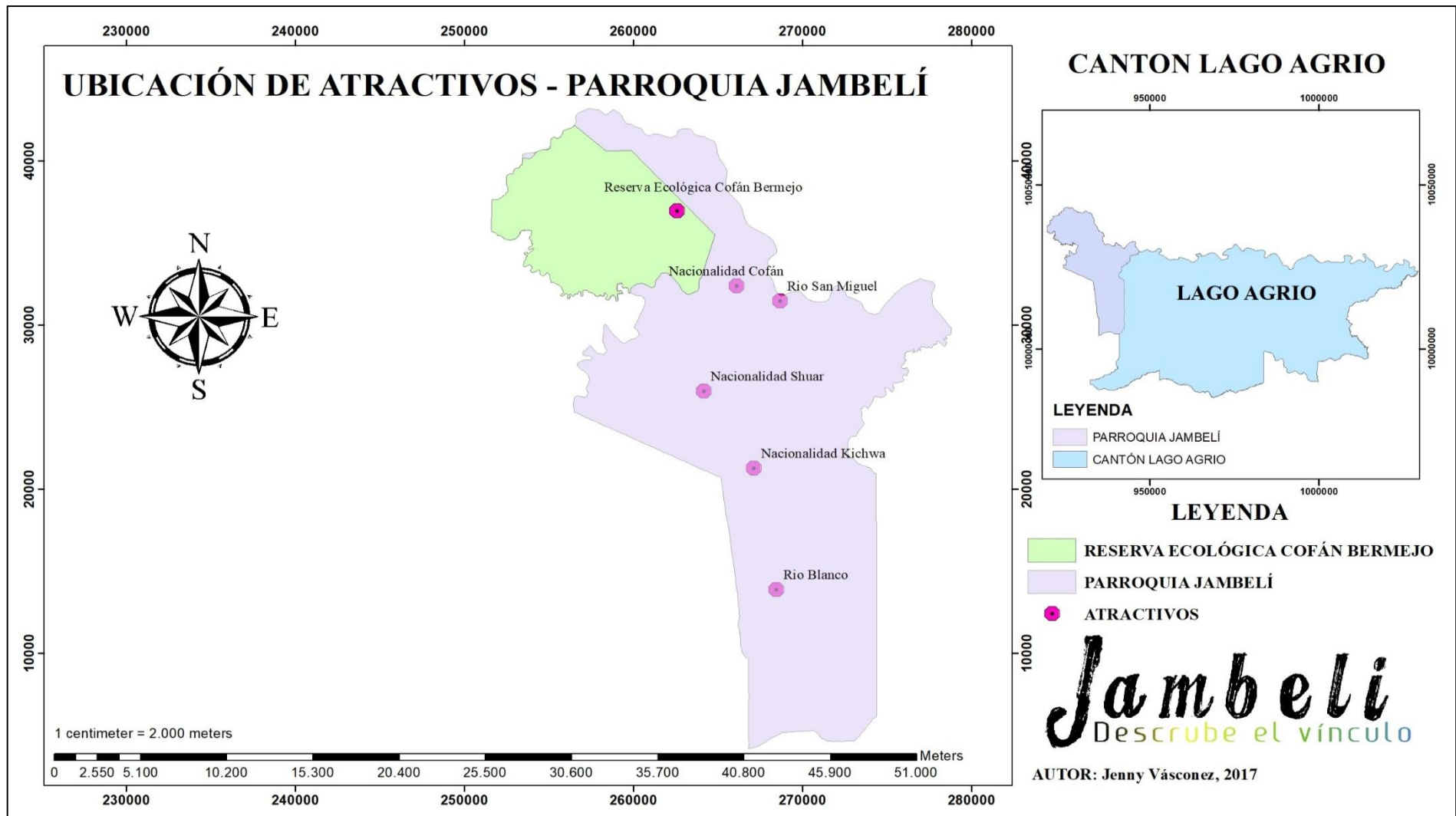


Figura V.4 Mapa de atractivos turísticos

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL, PRODUCTIVA, AMBIENTAL, LEGAL ADMINISTRATIVA DEL PRODUCTO EN ESTUDIO.

1. Determinar de la viabilidad comercial

a. Análisis de la demanda

1) Segmentación de mercado

Para el análisis de la demanda de la parroquia Jambelí se ha tomado en cuenta variables sociodemográficas, determinando los siguientes segmentos de mercado. Turistas nacionales e internacionales que llegaron a la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno.

2) Universo

El universo está conformado por turistas nacionales e internacionales que visitaron el Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, datos estadísticos llevados por Ministerio del Ambiente sobre la afluencia de turistas en las áreas protegidas, el promedio es de 15662 turistas en el año 2016. El 18% corresponden a los turistas nacionales y el 82% turistas extranjeros.

Tabla V.16 Universo de estudio

Ingresos	Personas	Porcentaje
Nacionales	2819	18%
Extranjeros	12843	82%
Total	15662	100%

Nota Ministerio de Ambiente, 2016

3) Muestra

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (8%, este % es variable)

z: nivel de confianza (1.75)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

a) **Turistas Nacionales**

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

$$n = \frac{2819(0.5 * 0.5)}{2819 - 1 * \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 338$$

b) **Turistas Internacionales**

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

$$n = \frac{12843(0.5 * 0.5)}{12843 - 1 * \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 373$$

De las muestras obtenidas se dispuso la siguiente distribución para la aplicación de las encuestas:

Tabla V.17 Muestra

INGRESOS	PERSONAS	%	ENCUESTAS
Ingresos Nacionales	2819	18%	338
Ingresos Internacionales	12843	82%	373
Total	15662	100%	711

Nota (MAE, Areas protegidas, 2016)

Una vez calculada la muestra se aplicó las encuestas, posteriormente se procedió a obtener los resultados de las encuestas que indicaran los gustos y preferencias de los turistas mediante la sistematización y análisis estadístico a través del programa de office Excel.

4) Instrumento de investigación

La técnica de investigación que se utilizó para medir las necesidades de la demanda fue la encuesta a través del instrumento cuestionario, adjunto en el Anexo N°2 usado para turistas nacionales; y el Anexo N° 3 utilizado en turistas extranjeros.

5) Técnicas de recopilación

La encuesta es la técnica utilizada para la recopilación de información tanto para la demanda de la zona urbana de la Provincia de Sucumbíos y turistas extranjeros.

6) Resultados del estudio de la demanda

a) Turistas nacionales

i. Edad

Tabla V.18 Edad de turistas nacionales

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
15 – 25 años	79	23%
26 -35 años	58	17%
36 – 45 años	87	26%
46 – 55 años	38	11%
56 – o más años	76	23%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

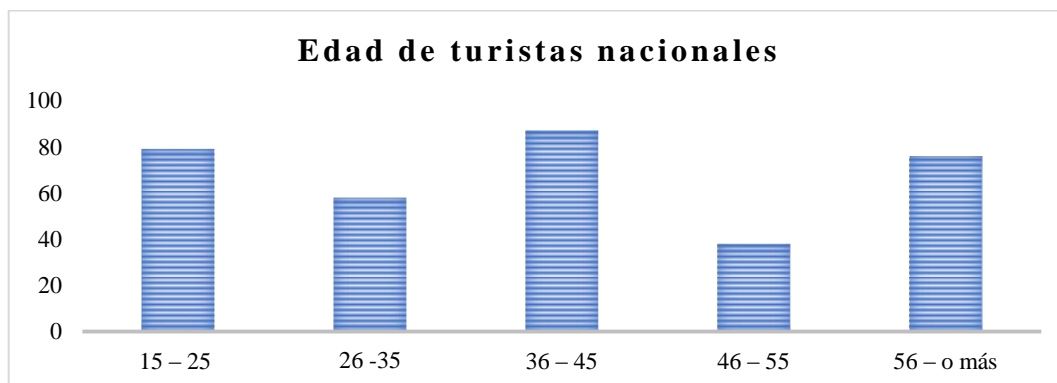


Figura V.5 Género de turistas nacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

El 23% de los turistas presentan edades entre los 15 y 25 años al igual que adultos entre 56 a mas años, seguido de un 26% con edad de 36 a 45 años y un 11% corresponde 46 a 55 años.

ii. Género

Tabla V.19 Género de turistas nacionales

Género	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Femenino	189	56%
Masculino	149	44%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

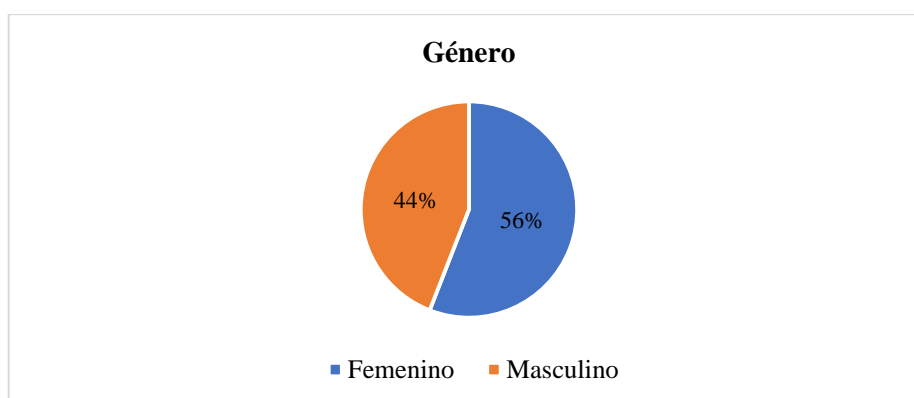


Figura V.6 Género de turistas nacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

El 56% de la demanda nacional pertenece al género masculino y el 44% el género femenino.

iii. Procedencia de los turistas nacionales

Tabla V.20 Procedencia de turistas nacionales

Procedencia	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sucumbíos	132	39%
Loja	34	10%
Orellana	54	16%
Manabí	18	5%
Bolívar	16	5%
Pastaza	15	4%
Tena	14	4%
Santo Domingo	14	4%
Pichincha	12	4%
Guayaquil	12	4%
Chimborazo	9	3%

Tungurahua	8	2%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

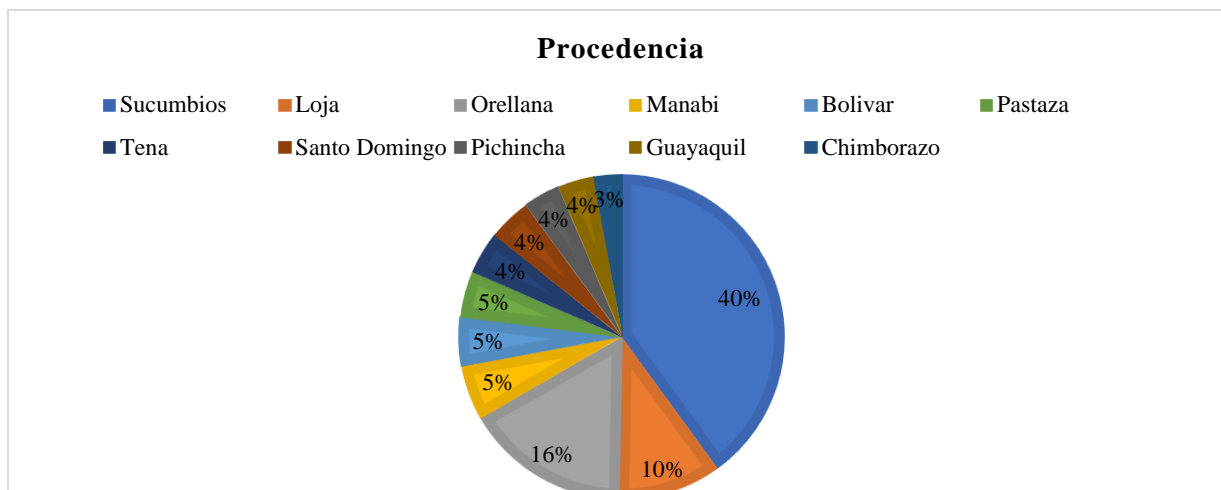


Figura V.7 Género de turistas nacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

El 39% de los encuestados provienen de la provincia de Sucumbíos, el 16% son de la provincia de Orellana, el 10% de la provincia de Loja, el 5% de la provincia de Bolívar y Manabí y el 4% de la provincia de Santo Domingo, Pichincha, Tena, Guayaquil y 3% Chimborazo.

iv. Nivel de Instrucción

Tabla V.21 Nivel de instrucción de turistas nacionales

Instrucción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	36	11%
Secundaria	260	77%
Superior	35	10%
Otros	7	2%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

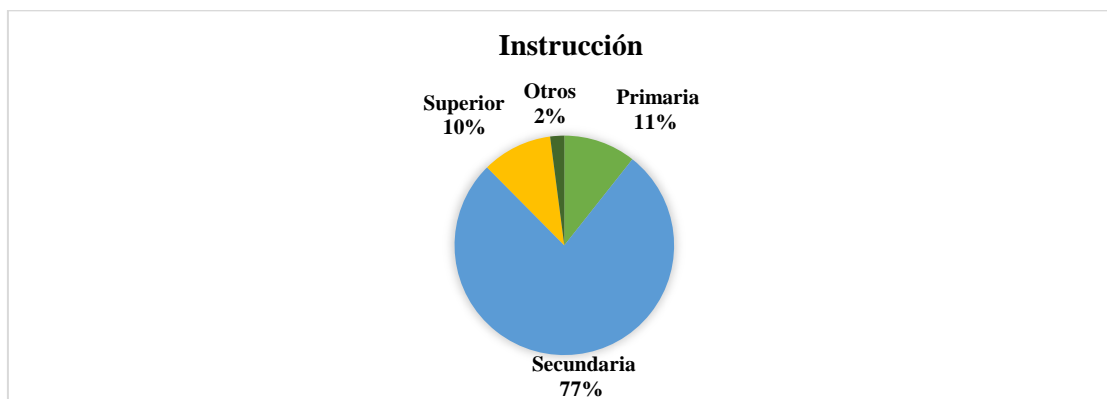


Figura V.8 Nivel de instrucción de turistas nacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

El 77% de la demanda nacional cuenta con estudios secundarios; el 11% cuenta con estudio primario y el 10% cuenta con nivel superiores, el 2% presenta otros estudios.

v. Motivo de viaje

Tabla V.22 Motivo de viaje turistas nacionales

Motivo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Trabajo	89	26%
Turismo	138	41%
Negocio	45	13%
Estudios	29	9%
Visita a familiares	37	11%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

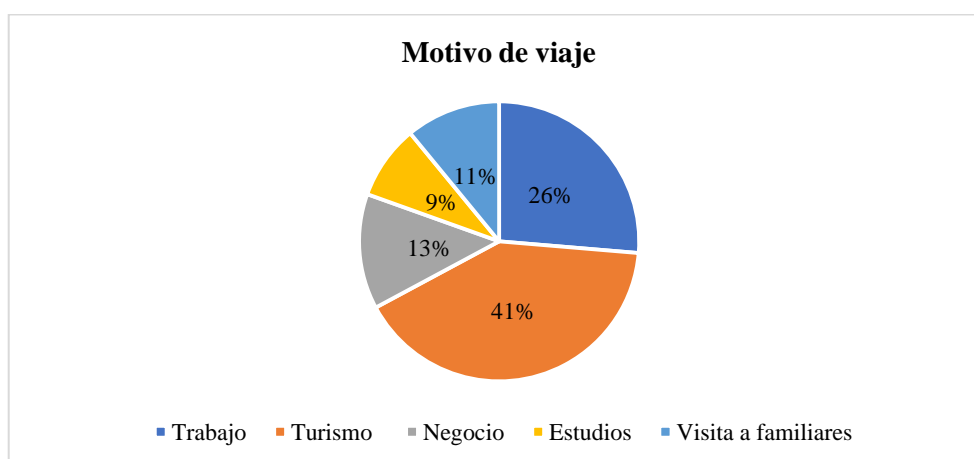


Figura V.9 Motivo de viaje turistas nacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

El motivo de viaje de la demanda nacional es de 41% turismo, seguido del 26% por trabajo, mientras que el 13% lo hace por negocio; el 11% por visita a familiares, y el 9% lo hace por estudio.

vi. **¿Con quién suele realizar la actividad turística?**

Tabla V.23 Con quien realiza la actividad turística

Con Quien Realiza	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Amigos	51	15%
Familia	238	71%
Pareja	34	10%
Solo	15	4%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

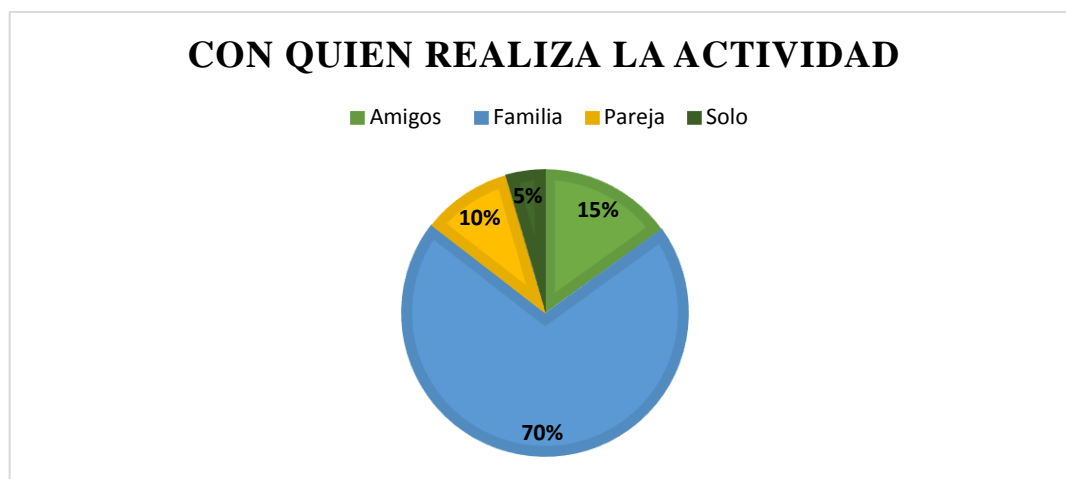


Figura V.10 Con quien realiza la actividad turística

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

La demanda nacional prefiere realizar la actividad turística en compañía de familia con 71%, un 15% con amigos, 10% en pareja y un 4% desea realizarla solo.

vii. **¿Le interesaría conocer la parroquia Jambelí del cantón Lago Agrio y sus atractivos turísticos?**

Tabla V.24 Interés en conocer la parroquia de turistas nacionales

Interés	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	338	100%

No	0	0
Total	338	100

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

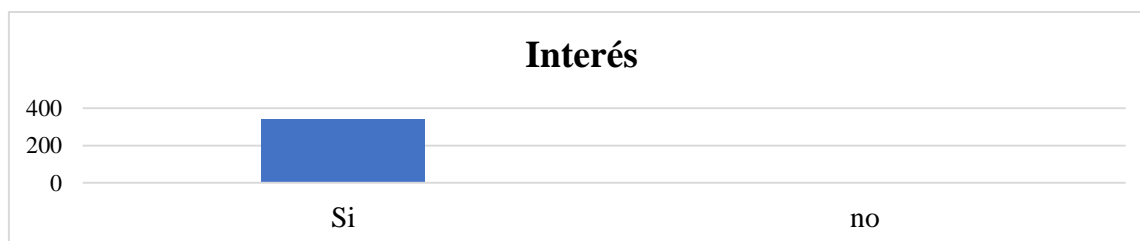


Figura V.11 Interés por conocer la parroquia

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

Al 100% de turistas nacionales les interesa conocer la parroquia Jambelí, indica el potencial que presenta la zona y puede ser aprovechado con la oferta de productos turísticos nuevos.

viii. ¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia Jambelí?

Tabla V.25 Actividad que desean realizar los turistas nacionales

Actividad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Convivencia con las comunidades	37	11%
Observación de flora y de fauna	69	20%
Caminata	56	17%
Cabalgata	34	10%
Camping	27	8%
Visita a ríos de la zona	115	34%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

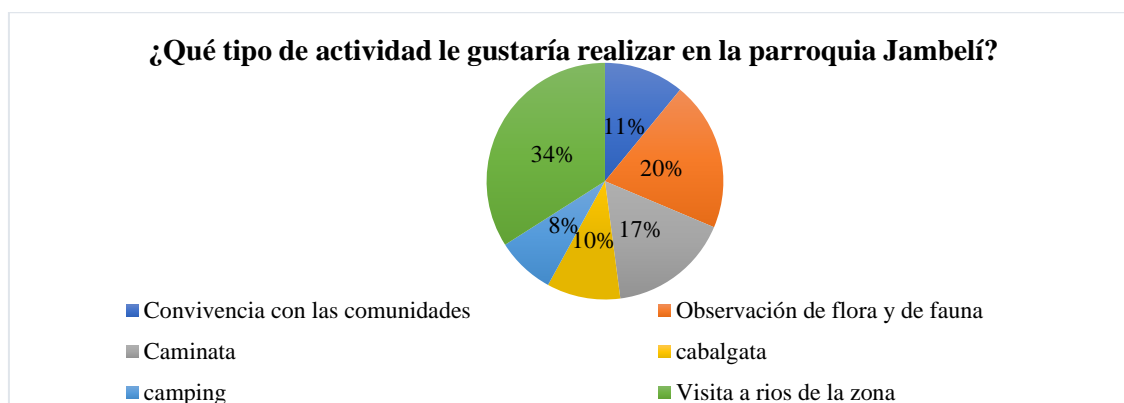


Figura V.12 Actividad turísticas

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

Los turistas nacionales prefieren realizar con un 34% visita a los ríos de la zona; 20% prefiere observación de flora y fauna, un 17% prefiere caminata; 11% convivencia con las comunidades; 10% elige cabalgata y un 8% camping.

ix. ¿Durante su visita con qué servicio le gustaría contar?

Tabla V.26 Servicios que desean contar los turistas nacionales

Servicios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Transporte	42	12%
Hospedaje	86	26%
Alimentación	145	43%
Guianza	65	19%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

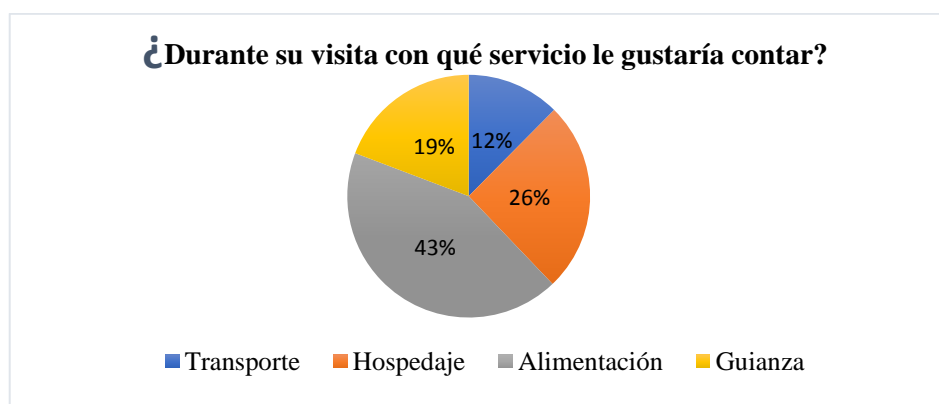


Figura V.13 Servicios que desean contar los turistas nacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Los turistas nacionales requieren contar con los servicios con un 43% alimentación; 26% con hospedaje; 19% con Guianza; y el 12% quiere servicio de transporte.

x. ¿Cuántos días estaría usted dispuesto a invertir para un recorrido de una ruta turística?

