

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE QUITO**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

DISEÑO DE UN MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA  
PARROQUIA DE RÍO NEGRO CANTÓN BAÑOS PROVINCIA DE  
TUNGURAHUA

AUTORAS:

MÓNICA PATRICIA PAZMIÑO CAHUASQUI

ADRIANA CRISTINA ROMERO BARRIGA

ELOISA FERNANDA ZAMBRANO CAIZA

DIRECTOR:

ADRIANO REDROBAN PORTALANZA

QUITO, noviembre 2014

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

Nosotras autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, septiembre 2014

---

Pazmiño Cahuasquí Mónica Patricia

CI: 1717661670

---

Romero Barriga Adriana Cristina

CI: 1721107595

---

Zambrano Caiza Eloísa Fernanda

CI: 1721034344

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro agradecimiento especial a Dios por bendecirnos cada día y por habernos permitido cosechar finalmente todo el sacrificio y esfuerzo dedicado a toda la carrera universitaria.

A nuestros padres, por su apoyo y cariño incondicional que han inspirado en nosotros el deseo de superación.

Agradecimiento de manera especial al Eco. Pablo Játiva, por no sólo acompañarnos en el desarrollo de nuestra tesis, que con su experiencia y conocimientos ha sabido guiarnos a lo largo de la realización de esta tesis, sino por enseñarnos a que se puede cumplir lo que nos proponemos y debemos demostrar lo mejor de sí; no sólo en la tesis sino en cada etapa profesional.

A la Universidad Politécnica Salesiana y su Biblioteca, por contar con un gran equipo de profesionales y colaboradores que estuvieron a lo largo de estos años universitarios, gracias por formar no solo profesionalmente, sino además humanamente y como no agradecer a la biblioteca siempre abierta a nuestras necesidades.

## ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| <b>INTRODUCCION</b> .....  | 1  |
| <b>CAPÍTULO 1 EL PROBLEMA</b> .....                              | 2  |
| 1.1 Justificación.....   | 2  |
| 1.2 Objetivos.....   | 4  |
| 1.2.1 Objetivo general.....                                      | 4  |
| 1.2.2 Objetivos específicos.....                                 | 4  |
| 1.3 Formulación del problema de investigación.....               | 4  |
| 1.4 Metodología.....   | 5  |
| 1.4.1 Tipo de investigación.....                                 | 5  |
| 1.4.2 Diseño de la investigación.....                            | 5  |
| 1.4.3 Población y muestra.....                                   | 6  |
| 1.4.4 Métodos e instrumentos para la recolección de datos .....  | 7  |
| <b>CAPÍTULO 2 ANÁLISIS SITUACIONAL</b> .....                     | 8  |
| 2.1 Historia del turismo.....                                    | 8  |
| 2.1.1 Los inicios de turismo las cuatro etapas .....             | 8  |
| 2.2 Teorías .....  | 10 |
| 2.3 Importancia del turismo .....                                | 10 |
| 2.4 Naturaleza y características de la industria turística ..... | 11 |
| 2.5 Tipos de turismo.....  | 12 |
| 2.5.1 Turismo sostenible.....                                    | 12 |
| 2.5.2 Turismo rural.....   | 13 |
| 2.5.3 Ecoturismo.....  | 13 |
| 2.5.4 Aviturismo.....  | 13 |
| 2.5.5 Agroturismo.....   | 14 |
| 2.5.6 Turismo comunitario.....                                   | 14 |
| 2.5.7 Turismo cultural.....                                      | 14 |
| 2.5.8 Turismo religioso .....                                    | 15 |
| 2.5.9 Turismo de montaña .....                                   | 15 |
| 2.5.10 Turismo deportivo.....                                    | 15 |
| 2.5.11 Turismo interno.....                                      | 16 |
| 2.5.12 Turismo vacacional.....                                   | 16 |
| 2.6 Conceptos y definiciones relacionados con el turismo.....    | 16 |
| 2.6.1 Turismo.....   | 16 |
| 2.6.2 El turista.....  | 17 |
| 2.6.3 Visitantes internacionales .....                           | 17 |
| 2.6.4 Visitantes nacionales o internos.....                      | 18 |
| 2.6.5 Visitantes del día (excursionistas) .....                  | 18 |
| 2.7 Infraestructura turística.....                               | 18 |
| 2.8 Motivaciones del turista.....                                | 19 |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.8.1 Motivaciones genéricas .....  | 19        |
| 2.8.2 Motivaciones específicas.....   | 19        |
| 2.9 Tipos de empresas turísticas.....   | 20        |
| 2.10 La Constitución .....  | 20        |
| 2.11 Plan Nacional del Buen Vivir 2013-1017 .....                                     | 22        |
| 2.11.1 Principales líneas de acción de la zona N°3 .....                              | 23        |
| 2.12 Plan Estratégico de desarrollo del turismo sostenible (PLANDETUR).....           | 25        |
| 2.13 Propuesta estratégica provincial de Gobiernos Autónomos.....                     | 26        |
| 2.13.1 Objetivo y líneas estratégicas provinciales de Gobiernos Autónomos.....        | 26        |
| 2.13.2 Potencialidades estratégicas .....   | 29        |
| <b>CAPÍTULO 3 ESTUDIO DE MERCADO .....</b>  | <b>30</b> |
| 3.1 Introducción.....   | 31        |
| 3.2 Generalidades de la parroquia Río Negro.....                                      | 32        |
| 3.3 Sitios turísticos en Río Negro.....   | 40        |
| 3.3.1 Cascadas y ríos.....  | 40        |
| 3.3.2 Bosques.....  | 42        |
| 3.3.3 Otros.....  | 44        |
| 3.4 Población .....   | 45        |
| 3.5 Análisis FODA de la parroquia Río Negro .....                                     | 47        |
| 3.5.1 Fortalezas.....   | 47        |
| 3.5.2 Debilidades .....   | 48        |
| 3.5.3 Amenazas .....  | 49        |
| 3.5.4 Oportunidades. ....   | 49        |
| 3.6 Estrategias FODA .....  | 51        |
| 3.6.1 Estrategias ofensivas FO maxi-maxi (Fortalezas vs. Oportunidades) .....         | 51        |
| 3.6.2 Estrategias de reorientación DO mini-maxi (Debilidades vs. Oportunidades) ..... | 51        |
| 3.6.3 Estrategias defensivas FA maxi-mini (Fortalezas vs. Amenazas) .....             | 51        |
| 3.6.4 Estrategias de supervivencia DA mini-mini (Debilidades vs. Amenazas).....       | 52        |
| 3.7 Demanda .....   | 53        |
| 3.7.1 Demanda proyectada.....   | 53        |
| 3.7.2 Demanda turística proyectada parroquia de Río Negro.....                        | 57        |
| 3.8 Oferta .....  | 58        |
| 3.8.1 Oferta turística.....   | 58        |
| 3.8.2 Oferta proyectada.....  | 58        |
| 3.8.3 Determinantes de la oferta individual .....                                     | 58        |
| 3.8.4 Oferta turística de Río Negro .....   | 61        |
| 3.9 Demanda Insatisfecha .....  | 61        |
| 3.10 Factores relativos a la competencia .....  | 62        |
| 3.10.1 La competencia .....   | 63        |
| <b>CAPÍTULO 4 PROPUESTA DE MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO .....</b>                   | <b>66</b> |
| 4 Propuesta del Plan de Negocios .....  | 66        |