Tabla V.27 Tiempo que desean invertir los turistas nacionales

Número de días	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 día	256	76%
2 días	76	22%
Más de 2 días	6	2%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

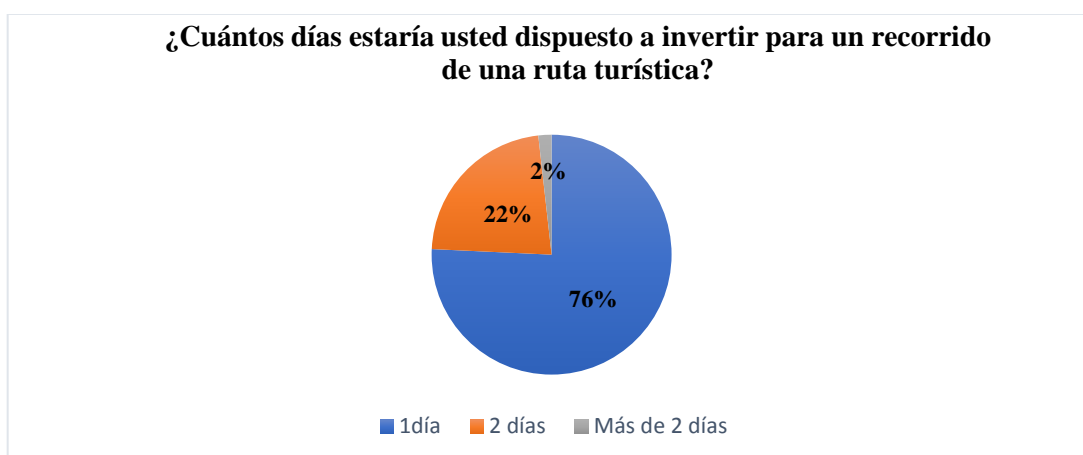


Figura V.14 Tiempo que desean invertir los turistas nacionales
Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

El 76% de los turistas nacionales encuestados desean invertir en la ruta 1 día, un 22% desea 2 días y solo un 2% desea más de 2 días.

xi. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de calidad (incluida alimentación, guía y transporte)

Tabla V.28 Gasto promedio que desean invertir los turistas nacionales

Gasto	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De 10 a 30 dólares	156	46%
De 31 a 50 dólares	145	43%
De 50 dólares a más	37	11%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

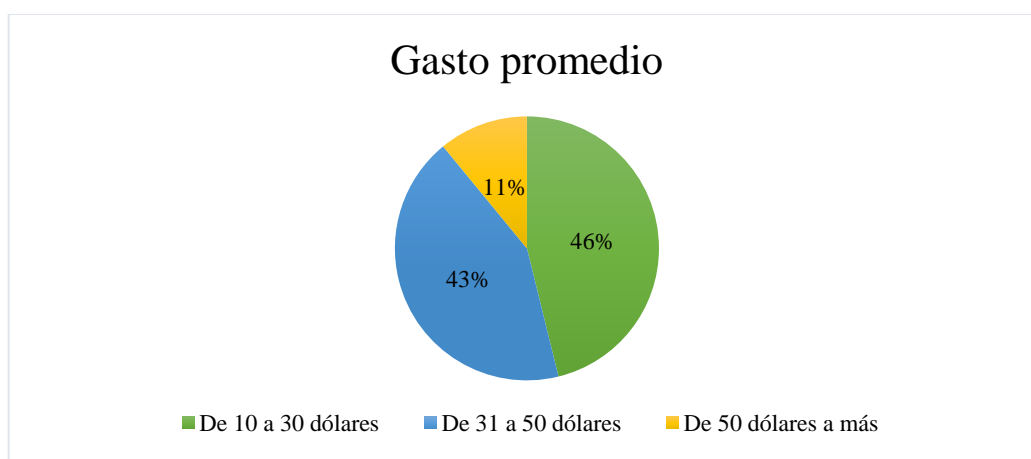


Figura V.15 Gasto promedio que desean invertir los turistas nacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

El 46% de los turistas nacionales están dispuestos a gastar promedio de \$10 - \$30, un 43% están dispuestos a gastar de \$31- \$50, y sólo el 11% desea gastar/ más de \$50.

xii. ¿Cuándo realiza actividades turísticas lo hace a través de?

Tabla V.29 Cuando viaja lo hace a través de

Elección	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Agencias de viaje	87	26%
Independiente	251	74%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)



Figura V.16 Elección de viaje de los turistas nacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

El 74% de los turistas nacionales realizan la actividad turística de forma independiente mientras que el 26% lo hace a través de agencias de viaje.

xiii. ¿Qué tipo de medio de información usted utiliza para informarse?

Tabla V.30 Medios de información

Medios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Radio	18	5%
Internet	253	75%
Televisión	19	6%
Amigos	13	4%
Folletos	35	10%
Total	338	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

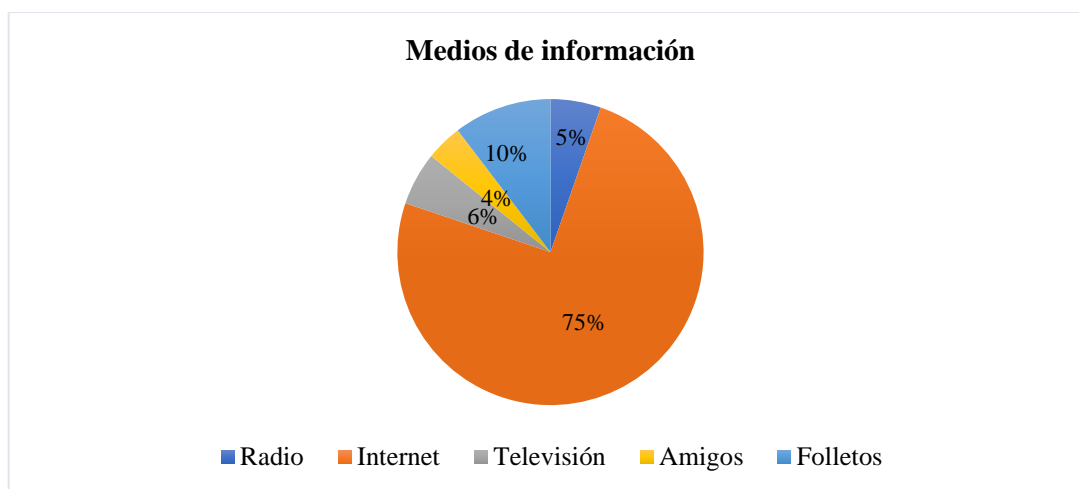


Figura V.17 Medios de información

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

El 75% prefiere informarse por internet, seguido de un 10% que desea ilustrarse con folletos, el 6% desea por medio de televisión, un 5% por radio y el 4% por medio de amigos.

7. Perfil de turista nacional

El perfil del turista nacional, los resultados establecidos para análisis de la demanda nacional arrojan que la edad más frecuente es de 36 – 45 años con el (26%), pertenecen al género femenino (56%) y masculino (44%), proviene en su mayoría de la provincia de Sucumbíos (39%) y Orellana (18%) en lo referente a nivel de instrucción es el secundario (77%), motivación principal de viaje de la demanda nacional es el turismo con un (41%).

Los encuestados aceptan en un (100%) estarían dispuesto a conocer la parroquia de Jambelí, de los cuales el (34%) de los turistas nacionales prefiere la actividad visitar los ríos de la zona; (20%) prefiere observar la flora y fauna (17%) prefiere realizar caminata; (11%) convivencia con la comunidad; (10%) cabalgata y el (8%) desea realizar camping. En la visita desean invertir en una ruta 1 día (76%), el (43%) de los turistas requieren contar con alimentación en el recorrido; el (26%) desea con hospedaje; (19%) desea tener el servicio de guianza, el (46%) de los turistas en promedio desean gastar \$10 - \$30; el (74%) viaja de forma independiente mientras que el (26%) lo hace mediante agencias de viaje, el (71%) realiza la actividad en compañía de la familia, el (75%) prefieren informarse por medio de internet, seguida por un (10%) por medio de folletos.

Turistas internacionales

i. Edad

Tabla V.31 Edad de turistas internacionales

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
15 – 25 años	15	4%
26 -35 años	48	13%
36 – 45 años	76	20%
46 – 55 años	89	24%
56 años – o más	145	39%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

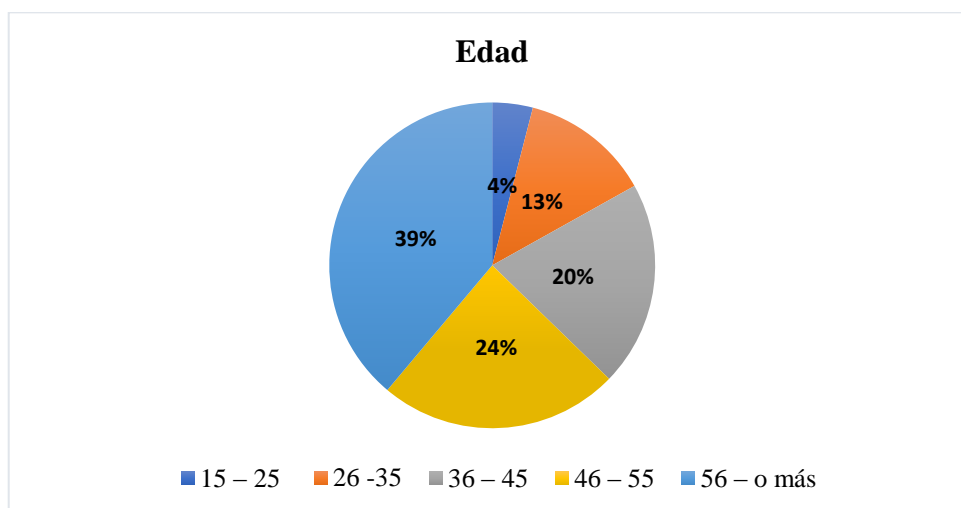


Figura V.18 Edad turistas internacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Con un 39% la edad más preponderante de los turistas internacionales es de 56 años – o más años, contiguo por el rango de 46 - 55 años con el 24%; mientras que los del rango de edad de 46-55 años tienen el 12%, en tanto que el rango de edad de 12-25 años tienen el 8%, y mayores a 56 años de edad están representados por el 7%.

ii. Género

Tabla V.32 Género de turistas internacionales

Género	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	194	52%
Femenino	179	48%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

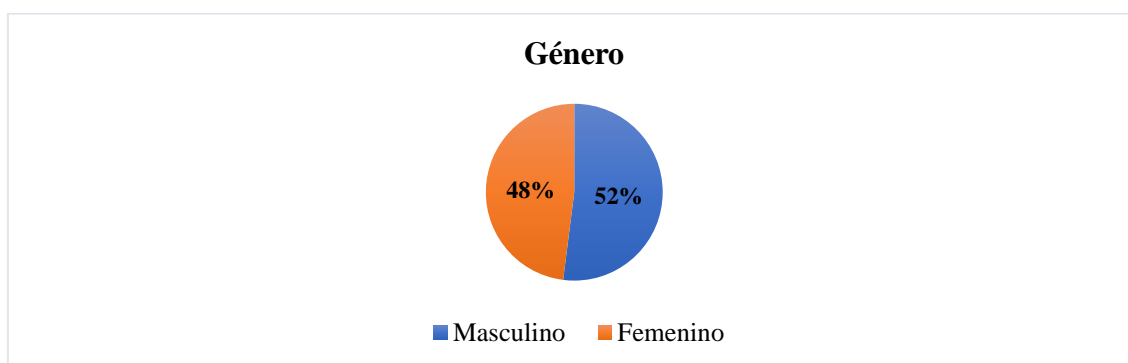


Figura V.19 Género de turistas internacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

El 52% de la demanda internacional pertenece al género masculino y el 48% al género femenino.

iii. Procedencia

Tabla V.33 Procedencia de turistas internacionales

Procedencia	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Estados Unidos	126	34%
Canadá	56	15%
México	27	7%
Perú	45	12%
Alemania	12	3%
España	17	5%
Rusia	8	2%
Colombia	35	9%
Inglaterra	23	6%
Venezuela	24	6%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

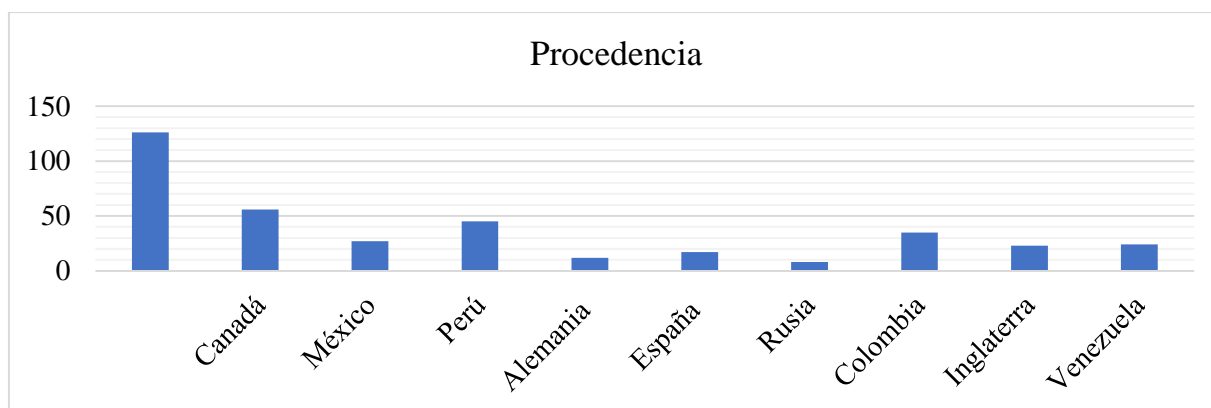


Figura V.20 Procedencia de turistas internacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

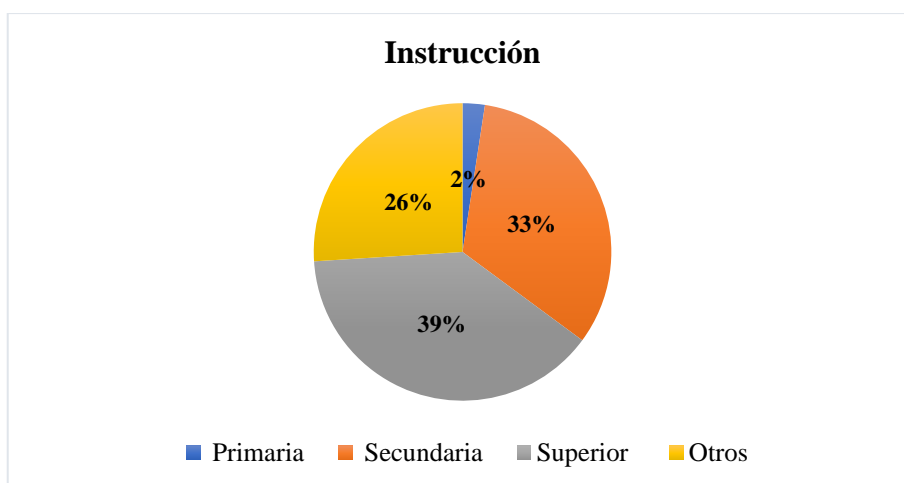
El 34% de la demanda internacional proviene de Estados Unidos, seguido de Canadá con un 15%; el 12% pertenece a Perú, el 9% pertenecen a Colombia, el 6% es de proviene de Inglaterra y Venezuela, y un 2% pertenece a Rusia.

iv. Nivel de Instrucción

Tabla V.34 Instrucción académica de turistas internacionales

Instrucción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	9	2%
Secundaria	122	33%
Superior	145	39%
Otros	97	26%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

**Figura V.21** Instrucción académica de turistas internacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

El (39%) de los encuestados presentan un nivel de instrucción Superior, consecutivo con un (33%) representa a secundaria y un 26% presenta otros estudios.

v. ¿Motivo de viaje?

Tabla V.35 Motivo de viaje turistas internacionales

Motivo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Trabajo	41	11%
Turismo	289	77%
Negocio	27	7%
Estudios	0	0%
Visita a familiares	16	4%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

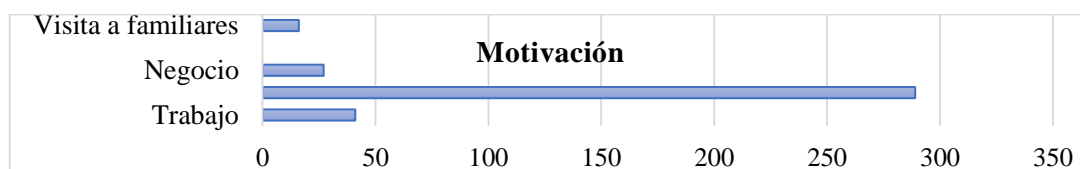


Figura V.22 Motivo de viaje de turistas internacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

La motivación de viaje de la demanda internacional el turismo con un (77%), seguido del (11%) por trabajo, mientras que el (7%) lo hace por negocio; el 4% por visita a familiares.

vi. **¿Con quién suele realizar la actividad turística?**

Tabla V.36 Con quien realiza la actividad turística

Con quien	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Amigos	89	24%
Familia	67	18%
Pareja	49	13%
Solo	168	45%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

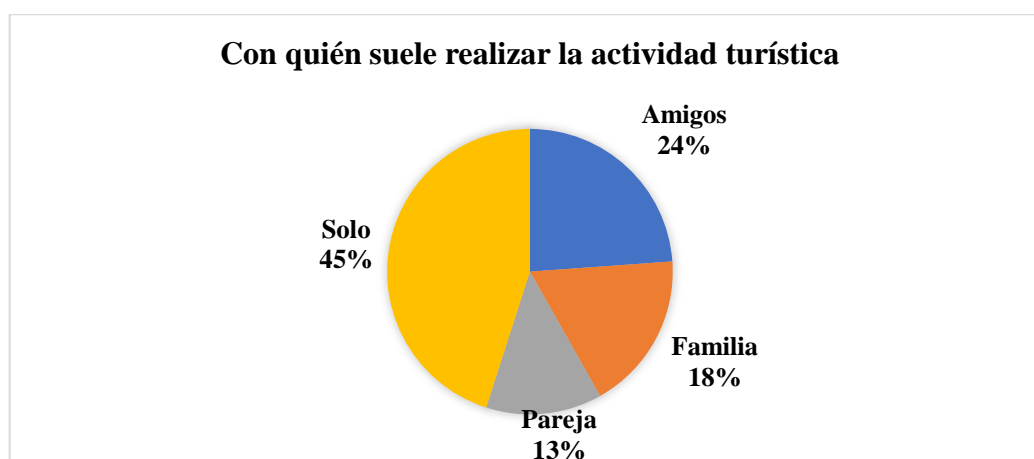


Figura V.23 Con quien realiza la actividad

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

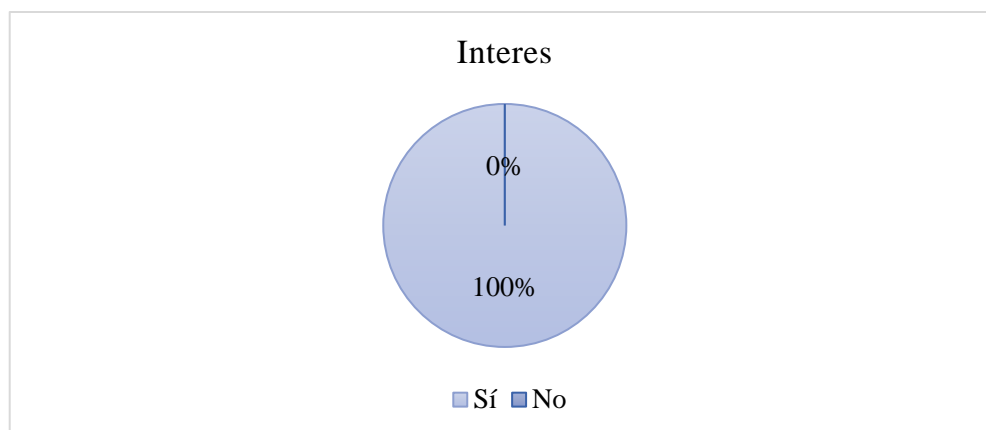
Los turistas internacionales en 45% prefieren realizar solos la actividad turística, el 24% prefieren realizarla con amigos, 18% con familiares y un 13% en pareja.

vii. **¿Le interesaría conocer la parroquia Jambelí del cantón Lago Agrio y sus atractivos turísticos?**

Tabla V.37 Nivel de interés por conocer la parroquia

Interés	Frecuencia Acumulada	Frecuencia Relativa
Si	373	100%
No	0	0%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

**Figura V.24** Interés en conocer la parroquia

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

El 100% de los turistas internacionales desean conocer la Parroquia Jambelí.

viii. ¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia Jambelí?

Tabla V.38 Actividades turísticas

Actividad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Convivencia con las comunidades	75	20%
Observación de flora y de fauna	88	24%
Caminata	67	18%
Cabalgata	28	8%
Camping	69	18%
Visita a ríos de la zona	46	12%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

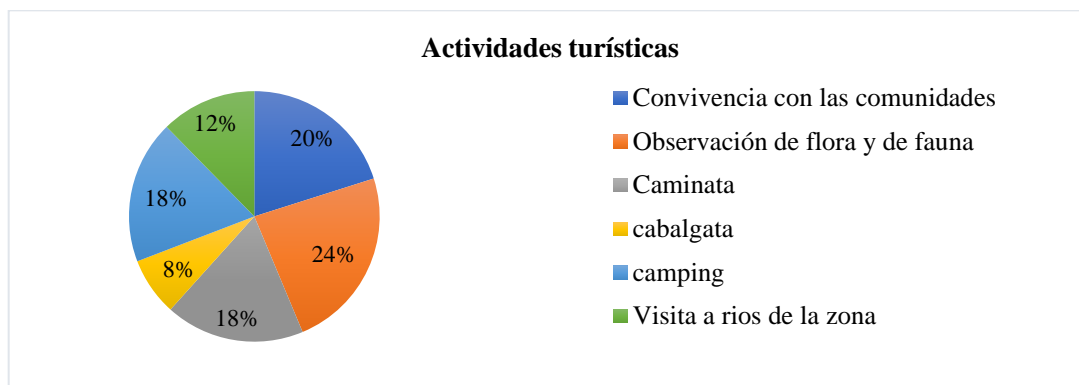


Figura V.25 Actividades que desean realizar

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Las actividades que desean realizar el 24% prefiere observar la flora y fauna, un 20% desea convivir con las comunidades, el 18% elige caminar y camping, un 12% quiere visitar los ríos de la zona y un reducido 8% desea cabalgar.

ix. ¿Durante su visita con qué servicio le gustaría contar?

Tabla V.39 Servicios que desean turistas internacionales

Servicios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Transporte	109	29%
Hospedaje	86	23%
Alimentación	125	34%
Guianza	53	14%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

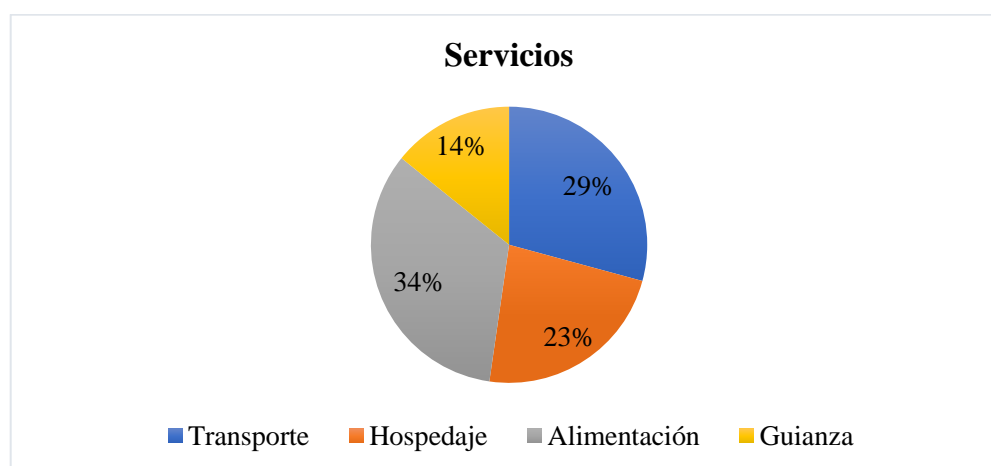


Figura V.26 Servicios que requieren los turistas internacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Un 34% de los turistas internacionales desea contar con el servicio de alimentación, seguido de un 29% prefiere transporte, 23% desea hospedarse y un 14% desea guianza.

x. ¿Cuántos días estaría usted dispuesto a invertir para un recorrido de una ruta turística?

Tabla V.40 Tiempo a invertir en la actividad turística

Tiempo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 día	263	71%
2 días	76	20%
Más de 2 días	34	9%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

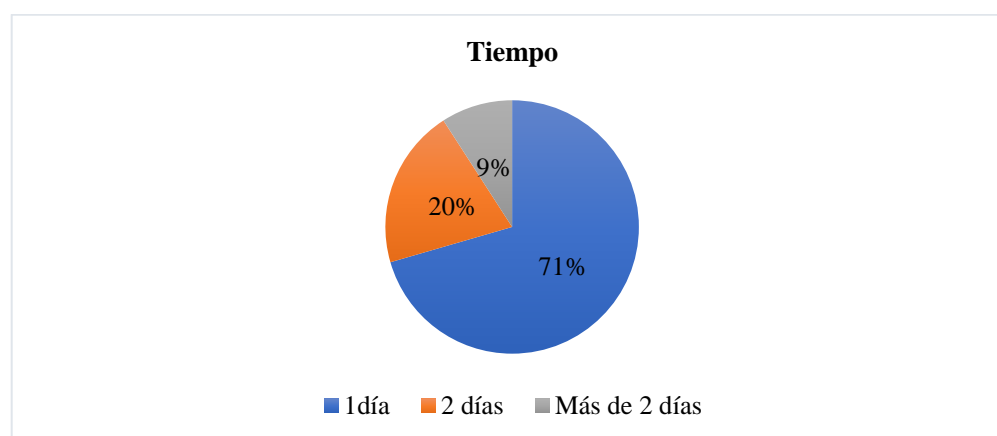


Figura V.27 Motivo de viaje de turistas internacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Los turistas encuestados desean en 71% invertir un 1 día, un 20% desea invertir 2 días y un 9% más de dos días.

xi. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de calidad (incluida alimentación, guianza transporte)

Tabla V.41 Valores a invertir en la actividad turística

Gasto	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De 10 a 30 dólares	92	25%
De 31 a 50 dólares	223	60%
De 51 dólares a más	58	16%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

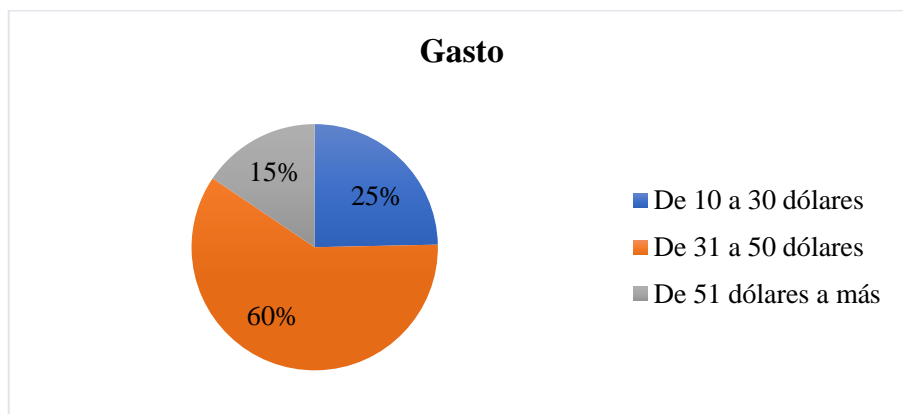


Figura V.28 Valores a invertir por los turistas internacionales

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Los rubros que los turistas internacionales desean invertir en un 60% es de 31 a 50 dólares, consecutivo un 25% desea gastar de 10 a 30 dólares y un 15% estima más de 51 dólares.

xii. ¿Cuándo realiza actividades turísticas lo hace a través de?

Tabla V.42 Forma de realizar la actividad turística

Elección	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Agencias de viaje	294	79%
Independiente	79	21%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

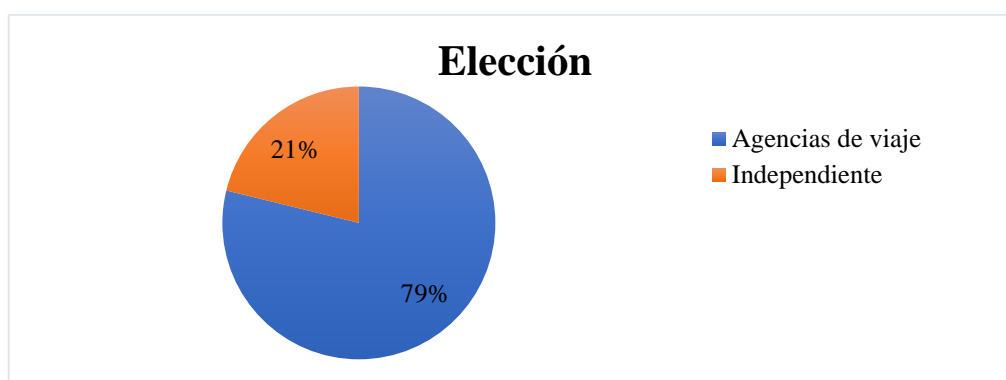


Figura V.29 Elección de la actividad turística

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Un 79% de turistas internacionales eligen realizar la actividad turística a través de agencias de viajes y el 21% lo realiza independiente.

Xiii ¿Qué tipo de medio de información usted utiliza para informarse?

Tabla V.43 Medios de información para turistas internacionales

Medios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Radio	11	3%
Televisión	26	7%
Internet	213	57%
Amigos	37	10%
Folletos	86	23%
Total	373	100%

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

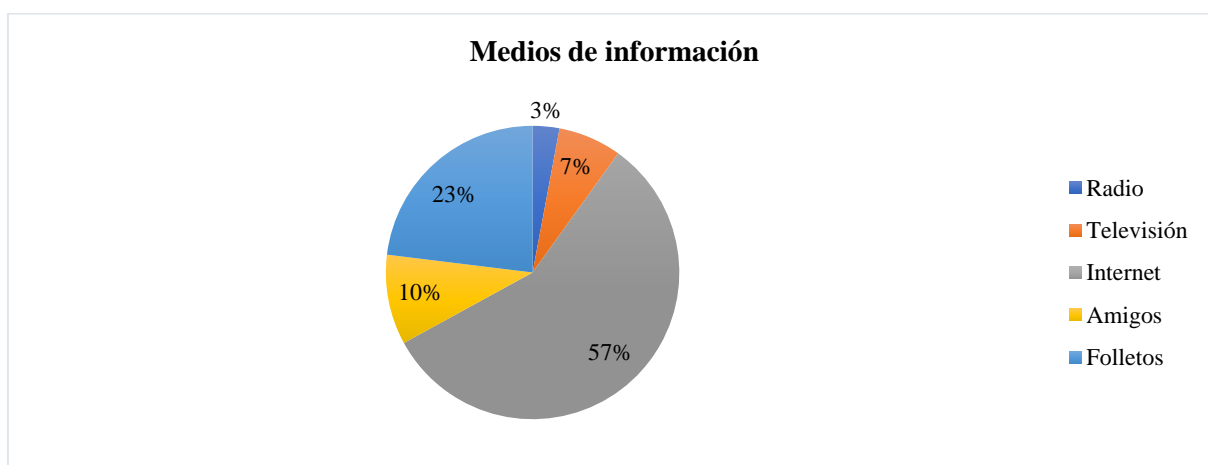


Figura V.30 Medio de información que desean utilizar para informarse

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

De los turistas internacionales prefieren como medio de información el internet con un 57%, contiguo por un 23% por medio de folletos, en tanto que el 18% lo hace a través de amigos, el 7% se informan por medio de la televisión y el 2% por la radio.

Los medios para informarse que desean los encuestados, un 57% desea vía internet, 23% desea a través de folletos, un 10% por amigos y 7% por televisión.

8. Perfil demanda internacional

De acuerdo a los resultados el perfil del turista internacional para el análisis de la demanda internacional, proyecta la edad 56 años a más con el (39%), pertenecen al género masculino el (52%) y femenino un (48%), la mayoría proviene de Estados Unidos con (34%), el nivel de instrucción es superior (39%), la motivación de viaje principal de la demanda internacional es el turismo con un (77%).

El (100%) de los encuestados están dispuestos a conocer la parroquia de Jambelí, el (24%) de los turistas internacionales prefiere observar la flora y fauna; (20%) convivencia con las comunidades (18%) prefiere realizar camping y caminata; (12%) visita a ríos de la zona y (8%) desea realizar cabalgata.

El (71%) desean invertir en una ruta de un 1 día, el (34%) de los turistas requieren contar con alimentación en el recorrido, el (29%) desea transporte, (23%) desea hospedarse y el (14%) desea el servicio de guianza; el (60%) en promedio los turistas desean gastar \$10 - \$30; el (79%) viaja a través de contrato con agencias de viajes; el (45%) realiza la actividad turística solo, un (57%) prefiere informarse por medio de internet.

9. Análisis de la demanda potencial

Los turistas nacionales e internacionales que visitaron la provincia de Sucumbíos en el año 2016, el 18% concierne a los turistas nacionales 2819 personas; el 82% pertenece a turistas internacionales 12843 personas.

El 100% de los turistas nacionales les gustaría visitar Jambelí, corresponde a 2819 turistas nacionales que harían usos de este producto turístico. En cuanto a los 12843 turistas internacionales el 100% si visitaría la parroquia, representa una demanda de 12843 turistas que está interesada en el producto turístico.

a. Proyección de la demanda potencial

La demanda potencial se calculó utilizando la fórmula de incremento compuesto, la tasa de crecimiento turístico anual del 8% en el año 2016 en la provincia de Sucumbíos.

Tabla V.44 Demanda potencial

No.	Año	Turistas Nacionales	Turistas Internacionales	Demanda Potencial
0	2017	2819	12843	15662
1	2018	3045	13870	16915
2	2019	3288	14980	18268
3	2020	3551	16178	19730
4	2021	3835	17473	21308
5	2022	4142	18871	23013

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

b. Demanda potencial por productos

Tabla V.45 Demanda potencial por productos turistas nacionales

No	Año	Convivencia Con Las Comunidades 11%	Observación De Flora Y De Fauna 20%	Caminata 17%	Cabalgata 10%	Camping 8%	Visita A Ríos De La Zona 34%
0	2017	310	564	479	282	226	958
1	2018	335	609	518	304	244	1035
2	2019	362	658	559	329	263	1118
3	2020	391	710	604	355	284	1207
4	2021	422	767	652	384	307	1304
5	2022	456	828	704	414	331	1408

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.46 Demanda potencial por productos turistas internacionales

No	Año	Convivencia con las comunidades 19%	Observación de flora y de fauna 24%	Caminata 15%	cabalgata 12%	Camping 15%	Visita a ríos de la zona 15%
0	2017	2445	3030	1928	1549	1928	1928
1	2018	2640	3272	2082	1673	2082	2082
2	2019	2851	3534	2249	1807	2249	2249
3	2020	3080	3817	2429	1952	2429	2429
4	2021	3326	4122	2623	2108	2623	2623
5	2022	3592	4452	2833	2277	2833	2833

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

c. Análisis de la oferta turística

1) Atractivos y actividades turísticas

Jambelí presenta atractivos naturales los cuales son:

Los atractivos culturales, se cuenta con las comunidades de las nacionalidades Shuar, Kichwa y Cofan. Los habitantes de estas comunidades y sector se encuentran interesadas en fomentar la actividad turística ya que actualmente es insipiente, debido a que carecen de asesoría técnica en actividades relacionadas con turismo, el fin es involucrarse en esta labor que generara la dinamización de su economía.

2) Productos turísticos que se comercializan

En la parroquia Jambelí no existen agencias de viaje y operadoras turísticas para ofertar los productos, en el cantón Lago Agrio existen dos operadoras turísticas.

3) Planta turística del cantón Lago Agrio

En el cantón Lago Agrio se encuentran funcionando legalmente 235 establecimientos prestadores de servicio turísticos los cuales el 131 prestan servicios de alojamiento, 80 alimentos y bebidas y 24 centros de recreación y descanso.

4) Prestadores de servicios

En el Cantón Lago Agrio de acuerdo al catastro del Ministerio de Turismo en el año 2016, en alojamiento existe 64 establecimientos registrados en catastro del Ministerio de turismo, presenta una oferta de 2905 plazas distribuidas en 1519 habitaciones, 46 establecimientos son tercera categoría, solo existe un establecimiento con categoría lujo o 5 estrellas.

La tipología corresponde a 23 hostales residenciales corresponde al 36% de los establecimientos de alojamiento, con 21 hoteles corresponde al 33%, en menor proporción cuenta con 11 hostales, 6 hoteles residencia, 1 pensión, cabaña y casa de huéspedes.

En los establecimientos de alimentos y bebidas existen 53 establecimientos: 46 corresponden a restaurantes con capacidad para 2396 plazas, 6 fuentes de soda registradas con 55 plazas y 1 cafetería con 48 plazas.

Centros de creación y descanso suman un total 11: 10 bares con capacidad de 548 plazas y 2 discotecas con 420 plazas.

Existe 5 establecimientos de transporte turístico: 3 transporte marítimo fluvial y 2 transporte terrestre.

5) Oferta sustitutiva

En el análisis de la competencia, se tomó en cuenta el registro del año 2016 de turistas nacionales y internacionales que visitaron Jambelí Choza ubicado en la parroquia Jambelí y el establecimiento Tapir Lodge cuya oficina se encuentra ubicado en la cabecera cantonal.

Tabla V.47 Oferta sustitutiva de clientes nacionales

Establecimiento	Clientes Anuales	Tipo de actividad que ofrecen					
		1	2	3	4	5	6
Jambelí Choza	42	0	15	16	3	5	3
Tapir Lodge	196	45	76	42	0	21	12
Total	238	45	91	58	3	26	15

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.48 Oferta sustitutiva de clientes internacionales

Establecimiento	Clientes Anuales	Tipo de actividad que ofrecen					
		1	2	3	4	5	6
Jambelí Choza	48	0	9	33	3	0	3
Tapir Lodge	342	186	69	43	0	23	21
Total	390	186	78	76	3	23	24

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

6) Proyección de la Oferta

A continuación se determina la proyección de la oferta de los clientes nacionales e internacionales.

Tabla V.49 Oferta por cliente nacionales

Año	Competencia
2017	231
2018	269
2019	291
2020	314
2021	339
2022	367

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.50 Oferta por clientes internacionales

Año	Competencia
2017	387
2018	449
2019	488
2020	527
2021	569
2022	614

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

7) Proyección de la competencia

Tabla V.51 Proyección de la oferta turistas nacionales

Año	Convivencia con las comunidades	Observación de flora y de fauna	Caminata	cabalgata	Camping	Visita a ríos de la zona
2017	45	91	58	3	26	15
2018	52	106	68	4	30	17
2019	57	115	73	4	33	19
2020	61	124	79	4	35	20
2021	66	134	85	4	38	22
2022	71	144	92	5	41	24

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.52 Proyección de la oferta turistas internacionales

Año	Convivencia con las comunidades	Observación de flora y de fauna	Caminata	cabalgata	Camping	Visita a ríos de la zona
2017	186	78	76	3	23	24
2018	217	91	89	4	27	28
2019	234	98	96	4	29	30
2020	253	106	103	4	31	33
2021	273	115	112	4	34	35
2022	295	124	121	5	36	38

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

8) Confrontación de la demanda-oferta

a) Confrontación demanda – oferta por clientes

A continuación, se analiza el cálculo de la demanda insatisfecha tanto para turistas nacionales como internacionales, y como por actividades, donde la demanda menos la competencia termina la demanda insatisfecha.

1) Demanda nacional insatisfecha

Tabla V.53 Demanda nacional insatisfecha

Año	Turistas nacionales	Competencia	Demanda insatisfecha
2017	2819	238	2581
2018	3045	278	2767
2019	3288	300	2988
2020	3551	324	3227
2021	3835	350	3485
2022	4142	378	3764

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

2) Demanda internacional insatisfecha

Tabla V.54 Demanda internacional insatisfecha

Año	Turistas internacionales	Competencia	Demanda insatisfecha
2017	12843	390	12453
2018	13870	455	13415
2019	14980	491	14489
2020	16178	531	15647
2021	17473	573	16900
2022	18871	619	18252

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

9) Confrontación demanda-oferta por actividades

a. Demanda insatisfecha de actividades de clientes nacionales

Tabla V.55 Demanda insatisfecha por actividades clientes nacionales

Año	Convivencia con las comunidades	Observación de flora y de fauna	Caminata	cabalgata	Camping	Visita a ríos de la zona
2017	265	473	421	279	200	943
2018	283	503	450	300	214	1018
2019	305	543	486	325	230	1099
2020	330	586	525	351	249	1187
2021	356	633	567	380	269	1282
2022	385	684	612	409	290	1384

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

b. Demanda insatisfecha de actividades de turistas internacionales

Tabla V.56 Demanda insatisfecha por actividades clientes internacionales

Año	Convivencia con las comunidades 19%	Observación de flora y de fauna 24%	Caminata 15%	cabalgata 12%	Camping 15%	Visita a ríos de la zona 15%
2017	2259	2952	1887	1546	1905	1904
2018	2423	3181	2031	1669	2055	2054
2019	2617	3436	2193	1803	2220	2219
2020	2827	3711	2369	1948	2398	2396
2021	3053	4007	2558	2104	2589	2588
2022	3297	4328	2763	2272	2797	2795

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

10) Análisis mercadotécnico

a) Canales de distribución

A través de medio de venta directa y por medio del internet en página web, redes sociales y vía telefónica, se puede comercializar de manera directa los paquetes o venta indirecta con acuerdos de comercialización con operadoras que trabajen en la provincia y el país.

b) Plan de comunicación

i. Logotipo



Figura V.31 Logotipo Jambelí, descubre el vínculo

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

ii Slogan

Jambelí, descubre el vínculo.

iii Descripción del logotipo

El logotipo fue diseñado y orientado bajo características del territorio:

Tabla V.57 Descripción del logotipo

<p>Descubre el vínculo</p>	<p>El slogan presenta los colores de la bandera de Jambelí que inicia en negro, amarillo, verde y azul.</p>
----------------------------	---

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

iv Diseño de medios

• Anuncio radio

¡Te gustaría salir de la rutina... ven...!! a Jambelí y, descubre el vínculo de la naturaleza y las culturas milenarias, ven disfruta de hermosos paisajes, a unos pocos kilómetros de la ciudad de Lago Agrio te esperamos. (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Para mayor información en GAD parroquial Jambelí.

- **Página web**



Figura V.32 Pagina web

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

- **Red social**



Figura V.33 Red social Facebook

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

- Tarjetas de presentación



Figura V.34 Tarjeta de presentación

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

- Tríptico



Figura V.35 Tríptico

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

11) Requerimiento para el área comercial

a) Activos fijos

Tabla V.58 Activos fijos del área comercial

Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Total inversión
Construcciones y edificaciones	200	m2	100	20000
Máquinas y equipos				
Caja registradora	2	unidad	400	800
Perforadora	2	unidad	5	10
Grapadora	2	unidad	5	10
Calculadora	2	unidad	15	30
Equipo de computo				
Computadora	2	unidad	900	1800
Impresora	1	unidad	200	200
Muebles y enseres				
Mostrador	2	unidad	200	400
Archivadores	2	unidad	60	120
Vitrinas	2	unidad	150	300
Estantería	2	Unidad	60	120
Sillas	12	Unidad	15	180
Escritorio	2	Unidad	250	500
			Total	24470

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

b) Inversiones diferidas

Tabla V.59 Inversión diferidas área comercial

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Total inversión
Capacitación	2	240	480
Carpetas	5	0,25	1,25
Esferos	5	0,2	1
Publicidad antes			
Anuncio radio/cunas	20	15	300
Diseño e impreso de material publicitario			
Trípticos	1000	0,3	300
Volantes	1000	0,15	150
Carpetas	1000	0,25	250
Tarjetas de presentación	1000	0,15	150
Sobres	1000	0,1	100
Hojas membretadas	1000	0,06	60
Esferos	5	15	75

Diseño de página web	1	700	700
Fiesta de inauguración	1	1500	1500
		Total	4067,25

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

c) Gastos

Tabla V.60 Gastos área comercial

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto Total
Anuncio radio/cunas	20	15	300
Trípticos	1000	0,3	300
Volantes	1000	0,15	150
Carpetas	1000	0,25	250
Tarjetas de presentación	1000	0,15	150
Sobres	1000	0,1	100
Hojas membretadas	1000	0,06	60
Mantenimiento web	12	150	1800
	Subtotal		3110

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

d) Requerimientos de talento humano para el área comercial

Tabla V.61 Requerimiento de talento humano área comercial

Denominación	Cantidad	Gasto Mensual	Gasto Anual
Vendedor	2	438,1	10514,4
		Total	10514,4

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

2. Determinar la viabilidad del estudio técnico

a. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se define en relación a la demanda objetiva con los resultados del análisis de las variables psicográficas de turistas nacional e internacional.

1) Demanda objetiva por cliente

a) Demanda objetiva turistas nacionales

Tabla V.62 Demanda objetiva turistas nacionales

Año	Turistas nacionales	Competencia	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva 35%
2017	2819	238	2581	903
2018	3045	278	2767	968
2019	3288	300	2988	1046
2020	3551	324	3227	1129
2021	3835	350	3485	1220
2022	4142	378	3764	1317

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

b) Demanda objetiva turistas internacionales

Tabla V.63 Demanda objetiva turistas internacionales

Año	Turistas internacionales	Competencia	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva 35%
2017	12843	390	12453	4359
2018	13870	455	13415	4695
2019	14980	491	14489	5071
2020	16178	531	15647	5476
2021	17473	573	16900	5915
2022	18871	619	18252	6388

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

2) Demanda objetiva por actividad turistas nacionales e internacional

a) Demanda Objetiva por actividad

Tabla V.64 Demanda objetiva nacional para la actividad convivencia con las comunidades

Año	Actividad Convivencia con las comunidades	Demanda objetiva 35%
2017	45	16
2018	52	18
2019	57	20
2020	61	21
2021	66	23
2022	71	25

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.65 Demanda objetiva nacional para la actividad observación de flora y de fauna

Año	Actividad Observación de flora y de fauna	Demanda objetiva 35%
2017	91	32
2018	106	37
2019	115	40
2020	124	43
2021	134	47
2022	144	50

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.66 Demanda objetiva nacional para la actividad caminata

Año	Actividad caminata	Demanda objetiva 35%
2017	58	20
2018	68	24
2019	73	26
2020	79	28
2021	85	30
2022	92	32

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.67 Demanda objetiva nacional para la actividad cabalgata

Año	Actividad cabalgata	Demanda objetiva 35%
2017	3	1
2018	4	1
2019	4	1
2020	4	1
2021	4	1

2022	5	2
------	---	---

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.68 Demanda objetiva nacional para la actividad camping

Año	Actividad Camping	Demanda objetiva 35%
2017	26	9
2018	30	11
2019	33	12
2020	35	12
2021	38	13
2022	41	14

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.69 Demanda objetiva nacional para la actividad visita a ríos de la zona

Año	Actividad visita a ríos de la zona	Demanda objetiva 35%
2017	15	5
2018	17	6
2019	19	7
2020	20	7
2021	22	8
2022	24	8

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

b) Demanda Objetiva por actividad turistas internacionales

Tabla V.70 Demanda objetiva por actividad convivencia con las comunidades

Año	Actividad Convivencia con las comunidades	Demanda objetiva 35%
2017	186	65,1
2018	217	75,95
2019	234	81,9
2020	253	88,55
2021	273	95,55
2022	295	103,25

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.71 Demanda objetiva por actividad observación de flora y fauna

Año	Observación de flora y de fauna	Demanda objetiva 35%
2017	78	27
2018	91	32
2019	98	34
2020	106	37
2021	115	40
2022	124	43

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.72 Demanda objetiva por actividad caminata

Año	Caminata	Demanda objetiva 35%
2017	76	27
2018	89	31
2019	96	34
2020	103	36
2021	112	39
2022	121	42

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.73 Demanda objetiva por actividad camping

Año	Camping	Demanda objetiva 35%
2017	23	8,05
2018	27	9,45
2019	29	10,15
2020	31	10,85
2021	34	11,9
2022	36	12,6

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.74 Demanda objetiva por actividad visita a ríos de la zona

Año	Visita a ríos de la zona	Demanda objetiva 35%
2017	24	8
2018	28	10
2019	30	11
2020	33	12
2021	35	12
2022	38	13

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

3) Consumo aparente

De acuerdo al cálculo del consumo aparente se debe vender 3 paquetes diarios a turistas nacionales y entre 12 y 15 a turistas internacionales.