|  |     |
|--|-----|
| 4.1 Misión del Plan de Negocios .....            | 66  |
| 4.2 Visión del Plan de Negocios .....            | 66  |
| 4.3 Breve descripción de las propuestas .....    | 66  |
| 4.3.1 Proyecto de agricultura orgánica.....      | 66  |
| 4.3.2 Proyecto de comercialización.....          | 72  |
| 4.3.3 Proyecto gastronómico .....                | 76  |
| 4.3.4 Proyecto de señalética y señalización..... | 79  |
| 4.3.5 Proyecto de senderismo .....               | 85  |
| 4.3.6 Proyecto agronegocios y artesanías .....   | 90  |
| 4.3.6.1 Elaboración de velas aromáticas .....    | 92  |
| 4.3.6.2 Proceso de la bisutería .....            | 93  |
| 4.3.6.3 Proceso de adornos para el hogar.....    | 94  |
| 4.4 Operaciones y administración .....           | 101 |
| 4.4.1 Situación actual .....                     | 101 |
| 4.5 Estudio financiero .....                     | 101 |
| 4.5.1 Inversión .....                            | 101 |
| 4.5.2 Mano de obra directa .....                 | 102 |
| 4.5.3 Mano de obra indirecta .....               | 102 |
| 4.5.4 Depreciaciones .....                       | 103 |
| 4.5.5 Flujo de caja .....                        | 103 |
| 4.5.6 Valor actual neto (VAN) .....              | 104 |
| 4.5.7 Tasa interna de retorno .....              | 105 |
| <b>CONCLUSIONES</b> .....                        | 107 |
| Recomendaciones.....                             | 108 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1 Población de Río Negro por condición de alfabetismo.....   | 36  |
| Tabla 2 Total de viviendas particulares de Río Negro.....  | 37  |
| Tabla 3 Total de viviendas particulares de Río Negro que tienen energía eléctrica .....                          | 38  |
| Tabla 4 Total de viviendas particulares de Río Negro por procedencia .....                                       | 38  |
| Tabla 5 Total de hogares de Río Negro por disponibilidad de teléfono convencional,<br>internet, computadora..... | 38  |
| Tabla 6 Total de viviendas particulares de Río Negro por eliminación de la basura.....                           | 39  |
| Tabla 7 Total de viviendas particulares de Río Negro por tipo de servicio higiénico .....                        | 39  |
| Tabla 8 Población de Río Negro por área .....  | 46  |
| Tabla 9 Porcentaje de crecimiento de la población.....   | 46  |
| Tabla 10 Parroquia Río Negro, población por género .....   | 47  |
| Tabla 11 Parroquia Río Negro, población por actividad económica .....  | 48  |
| Tabla 12 Estrategias FODA.....   | 54  |
| Tabla 13 Pesca deportiva hermanos Galarza visitas al año de turistas .....                                       | 56  |
| Tabla 14 Demanda turística proyectada “Pesca deportiva hermanos Galarza” .....                                   | 57  |
| Tabla 15 Paradero mamá ofelia visitas al año de turistas .....   | 57  |
| Tabla 16 Demanda turística proyectada “Paradero mamá Ofelia” .....   | 58  |
| Tabla 17 Picantería Doña Rosita visitas al año .....   | 556 |
| Tabla 18 Demanda turística proyectada “Restaurantes – Picantería” .....  | 56  |
| Tabla 19 Demanda turística proyectada parroquia Río Negro .....  | 59  |
| Tabla 20 Oferta turística real pesca deportiva hermanos Galarza.....   | 61  |
| Tabla 21 Oferta turística proyectada “Pesca deportiva hermanos Galarza” .....                                    | 61  |
| Tabla 22 Oferta turística real “Paradero mamá Ofelia” .....  | 62  |
| Tabla 23 Oferta turística proyectada “Paradero mamá Ofelia” .....  | 62  |
| Tabla 24 Oferta real “Restaurantes – Picantería” .....   | 62  |
| Tabla 25 Oferta proyectada “Restaurantes – Picantería” .....   | 63  |
| Tabla 26 Oferta turística proyectada parroquia Río Negro.....  | 64  |
| Tabla 27 Demanda insatisfecha proyectada de parroquia Río Negro .....  | 65  |
| Tabla 28 Presupuesto de costos Proyecto Agricultura Orgánica .....   | 70  |
| Tabla 29 Presupuesto proyectado de gastos Proyecto Agricultura Orgánica .....                                    | 72  |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 30 Presupuesto proyectado de ingresos Proyecto Agricultura Orgánica .....   | 73  |
| Tabla 31 Cuadro de precios .....  | 74  |
| Tabla 32 Presupuesto de costos Proyecto de Comercialización.....                  | 76  |
| Tabla 33 Presupuesto proyectado de gastos Proyecto de Comercialización .....      | 77  |
| Tabla 34 Presupuesto de costos Proyecto Gastronómico .....                        | 79  |
| Tabla 35 Presupuesto proyectado de gastos Proyecto Gastronómico.....              | 80  |
| Tabla 36 Presupuesto de costos Proyecto de Señalética y Señalización .....        | 86  |
| Tabla 37 Presupuesto proyectado de gastos Proyecto Señalización y Señalética..... | 86  |
| Tabla 38 Presupuesto de costos Proyecto Senderismo.....                           | 89  |
| Tabla 39 Presupuesto proyectado de gastos Proyecto Senderismo.....                | 90  |
| Tabla 40 Presupuesto de costos Proyecto Agronegocios y artesanías.....            | 98  |
| Tabla 41 Presupuesto proyectado de gastos Proyecto Agronegocios y Artesanías..... | 99  |
| Tabla 42 Presupuesto proyectado de ingresos Proyecto Agronegocios y Artesanías... | 100 |
| Tabla 43 Cuadros de precios.....  |     |
| Tabla 44 Rol de pagos proyectado .....  | 105 |
| Tabla 45 Mano de obra indirecta.....  | 106 |
| Tabla 46 Depreciación de activos .....  | 106 |
| Tabla 47 Flujo de caja proyectado .....   |     |
| Tabla 48 Cálculo valor actual neto.....   | 108 |
| Tabla 49 Cálculo tasa interna de retorno.....                                     | 109 |



## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Zonas de planificación.....                        | 22 |
| Figura 2. Ubicación de la parroquia de Río Negro.....        | 31 |
| Figura 3. Mapa carretera principal vía Baños Puyo.....       | 35 |
| Figura 4. Parroquia de Río Negro.....                        | 35 |
| Figura 5. Cascadas de la parroquia de Río Negro.....         | 40 |
| Figura 6. Cascada de San Francisco.....                      | 41 |
| Figura 7. Río Topo.....                                      | 41 |
| Figura 8. Río Ulba.....                                      | 42 |
| Figura 9. Bosque Tropical.....                               | 43 |
| Figura 10. Parque Nacional Sangay.....                       | 43 |
| Figura 11. Restaurante de Piscicola Galarza Hnos.....        | 44 |
| Figura 12. Hospedaje Paradero Mami Ofelia.....               | 45 |
| Figura 13. Demanda proyecta Río Negro.....                   | 57 |
| Figura 14. Oferta proyectada Río Negro.....                  | 62 |
| Figura 15. Demanda insatifecha proyectada de Río Negro ..... | 63 |
| Figura 16. Señales de información.....                       | 79 |
| Figura 17. Señales de la parroquia.....                      | 81 |
| Figura 18. Señales las actividades .....                     | 81 |
| Figura 19. Señales de servicios.....                         | 82 |
| Figura 20. Señales preventivas.....                          | 82 |
| Figura 21. Ubicación de senderos .....                       | 86 |
| Figura 22. Proceso de velas.....                             | 93 |
| Figura 23. Proceso de bisutería.....                         | 94 |
| Figura 24. Proceso final bisutería.....                      | 95 |

|   |     |
|---|-----|
| Figura 25. Proceso decoración árbol.....  | 97  |
| Figura 26. Propuesta de nueva estructura orgánica del Gobierno Autónomo<br>Descentralizado Parroquial Río Negro.... | 101 |

## RESUMEN

El tema del proyecto es Diseño de un Modelo de Desarrollo Turístico para la Parroquia de Río Negro Cantón Baños Provincia de Tungurahua el cual se fundamenta en la necesidad de incentivar a la comunidad de la parroquia para que se promuevan nuevos ingresos aprovechando el turismo y los recursos naturales.

El primer proyecto es la producción en base a la agricultura orgánica que se refiere a la conservación del suelo a través de la materia orgánica.

El segundo proyecto es de comercialización; éste pretende que los habitantes tengan la oportunidad de participar en ferias en las cuales puedan ofrecer al turista nacional productos.

El tercer proyecto es el gastronómico el cual busca generar un espacio de participación de la ciudadanía para seleccionar un plato de comida que sea el más sabroso, original y convertirlo en el plato típico de la parroquia.

El cuarto proyecto es de señalética y señalización es considerada como una estrategia de servicio turístico, en razón de que su función no es solo de informar, sino que puede ser utilizada para auto-guiarse.

El quinto es el proyecto de senderismo con la implementación de los senderos ecológicos en varios de los caseríos de la Parroquia de Río Negro comprende un recorrido turístico en donde las personas de todas las edades puedan disfrutar de toda la paz, tranquilidad y demás placeres que brinda la naturaleza.

El sexto proyecto es agronegocios y artesanías el cual tiene la finalidad de implementar la creación de artesanías ecológicas utilizando como materia prima los residuos de las cascara de la mandarina y así generar fuentes de empleo e ingresos.

Los proyectos serán administrados por la Junta Parroquial.

## **ABSTRACT**

The subject of this project is to Design and develop a tourism model for Rio Negro parish, in Baños county in Tungurahua province, it's objective is to incentivate the community to promote and generate new incomes taking advantage high rates of visitors and natural resources.

The first project is centered in soil conservation, increasing organic agriculture to produce an improved soil.

The second project it's related to commercialization, which involves local population and give them the opportunity to participate in fares which can provide the national tourist the products.

The third project is gastronomical and it's purpose is to generate a participation space for the citizens to select one dish, the most tasty, original and turn it into a typical Distinguish Parish dish.

The fourth project regards signal, tourist signs are considered as a tourist service strategy and is not used only to inform but also to auto guide.

The fifth project will implement ecological paths along several important communities of Rio Negro Parish, this touristic trail will invite people from different places and ages to enjoy the peace, calm, others wonders brought by mother nature.

The sixth project is agribusiness and handcrafts which will provide the town some stores were people can sell their products directly to the tourist, also offer handcrafts made from products from the zone.

The beneficiary from all these projects will be the Parish population which will create handcrafts, selling them will generate different strategies, workshops, improving product quality, increasing sales volume and getting better deals while commercializing.

## INTRODUCCIÓN

La Parroquia se encuentra ubicada en el cantón Baños, provincia de Tungurahua; su clima es tropical húmedo y la temperatura promedio es de 21°C, su población 1246 habitantes. La parroquia está formada por 13 caseríos: El Mirador, San Francisco, Margaritas, La Palmera, La Victoria, El Topo, Colonia, Martínez, Colonia García Moreno, Colonia Velasco Ibarra, Colonia Azuay, Colonia México, Cashaurco y Río Negro según datos registrados en el INEC.

La misión del proyecto es que la parroquia de Río Negro aproveche sus atractivos naturales y brinde unos servicios turísticos de calidad que supere las expectativas de los visitantes, invirtiendo eficientemente los recursos económicos asignados, contribuyendo al desarrollo social y económico de los habitantes.