Tabla V.75 Consumo aparente turistas nacionales

Años	Demanda objetiva	Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diaria
2017	903	452	226	75	17	3
2018	968	484	242	81	19	3
2019	1046	523	262	87	20	3
2020	1129	565	282	94	22	3
2021	1220	610	305	102	23	3
2022	1317	659	329	110	25	4

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.76 Consumo aparente turistas internacionales

Años	Demanda objetiva	Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diaria
2017	4359	2180	1090	363	84	12
2018	4695	2348	1174	391	90	13
2019	5071	2536	1268	423	98	14
2020	5476	2738	1369	456	105	15
2021	5915	2958	1479	493	114	16
2022	6388	3194	1597	532	123	18

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

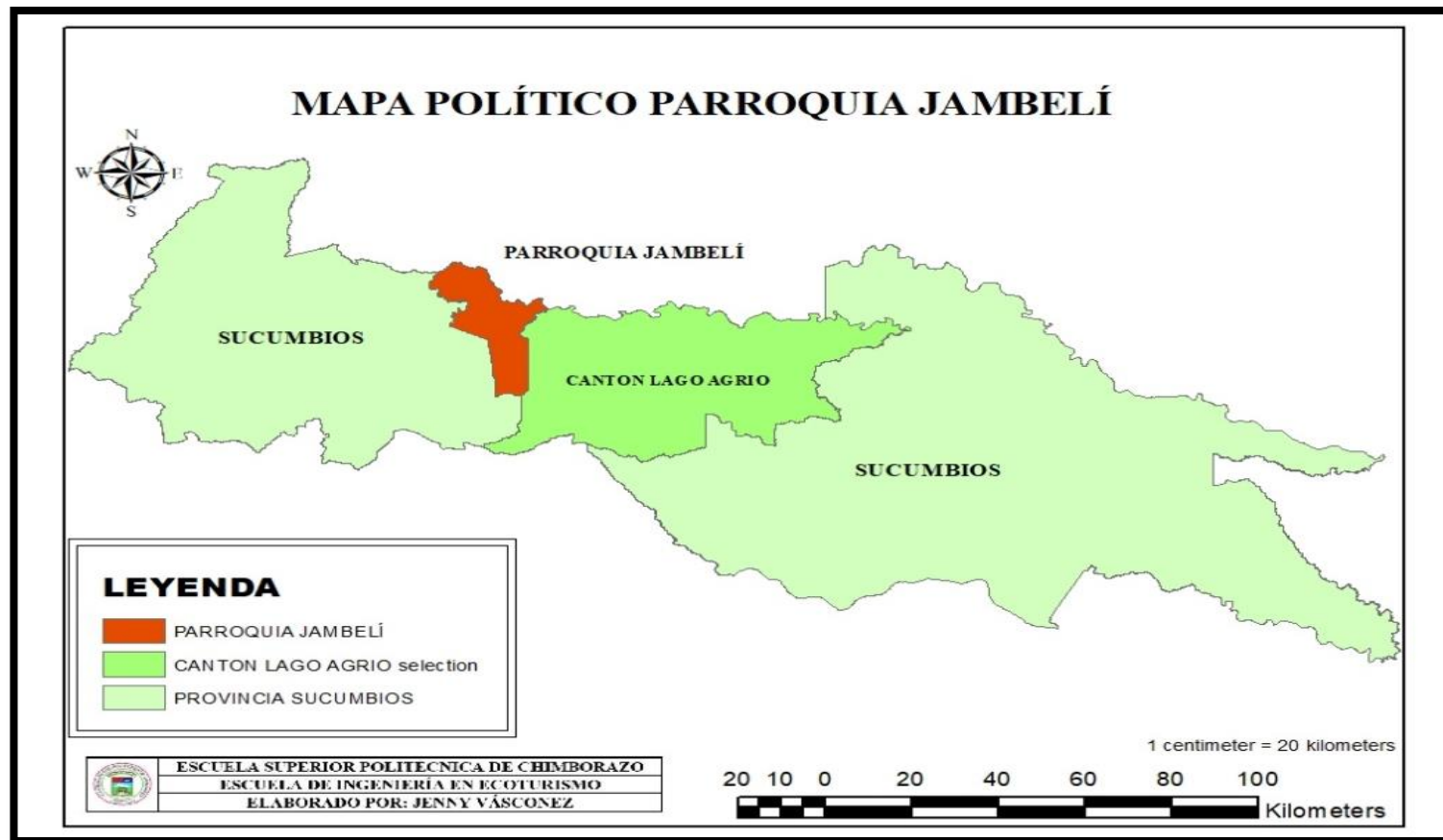
b. Localización del proyecto**1) Macro localización**

Figura V.36 Mapa macrolocalización parroquia Jambelí

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

2) Microlocalización

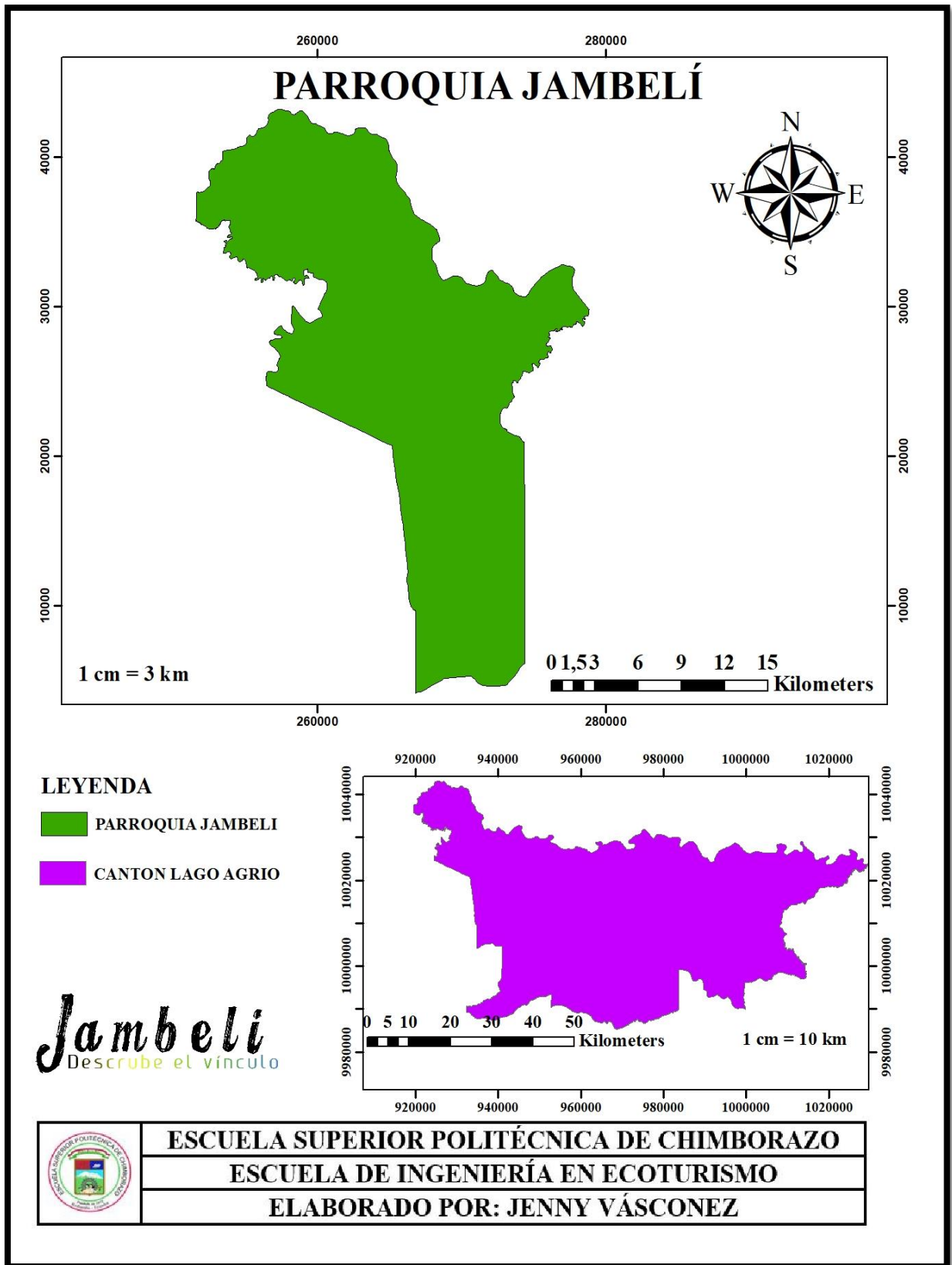


Figura V.37 Mapa microlocalización de la parroquia

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

c. Diseño de paquete

La provincia de Sucumbíos en el cantón Lago Agrio presenta recursos naturales y culturales con potencial, atractivos que constituyen un componente fundamental en el desarrollo de la actividad turística, generando la comercialización y movimiento económico interno forjando la dinamización de la economía local.

Jambelí presenta recursos con un atractivo natural y cultural, combinado con las facilidades turísticas responde al análisis del perfil de los turistas nacionales e internacionales establece lo siguiente:

1) Actividades

La asociación Jambelí Tour operará el producto a efectuarse en los atractivos turísticos para el disfrute de los turistas con actividades como observación de flora y fauna, camping, caminata, cabalgata, visita a ríos de la zona y convivencia con las comunidades, el detalle de atractivos y actividades que integran el circuito turístico a continuación:

a) Diseño del paquete

Tabla V.77 Paquete número uno

PAQUETE NO. 1		
Denominación: “Sharik, conéctate con el mundo espiritual”		
Código: 001	Carácter: Cultura y naturaleza	Estilo: Convivencia
Dificultad: Moderado	Idioma de guianza: Español o ingles	Duración: dos días
Recorrido: Comunidad Shuar		
Centro de Operaciones: Centro de turismo Comunitario Jambelí		
Itinerario		
Hora	Actividades	
08:00	Lugar de encuentro Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia Jambelí, presentación del cronograma e indicaciones generales.	
8:30	Transfer a la comunidad SHUAR Sharik	

9:30	Arribo y bienvenida a comunidad Sharik
	Presentación de danza tradicional shuar
10:30	Box lunch
11:00	Cabalgata
13:00	Almuerzo
14:00	Observación la flora y fauna
	Técnicas de cazar
15:30	Refrigerio
16:00	Caminata en chacra
17:00	Pesca deportiva
18:30	Practica gastronómica tradicional
19:30	Merienda
20:00	Leyendas ancestrales en fogata
21:00	Descanso (camping o hospedaje tradicional)
05:00	Ritual de purificación
07:00	Desayuno
08:00	Entrega de suvenir
08:30	Retorno a Jambelí

Descripción del paquete

Jambelí una pequeña parroquia que se conjuga con atractivos naturales y culturales como la comunidad Shuar, brinda al cliente la satisfacción del contacto naturaleza y cultura.

El encuentro se desarrolla en el Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia Jambelí, el guía da la bienvenida y da una breve explicación de las indicaciones para poder realizar las actividades.

Transfer a la comunidad SHUAR Sharik, bienvenida con una hermosa y tradicional danza shuar, seguido de un box lunch, posteriormente realizar cabalgata y el almuerzo.

En la tarde continua la aventura con la observación la flora y fauna y demostración de técnicas de caza, un delicioso refrigerio, y continuamos con una caminata en la chacra.

Halla tu cena con la pesca deportiva y aprende de prácticas gastronómicas al preparar tu cena.

La aventura no culmina aun, visualiza las leyendas ancestrales en compañía de una fogata a la luz de la luna, es hora de descansar siendo las 21:00 opcional (camping o hospedaje tradicional)

Son las 5:00 despierta con el amanecer y disfruta de la experiencia del ritual de purificación.

Desayuno y entrega de suvenir por parte de la comunidad shuar, y retorno al centro poblado

Jambelí.			
Requerimientos de la visita		<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales • Ropa cómoda y ligera • Un cambio de ropa • Poncho de aguas • Repelente • Protector solar • Cámara fotográfica 	
Prohibiciones		Bebidas alcohólicas Armas blancas Sustancias sujetas a fiscalización	
Normas de comportamiento		No destruir los sitios No arrojar basura No transportar especies de flora y fauna	
Servicios que incluyen en el paquete	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Desayuno • Almuerzo • Cena • Guía • Alojamiento • Actividades descritas en el itinerario 	Servicios que no incluyen en el paquete	<ul style="list-style-type: none"> • Otros gastos • Otras actividades que no estén descritas en el itinerario.
<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades turísticas 		La alimentación se lo brinda por el CTC Jambelí – comunidad Sharik Transporte Alojamiento	
Precio por pax		46 Dólares	

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

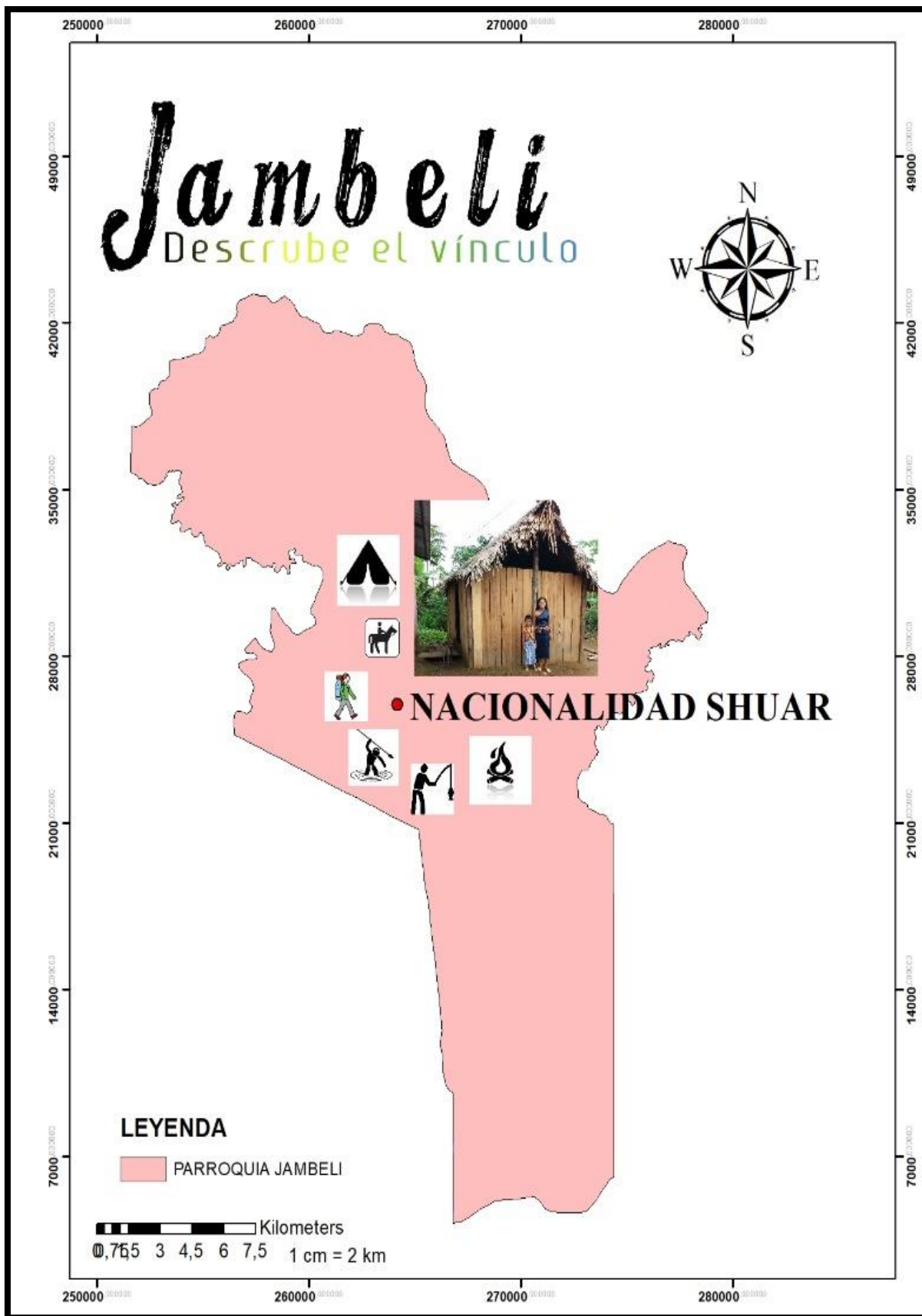


Figura V.38 Mapa paquete 1

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.78 Paquete numero dos - Comunidad Cofán

PAQUETE NO. 2		
Denominación: ‘Avie, cultura viva’		
Código: 002	Carácter: Aventura y cultura	Estilo: Convivencia
Dificultad: Moderado	Idioma de guianza: Español	Duración: 1 día
Recorrido: Comunidad Cofan Avie cosmovisión		
Centro de Operaciones: Centro de turismo Comunitario Jambelí		
Itinerario		
Hora	Actividades	
07:30	Encuentro Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia Jambelí, presentación del cronograma e indicaciones generales.	
08:00	Transfer a la comunidad COFAN Avie	
08:45	Arribo y bienvenida a comunidad	
09:00	Paseo fluvial Rio San Miguel y observación paisajística de flora y fauna ribereña.	
	Box lunch	
13:00	Almuerzo	
14:00	Caminata – observación de flora y fauna	
	Técnicas de caza	
15:30	Refrigerio	
16:00	Presentación baile autóctono Cofan	
	Entrega de souvenir	
17:00	Arribo a CTC Jambelí	
Descripción del paquete		
<p>Jambelí una pequeña parroquia que se conjuga con atractivos naturales y culturales como la comunidad Shuar, brinda al cliente la satisfacción del contacto naturaleza y cultura.</p> <p>El encuentro se desarrolla en el Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia Jambelí, el guía da la bienvenida y da una breve explicación de las indicaciones para poder realizar las actividades. Transfer a la comunidad Cofan Avie y bienvenida con un paseo fluvial donde disfrutaras de la belleza paisajística de la ribera amazónica que presenta el rio San Miguel, seguido de un box lunch, posteriormente y el almuerzo.</p> <p>En la tarde continua la aventura con la observación la flora y fauna y demostración de técnicas de caza, un delicioso refrigerio, y continuamos con una hermosa presentación de danza autóctona</p>		

Cofan. Entrega de souvenir por parte de la comunidad Cofan, y retorno al centro poblado Jambelí. En la tarde regreso al centro poblado Jambelí.			
Requerimientos de la visita		<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales • Ropa cómoda y ligera • Poncho de aguas • Repelente • Protector solar • Cámara fotográfica 	
Prohibiciones		Bebidas alcohólicas Armas blancas Sustancias sujetas a fiscalización	
Normas de comportamiento		No destruir los sitios No arrojar basura al río No transportar especies de flora y fauna.	
Servicios que incluyen en el paquete	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Desayuno • Almuerzo • Guía 	Servicios que no incluyen en el paquete	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Otros gastos
<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades turísticas 		Alimentación Transporte	
Precio por 5 - 9 pax		37 Dólares	

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

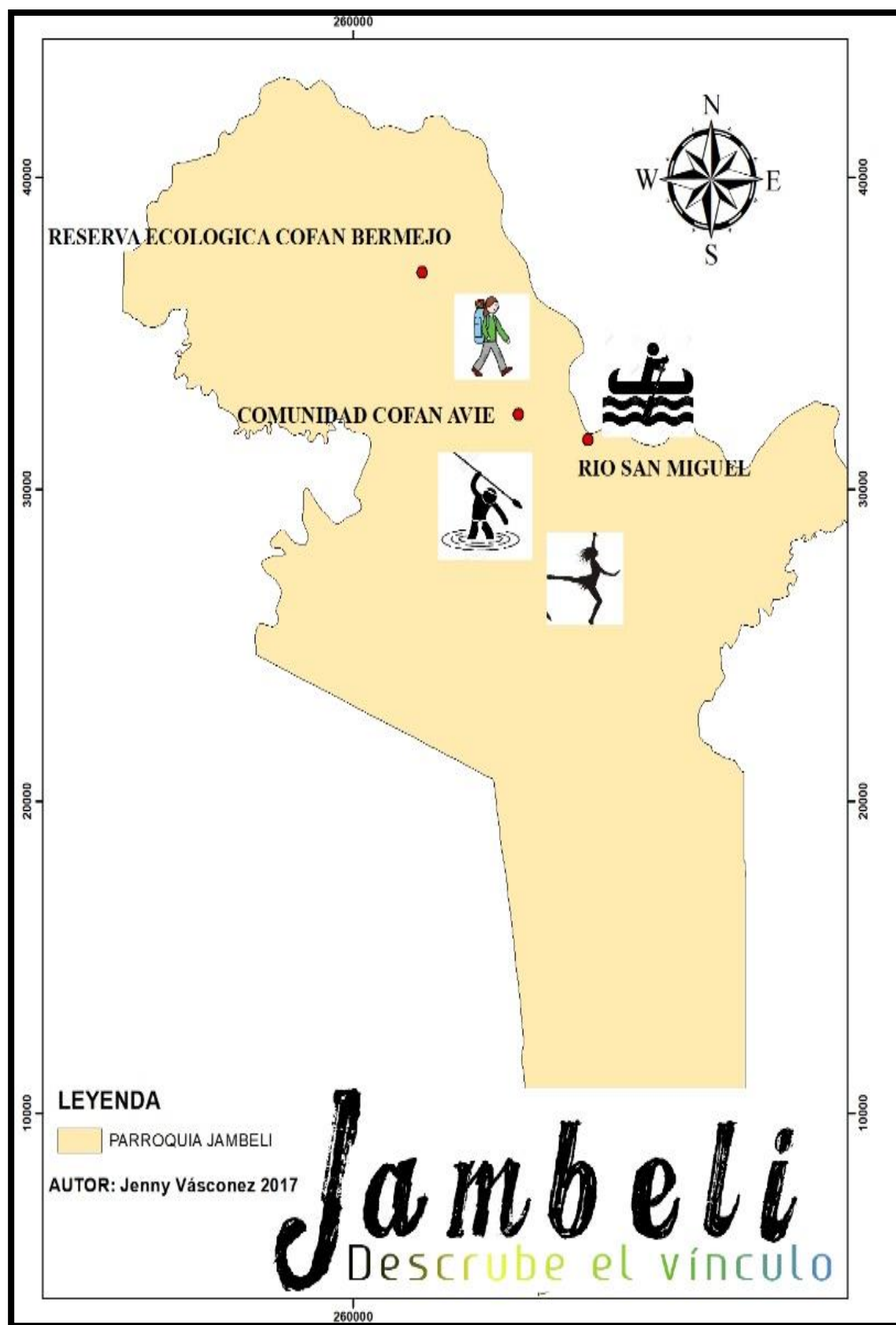


Figura V.39 Mapa paquete dos

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.79 Paquete número tres - comunidad Kichwa

PAQUETE NO. 3		
Denominación: Kichwa, aventura sin límite .		
Código: 002	Carácter: Turismo Comunitario	Estilo: Convivencia
Dificultad: Moderado	Idioma de guianza: Español	Duración: 1 día
Recorrido: Comunidad Kichwa		
Centro de Operaciones: Centro de turismo Comunitario Jambelí		
Itinerario		
Hora	Actividades	
07:00	Encuentro Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia Jambelí, presentación del cronograma e indicaciones generales.	
7:30	Transfer a la comunidad Kichwa	
08:00	Desayuno	
09:00	Baile autóctono Kichwa	
10:00	Cabalgata	
	Refrigerio	
	Observación de flora y fauna	
13:00	Almuerzo tradicional	
14:00	Observación y practica de lavado artesanal de oro rio Taruca	
	Traslado al balneario Rio Blanco	
15:30	Refrigerio	
16:00	Despedida	
Descripción del paquete		
<p>Jambelí una pequeña parroquia que se conjuga con atractivos naturales y culturales como la comunidad Shuar, brinda al cliente la satisfacción del contacto naturaleza y cultura.</p> <p>El encuentro se desarrolla en el Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia Jambelí, el guía da la bienvenida y da una breve explicación de las indicaciones para poder realizar las actividades.</p> <p>Transfer a la comunidad Kichwa, disfruta de un delicioso desayuno tradicional y una hermosa danza Kichwa.</p> <p>Continúa la aventura con observación la flora y fauna a caballo y un delicioso refrigerio, observa la técnica de lavado de oro artesanal. Posteriormente disfruta de las aguas del Rio Blanco.</p>		

Entrega de suvenir , y retorno al centro poblado Jambelí.			
Requerimientos de la visita		<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales • Ropa cómoda y ligera • Un cambio de ropa • Poncho de aguas • Repelente • Protector solar • Cámara fotográfica 	
Prohibiciones		Bebidas alcohólicas Armas blancas Sustancias sujetas a fiscalización	
Normas de comportamiento		No destruir los sitios No arrojar basura al río No transportar especies de flora y fauna	
Servicios que incluyen en el paquete	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Desayuno • Almuerzo • Guía 	Servicios que no incluyen en el paquete	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Otros gastos
<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades turísticas 		La alimentación se lo brinda por el CTC Jambelí – comunidad Kichwa Transporte	
Precio por		\$ 40	

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

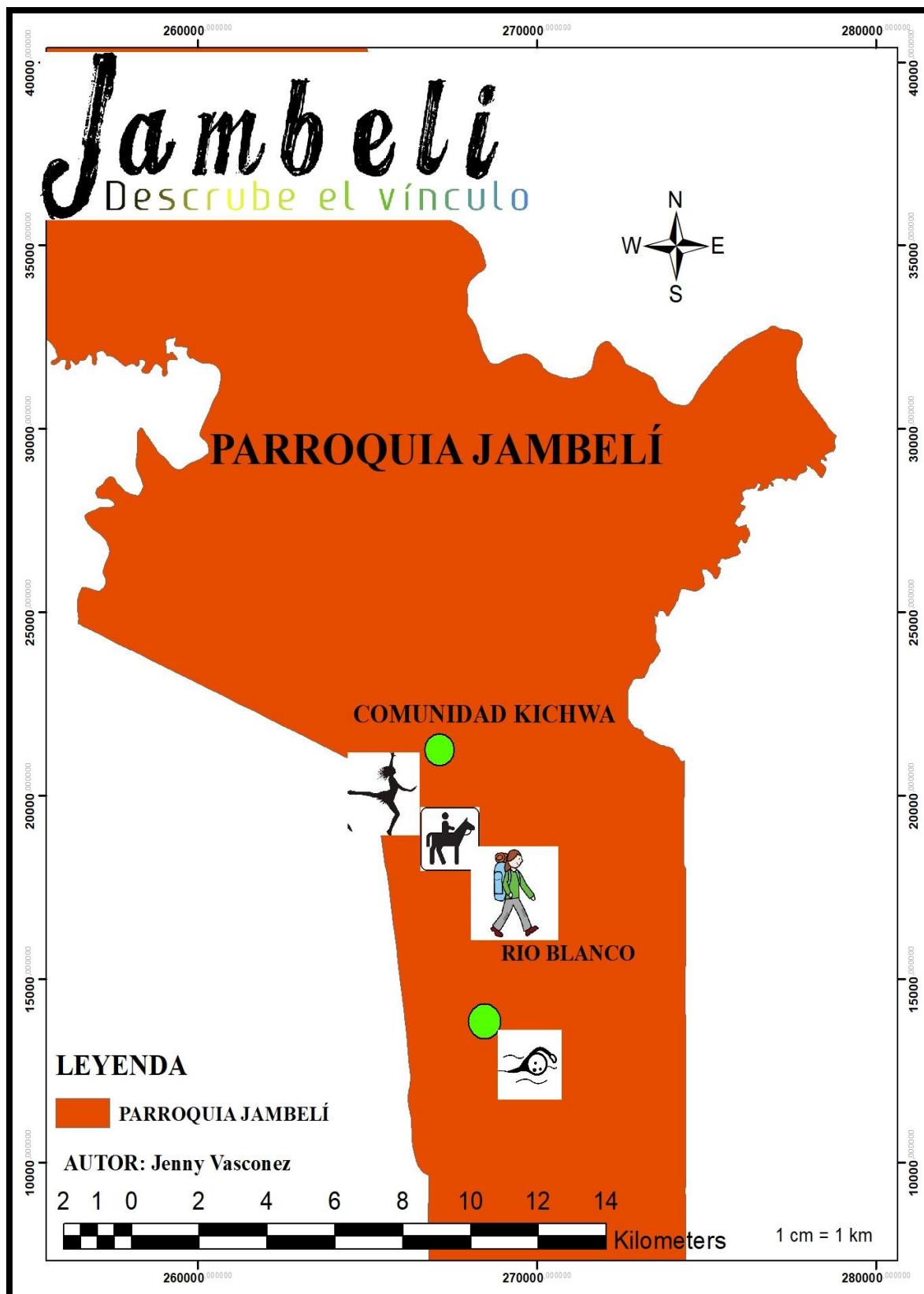


Figura V.40 Mapa paquete dos

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

d. Estructura del costo del paquete

Tabla V.80 Costos paquete número uno

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total	Rangos de pax			
				2	5	10	16
Costos generales por grupo				2 - 4	5 - 9	10 - 15	16-20
Transporte	1	30	30	15	6	3	2
Cabalgata	1	4	4	8	20	40	64
Ritual	1	4	4	8	20	40	64
Guianza	1	30	30	15	3	3	2
Suvenir	1	3	3	3	15	30	48
Total costos generales				49	64	116	180
Costos individuales por persona							
Desayuno	1	2	2	2	2	2	2
Almuerzo	2	3	6	6	6	6	6
Refrigerios	2	0,75	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Total costos individuales		5,75	9,5	9,5	9,5	9,5	9,5
Costos totales por persona							
Total costos generales				24,5	12,8	11,6	11,23
Total costos individuales				9,5	9,5	9,5	9,5
Total costos				34	22,3	21,1	20,73
Total gastos y utilidad							
Gastos administrativos 5%				2	1	1	1
Gastos de deprec. Y venta 3%				1	1	1	1
Margen de rango 5%				2	1	1	1
Precio neto				37	24	23	22
IVA 12%				4	3	3	3
Precio por persona				46	27	26	25

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.81 Costo paquete número dos

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total	Rangos de pax			
				2	5	10	16
Costos generales por grupo				2 - 4	5 - 9	10 - 15	16-20
Transporte	1	30	30	15	6	3	1,875
Paseo fluvial	1	20	20	10	4	2	1
Guianza	1	30	30	15	3	3	1,875
Suvenir	1	3	3	3	3	3	3
Total costos generales				43	16	11	8
Costos individuales por persona							
Desayuno	1	2	2	2	2	2	2
Baile tradicional	1	3	3	3	3	3	3
Almuerzo	1	3	3	3	3	3	3
Refrigerios	2	0,75	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Total costos individuales		8,75	9,5	9,5	9,5	9,5	9,5
Costos totales por persona							
Total costos generales				21,5	3,2	1,1	0,5
Total costos individuales				9,5	9,5	9,5	9,5
Total costos				31	12,7	10,6	10
Total gastos y utilidad							
Gastos administrativos 5%				1,6	0,6	0,5	0,5
Gastos de deprec. Y venta 3%				0,9	0,4	0,3	0,3
Margen de rango 5%				1,7	0,7	0,6	0,5
Precio neto				33,5	13,7	11,4	10,8
IVA 12%				4,0	1,6	1,4	1,3
Precio por persona				37	15	13	12

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

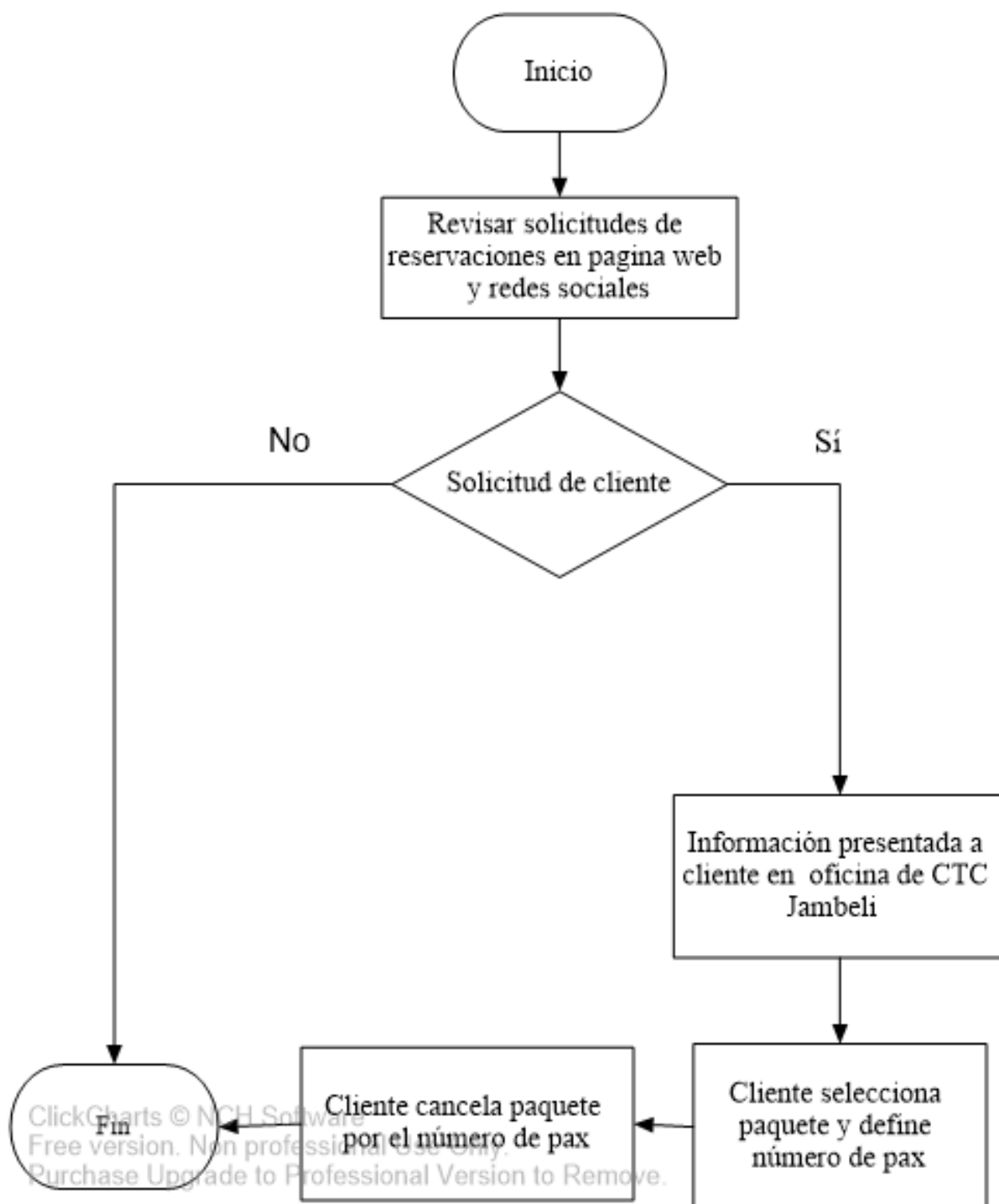
Tabla V.82 Costo de paquete número tres

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total	Rangos de pax			
				2	5	10	16
Costos generales por grupo				2 – 4	5 - 9	10 - 15	16-20
Transporte	1	30	30	15	6	3	1,875
Paseo fluvial	1	20	20	10	4	2	1
Guianza	1	30	30	15	3	3	1,875
Suvenir	1	3	3	3	3	3	3
Total costos generales				43	16	11	8
Costos individuales por persona							
Desayuno	1	3	3	3	3	3	3
Baile tradicional	1	4	4	4	4	4	4
Almuerzo	1	3	3	3	3	3	3
Refrigerios	2	0,75	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Cabalgata	1	5	5	5	5	5	5
Total costos individuales		10,75	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5
Costos totales por persona							
Total costos generales				21,5	3,2	1,1	0,5
Total costos individuales				11,5	11,5	11,5	11,5
Total costos				33	14,7	12,6	12
Total gastos y utilidad							
Gastos administrativos 5%				1,65	0,735	0,63	0,6
Gastos de deprec. Y venta 3%				0,99	0,441	0,378	0,36
Margen de rango 5%				1,782	0,7938	0,6804	0,648
Precio neto				35,64	15,876	13,608	12,96
Iva 12%				4,2768	1,90512	1,63296	1,5552
Precio por persona				40	18	15	15

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

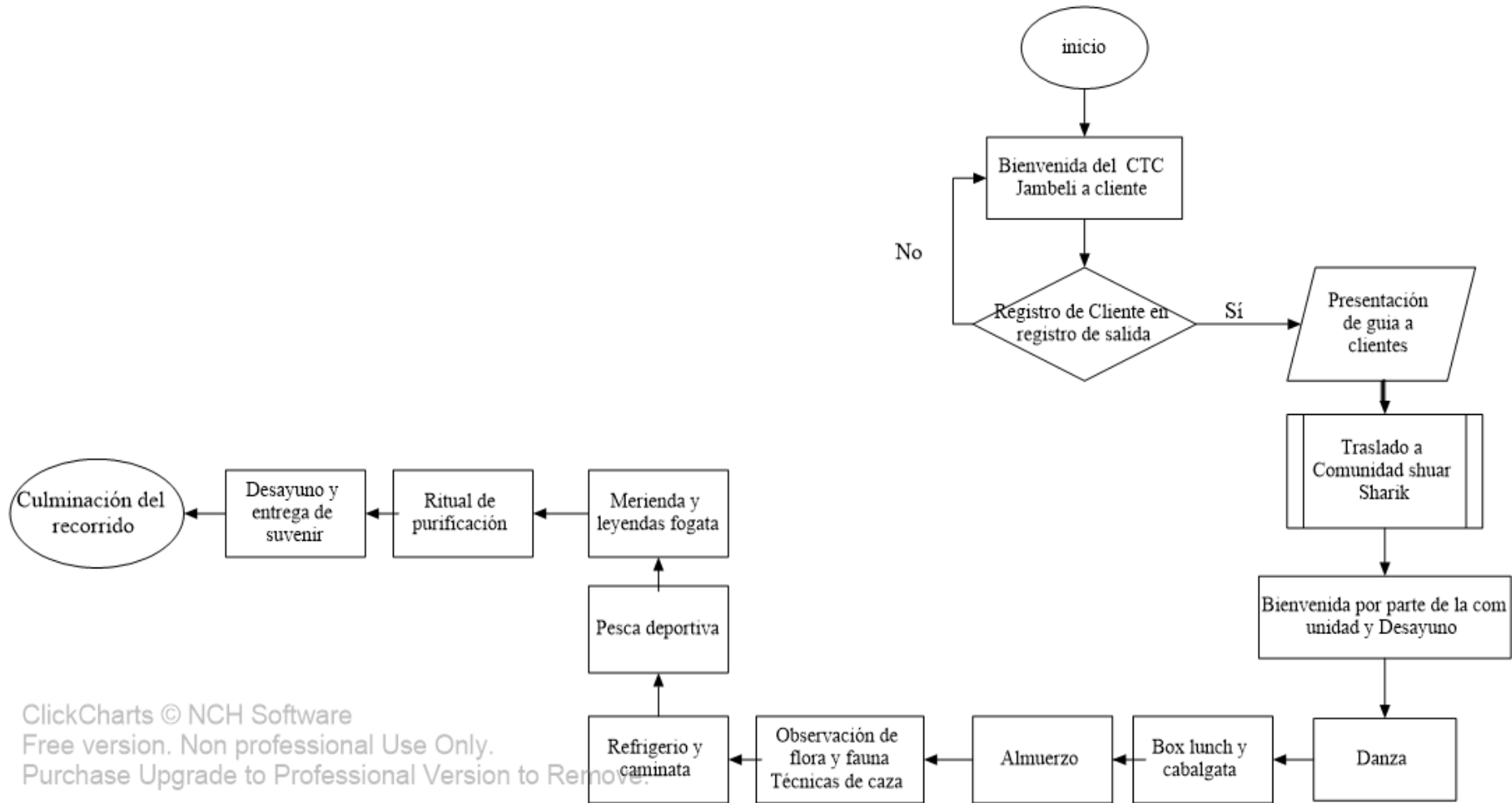
e. Flujograma de procesos

Flujograma de proceso de venta de paquetes turísticos

**Figura V.41** Flujograma proceso de venta

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Flujograma de proceso del de paquetes turísticos número uno



ClickCharts © NCH Software
 Free version. Non professional Use Only.
 Purchase Upgrade to Professional Version to Remove.

Figura V.42 Flujograma paquete No. 1

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

Flujograma de proceso del paquete turístico paquete numero dos

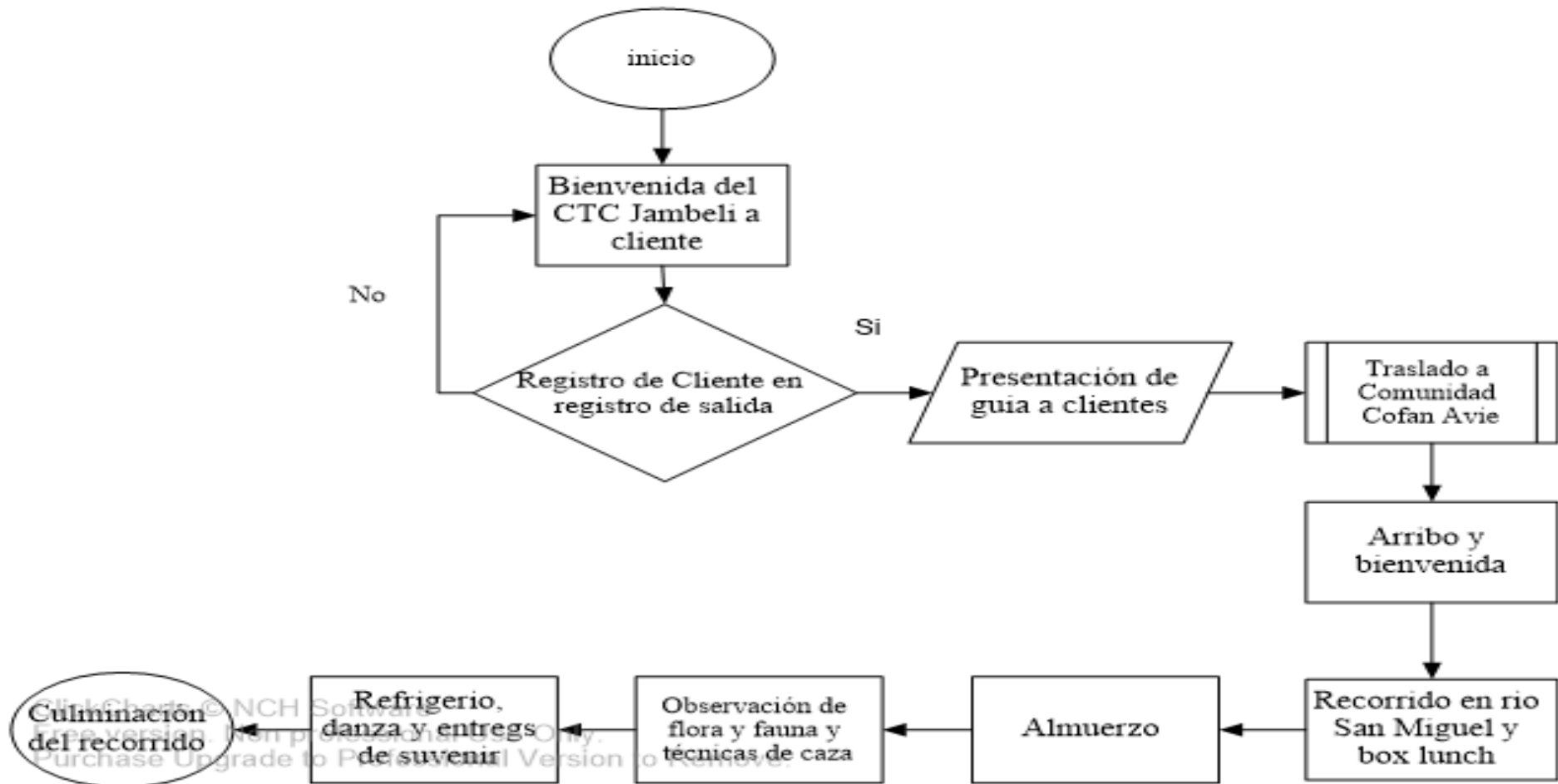


Figura V.43 Flujograma paquete No. 2

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Flujograma de proceso del paquete turístico paquete número tres`

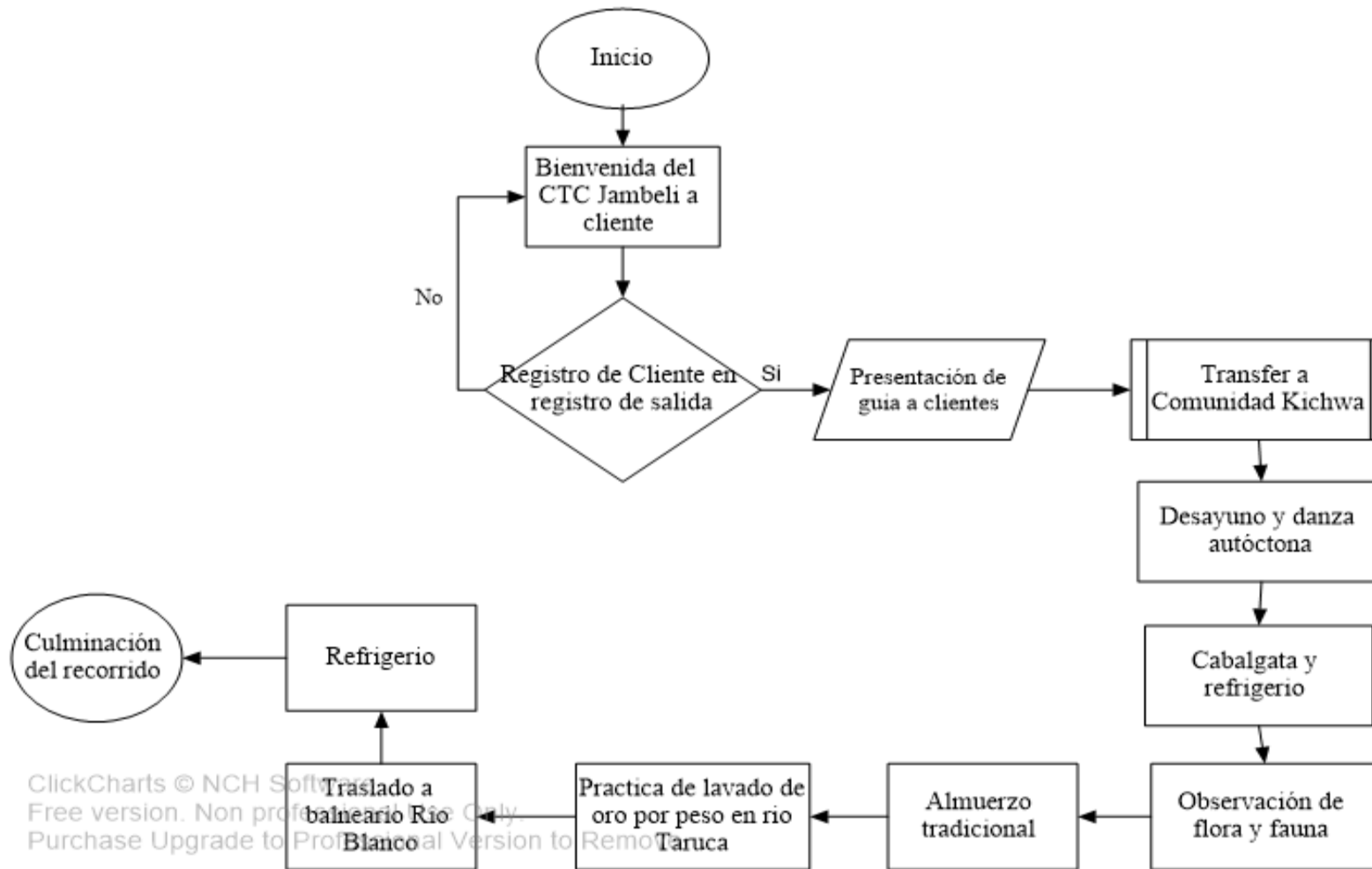


Figura V.44 Paquete No. 3

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

f. Requerimiento del área productiva

1) Activos fijos

Tabla V.83 Activos fijos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Total inversión
Senderos	3	1500	4500
Máquinas y equipos			
Equipo de cabalgata	20	80	1600
Anzuelos	20	5	100
Carpas	10	60	600
Equipo de computo			
Computadora	1	900	900
Impresora	1	200	200
Muebles y enseres			
Sillas	25	20	500
Mesas	5	60	300
Escritorio	1	0	0
Subtotal			8700