La visión del proyecto es que la parroquia de Río Negro sea reconocida como la principal parroquia en la provincia de Tungurahua por fomentar el Turismo Rural, aprovechando los recursos naturales que posee, siendo respetuosos con el ambiente, la población y generando fuentes de ingresos sostenibles que mejoren la calidad de vida de los habitantes.

Todo el proyecto se financiaría con fondos de la Junta Parroquial, al ser un Gobierno Autónomo Descentralizado, el Estado le asigna la partida presupuestaria por cada año de acuerdo a la información obtenida en nuestra visita a la Junta Parroquial el Vicepresidente nos indicó que el estimado que tienen cada año es de \$ 75.000.

Como conclusión de la investigación se pudo observar que el Gobierno Nacional si realiza inversión en el sector turístico por medio del Plan de Desarrollo Turístico, pero se requiere que los representantes de cada zona o parroquia disponga de proyectos desarrollados para acceder a esta inversión.

## **CAPÍTULO 1 EL PROBLEMA**

### **1.1 Justificación**

La importancia de la presente propuesta se basa en la necesidad de atraer el turismo a través del desarrollo de Proyectos que generen una oferta turística por parte de la población, en razón de que en los últimos años el turismo ha constituido una de las bases más importantes para el desarrollo dentro de la economía nacional.

El presente estudio se realizó en la provincia de Tungurahua, cantón Baños, parroquia Río Negro, su clima tropical húmedo, la temperatura promedio es de 21°C, su población 1.246 personas, está formada por 11 caseríos: El Mirador, San Francisco, Margaritas, La Palmera, La Victoria, El Topo, Colonia, Martínez, Colonia García Moreno, Colonia Velasco Ibarra, Colonia Azuay, Colonia México y Cashaurco según datos registrados en el INEC censo 2010.

La comunidad no mantiene una economía sólida con la agricultura y la ganadería, sirven de sustento a las familias, pero no representan un motor de desarrollo debido a la falta de tecnificación y altos precios en los insumos.

La parroquia de Río Negro cuenta con varios atractivos turísticos no aprovechados; la generosidad de esta tierra se manifiesta en cada uno de sus paisajes, en los que predomina el Río de Pastaza, la cascadas de San Francisco, Río Topo, Río Ulba, Las Estancias, Pozas del Zúñag, Bosque Subtropical, estas son muestras de que la parroquia cuenta con los recursos naturales necesarios para permitir el desarrollo del turismo como una alternativa de diversificación de la economía local; basándose siempre en la sustentabilidad, en una correcta planificación pudiendo posicionar a la parroquia como un destino turístico tanto nacional como internacional.

Siendo así, es necesario buscar nuevas alternativas para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, en las que ellos se vean involucrados, que les permita conceptualizar que el fruto de su trabajo es lo que les permite acceder a

mejores escenarios, que es importante el cuidado del medio ambiente, en todas sus formas, que para acercarnos al desarrollo es necesario educarse.

Este estudio permitirá obtener, analizar, interpretar y presentar la información recopilada, que servirá de base para la toma de decisiones por parte de los actores sociales involucrados en la región, debido a que en la parroquia existe una diversidad de atractivos turísticos culturales y naturales para promocionar, con este trabajo se pretende entregar a las autoridades parroquiales, una herramienta que reúna los diversos requerimientos tanto de las comunidades, como de los visitantes, mismas que son alternativas para desarrollar un turismo sustentable y manejable a través del tiempo para el ascenso del turismo.

#### Antecedentes

El presente estudio tiene como objetivo proponer un modelo de desarrollo turístico para la parroquia de Río Negro, con el fin de explotar sus atractivos turísticos y que los pobladores tengan una nueva fuente de ingresos.

El turismo es una alternativa de desarrollo económico y social, que debe enmarcarse dentro de la estrategia del desarrollo sostenible, donde interactúan criterios medioambientales, socioculturales y económicos.

El desarrollo turístico debe fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, que debe beneficiar a todos los habitantes de la parroquia, que sea viable, equitativo y económicamente rentable, ecológicamente sostenible, socioculturalmente aceptable y que proporcione un alto grado de satisfacción al turista, incrementando diversas actividades que involucren a la población, como son la elaboración y venta de artesanías con productos propios de la zona, la capacitación en el proceso de agricultura, el mejoramiento de los accesos a los sitios naturales turísticos.

## **1.2** Objetivos

### **1.2.1** Objetivo general

Proponer un diseño de un modelo de Desarrollo Turístico para la parroquia de Río Negro, Cantón Baños provincia de Tungurahua.

### **1.2.2.** Objetivos específicos

- Proponer actividades que mejoren la producción agrícola, creando un conocimiento de cómo utilizar la producción orgánica.
- Fomentar ferias turísticas para que la parroquia de Río Negro de a conocer sus productos, servicios y atractivos naturales.
- Incentivar a los pobladores de la parroquia de Río Negro para la creación de un plato típico, mediante un concurso interno entre los pobladores.
- Seleccionar e implementar señales de información idóneas, para que el turista nacional y extranjero que visita la parroquia pueda guiarse a los diferentes lugares, servicios y actividades que dispone la misma.
- Proponer la creación de senderos que mejore el acceso a los sitios naturales turísticos de la parroquia de Río Negro.
- Capacitar a un grupo de pobladores en la elaboración de artesanías utilizando materia prima de la zona.

## **1.3** Formulación del problema de investigación

¿Por qué la parroquia de Río Negro ha limitado sus ingresos principalmente a la actividad de la agricultura?

La comunidad por falta de visión empresarial y capacidad económica no se ha organizado para buscar nuevas fuentes de ingreso pudiendo aprovechar la riqueza natural de sus alrededores haciendo del turismo un ingreso adicional para su economía.



## **1.4 Metodología**

### **1.4.1 Tipo de investigación**

Se describe los métodos, técnicas y procedimientos que fueron empleados para el logro de los objetivos propuestos para el modelo de desarrollo turístico en la parroquia de Rio Negro, a continuación se detallan los siguientes tipos de investigación:

#### **1. Investigación exploratoria**

Según Ander-Egg (2008). También conocido como estudio piloto, son aquellos que se investigan por primera vez o son estudios muy pocos investigados.

#### **2. Investigación descriptiva**

Según Fidias G. Arias (2012). La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Las investigaciones descriptivas responden a preguntas como ¿Qué es? ¿Cómo es? ¿Dónde está? ¿Cuánto?.

Este tipo de investigación nos permitió identificar la situación, costumbres, tradiciones y actividades que mantienen los pobladores actualmente en la parroquia y de esta manera poder implementar las propuestas en desarrollo de la comunidad y atracción de los turistas.

### **1.4.2 Diseño de la investigación**

Una vez desarrollado los tipos de investigación, se presenta el diseño que guió el desarrollo del presente estudio, con el fin de realizar en forma adecuada el proceso de recolección, análisis e interpretación de datos.

El diseño de investigación se refiere a dónde y cuándo se recopila la información, así como la amplitud a recopilar, de manera que dé respuesta a la pregunta de investigación de la forma más idónea posible.(Morles,1994,pag 32).

Así el estudio propuesto se adecuó a los propósitos de la investigación mixta (documental y de campo), en función de los objetivos planteados, se utilizó una serie de instrumentos y técnicas de recolección de información que se detallarán más adelante, mismos que fueron requeridos para el desarrollo de cada capítulo, éstos se fueron agrupando en etapas : la primera etapa consistió en determinar los objetivo de estudio, posterior a esto se realizó un marco teórico donde se recolectó información relacionada con el tema de estudio de manera general a específica para la mejor comprensión del lector es así que se puede encontrar temas desde la historia, importancia, tipos de turismo, las leyes de la Constitución relacionadas con el sector turístico, proyectos y estrategias que son desarrollados por el Gobierno local en cada sector.

La segunda etapa implico evaluar la zona de estudio recolectar la información necesaria para conocer la realidad actual de la parroquia de Río Negro.

La tercera etapa correspondió a proponer mejoras para la parroquia en las áreas donde se encontró debilidades.

En atención al diseño la investigación realizada se ha clasificado de la siguiente manera:

- a) Investigación Documental: Este tipo de investigación se desarrolló mediante la obtención y análisis de los datos recopilados tanto de libros, páginas web, materiales impresos.
- b) Investigación de Campo: Mediante la investigación de campo pudimos observar directamente la realidad de la población, realizando una encuesta de opinión en el que se efectuó un cuestionario de preguntas para conocer los puntos de vista, además se fotografió la zona.

#### 1.4.3. Población y muestra

##### a) Población

La población de investigación corresponde los pobladores que confirman la Parroquia de Río Negro, la misma está formada por 12 caseríos: El Mirador, San Francisco, Margaritas, La Palmera, La Victoria, El Topo, Colonia , Martínez, Colonia García

Moreno, Colonia Velasco Ibarra, Colonia Azuay, Colonia México y Cashaurco teniendo un total de 1246 habitantes.

#### 1.4.4. Métodos e instrumentos para la recolección de datos

Para la elaboración del FODA en la parroquia de Río Negro se reunió a un grupo de habitantes, comerciantes, representantes políticos y funcionarios del sector público de los caseríos de la parroquia, formando de esta manera un panel, que estaba conformado por 10 personas representativas los cuales nos brindaron su opinión sobre los aspectos positivos y negativos.

La recolección de datos en el presente estudio fue de fuentes múltiples. Esta comprende de los siguientes:

- La observación directa
- Revisión documental la consulta de tipo documental en datos propios obtenidos directamente de la población estudiada y documentos escritos, formales e informales, y
- Las encuestas (entrevista o cuestionario) diseñada con preguntas abiertas y cerradas dirigidas a los pobladores representativos seleccionados en la muestra, que sirvió para recolectar información necesaria y obtener un conocimiento más amplio de la realidad y problemática de la parroquia de Río Negro el modelo utilizado se puede visualizar en el anexo 1

La información que se obtuvo fue concluyente en determinar que la junta parroquial tiene de Río Negro tiene varias debilidades que están afectando al desarrollo de la parroquia, pero también un potencial turístico enorme.

## CAPÍTULO 2 ANÁLISIS SITUACIONAL

En esta sección se revisó las propuestas y reflexiones sobre turismo mediante la recopilación de información comprendemos como fue evolucionando a través del tiempo, saber la influencia del desarrollo industrial lo cual ayudó a que las personas dispongan de medio de transporte, comunicación entre otros medios que les servirían para conocer otras culturas, de esta manera toma importancia la industria turística, y se la empieza a relacionar con otras ramas como la economía porque el fin también es crear ingresos para las sociedades a través de los visitantes nacionales o extranjeros de esta manera ha ido evolucionando de acuerdo a las necesidades del turista creando una gran variedad de tipos de turismo.

También se ha recopilado información para conocer algunas leyes que nuestra Constitución tiene en relación al turismo para entender el respaldo legal que tiene esta industria en especial al ser un país con mucho potencial turístico por lo cual el estado pone su interés y encamina proyectos de desarrollo turístico en todo el país estableciendo estrategias para llegar con la información a los potenciales turistas.

### 2.1. Historia del turismo

#### 2.1.1. Los inicios de turismo las cuatro etapas

- a) Prehistoria del turismo: La primera de las cuatro etapas cubre el largo período de lo que se puede denominar “prehistoria del turismo”, desde los tiempos medievales hasta principios del siglo XVII, cuando los primeros signos de crecimiento industrial empezaron a afectar la forma de vida establecida durante siglos. El aumento gradual de la riqueza, el desarrollo de las clases mercantil y profesional, los efectos de la reforma y la secularización de la educación estimularon el interés por otros países y la aceptación del hecho de que viajar era en sí mismo un elemento educativo. (Acerenza, 1997)

Podemos comprender que en la historia mientras las personas se educaban comienza a crecer el interés por conocer otros países, costumbres, culturas con lo cual se puede decir

que nace el turismo además es acompañado del crecimiento económico por lo que las personas se dedican a la actividad turística.

- b) El transporte: La era del ferrocarril representó una segunda etapa en la que los trenes y barcos de vapor transformaron las oportunidades de viajar. El rápido crecimiento de la población y de la riqueza crearon un mercado, se inventó el viaje en masa y con el desarrollo de complejos turísticos, en la escena comercial aparecieron agentes y tour operadores con nuevos métodos de marketing con los viajes organizados, paquetes turísticos y carteles y folletos. (Acerenza, 1997).