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

2) Costo Insumos

Tabla V.84 Costos de insumos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Costo Anual
Resma	24	5	120,0
Tonner	6	50	300,0
Agua	24	1,5	36,0
Subtotal			456,0

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

3) Mano de obra directa

Tabla V.85 Mano de obra directa

Denominación	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Conductor	1	378	4539
Guía	2	467	11215
subtotal			15755

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

3. Determinar la viabilidad ambiental

Tabla 0 V.86 Matriz de mitigación

Actividades del proyecto que causan daño	Efecto	Medida de mitigación	Requerimientos	Gastos
SUELO y AGUA				
Caminata	Compactación y alteración del ecosistema.	Delimitar zonas de intervención.	Propuesta de adecuación.	150
	Contaminación de suelo y agua con desechos orgánicos e inorgánicos.	Recolección de residuos	Recolección y clasificación de los desechos orgánicos e inorgánicos.	200
TOTAL				350
AIRE				
Transporte	Emisión de gases contaminantes.	Mantenimiento y revisión vehicular.	Registro de mantenimientos.	300
TOTAL				300
BIODIVERSIDAD				
Ruido – caminar	Alejamiento de especies de fauna. Alteración de la flora. Conservación de especies de flora y fauna.	Capacitación en conservación de flora y fauna.	Capacitación anual en protección de la flora y la fauna.	500
Total de gastos en requerimientos para el estudio ambiental				1150

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

4. Determinar la viabilidad legal administrativo

1) Definición del tipo de empresa

La Asociación Jambelí tour presenta la capacidad de operar el producto turístico, generando una actividad que fomentará el desarrollo local y se va a constituir:

La Asociación Jambelí tour operará bajo la normativa legal, condición que adoptará la parroquia Jambelí en el desarrollo de la actividad turística.

a) Requisitos para el registro

Tabla V.86 Requisitos para el registro de la Asociación Jambelí tour

Requisitos	Inversión
Solicitud registro MINTUR	2,5
Documento de constitución personalidad jurídica	90
Acta de la Asamblea	60
Certificado de formación profesional en turismo	200
Copia certificada del RUC	5
Informe técnico	300
Pago registro en el MINTUR	\$115,00
Total	772,5

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

b) Requisitos para el funcionamiento

Tabla V.87 Requisitos de funcionamiento

Requisitos para el funcionamiento	Gasto anual
Permiso de LUAF	110
Solicitud LUAF	5
Certificado de uso de suelo	3
Formulario de Patente municipal	70
Copia certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio	0
Copia de la cedula y certificado de votación	1
Copia del RUC del establecimiento	1
Copia del permiso de funcionamiento del cuerpo de Bomberos	10
Total	200

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

2) Requerimiento para el área administrativa

a) Activo fijos

Tabla V.88 Activos fijos área administrativa

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Total inversión
Vehículo (Buseta Hyundai)	1	70000	70000
Máquinas y equipos			
Perforadora	2	5	10
Grapadora	2	5	10
Calculadora	2	15	30
Equipo de computo			
Computadora	3	900	2700
Impresora	2	200	400
Muebles y encerres			
Sillas	12	20	240
Archivador	3	60	180
Escritorio	3	250	750
Total			74320

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

b) Talento Humano

Tabla V.89 Talento humano para área administrativa

Denominación	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Gerente	1	1149	13792
Presidente	1	1149	13792
Secretaria	1	510	6125
Total			33708

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

c) Materiales e insumos

Tabla V.90 Insumos

Denominación	Cantidad	Gasto Mensual	Gasto Anual
Materiales de oficina	12	200	2400
Agua	24	1,75	21
Combustible	1	600	7200
Total			9621

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

d) Gastos de permisos de funcionamiento**Tabla V.91** Gastos permisos de funcionamiento

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto mensual
Patente municipal	1	70	70
Otros permisos	1	100	100
Permiso de los bomberos	1	10	10
Total			180

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

e) Gastos de servicios básicos**Tabla V.92** Gastos de servicios básicos

Servicios básicos	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual
Agua	12	30	360
Luz	12	90	1080
Teléfono	12	70	840
Internet	12	60	720
Total		250	3000

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

f) Activos diferidos**Tabla V.93** Activos diferidos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Total inversión
Estatutos de constitución	1	90	90
Otros permisos	1	682,5	682,5
Total			772,5

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

3) Asociación turística Jambelí tours

La asociación presenta una gama de paquetes turísticos diseñados y elaborados con valor agregado, comercializado para el disfrute del consumidor.

a) Visión

Ser reconocida como la primera operadora turística posicionada a nivel cantonal y provincial, con estándares de calidad al momento de ejecutarse la actividad turística.

b) Misión

Cubrir las necesidades del cliente con calidad y calidez, logrando la satisfacción al desarrollar la actividad turística, superando las expectativas del cliente.

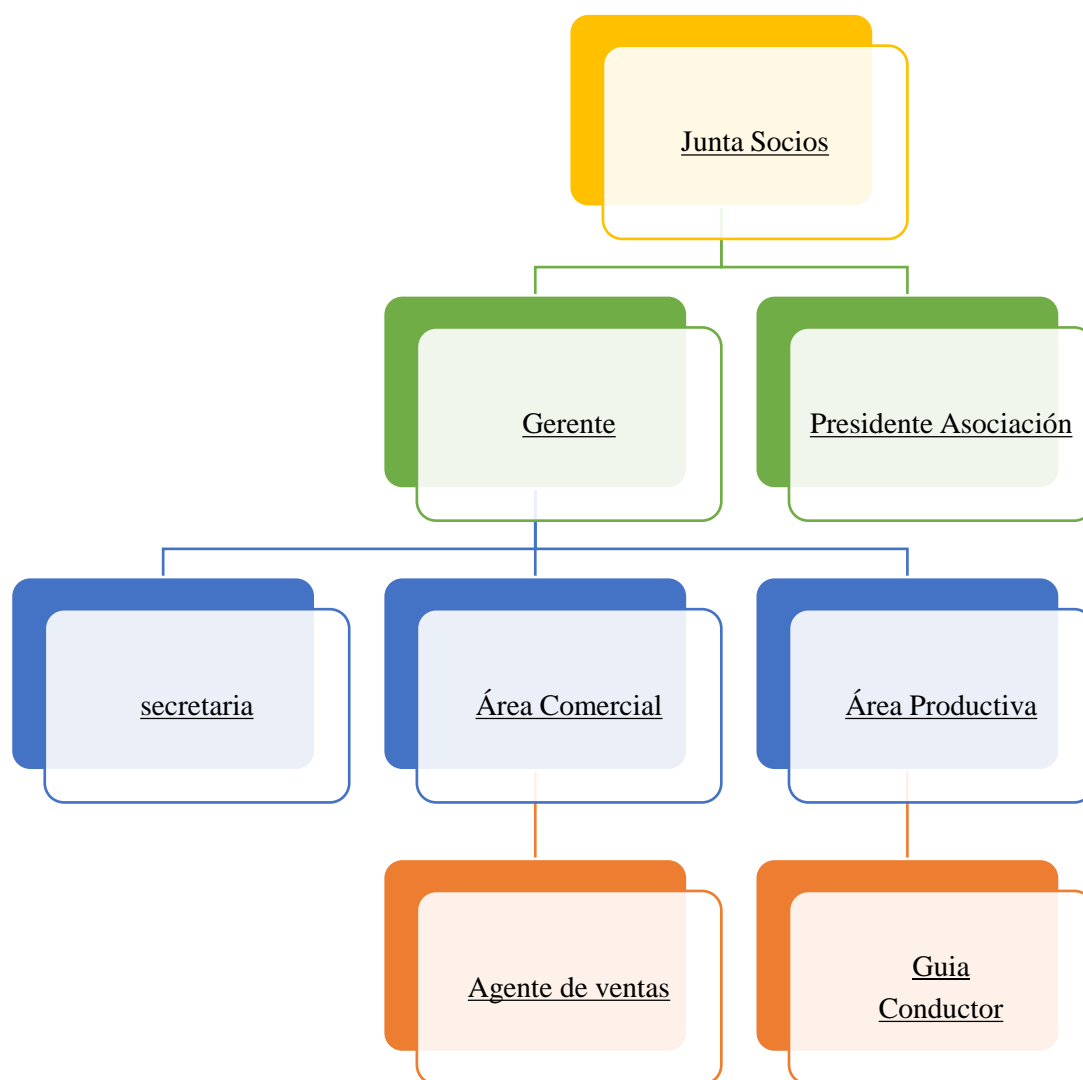
4) Organigrama estructural

Figura V.45 Estructura orgánica asociación Jambelí tour

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

5) Manual de cargos y funciones

Tabla V.94 Funciones de la asamblea

Asamblea de Socios	
Objeto de trabajo	Empoderar la gestión estratégica del producto turístico coordinando con los directivos el desarrollo de la actividad turística para una operación de calidad y productiva.
Compromisos	Nombrar al presidente y gerente Autorizar al gerente y presidente acciones en beneficio de la asociación. Aprobar el presupuesto anual. Llevar actas de las reuniones con los directivos de la asociación. Informarse acerca de satisfacción de los clientes
Requisitos	Conocimiento en la normativa turística y reglamentos.

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.95 Funciones del presidente

Presidente	
Objeto de trabajo	Informar a la asamblea el proceso de operación productiva y de calidad asegurando la sustentabilidad de la empresa.
Compromisos	Convocar a la asamblea a las sesiones. Vigilar el desempeño del gerente y personal. Autorizar al gerente como representante legal de la operación. Determinar las tareas de sus subordinados Atender a las contingencias que pueden surgir Ser líder del equipo Dirigir la asociación. Informarse acerca de satisfacción de los clientes
Requisitos	Miembro de la asamblea. Conocimiento en la normativa turística y reglamentos. Conocimientos básicos en contabilidad, administración y comercialización.

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.96 Funciones del gerente

Gerente	
Objeto de trabajo	Empoderar la gestión estratégica del producto turístico coordinando con las distintas áreas generando una operación de calidad y productiva asegurando la rentabilidad, competitividad y sustentabilidad de la empresa, siguiendo los lineamientos que determina la normativa y cumpliendo con los reglamentos vigentes.
Compromisos	Determinar las tareas de sus subordinados Atender a las contingencias que pueden surgir Ser líder del equipo Dirigir la operadora Informarse acerca de satisfacción de los clientes
Requisitos	Miembro de asociación Conocimiento en la normativa turística y reglamentos. Conocimientos básicos en contabilidad, administración y comercialización.

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.97 Funciones de la secretaria

Secretaria	
Objeto del trabajo	Llevar la documentación de la comercializar los paquetes turísticos
Compromisos	Atender con calidad y calidez a los clientes tentativos que ingresan en busca de información Llevar base de datos de los clientes Dar a conocer los servicios que serán comercializados al turista en los paquetes Actividades que el gerente coordine
Requisitos	Bachiller con conocimientos en comercialización de servicios o productos o a fin. Certificado de honorabilidad de anteriores empleos
	Manejo de

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.98 Funciones del agente de ventas

Agente de ventas	
Objeto del trabajo	Comercializar los paquetes turísticos de la parroquia Jambelí
Compromisos	<p>Atender con calidad y calidez a los clientes tentativos que ingresan en busca de información</p> <p>Comercializar los paquetes establecidos</p> <p>Dar a conocer las promociones de los paquetes establecidos de la parroquia</p> <p>Dar a conocer los servicios que serán comercializados al turista en los paquetes</p> <p>Definir con el gerente la capacitación del personal.</p>
Requisitos	<p>Bachiller con conocimientos en comercialización de servicios o productos o a fin.</p> <p>Certificado de honorabilidad de anteriores empleos</p>

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.99 Funciones del guía

Guía	
Objeto de trabajo	Guiar a los grupos de turistas nacionales o internacionales dando a conocer los atractivos naturales y culturales e informando sobre determinado atractivo.
Compromisos	<p>Coordina de acuerdo al itinerario la guía en el atractivo turístico y/o lugar de visita.</p> <p>Confirmar la presencia de todos los pasajeros en el lugar de encuentro para iniciar la actividad.</p> <p>Interpretación del atractivo turístico de manera clara, amena y precisa, con calidad y calidez proporcionando información veraz del atractivo observado.</p> <p>Brindar información precisa y breve de las diversas inquietudes de los turistas en cierto atractivo de su interés en la ruta.</p> <p>En caso de no sustentar las inquietudes del turista reemitir las inquietudes de precisa y veraz.</p>
Requisitos	<p>Licencia de guía actualizada nativo o naturalista del MINTUR</p> <p>Dominio del idioma inglés hablado</p>

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

Tabla V.100 Funciones del conductor

Conductor	
Objeto de trabajo	Encargado de la movilización de los grupos de turistas nacionales o internacionales hacia los atractivos naturales y culturales.
Compromisos	Coordina de acuerdo al número de pax e itinerario del paquete turístico y/o lugar de visita. Confirmar la presencia de todos los pasajeros con el guía en el lugar de encuentro para iniciar la actividad. Mantener el vehículo limpio y en perfectas condiciones. Brindar información precisa y breve de las diversas inquietudes de los turistas en cierto atractivo de su interés en la ruta. En caso de no sustentar las inquietudes del turista reemitir las inquietudes de precisa y veraz.
Requisitos	Licencia de conducir Morador de Jambelí

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

6) Marco legal

Para identificar el tipo de razón social se realizó un análisis comparativo de la ley de compañía y la ley de economía popular y solidaria, donde:

La (Ley de compañías, 2014) en su Art. 2 reconoce a cinco especies de compañías de comercio, a saber: La compañía en nombre colectivo; La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La compañía de responsabilidad limitada; La compañía anónima; y, La compañía de economía mixta. Mientras que la ley de economía popular y solidaria reconoce a las organizaciones en grupos y clases; de producción, consumo, vivienda y servicios, en este grupo en particular la clase operadores turísticos responde a la necesidad de la población de la parroquia Jambelí que se ha organizado para conformar un producto turístico que será promocionado y operado por la asociación Jambelí tour, amparado en la normativa legal del EPS, en coordinación con la Constitución de la República y la ley de turismo. de acuerdo al marco legal vigente, acotando los artículos a continuación:

CONSTITUCIÓN

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 7)

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (Ecuador, 2008, pág. 80)

Capítulo cuarto

Régimen de competencias

Art. 267.- Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente. (Constitución de la Republica del Ecuador , 2008, pág. 68)

LEY DE TURISMO

TITULO SEGUNDO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS

CAPITULO I DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y SU CATEGORIZACION

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones. (MINTUR, 2015, pág. 10)

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo. - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

Operación La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas. - El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo. (MINTUR, 2015, pág. 12)

LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

Popular y Solidaria

Capítulo I

De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria

Art. 8.- Formas de Organización. - Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

Sección 2

De las Organizaciones del Sector Asociativo

Art. 18.- Sector Asociativo. - Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.

Art. 19.- Estructura Interna. - La forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

La integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo, se normará en el Reglamento de la presente Ley, considerando las características y naturaleza propias de este sector.

Art. 20.- Capital Social. - El capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico.

En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social materia de la donación.

Requisitos para Constitución de Asociaciones:

Reserva de denominación (Anexo 4)

Formulario Único de Constitución de Asociaciones (Anexo 5)

Copia de cédula (legibles),

De los Directivos elegidos,

Del Representante legal; y,

De la persona autorizada, en el caso de que el Representante Legal

hubiere delegado a esta, para que continúe con el trámite de

constitución de la organización en la SEPS. (IEPS, 2015)

Capítulo III del registro

Art. 8.- Requisitos para el Registro de Turismo. - El registro de turismo como Asociación se lo hará en la matriz o en las unidades desconcentradas en el ámbito nacional del Ministerio de Turismo, debiendo para dicho registro turístico, adjuntar los siguientes documentos:

- a) Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar;
- b) Documento que demuestre la personalidad jurídica;
- c) Nombramiento que acredite la representación del petitionerante;
- d) Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;
- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas.
- f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;
- g) Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos; y,

h) Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana. (comunitarios, 2010, pág. 3)

C DETERMINAR LA RENTABILIDAD FINANCIERA

1. Inversiones

Tabla V.101 Inversiones

Denominación	Fuentes		
	USO	Recursos propios	Préstamo
Activos fijos	107490	14290	97700
Terrenos	4500	4500	
Construcciones y edificaciones	20000		20000
Maquinarias y equipos	3200		3200
Equipos de computo	6200	6200	
Muebles y enseres	3590	3590	
Vehículo (Buseta Hyundai)	70000		70000
Activos diferidos	19739,75	16739,75	
Capacitación	482,25	482,25	
Promoción y publicidad	3285	3285	
Patentes y permisos	952,5	952,5	
Constitución de la organización	1020	1020	
Estudios de investigación	3000		3000
Gastos financieros	11000	11000	
Capital de trabajo	13225,68	12225,68	1000
Mano de obra directa	2626	2626	
Sueldos y salarios	7370	7370	
Materias primas	76	76	
Insumos	1654	1654	
Servicios básicos	500	500	
Contingencias	1000		1000
TOTAL	140455	43255	97200

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

2. Calculo de la deuda

Tabla V.102 Amortización de la deuda

Año	Préstamo Capital	Capital A Pagarse	Saldo	Interés	Cuota
2018	100000	20000	80000	11000	31000
2019	80000	20000	60000	8800	28800
2020	60000	20000	40000	6600	26600
2021	40000	20000	20000	4400	24400
2022	20000	20000	0	2200	22200

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

3. Depreciaciones

Tabla V.103 Depreciación de los bienes

Denominación	Valor Bien	Depreciación por Ley	Depreciación Anual	Depreciación En El Proyecto	Valor De Salvamento
Terrenos	4500				
Construcciones y edificaciones	20000	20	1000	5000	15000
Maquinarias y equipos	3200	10	320	1600	1600
Equipos de computo	6200	2	3100	15500	0
Muebles y enseres	3590	10	359	1795	1795
Vehículo (Buseta Hyundai)	70000	5	14000	70000	0
TOTAL	107490		18779	93895	18395

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

4. Depreciación de activos diferidos

Tabla V.104 Depreciación de activos diferidos

2017	2018	2019	2020	2021	2022
19739,75	3947,95	3947,95	3947,95	3947,95	3947,95

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

5. Costos y gastos

Tabla V.105 Costos y gastos

Denominación	Año				
	2018	2019	2020	2021	2022
Costos de producción	16210,63	17004,95	18712,26	21599,95	26155,00
Mano de obra directa	15754,63	16526,61	18185,89	20992,35	25419,27
Materias primas/materiales e insumos	456,00	478,34	526,37	607,60	735,73
Gastos administrativos	84530,93	87752,78	91132,49	94677,81	98396,85
Sueldos y salarios	44222,43	46389,33	48662,41	51046,86	53548,16
Servicios básicos	3000,00	3147,00	3301,20	3462,96	3632,65
Combustibles	7200,00	7552,80	7922,89	8311,11	8718,35
Materiales de oficina	10377,00	10885,47	11418,86	11978,39	12565,33
Permisos	952,50	999,17	1048,13	1099,49	1153,37
Depreciaciones	18779,00	18779,00	18779,00	18779,00	18779,00
Gastos en ventas	3110,00	3262,39	3422,25	3589,94	3765,84
Promoción y publicidad	3110,00	3262,39	3422,25	3589,94	3765,84
Gastos Financieros	8800,00	6600,00	4400,00	2200,00	0,00

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásconez, 2017)

6. Ingresos

Tabla V.106 Ingresos

Denominación	Año					
	2017	2018	2019	2020	2021	2020
Paquete 1	1368	1472	1590	1717	1885	2003
Precio	46	46	46	46	46	46
Subtotal 1	62.928,00	67.712,00	73.140,00	78.982,00	86.710,00	92.138,00
Paquete 2	1947	2095	2263	2444	2640	2851
Precio	37	37	37	37	37	37
Subtotal 1	72.039,00	77.515,00	83.731,00	90.428,00	97.680,00	105.487,00
Paquete 3	1947	2095	2263	2444	2640	2851
Precio	40	40	40	40	40	40
Subtotal 1	77.880,00	83.800,00	90.520,00	97.760,00	105.600,00	114.040,00
Total	212.847,00	229.027,00	247.391,00	267.170,00	289.990,00	311.665,00

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

7. Estados de resultados

Tabla V.107 Estado de resultados

Denominación	Año				
	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	48.992,90	160.318,90	173.173,70	187.019,00	202.993,00
Costos de producción	16210,63	17004,95	18712,26	21599,95	26155,00
Utilidad bruta	132782,27	143313,95	154461,44	165419,05	176838,00
Gastos administrativos	84530,93	87752,78	91132,49	94677,81	98396,85
Gastos ventas	3110,00	3262,39	3422,25	3589,94	3765,84
Utilidad operativa	45141,34	52298,79	59906,70	67151,30	74675,30
Gastos financieros	8800,00	6600,00	4400,00	2200,00	0,00
Utilidad antes de impuestos y repartición de beneficios	36341,34	45698,79	55506,70	64951,30	74675,30
Impuestos	9085,335225	11424,69638	13876,67488	16237,82495	18668,82558
Utilidad antes de repartición de utilidades	27256,01	34274,09	41630,02	48713,47	56006,48
Repartición de utilidades	4088,400851	5141,113369	6244,503694	7307,021226	8400,971509
Utilidad neta	23167,60	29132,98	35385,52	41406,45	47605,51

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

8. Flujo de caja

Tabla V.108 Factibilidad económica

Denominación	Año					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Inversiones	140455,43					

Valor de salvamento						18395
Capital de trabajo						13225,68
Utilidad neta		23167,60	29132,98	35385,52	41406,45	47605,51
Depreciaciones		18779	31886	31886	31886	31886
Flujo de caja	-140455,4265	41946,60	61018,98	67271,52	73292,45	111112,18
Factor de actualización	1	0,9524	0,9070	0,8638	0,8227	0,7835
Flujo de caja actualizado	-140455,4265	39949,14745	55346,00976	58111,66909	60297,88297	87059,3018
			95295,15721	153406,8263	213704,7093	300764,0111

Nota: (Trabajo de campo realizado por: Jenny Vásquez, 2017)

En el año 3 se recupera la inversión.

Presenta un RBC de 2.14 dólares por cada 1 dólar invertido.

El VAN corresponde a 107.000.5

Presenta un TIR del 34%, considerando rentable el proyecto.