Al nacer el deseo de las personas por conocer otros países, culturas, costumbres se crea la necesidad de movilizarse y por las distancias se complementa el transporte que además de favorecer el comercio es una clave para que las personas puedan conocer otras lugares diferentes, creándose así las operadoras turísticas que como hasta la actualidad son encargadas de organizar, promocionar los viajes en masa.

- c) El período entreguerras: La tercera etapa, viene representada por el período entreguerras, desde 1918 hasta 1939 el fortalecimiento de la era de los ferrocarriles y el vapor se vio interrumpido por la primera guerra mundial en 1914 pero en este caso la expansión del transporte por carreteras y considerables inversiones en la aviación. (Acerenza, 1997).

El periodo entreguerras comprendió una época de inversión militar para movilizarse y esto también fue importante para el desarrollo del turismo porque utilizando los medios de transporte desarrollados por las demanda de la guerra que facilitó viajar y conocer otros países.

- d) El despegue del turismo: El periodo que inicia desde 1945 hasta la actualidad representa la cuarta etapa o el despegue del turismo ha sido una época de revolución tecnológica, desarrollo y cambio industrial masivo, que ha dado

como resultado una aceleración paralela de la creación de riqueza y una escalada del poder adquisitivo. (Acerenza, 1997).

Se crean destinos turísticos, el viaje de negocios se vio transformado por la evolución de una red que conectaba las principales ciudades además se vieron nuevas formas de viaje con la expansión generalizada de conferencias exposiciones y viajes de incentivo. El turismo constituye hoy una importante industria y con el desarrollo de tecnología, los medios de transporte se han facilitado recorrer largas distancias reduciendo el tiempo del viaje.

## 2.2. Teorías

No existe una teoría económica del turismo pese a esto hemos citado algunas relacionadas con la actividad turística, como la teoría de Joseph Alois Schumpeter (1888 1950) economista austro-estadounidense, quien consideró que el principal objetivo del empresario es innovar, es decir todo empresario debe ser un innovador del proceso productivo para generar mayores ingresos a los obtenidos, en lo relacionado a la industria turística esta innovación se puede dar mediante el cambio de estilo de vida de la población, su forma de pensar en cómo ofertar productos y servicios nuevos. También la teoría CEPALINA se puede aplicar en el sector turístico de tal forma que ayudados de los avances tecnológicos transporte e información principalmente podamos atraer turistas ofreciendo servicios y productos de una zona así el dinero y las ganancias se queden en los países oferentes mejorando los términos de intercambio.

## 2.3. Importancia del turismo

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. El turismo puede presentar muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo. Del mismo modo, también hay diferentes personas que realizan diversos tipos de turismo

La importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Así, todos los países cuentan

con el turismo como una actividad económica que genera empleo, obras de infraestructura. Por otro lado, el turismo tiene otro pilar que podemos denominar sociocultural aquí, la importancia del turismo radicaré en el hecho que a través de esta actividad, el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, sociedades, formas de vivir y ambientes geográficos. Si bien todos estos datos pueden conocerse a través de enciclopedias, mapas y fotos, es sólo a través de la vivencia la personal que se puede interactuar directamente con esas realidades diferentes a las que uno acostumbra a experimentar, pudiendo así enriquecer su propia cultura y experiencia personal. (Acerenza, 1997).

El turismo es importante porque permite conocer otros lugares y culturas la experiencia no es solo para el turista sino para los pobladores, también ellos ganan experiencia atendiendo al turista, tiene la posibilidad de generar mayores ingresos y desarrollar una infraestructura con la cual su estilo de vida mejore y así también los visitantes puedan sentirse más cómodos.

#### 2.4. Naturaleza y características de la industria turística

El turismo es una actividad que trasciende los sectores convencionales de la economía, porque necesita aportaciones de muy distinta naturaleza: económica, social, cultural y medioambiental, de ahí su carácter multifacético.

Incluso los componentes esenciales de la industria turística, como son el alojamiento y el transporte, pueden variar dependiendo de los países.

La actividad turística implica que una persona acomete un desplazamiento

- Puede que este desplazamiento sea para menos de un día
- Puede ser un desplazamiento dentro de las fronteras de un país, dando así lugar a un viaje turístico interno.
- Podría ser un desplazamiento que cruzara una frontera, lo que ubicara en al clasificación de viaje turístico internacional.

Elementos que constituyen la actividad turística:

- El sector de alojamiento que incluye el alojamiento formal, como hoteles pensiones.
- Los agentes de viajes y tour operadoras constituyen el subsector característico de la intermediación turística.
- El transporte- líneas aéreas, ferrocarril, alquiler de carros, también considera una importante adopción al sector del turismo.
- La información turística, en forma de oficinas específicas dedicadas a la aportación de información valiosa y orientación para el turista cuando llega al destino. (Acerenza, 1997).

El turismo se alimenta no solo de la actividad económica que generan los clientes también está vinculada con otras ramas o materias por lo que se la llama, una actividad multifacética. La actividad turística no se puede desarrollar sola depende de varios elementos para atraer a los turistas como medios de transporte, alojamiento, información turística, servicios de alimentación, entre otros.

## 2.5. Tipos de turismo

La Organización Mundial del Turismo señala diferentes formas de turismo de las cuales mencionamos las que tienen relación con el presente estudio

### 2.5.1. Turismo sostenible

La Organización Mundial del Turismo con base en la Conferencia de Río de Janeiro "Agenda 21. Desarrollo y Ambiente" ha definido el desarrollo turístico sostenible de la siguiente manera: "Es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales también protege y fomenta las oportunidades para el futuro. (Acerenza, 1999)

El turismo sostenible se caracteriza por crear un equilibrio entre los visitantes y los que reciben el turismo, de esta manera se desea realizar una actividad que respeta el ambiente y a la vez satisface las necesidades de los visitantes.



### 2.5.2. Turismo rural

La definición de la Organización Mundial del Turismo, considera al turismo rural como “el conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria”. (Acerenza, 1999).

El turismo rural incluye a todas aquellas actividades que pueden desarrollarse alrededor de la satisfacción del turista, con esto los habitantes pueden ofertar sus servicios productos dirigidos a una demanda cuya motivación principal es el contacto con el entorno autóctono que les permita mantener una interrelación con la sociedad, la cultura, el ambiente la biodiversidad local.

### 2.5.3. Ecoturismo

El ecoturismo aparece como nueva opción, distinta de las formas tradicionales de hacer turismo. Privilegia la sustentabilidad, preservación, apreciación del medio natural y cultural, en e

l que lo más importante es el bienestar de las poblaciones locales. Es una excelente alternativa para cuidar los bosques, sus animales y toda la vida que albergan, priorizando la conservación (Definición y Principios del Ecoturismo).

Es aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas , con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí.

### 2.5.4. Aviturismo

El aviturismo es una forma especializada de aproximación a la naturaleza. Los colores marcados y comportamientos fascinantes de las aves atraen observadores que desarrollan una pasión contemplativa. (Diccionario de términos turísticos)

El aviturismo permite acercarse directamente a la naturaleza convirtiéndose el turista en observador directo de la variedad de aves apreciando sus colores. En la zona visitada, por lo general existen muchas aves que son propias del sector y se pueden aprovechar para que los turistas conozcan y aprendan.

#### 2.5.5. Agroturismo

Vacaciones agro turísticas son la manera ideal de experimentar la vida rural. La experiencia de una estancia en una finca es tan económica como un hotel barato, pero mucho más divertido. Es una opción buena para familias con niños, pero igualmente apropiada para mochileros solos, parejas o grupos de amigos (T.P. Agro-eco eficiencia).

Es un turismo donde las personas interactúan directamente con las actividades propias del campo conviven con los pobladores de la zona, comparten sus vivencias como miembros de la comunidad.

#### 2.5.6. Turismo comunitario

Es el que se desarrolla gracias al involucramiento de la comunidad dentro de la cual encontramos atractivos turísticos. Los beneficios se reinvierten directamente en ella. Junto a sus autoridades se emprenden programas y proyectos administrados netamente por la comunidad. Hacen al turista participe de diversas vivencias cotidianas. (Acerenza, 1999).

El turismo comunitario se caracteriza en que los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales y gracias a las visitas de los turistas se pueden emprender proyectos donde la comunidad participe conjuntamente con los visitantes para crear beneficios mutuos.

#### 2.5.7. Turismo cultural

Este tipo de turismo basa su desarrollo gracias a la existencia de atractivos históricos o artísticos. Es especializado y generalmente no es estacional. (Bonet, 2008)

El turismo cultural hace énfasis en los hechos históricos que tiene cada ciudad, museos, iglesias a fin que el turista conozca de su historia.

#### 2.5.8. Turismo religioso

La motivación de esta forma de turismo es principalmente religiosa, sin embargo los peregrinos que lo practican tiene necesidades similares a las de cualquier turista desde el momento en que demandan servicios tales como: transporte, alimentación, alojamiento. (Fernández, 2010).

Es una actividad turística a través de la cual quienes la realizan pretenden alcanzar gratitudes espirituales, buscando la proximidad, con lo sagrado. Por lo tanto es un tipo de turismo relacionado fundamentalmente con las creencias religiosas de cada persona.

#### 2.5.9. Turismo de montaña

Se trata del turismo asociado con la montaña y actividades como la escalada, rutas a caballo, rutas 4X4, rutas en bicicleta de montaña y el senderismo. (Acerenza M. , 1997).

Este tipo de turismo es potencial para la zona de montañas bosques propios de la región en la zona de estudio existen varias opciones para realizar turismo de montaña el cual se caracteriza por la aventura y la necesidad de guías especializada con el uso adecuado de equipos atrae a otro tipo de turistas.

#### 2.5.10. Turismo deportivo

Tipo de turismo constituido por quienes buscan lugares donde practicar su deporte favorito. Se consideran deportes turísticos los invernales, acuáticos, alpinismo, cacería, pesca y en general todos aquellos que para ejercitarlos requieren desplazamiento. También comprende los viajes turísticos para asistir como espectadores a grandes acontecimientos. (Acerenza M. , 1997)

Actualmente los deportes motivan a las personas que lo realizan a visitar otros lugares donde puedan realizar su deporte favorito por lo que esto es aprovechado por los pobladores de la zona al ofrecer sus servicios de hospedaje alimentación y transporte por que el visitante también tiene otras necesidades.

#### 2.5.11. Turismo interno

Forma de turismo constituida por los nacionales que se desplazan por su país sin salir de las fronteras. (Acerenza M. , 1997)

El turismo interno es aquel donde los turistas son nacionales y los mismos recorren el país de residencia sin salir del mismo con el fin de conocer los diferentes atractivos turísticos.

#### 2.5.12. Turismo vacacional

Turismo constituido por personas que disponen de un limitado número de días por la suspensión temporal del trabajo, estudios u otras ocupaciones. Se concentra en las épocas del año en que la intensidad de la rutina obliga a suspender las actividades. También suele coincidir con festividades religiosas o civiles. (Acerenza M. , 1997).

El turismo también se desarrolla también en un número de días que se repiten cada año por tema de festividades por lo que hay que aprovechar estas ocasiones para desarrollar turismo ofertando servicios y productos para los deferentes visitantes que se recibirán.

### 2.6. Conceptos y definiciones relacionados con el turismo

Aquí recopilamos un grupo de definiciones que tienen relación con la actividad turística y son necesarios conocer sus conceptos.

#### 2.6.1. Turismo

Según la definición de la Organización Mundial del Turismo

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

El turismo está basado en los conceptos de solidaridad, tanto entre turistas como entre los destinos turísticos con las generaciones futuras. El factor vinculante entre los turistas y los destinos locales está directamente relacionado con el bienestar del planeta, así como con la estimulación de un tipo de desarrollo que permita a las poblaciones satisfacer sus necesidades, garantizando, al mismo tiempo, que las futuras generaciones pueden satisfacer las suyas de la misma o mejor manera. (Acerenza M. , 1997).

Los turistas seleccionan su destino vacacional basados en ciertos intereses personales o sintiéndose atraídos por algún sitio en particular, como una cascada famosa, un parque nacional o una ciudad de fama mundial.

La disposición sobre a donde ir, implica la toma de una serie de complicadas decisiones. El tiempo disponible, el presupuesto, la modalidad de viaje o el medio de transporte, son algunos de los elementos que deben ser analizados.

#### 2.6.2. El turista

Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración (Pérez, M.2004, pág. 125-138).

El turista es la persona o personas que sin importar su raza sexo son los que motivados por conocer otro lugar distinto al de su residencia optan por trasladarse a otros lugares donde conocerán costumbres personas y hábitos diferentes.

#### 2.6.3. Visitantes internacionales

Persona que viaja por un periodo no mayor a doce meses a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. (Pérez de las Heras, 2004).

La característica de los turistas internacionales es que ellos viajan a destinos fuera de su país de origen o al lugar que residen con la finalidad de conocer pero su estadía no será mayor a un año.

#### 2.6.4. Visitantes nacionales o internos

Residente de un país que viaja dentro de éste por una duración no mayor a doce meses a un lugar distinto de su uso habitual y cuyo motivo de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. (Pérez de las Heras, 2004)

Su característica es que el turista visita lugares dentro de su país de residencia en periodo no mayor a un año con el motivo de visitar o conocer lugares turísticos.

#### 2.6.5. Visitantes del día (excursionistas)

Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Se incluye a los pasajeros en cruceros, así como los propietarios o los pasajeros de yates y los pasajeros que participan en un programa de grupo y están alojados en un tren. (Pérez de las Heras, 2004)

La característica de este turista es que visita el lugar de destino pero únicamente por un día sin quedarse en hospedajes pasar la noche.

### 2.7. Infraestructura turística

Término para señalar los elementos básicos para el desarrollo del turismo: vías de comunicación, aeropuertos, energía, agua potable alcantarillado, salud, higiene, puertos, aeropuertos, terminales de transportes, automóviles, talleres, señalización, bombas de gasolina, correos, teléfonos etc. (Pérez de las Heras, 2004).

Es la obra en materia de accesos comunicaciones, abastecimiento de agua, eliminación de desechos, aeropuertos, la misma que es necesaria porque el turista evalúa estos elementos predominantes al momento de tomar la decisión de conocer un lugar o volver o recomendar.

## 2.8. Motivaciones del turista

Si partimos de las motivaciones que impulsan al turista a visitar determinados destinos, se pueden distinguir dos motivaciones que son:

### 2.8.1. Motivaciones genéricas

Aquellas que impulsan al turista a visitar un determinado destino, fundamentalmente, para descansar, divertirse y disfrutar del ambiente que proporciona el mismo. De forma que este tipo de motivación da lugar a los denominados turismos genéricos. El turista se desplaza a determinados lugares para descansar y disfrutar del ambiente específico que ofrecen cada uno de ellos. (Pérez de las Heras, 2004).

La motivación genérica abarca varias razones por las cuales los turistas optarían por visitar un lugar principalmente por motivos de descanso o distracción. Se relacionan con un conjunto de personas en un lugar de destino. Esto puede dar lugar a visitas a amigos o familiares, viajes de diversión y de esparcimiento, motivación de salud, motivación de compras, motivación educativa o formativa.

### 2.8.2. Motivaciones específicas

Aquellas que impulsan al turista a visitar un determinado lugar para satisfacer necesidades muy concretas como puedan ser: observar determinadas especies de aves, practicar determinados deportes, visitar determinados monumentos, degustar una serie de platos típicos, etc. (Pérez de las Heras, 2004).

El turista viaja motivado por el deseo de conocer un lugar específico para satisfacer una necesidad como practicar algún deporte que se desarrolla en la zona o conocer flora o fauna que son del lugar de la visita.

## 2.9. Tipos de empresas turísticas

La clasificación depende del tipo de actividad:

- Empresas de alojamiento turístico
- Distribuidoras como agencias de viaje, tour operadores
- De transporte y auxiliares
- De esparcimiento, recreo y cultura.
- De servicios financieros y de seguros especializados en el sector
- Otras que presten servicios relacionados con el turismo o que incluyan entre sus actividades servicios turísticos y que reglamentariamente se clasifiquen como tales. (Pérez de las Heras, 2004).

Existen varias empresas vinculadas al sector turísticas con las cuales se puede desarrollar, para ofrecer al visitante comodidad en su estadía.

Después de la información relacionada al turismo mencionamos a continuación algunas leyes que se registran en la Constitución del país las cuales es importante conocer el respaldo legal que tiene la industria del turismo.

## 2.10. La Constitución

La Constitución es la ley del Estado soberano, establecida o aceptada como guía para la gobernación, es la norma jurídica de más alto rango en el ordenamiento político. La Constitución fija los límites y define las relaciones entre los poderes Legislativo, Ejecutivo Judicial, Electoral y de Control Ciudadano, estableciendo así las bases para su gobierno. También garantiza al pueblo determinados derechos.



A continuación se detallan algunos artículos de la Constitución relacionado con el turismo:

#### TITULO I; Capítulo I; Principios Fundamentales

“Art. 9.-Las personas extranjeras que se encuentren en el territorio ecuatoriano tendrán los mismos derechos y deberes que las ecuatorianas, de acuerdo con la Constitución.”

Con este artículo entendemos que en el Ecuador se respetan los derechos de los extranjeros considerándolos legalmente con iguales derechos los cual representa algo positivo para que los mismos visiten el Ecuador y así se sientan cómodos y seguros al estar en una igualdad de condición legal.

#### Capítulo II; Derechos del buen vivir

“Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.”

La Constitución otorga el derecho para que la población viva en un ambiente sano pero también indica que se lo tiene que proteger prevenir los daños que se puedan dar al ambiente, esto es importante pues condiciona el Buen Vivir a la conservación del ambiente.

#### TITULO VII; Capítulo I; Patrimonial natural y ecosistema

“Art. 404.- El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción. Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica, de acuerdo con la ley”.

El estado garantiza el Patrimonio natural del Ecuador por medio de la Constitución lo protege, de esta manera las zonas podrán promocionar sus atractivos turísticos con el fin que los turistas conozcan

“Art. 410.- El Estado brindará a los agricultores y a las comunidades rurales apoyo para la conservación y restauración de los suelos, así como para el desarrollo de prácticas agrícolas que los protejan y promuevan la soberanía alimentaria.”

El estado respalda el desarrollo agrícola y si esto se lo combina con el desarrollo turístico en una zona se puede atraer una forma diferente de atraer al turista sin dejar o cambiar sus actividades cotidianas.

Los artículos mencionados se acoplan al tema turístico que estamos desarrollando, lo mismo que sirve como guía para el desarrollo del proyecto, en los artículos mencionados anteriormente, se indica de forma general que, el estado garantizará y apoyará el desarrollo de