VI. CONCLUSIONES

- A. En el análisis del objetivo uno evaluación del potencial turístico se utilizó metodología de SENPLADES, para analizar la dinámica demográfica de la parroquia la cual presenta una población de 3315 habitantes con un 91% considerada pobre, 1287 habitante presenta un nivel de instrucción académica primaria. En la parroquia Jambelí se determinó en el territorio 6 atractivos en la evaluación del potencial turístico: 1 atractivos natural de jerarquía II, 2 naturales dos con jerarquía I y 3 culturales con jerarquía II, los cuales presentan valores intrínsecos y extrínsecos que generará la motivación de visita del turista nacional e internacional hacia Jambelí.
- B. El estudio de mercado se determinó mediante el análisis del universo de estudio, turistas nacionales e internacionales que visitaron la Reserva de Producción de Fauna Cuyabeno, se desarrolló con el análisis de las variables psicográficas donde la mayoría de turistas provienen de Sucumbíos para turistas nacionales y de Estados Unidos para turistas internacionales con un 100% de aceptación, se analizó y determinó gustos y preferencias de los turistas que desean visitar Jambelí, información que facilito el diseño de paquetes turísticos.
- C. Determinado las preferencias de la demanda, en el estudio técnico se concretó tres paquetes turísticos uno de dos días y dos de un día considerando actividades con grado de dificultad moderada, los cuales serán ofertados por los canales de comunicación identificados por los turistas internet y venta directa.
- D. En el estudio ambiental se determinaron los posibles daños que causaría la actividad al entorno y las medidas de mitigación para minimizar los impactos ambientales que la actividad generaría en territorio.
- E. En el estudio administrativo legal se analizó la normativa del país para definir la viabilidad legal para la creación de una asociación bajo la Ley de Economía Popular y Solidaria para poder ofertar el producto turístico que llama la atención de turistas nacionales e internacional por su encanto natural y cultural, generando la dinamización de la economía local
- F. El estudio financiero se analizó el requerimiento de cada área con un TIR de 34%, un VAN de \$ 107000,5 determina que el producto turístico es financieramente rentable con un costo beneficio es de 2,14 \$, es decir que por cada dólar que invertimos ganamos 1,14 \$ centavos de dólar.

VII. RECOMENDACIONES

- A. En el ámbito del desarrollo económico territorial de Jambelí se debería generar propuestas orientadas al desarrollo de la actividad turística, debido al potencial turístico que presenta la parroquia. En el análisis de revisión bibliográfica el plan de desarrollo en la página 64 cita “*La Parroquia Jambelí posee una gran variedad de belleza escénica atractiva para el turismo y la recreación; sin embargo, estos no han sido explotados adecuadamente por la limitada infraestructura además no existe difusión y promoción*” en los objetivos estratégicos y metas no presenta programas o proyectos vinculados u orientados a la actividad turística, por ello en la actualización del mismo se debería considerar como una actividad para el desarrollo local.
- B. Mantener estrategias de promoción y publicidad conforme a los gustos y preferencias de la demanda nacional e internacional, herramienta que facilitara la fidelización del cliente y el posicionamiento de Jambelí, descubre el vínculo; como punto de referencia entre los visitantes que llegan a la provincia de Sucumbíos.
- C. Generar estrategias de participación con los moradores de Jambelí, para el empoderamiento de la actividad turística dentro del territorio, vinculando la cooperación interinstitucional o internacional (ONG) para el desarrollo de este producto turístico, impulsando el desarrollo y la generación de empleo en los moradores de la parroquia en el marco de la legislación lo permita para mejorar la calidad de oferta del producto turístico.

VIII. RESUMEN

La presente investigación plantea diseñar un producto turístico para la parroquia Jambell, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbios, que se compone por tres objetivos. La evaluación del potencial turístico de la parroquia donde se identificó 6 atractivos que se han jerarquizado de acuerdo a sus valores intrínsecos y extrínsecos, dos en jerarquía I y cuatro con jerarquía II. El segundo objetivo se divide en cuatro etapas, se desarrolló el estudio de mercado donde se determinó la aceptación, gustos y preferencias de los turistas nacionales e internacionales. En la segunda fase se procede a desarrollar el estudio técnico del producto turístico, se realizó un plan de comunicación integrado por el diseño de medios: radio, página web, redes sociales, tarjetas de presentación y trípticos medios que contribuirán al posicionamiento de la marca Jambell descubre el vínculo, el producto cuenta con dos paquetes de un día y un paquete de dos días con su respectivo costo e itinerario. En la elaboración del estudio ambiental se identificaron los posibles riesgos ambientales y la mitigación de los mismos. En la cuarta fase se identificó la forma legal de la organización, la estructura organizativa de las actividades para el personal requerido. El tercer objetivo se estructuró el estudio económico financiero se requiere una inversión de 140.455 \$, el VAN de 107.000,5 \$, el TIR de 34%, mientras que el costo beneficio es de 2,14 \$, es decir que por cada dólar que invertimos ganamos 1,14 \$ centavos de dólar. Se concluye que el proyecto es factible y se recomienda su implementación como aporte desarrollo de la parroquia.

Palabras clave: PRODUCTO TURÍSTICO - ATRACTIVOS TURÍSTICOS - - PAQUETES TURÍSTICOS

Por: Jenny Vásquez



24/10/2019
 J. Vásquez

IX. SUMMARY**ABSTRACT**

The current investigation proposes: designing a tourism product for the Jambeli parish, Lago Agrio canton, Sucumbios province: which is composed of three objectives. The evaluation of the touristic potential of the parish where 6 attractions were identified that have been hierarchized according to their intrinsic and extrinsic values, two in the hierarchy I and four with hierarchy II. The second objective is divided into four stages, the market study was developed where the acceptance, tastes, and preferences of national and international tourists were determined. In the second phase proceeds to develop the technical study of the tourist product, a communication plan was made integrated by the design of media: radio, website, social networks, business cards and media triptychs that will contribute to the positioning of the Jambeli brand. The product has two packages of one day and one package of two days with their own cost and itinerary. In the elaboration of the environmental study, the possible environmental risks and the mitigation thereof were identified. In the fourth phase the legal form of the organization was identified, the organizational structure of the activities for the required staff. In the third objective, a financial economic study was structured, and it shows that requires an investment of \$ 140,455, the NPV of \$ 107,000.5, the IRR of 34%, while the cost-benefit is \$ 2.14. It means that for every dollar we invest we earn \$ 1.14 cents. It is concluded that the project is feasible, and its implementation is recommended as a contribution to the development of the parish.

Keywords: TOURIST PRODUCT - TOURIST ATTRACTIONS - TOURIST PACKAGES

X. BIBLIOGRAFÍA

- Ávila, V. R. (2006). Diseño de un producto turístico un enfoque y una propuesta metodologica. Bogotá.
- Birmihan, w. (2013). Fundamentos de administración financiera. Argentina.
- Champetier, Y., Borchgrave, C., Hildwein-Scheele, A., & Janot, J.-L. (1996). Seminario LEADER. Extremadura - España. pp. 3-4.
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2005). Estudio económico-financiero. Recuperado el 22 de mayo del 2018, de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>
- Vergara, F. (2010). Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización. Quito. Recuerado el 22 de mayo del 2018, de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf
- Colbrand, I. (2016). Estudio de impaco ambiental. Recuerado el 22 de mayo del 2018, de http://www.allpe.com/seccion_categoria.php?idcategoria=26
- Mantila, J. (2016). Ecuador se ubica en el puesto 57 del mundo, según el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo. Diario El Comercio. Recuperado el 29 de juniodel 2018, de <http://www.elcomercio.com/viajar/ecuador-puesto-57-mundial-indice.html> comunitarios, R. p. (2010).
- Fabara, M. E. (2011). Las facilidades turísticas y su incidencia en la afluencia de visitantes al corredor eocturístico Quilotoa Chugchilan provincia de Cotopaxi. Ambato.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Lago Agrio. (2014). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Lago periodo 2014 – 2019. Sucumbios.
- Gómez, G. (2014). Evaluación de alternativas de inversión. Lago Agrio.
- Instituto de Economía Popular y Solidaria. (2015). Manual del usuario - Nuevo procedimiento manual de constitución de organizaciones EPS. Recuerado el 22 de mayo del 2018, de <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/138268/Manual+de+usuario/4b72aabf-a32a-493c-8817-b80363442de7>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Ecuador en cifras. Ecuadorencifras. Recuerado el 22 de mayo del 2018, de Instituto, Censos y Estadística de Nacional: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=poblaci%C3%B3n>
- Vergara, F. (2014). Ley de compañías. Recuerado el 22 de mayo del 2018, de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Lopez, H. (2002). Gestion y desarrollo del turismo regional. Bogotá.

- Lopez, M. E., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta, C. (2010). Estudio administrativo un apoyo en la estructura organizacional. Sonora.
- Ministerio del Ambiente. (2012). Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental. Quito: MAE
- Ministerio del Ambiente. (2016). Áreas protegidas. Recuerdo el 22 de mayo del 2018, de Areas protegidas: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/en/reporte-de-visitas#>
- Ministerio de Coordinación de la Política y Gobierno. (2011). Código Orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización. Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Capítulo IV . Quito. pp. 47-48.
- Ministerio de Turismo . (2015). Principales indicadores de turismo. Boletín turístico, 5 - 10. Lago Agrio. MINTUR.
- Ministerio de Turismo. (2004). Metodología para inventarios de atractivos turísticos. Lago Agrio. MINTUR.
- Ministerio de Turismo. (2015). Ley de Turismo. Quito . MINTUR
- Nicolau, J. L. (2016). El producto turístico. Recuerdo el 22 de mayo del 2018, de rua.ua.es: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/7/Tema%207.pdf>
- Organización Mundial de Turismo . (2016). Ecuador en cifras www.media.unwto.org . Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial Turismo. (2008). Turismo: concepto y definiciones. En A. Sancho, D. Buhalis, J. Gallegos, J. Mata, S. Navarro, E. Osorio, P. Ruiz, Introducción al turismo. Recuerdo el 22 de mayo del 2018, de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34235207/Introduccion_al_turismo.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1475695533&Signature=BVcmlR%2FBSOpM51u8XTWtA0AM8SE%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIntroduccion_al_Turis
- Sánchez, E. M.-S. (2010). Educación didáctica. Recuerdo el 22 de mayo del 2018,. Obtenido de www.uhu.es: <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0093instrumentosrecabardatos.htm>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). Sección I Diagnostico. En Lineamientos y directrices para la planificación y ordenamiento territorial. Quito. p. 19
- Secretaría Técnica Nacional Ambiental. (2015). Viabilidad ambiental. www.setena.go.cr. Obtenido de <https://www.setena.go.cr/viabilidades.html>
- Servicio Nacional de Turismo. (2008). Glosario de turismo. Chile: SERNATUR
- Talancón, H. P. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. Contribuciones a la Economía. p. 2.


Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2010). Impacto ambiental. datateca.unad.edu.co.

Obtenido de

http://datateca.unad.edu.co/contenidos/358023/Material_en_linea/leccin_1_definicion_impacto_ambiental.html

XI. ANEXOS


Anexo 1

1. DATOS GENERALES		
1.1. Encuestador: Jenny Vásquez		1.2. Ficha N°: 1
1.3. Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo Ing. Renato Chávez		1.4. Fecha: 11/03/2017
1.5. Nombre del atractivo: NACIONALIDAD SHUAR		
1.6. Categoría: MANIFESTACIONES CULTURALES		
1.7. Tipo: ETNOGRAFIA		
1.8. Subtipo: Grupos étnicos		
		
Imagen 001		
2. UBICACIÓN		
2.1. Provincia: Sucumbios	2.2. Canton: Lago Agrio	2.3. Parroquia: Jambelí
2.4. Latitud: 0264133		2.5. Longitud: 0025956

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
3.1.Nombre del centro poblado: Comunidad Sharik		3.2.Distance:
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO		
4.1.Altitud: 269 msnm	4.2.Temperatura: 25°C	4.3.Precipitacion Pluviométrica: 166 mm
4.4.Ubicacion del atractivo		
El atractivo se encuentra ubicado en la comunidad Sharik		
4.5.Descripcion del atractivo		
<p>Los Shuar con sentido de pertenencia muy marcado, se agrupa en comunidades que son articulados por una asamblea teniendo la potestad de elegir al directorio que está representado por el presidente. El cual trabaja en la organización y coordinación de acciones para el mejoramiento de los centros comunitarios.</p> <p>El idioma es el shuar, la vestimenta de la mujer es un vestido llamado el karachi se adorna con collares y pulseras hechas de semillas, anteriormente utilizaban huesos y colmillos de mamíferos y plumas de aves silvestres. Los hombres usan el itip es una falda hasta los tobillos, sujeta con una faja, los shamanes utilizan el tawashap una corona hecha con plumas de tucán.</p> <p>La fiesta de la chonta, de la culebra están fundamentadas en sus creencias religiosas y curativas al utilizar el yage bebida que les conecta con el mundo espiritual.</p> <p>Se dedican a la agricultura, pesca, caza. Los productos que son relevantes en la alimentación de la nacionalidad es el plátano, maíz, yuca, papachina, camote, papaya y maní; la pesca y la caza actualmente ya no se realiza frecuentemente debido a la expansión de la frontera agrícola y la presencia de sedimentos en el agua. La utilización de armas ancestrales como cerbatanas, lanzas han sido remplazadas por machetes, motosierras y moto guadañas que son importantes en su labor en el campo.</p> <p>Las mujeres aparte de la agricultura, elaboran artesanías con semillas y fibras vegetales propias de la selva. Las artesanías son vendidas en el mercado local a turistas nacionales o internacionales así teniendo ingresos extras. La necesidad de tener ingresos económicos ha dado como resultado que muchos individuos de esta nacionalidad, laboren en las petroleras u otras actividades que están cercanas de su territorio.</p> <p>Son conocedores de la medicina natural y bondades curativas de las plantas que existen en su territorio, este conocimiento lo tiene todo el pueblo, se lo trasmite de generación a generación, ya sea de manera oral o cuando los jóvenes miran aplicar este conocimiento en la vida cotidiana de su</p>		

nacionalidad.	
El Shaman es el encargado de realizar rituales de curación y los medicamentos naturales, utiliza la bebida yage o natem que cura enfermedades y le permite visualizar el futuro, esta bebida puede ser ingerida por la persona a quien el Shaman haya elegido.	
Parte de la dieta diaria de esta nacionalidad es la chicha de yuca y chonta, la chucula elaborada del plátano maduro, mismos que son complementados con carne de animales silvestres o domésticos actualmente, acompañado de yuca, plátano, camote, papachina forman parte de su alimentación.	
4.6.Atractivos individuales que lo conforman	
Flora y fauna de la zona.	
4.7.Permisos y restricciones	
No existe ningún tipo de restricción para ingresar a este atractivo, aunque es importante contactar con alguien de la comunidad para que sirva de guía.	
4.8.Usos	
4.8.1.Usos actuales	
Preservar sus costumbres con el objetivo de mantenerlas de generación en generación.	
4.8.2.Usos potenciales	
En esta comunidad se desarrollan eventos culturales, los fines de semanas acuden jóvenes y adultos a practicar deportes.	
4.8.3.Necesidades turísticas	
Limitada acceso, existen dos turnos para poder movilizarse a la comunidad.	
4.9. Impactos	
4.9.1.Impactos positivos	Desarrollo de la comunidad
4.9.2.Impactos negativos	Pérdida paulatina de la transmisión de los saberes.
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO	
5.1.Estado	Alterado
5.2.Causas	
6. ENTORNO	
6.1.Entorno	Alterado
6.2.Causas	Avance de la frontera agrícola.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1.Tipo: Terrestre	7.2.Subtipo:
7.3.Estado de vía: Regular	7.4.Transporte: Ranchera cooperativa Putumayo

7.5.Frecuencias: 3 diarias		7.6.Temporalidad: Diaria
7.7.Observaciones		
Los Shuar asentados actualmente son los fundadores de la comunidad Sharik, los cuales llegaron aproximadamente hace unos 50 años vivieron su infancia en Pastaza y posteriormente llego a Sucumbíos.		
8. FACILIDADES TURISTICAS		
Carece de facilidades turísticas.		
9.INFRAESTRUCTURA BASICA		
9.1.Agua:	Pozo de agua	
9.2.Energia Eléctrica	Sistema de energía eléctrica pública	
9.3.Alcantarrillado	Pozos sépticos	
10.ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1.Nombre del atractivo		10.2.Distancia
11.DIFUSION DEL ATRACTIVO		
11.1.Difusion		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicio	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		44
13.JERARQUIZACION		
Jerarquía II		

1. DATOS GENERALES		
1.1.Encuestador: Jenny Vásquez		1.2.Ficha N°: 2
1.3.Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo Ing. Renato Chávez		1.4. Fecha: 11/03/2017
1.5.Nombre del atractivo: NACIONALIDAD COFAN		
1.6.Categoría: MANIFESTACIONES CULTURALES		
1.7.Tipo: ETNOGRAFIA		
1.8.Subtipo: Grupos étnicos		
		
Imagen 002		
2. UBICACIÓN		
2.1.Provincia: Sucumbios	2.2.Canton: Lago Agrio	2.3.Parroquia: Jambelí
2.4.Latitud: 0266076		2.5.Longitud: 0032386
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
3.1.Nombre del centro poblado: Comunidad Cofán		3.2.Distancia:
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO		
4.1.Altitud: 316msnm	4.2.Temperatura: 25°C	4.3.Precipitacion Pluviométrica: 166 mm
4.4.Ubicacion del atractivo		
El atractivo se encuentra ubicado en la comunidad Avie		
4.5.Descripcion del atractivo		
La nacionalidad Cofan o también conocida como A'í y su idioma es el A'ingae se agrupa en comunidades organizada en asamblea esta como máxima autoridad, es representada por un consejo elegido por la misma, siendo el presidente escogido para coordinar acciones para el progreso de la		

comunidad.

Los Hombres utilizan el cushmas un vestido largo hecho de algodón, coronas hechas con plumas, collares adornados con dientes de animales silvestres y semillas, una pluma atravesada en el tabique de la nariz y la cara pintada de achote.

La Mujer: utiliza una blusa y falda elaborada con algodón, la cara y el cuerpo pintado de achiote.

La actividad principal es la agricultura, cultivando como principales la yuca y plátano productos que utilizan en su alimentación diaria y venta; la cría de especies domesticas como ganado vacuno, aviar y pesca, fuente de ingresos económicos. La caza actualmente no se realiza frecuentemente debido a la expansión de la frontera agrícola y a la normativa vigente.

La utilización de la cerbatana ha sido remplazada por machetes y moto guadañas herramientas "modernas" que han sido incorporadas para la agricultura.

Esta nacionalidad presenta curanderos conocidos como Shamanes encargado de los rituales de curación y medicina natural, utiliza la bebida yage que le permite ver el futuro, esta bebida puede ser ingerida por una persona preparada espiritual y en buen estado físico.

Esta nacionalidad también se dedica a la elaboración de artesanías con hebras vegetales de chambira y semillas de plantas silvestres, estas son comercializadas a los visitantes del cantón Lago Agrio, fuente de ingresos económicos.

4.6.Atractivos individuales que lo conforman

Flora y fauna de la zona y Rio San miguel.

4.7.Permisos y restricciones

No restricción para ingresar a este atractivo, es importante contactar con alguien de la comunidad para que sirva de guía.

4.8.Usos

4.8.1.Usos actuales

Mantener sus tradiciones con el objetivo de conservar para las futuras generaciones.

4.8.2.Usos potenciales

Turismo Comunitario.


4.8.3.Necesidades turísticas

Limitado el acceso, se debe cruzar en killa para poder movilizarse a la comunidad cruzando el rio San Miguel.

4.9. Impactos

4.9.1.Impactos positivos	Fortalecer los saberes	
4.9.2.Impactos negativos	Pérdida paulatina de la transmisión de los saberes.	
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO		
5.1.Estado	Alterado	
5.2.Causas	Dinamización de la cultura.	
6. ENTORNO		
6.1.Entorno	Alterado	
6.2.Causas	Avance de la frontera agrícola.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1.Tipo: Terrestre	7.2.Subtipo:	
7.3.Estado de vía: Regular	7.4.Transporte: Ranchera	
7.5.Frecuencias: 2 diarias	7.6.Temporalidad: Diaria	
7.7.Observaciones		
El acceso a la comunidad se debe cruzar el rio San Miguel.		
8. FACILIDADES TURISTICAS		
Carece de facilidades turísticas.		
9.INFRAESTRUCTURA BASICA		
9.1.Agua:	Pozo de agua – Rio	
9.2.Energia Eléctrica	Sistema de energía eléctrica pública	
9.3.Alcantarrillado	Pozos sépticos	
10.ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1.Nombre del atractivo	10.2.Distancia	
Rio San Miguel		
11.DIFUSION DEL ATRACTIVO		
11.1.Difusion		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	e) Valor intrínseco	10
	f) Valor extrínseco	10
	g) Entorno	5
	h) Estado de conservación y/o Organización	5
APOYO	d) Acceso	4
	e) Servicio	4


	f) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	e) Local	2
	f) Provincial	
	g) Nacional	
	h) Internacional	
TOTAL		41
13.JERARQUIZACION		
Jerarquía II		

1. DATOS GENERALES		
1.1.Encuestador: Jenny Vásquez		1.2.Ficha N°: 03
1.3.Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo Ing. Renato Chávez		1.4. Fecha: 11/03/2017
1.5.Nombre del atractivo: NACIONALIDAD KICHWA		
1.6.Categoría: MANIFESTACIONES CULTURALES		
1.7.Tipo: ETNOGRAFIA		
1.8.Subtipo: Grupos étnicos		
		
Imagen 003		
2. UBICACIÓN		
2.1.Provincia: Sucumbios	2.2.Canton: Lago Agrio	2.3.Parroquia: Jambelí
2.4.Latitud: 0267108		2.5.Longitud: 0021252
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
3.1.Nombre del centro poblado: Comunidad Kuriyaku		3.2.Distance:
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO		
4.1.Altitud: 362msnm	4.2.Temperatura: 25°C	4.3.Precipitacion Pluviométrica: 166mm
4.4.Ubicacion del atractivo		
El atractivo se encuentra ubicado en la comunidad		
4.5.Descripcion del atractivo		

<p>Los Kichwa Amazónicos presentan como lengua materna el kichwa.</p> <p>Su principal actividad productiva es la agricultura, siembra de yuca, plátano, café, cacao, maíz complementada con la caza, y la pesca la realizan con en el rio Taruca y actividad es la crianza de ganado vacuno, producción que es para el consumo propio. La yuca representa el producto fundamental en su dieta, elaboran, chicha. Otro producto fundamental en su alimentación es el plátano. En la chacra al plantar la yuca esta actividad la realizan las mujeres que llevan a cabo rituales preparatorio para la siembra y dé una buena cosecha.</p> <p>Otra actividad que realiza esta comunidad es lavar oro de forma tradicional en el rio Taruca, actividad que genera ingresos extras a los habitantes de esta comunidad.</p> <p>La vestimenta original era elaborada vibras vegetales de chambira y pieles de animales silvestres, en la actualidad utilizan telas, las mujeres falda y una blusa colorida y los hombres pantalón y camisa, los jóvenes por influencia visten como los mestizos.</p> <p>Las viviendas de esta nacionalidad son elaboradas con madera de la zona y paja toquilla para el techo.</p>	
4.6.Atractivos individuales que lo conforman	
Flora y fauna de la zona, Rio Taruca.	
4.7.Permisos y restricciones	
No existe ningún tipo de restricción para ingresar a este atractivo, aunque es importante contactar con alguien de la comunidad para que sirva de guía.	
4.8.Usos	
4.8.1.Usos actuales	
Mantener sus costumbres para las futuras generaciones.	
4.8.2.Usos potenciales	
En esta comunidad se puede desarrollar turismo comunitario.	
4.8.3.Necesidades turísticas	
Limitada acceso, existen dos turnos para poder movilizarse a la comunidad.	
4.9. Impactos	
4.9.1.Impactos positivos	Desarrollo comunitario
4.9.2.Impactos negativos	Carencia en la transmisión de los saberes.
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO	
5.1.Estado	Alterado
5.2.Causas	Dinamización cultural


6. ENTORNO		
6.1.Entorno	Alterado	
6.2.Causas	Avance de la frontera agrícola.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1.Tipo: Terrestre	7.2.Subtipo:	
7.3.Estado de vía: Regular	7.4.Transporte: Ranchera	
7.5.Frecuencias: 2 diarias	7.6.Temporalidad: Diaria	
7.7.Observaciones		
8. FACILIDADES TURISTICAS		
Carece de facilidades turísticas.		
9.INFRAESTRUCTURA BASICA		
9.1.Agua:	Pozo de agua	
9.2.Energia Eléctrica	Sistema de energía eléctrica pública	
9.3.Alcantarrillado	Pozos sépticos	
10.ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1.Nombre del atractivo		10.2.Distance
Rio Blanco		20 kilómetros
11.DIFUSION DEL ATRACTIVO		
11.1.Difusion		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	i) Valor intrínseco	10
	j) Valor extrínseco	10
	k) Entorno	5
	l) Estado de conservación y/o Organización	5
APOYO	g) Acceso	5
	h) Servicio	5
	i) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	i) Local	2
	j) Provincial	
	k) Nacional	

	l) Internacional	
TOTAL		44
13.JERARQUIZACION		
Jerarquía II		

1. DATOS GENERALES		
1.1.Encuestador: Jenny Vásquez		1.2.Ficha N°: 4
1.3.Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo Ing. Renato Chávez		1.4. Fecha: 12/03/2017
1.5.Nombre del atractivo: Rio San Miguel		
1.6.Categoría: SITIOS NATURALES		
1.7.Tipo: Rio		
1.8.Subtipo: Riberas		
		
Imagen 004		
2. UBICACIÓN		
2.1.Provincia: Sucumbios	2.2.Canton: Lago Agrio	2.3.Parroquia: Jambelí
2.4.Latitud: 0268663		2.5.Longitud: 0031465
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
3.1.Nombre del centro poblado: Recinto Barranca Bermejo		3.2.Distance:
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO		
4.1.Altitud: 330 mmsm	4.2.Temperatura: 25°C	4.3.Precipitacion Pluviométrica: 166mm
4.4.Ubicacion del atractivo		
El atractivo se encuentra ubicado en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Parroquia		


Jambelí en el Recinto Barranca Bermejo, comunidad Cofan Avie.	
4.5.Descripcion del atractivo	
El Rio San Miguel nace en las estribaciones de la cordillera oriental, recorriendo hacia el Este, siendo de límite natural entre Ecuador y Colombia; también delimita la Reserva Ecológica Cofan Bermejo.	
El Rio cruza varios poblados y uno de ellos es la Comunidad Cofan. Se puede apreciar la belleza paisajística del bosque secundario que presenta la ribera.	
4.6.Atractivos individuales que lo conforman	
Flora de la zona.	
4.7.Permisos y restricciones	
No existe ningún tipo de restricción para ingresar a este atractivo, contactar con alguien del recinto para que sirva de guía.	
4.8.Usos	
4.8.1.Usos actuales	
Balneario de los habitantes del recinto Barranca Bermejo.	
4.8.2.Usos potenciales	
Se puede desarrollar actividades lúdicas.	
4.8.3.Necesidades turísticas	
Limitado el acceso, existen dos turnos para poder movilizarse a la comunidad.	
4.9. Impactos	
4.9.1.Impactos positivos	Desarrollo local.
4.9.2.Impactos negativos	
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO	
5.1.Estado	Conservado
5.2.Causas	Se mantiene las condiciones del atractivo.
6. ENTORNO	
6.1.Entorno	Conservado
6.2.Causas	Se mantiene las condiciones del atractivo.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1.Tipo: Terrestre	7.2.Subtipo:
7.3.Estado de vía: Regular	7.4.Transporte: Ranchera
7.5.Frecuencias: 2 diarias	7.6.Temporalidad: Diaria
7.7.Observaciones	

8. FACILIDADES TURISTICAS		
Carece de facilidades turísticas.		
9.INFRAESTRUCTURA BASICA		
9.1.Agua:	Pozo de agua	
9.2.Energia Eléctrica	Sistema de energía eléctrica pública	
9.3.Alcantarrillado	Pozos sépticos	
10.ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1.Nombre del atractivo	10.2.Distance	
Comunidad Cofan Avie	10 metros	
Reserva Ecológica Cofan Bermejo	15 kilometros	
11.DIFUSION DEL ATRACTIVO		
11.1.Difusion		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	m) Valor intrínseco	4
	n) Valor extrínseco	3
	o) Entorno	4
	p) Estado de conservación y/o Organización	4
APOYO	j) Acceso	3
	k) Servicio	3
	l) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	m) Local	2
	n) Provincial	
	o) Nacional	
	p) Internacional	
TOTAL		25
13.JERARQUIZACION		
Jerarquía I		

1. DATOS GENERALES		
1.1. Encuestador: Jenny Vásquez		1.2. Ficha N°: 4
1.3. Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo Ing. Renato Chávez		1.4. Fecha: 12/03/2017
1.5. Nombre del atractivo: Rio San Miguel		
1.6. Categoría: SITIOS NATURALES		
1.7. Tipo: Rio		
1.8. Subtipo: Riberas		
		
Imagen 005		
2. UBICACIÓN		
2.1. Provincia: Sucumbios	2.2. Canton: Lago Agrio	2.3. Parroquia: Jambelí
2.4. Latitud: 0268448		2.5. Longitud: 0013861
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
3.1. Nombre del centro poblado: Jambelí		3.2. Distancia:
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO		
4.1. Altitud: 346 mmsm	4.2. Temperatura: 25°C	4.3. Precipitación Pluviométrica: 166mm
4.4. Ubicación del atractivo		
El atractivo se encuentra ubicado en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Parroquia		

Jambelí	
4.5.Descripcion del atractivo	
<p>El riachuelo Rio Blanco se encuentra ubicado en el Recinto Abdón Calderón Muñoz del centro poblado de la parroquia este rio nace de la unión de varios riachuelos de la parroquia Jambelí.</p> <p>El atractivo de este recurso es la vegetación de bosque secundario y sus aguas tranquilas, actualmente los moradores de la parroquia y recintos cercanos aprecian sus aguas y la belleza paisajística que presenta.</p>	
4.6.Atractivos individuales que lo conforman	
Flora de la zona.	
4.7.Permisos y restricciones	
No existe ningún tipo de restricción para ingresar a este atractivo. No requiere de permiso.	
4.8.Usos	
4.8.1.Usos actuales	
Balneario de los habitantes del recinto Abdón Calderón.	
4.8.2.Usos potenciales	
Se puede desarrollar senderos.	
4.8.3.Necesidades turísticas	
Carece de servicios alimentación y servicios higiénicos.	
4.9. Impactos	
4.9.1.Impactos positivos	Desarrollo local.
4.9.2.Impactos negativos	Contaminación
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO	
5.1.Estado	Conservado
5.2.Causas	Se mantiene las condiciones del atractivo.
6. ENTORNO	
6.1.Entorno	Conservado
6.2.Causas	Se mantiene las condiciones del atractivo.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1.Tipo: Terrestre	7.2.Subtipo:
7.3.Estado de vía: Regular	7.4.Transporte: Ranchera
7.5.Frecuencias: 3 diarias	7.6.Temporalidad: Diaria
7.7.Observaciones	
El atractivo presenta una choza y letrinas en mal estado.	

8. FACILIDADES TURISTICAS		
Carece de facilidades turísticas.		
9. INFRAESTRUCTURA BASICA		
9.1. Agua:	Pozo de agua	
9.2. Energía Eléctrica	Sistema de energía eléctrica pública	
9.3. Alcantarrillado	Pozos sépticos	
10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1. Nombre del atractivo		10.2. Distancia
11. DIFUSION DEL ATRACTIVO		
11.1. Difusion		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	q) Valor intrínseco	4
	r) Valor extrínseco	3
	s) Entorno	4
	t) Estado de conservación y/o Organización	4
APOYO	m) Acceso	3
	n) Servicio	3
	o) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	q) Local	2
	r) Provincial	
	s) Nacional	
	t) Internacional	
TOTAL		25
13. JERARQUIZACION		
Jerarquía I		

1. DATOS GENERALES		
1.1. Encuestador: Jenny Vásquez		1.2. Ficha N°: 6
1.3. Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo Ing. Renato Chávez		1.4. Fecha: 12/03/2017
1.5. Nombre del atractivo: Rio San Miguel		
1.6. Categoría: SITIOS NATURALES		
1.7. Tipo: Sistema de Áreas Protegidas		
1.8. Subtipo: Reserva Ecológica		
		
Imagen 006		
2. UBICACIÓN		
2.1. Provincia: Sucumbios	2.2. Canton: Lago Agrio	2.3. Parroquia: Jambelí
2.4. Latitud:		2.5. Longitud:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
3.1. Nombre del centro poblado: Jambelí		3.2. Distancia:
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO		
4.1. Altitud: 334 mnsn	4.2. Temperatura: 25°C	4.3. Precipitacion Pluviométrica: 166mm
4.4. Ubicacion del atractivo		
El atractivo se encuentra ubicado en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Parroquia Jambelí		
4.5. Descripción del atractivo		
La Reserva Ecológica Cofán Bermejo presenta 55.451 hectáreas perteneciente al Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Estado, la extensión territorial que representa en el territorio parroquial es		

del 19,70% con 8.719 hectáreas.	
Presenta flora y fauna silvestre del ecosistema húmedo tropical, la finalidad es minimizar el impacto antrópico y garantizar la conservación de la diversidad existente, está sujeto al Plan de Manejo.	
Limita al norte con el río San Miguel límite fronterizo con la Republica de Colombia. Es territorio ancestral de la nacionalidad Cofan.	
4.6.Atractivos individuales que lo conforman	
Rio San Miguel y Comunidad Cofan Avie	
4.7.Permisos y restricciones	
Existen restricciones entorno al uso, está sujeto al Plan de Manejo de acuerdo a la zonificación de la reserva.	
4.8.Usos	
4.8.1.Usos actuales	
Zona de conservación e investigación.	
4.8.2.Usos potenciales	
De acuerdo al plan de manejo.	
4.8.3.Necesidades turísticas	
Carece de facilidades turísticas.	
4.9. Impactos	
4.9.1.Impactos positivos	Desarrollo local.
4.9.2.Impactos negativos	Contaminación
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO	
5.1.Estado	Conservado
5.2.Causas	Se mantiene las condiciones del atractivo.
6. ENTORNO	
6.1.Entorno	Conservado
6.2.Causas	Se mantiene las condiciones del atractivo.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1.Tipo: Fluvial	7.2.Subtipo:
7.3.Estado de vía: Fluvial	7.4.Transporte: Canoa o Killa
7.5.Frecuencias: Ninguna	7.6.Temporalidad:
7.7.Observaciones	

El atractivo está sujeto a restricciones de acuerdo al plan de manejo y a la normativa del Ministerio de Ambiente.		
8. FACILIDADES TURISTICAS		
Carece de facilidades turísticas.		
9.INFRAESTRUCTURA BASICA		
9.1.Agua:	No	
9.2.Energia Eléctrica	No	
9.3.Alcantarrillado	No	
10.ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1.Nombre del atractivo	10.2.Distance	
Comunidad Cofan Avie	10 kilómetros	
11.DIFUSION DEL ATRACTIVO		
11.1.Difusion		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	u) Valor intrínseco	10
	v) Valor extrínseco	10
	w) Entorno	8
	x) Estado de conservación y/o Organización	8
APOYO	p) Acceso	3
	q) Servicio	2
	r) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	u) Local	7
	v) Provincial	
	w) Nacional	
	x) Internacional	
TOTAL		50
13.JERARQUIZACION		
Jerarquía II		

Anexo 2

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



La presente encuesta tiene como objetivo diseñar un producto turístico para parroquia Jambelí, cantón Lago Agrio.

1. **Edad:** 15 – 25 () 26 -35 () 36 – 45 () 46 – 55 () 56 – o más ()
2. **Género:** Masculino () Femenino ()
3. **Procedencia:** Provincia _____
4. **Nivel de Instrucción:** Primaria () Secundaria () Superior () Otros ()
5. **¿Motivo de viaje?**

- | | |
|------------------------|-----------------|
| a) Trabajo () | b) Turismo () |
| c) Negocios () | d) Estudios () |
| e) Visita a Familiares | |

6. ¿Con quién suele realizar la actividad turística?

- Amigos ()
 Familia ()
 Pareja ()
 Solo ()

7. ¿Le interesaría conocer la parroquia Jambelí del cantón Lago Agrio y sus atractivos turísticos?

- Si () No ()

8. ¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia Jambelí?

- | | |
|-------------------------------------|---------------|
| Convivencia con las comunidades () | cabalgata () |
| Observación de flora y de fauna () | camping () |
| Caminata () | |

9. ¿Durante su visita con qué servicio le gustaría contar?

Transporte ()

Hospedaje ()

Alimentación ()

Guianza ()

10. ¿Cuánto días estaría usted dispuesto a invertir para un recorrido de una ruta turística?

1 día ()

2 días ()

Más de 2 días ()

11. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de calidad (incluida alimentación, guianza transporte)

De 10 a 30 dólares ()

De 31 a 50 dólares ()

De 50 dólares a más ()

12. ¿Cuándo realiza actividades turísticas lo hace a través de?

Agencias de viaje ()

Independiente ()

13 ¿Qué tipo de medio de información usted utiliza para informarse?

Radio ()

Internet ()

Televisión ()

Amigos ()

Folletos ()

Gracias por su colaboración

Anexo 3



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



The objective of this survey is to design a tourism product for the Jambelí parish, Lago Agrio.

1. **Age:** 15 – 25 () 26 -35 () 36 – 45 () 46 – 55 () 56 – o más ()

2. **Gender:** Male () Female ()

3. **Origin:** Country _____

4. **Instruction level:** Primary school () High school () higher education () others ()

5. **What is your reason for traveling?**

a) Work ()

b) Tourism ()

c) Business ()

d) Studies ()

e) Visit to family ()

6. **¿ With whom do you usually carry out the tourist activity?**

Friends ()

Family ()

Partner ()

Alone ()

7. **Would you be interested in visiting the Jambelí parish, Lago Agrio and its tourist attractions?**

Yes () No ()

8. **¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar en la parroquia Jambelí?**

Coexistence with the communities ()

Ride ()

Observation of flora and fauna ()

Camping ()

Hike ()

9. ¿ During your visit with what service you would like to have

Transportation ()

Lodging ()

Food ()

Guidance ()

10. ¿ How many days would you be willing to invest for a tour of a tourist route?

1day ()

2 days ()

More 2 days ()

11. How much would you be willing to pay for a quality tour (including food, transportation guidance)

From 10 to 30 dollars ()

From 31 to 50 dollars ()

From to more 50 dollars ()

12. ¿ When do you do tourism activities do you do it through?

Travel agencies ()

Independent ()

13 What information medium do you use to inform yourself?

Radio ()

Internet ()

TV ()

Friends ()

Pamphlet ()

Thank you for your cooperation.

Anexo 4

SOLICITUD DE RESERVA DE DENOMINACIÓN

Ciudad _____, Fecha: ____ de _____ del 201__

Señor

SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Presente .-

De mi consideración:

Yo _____, con cédula de ciudadanía No _____, como requisito previo para iniciar el proceso de obtención de personalidad jurídica de organizaciones comunitarias, asociaciones y cooperativas de la EPS, de conformidad a lo establecido en el Art. 4 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, solicito se efectúe la reserva de denominación, de acuerdo a la siguiente información,

(Marcar con una X)

A - Tipo de Organización:Organización Comunitaria: Asociación: Cooperativa: **B - Grupo**Producción: Consumo: Servicios:

• Espacio exclusivo para Cooperativa
Vivienda:

C - La actividad económica a la cual se va a dedicar la organización es la siguiente:(Elegir de entre la clasificación de actividades económicas presentadas al reverso de este formulario y colocar la letra y número correspondiente – Ejemplo: **A1**)

OTROS: _____

D - Nombre Particular: (Coloque 3 opciones, siendo 1 la opción de mayor preferencia)

No.	Nombre particular Ejemplo: País Solidario	Acrónimo	Traducción en castellano en caso de denominaciones en otro idioma
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

(Su denominación estará compuesta por la combinación de la información proporcionada en los literales **A + B + C + D + Acrónimo**)

Datos del Solicitante:

Dirección: _____

Zonal para retirar el oficio: _____

Teléfono Convencional: _____

Teléfono Celular: _____

Correo Electrónico: _____

FIRMA: _____

Nombre:

C.C.

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES PARA ORGANIZACIONES COMUNITARIAS Y ASOCIACIONES:

A. PRODUCCIÓN

A1	Agrícola	A8	Fabricación de Productos Textiles – Prendas de Vestir
A2	Ganadera	A9	Fabricación de Cuero y Artículos de Cuero
A3	Agropecuaria	A10	Producción de Madera y Fabricación de Productos de madera
A4	Silvicultora	A11	Fabricación de Papel y Productos de Papel
A5	Pesquera	A12	Fabricación de Productos Químicos de Caucho y Plástico
A6	Explotación de Minas y Canteras	A13	Fabricación de Productos Metálicos y no Metálicos
A7	Elaboración de Productos Alimenticios y Bebidas		

B. CONSUMO

B1	Alimentos y Bebidas	B4	Prendas de Vestir y Calzado
B2	Muebles y Artículos para el Hogar	B5	Materias Primas e Insumos
B3	Herramientas Pequeñas	B6	Maquinaria y Equipo

C. SERVICIOS

C1	Suministro de Aguas y Gestión de Desechos	C8	Actividades Administrativas y de Apoyo de Oficina y Otras
C2	Reparación y Mantenimiento de vehículos		Actividades de Apoyo a las Empresas
C3	Comercialización de Productos Elaborados	C9	Servicios Personales (lavado, limpieza y peluquería)
C4	Actividades de Alojamiento	C10	Educación
C5	Servicios de Comida	C11	Servicios Exequiales
C6	Servicios Profesionales y Técnicos	C12	Actividades Recreativas y Artísticas
C7	Operadores Turísticos		

Anexo 5**FORMULARIO ÚNICO PARA CONSTITUCIÓN DE ASOCIACIONES**

Ciudad _____, Fecha: ____ de _____ del 201

Señor

Superintendente de Economía Popular y Solidaria

Presente.-

De mi consideración:

Yo, _____, portador de la cédula de ciudadanía/ identidad No. _____, en mi calidad de Representante Legal, comparezco ante usted y solicito iniciar el trámite de constitución de la _____

_____ para lo cual pongo en su conocimiento el Acta Constitutiva que a continuación desarrollamos y la información general concerniente a nuestro estatuto social aprobado.

Datos del domicilio de la organización:

Región: _____

Provincia: _____

Cantón: _____

Parroquia: _____

Barrio / Ciudadela: _____

Calle Principal: _____ Número: _____

Intersección: _____

Referencia de ubicación: _____

Teléfono Convencional: _____

Teléfono Celular: _____

Correo Electrónico: _____

Anexo 6

ACTA CONSTITUTIVA

ASOCIACIÓN _____

A los ____ días del mes de _____ del año_____, en la Parroquia _____, del Cantón_____, de la Provincia_____, de la República del Ecuador, nos reunimos un grupo de ____ personas que voluntariamente deseamos constituir y administrar el funcionamiento de la Asociación denominada “ _____”, la misma que tendrá una duración indefinida.

El objeto social principal de la asociación es: _____

Una vez que se han establecido la estructura y fines de la asociación, la constituimos con un Capital Social Inicial total de USD _____ dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Con el objetivo de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica para nuestra asociación en formación, ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se eligió la Directiva la cual queda integrada por las siguientes personas:

	NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS	No. CÉDULA
ADMINISTRADOR:	_____	_____
	nombrado	
	por la Junta General el _____, del mes de _____, del año_____	
PRESIDENTE:	_____	_____
SECRETARIO:	_____	_____

JUNTA DIRECTIVA

CARGO	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA
VOCAL PRINCIPAL 1(Presidente)	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 1	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 2 (Secretario)	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 2	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 3	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 3	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 4	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 4	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 5	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 5	_____	_____

JUNTA DE VIGILANCIA

CARGO	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA
VOCAL PRINCIPAL 1	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 1	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 2	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 2	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 3	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 3	_____	_____

Con las condiciones y responsabilidades definidas que aceptamos al integrarnos a esta organización, procedemos a firmar la presente Acta de Constitución de la Asociación, certificando:

1.- Que conocemos que la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en cualquier tiempo, verificará el cumplimiento de los requisitos legales, reglamentarios y estatutarios, y en caso de incumplimiento aplicará las sanciones previstas en la Ley.

2.- Que tenemos pleno conocimiento de la responsabilidad civil, penal y administrativa en que podemos incurrir en caso de comprobarse falsedad en las declaraciones, por inconsistencias con los documentos que reposan en el archivo de la organización, o por inexistencia de dichos documentos.

3.- Que autorizamos a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, verifique en cualquier momento ante el Registro Civil la información que sea necesaria respecto a los firmantes.

Para constancia y aceptación del Acta, ratificándonos en el contenido, la suscribimos con la firma y rúbrica que usamos en todos nuestros actos públicos y privados. Nos comprometemos a reconocer nuestra firma y rúbrica en caso necesario o a requerimiento de autoridad.

CONSTITUYENTES:

No.	Nombres y Apellidos Completos	Número de Cédula	Aporte Individual	Firma
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

Además deberá adjuntar de manera obligatoria el listado de asociados fundadores en forma digital en formato Excel, siempre y cuando supere el número de 20 asociados fundadores (CD)

INFORMACIÓN DEL ESTATUTO SOCIAL

Declaramos que conocemos el modelo de Estatuto Social elaborado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en base del cual aprobamos el estatuto de nuestra organización, el mismo que contiene la siguiente información:

DENOMINACIÓN: _____

ESTRUCTURA INTERNA:

JUNTA GENERAL:

La Junta General es la máxima autoridad de la Asociación, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al reglamento o su estatuto social.

JUNTA DIRECTIVA (Podrá colocar un mínimo de 3 y un máximo de 5 vocales principales, con un tiempo máximo de duración en funciones de 4 años)

La Junta Directiva estará integrada por _____ vocales principales con sus respectivos suplentes, de entre los cuales la Junta General elegirá a su Presidente y Secretario, quienes a su vez serán el Presidente y Secretario de la asociación.

Los miembros de la Junta Directiva durarán _____ años en sus funciones.

JUNTA DE VIGILANCIA (Podrá colocar un máximo de 3 vocales principales, con un tiempo máximo de duración en funciones de 4 años)

La Junta de Vigilancia estará integrada por _____ vocales principales con sus respectivos suplentes.

Los miembros de la Junta de Vigilancia, durarán _____ años en sus funciones.

ADMINISTRADOR:

El Administrador será elegido por la Junta General y durará _____ años en sus funciones.

PRESIDENTE:

El Presidente de la Junta Directiva presidirá también la Asociación y la Junta General, durará _____ años en sus funciones.

ADJUNTOS:

- | | |
|---|--------------------------|
| Oficio de reserva de denominación | <input type="checkbox"/> |
| Certificado de depósito del aporte del capital social inicial | <input type="checkbox"/> |
| Copias legibles de cédulas y papeleta de votación de los directivos electos | <input type="checkbox"/> |
| Listado digital de asociados fundadores en formato excel (CD) | <input type="checkbox"/> |

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL:

Barrio / Ciudadela: _____
 Calle Principal: _____ Número: _____
 Intersección: _____
 Referencia de ubicación: _____

Teléfono Convencional: _____
 Teléfono Celular: _____
 Correo Electrónico: _____

SEÑALO LA SIGUIENTE INFORMACIÓN PARA NOTIFICACIONES:

Dirección: _____

 Zonal para retiro personal: _____
 Teléfono Convencional: _____
 Teléfono Celular: _____
 Correo Electrónico: _____

Atentamente,

Firma Representante Legal
 Nombres y Apellidos Completos:
 CI:

AUTORIZACIÓN

Autorizo al señor _____ portador de la cédula de ciudadanía/identidad No. _____, para que a nombre y representación de nuestra organización en formación, realice los trámites pertinentes y presente la documentación necesaria para la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Adjunto copia de su cédula.

Atentamente:

Firma Representante Legal
 Nombres y Apellidos Completos:
 CI: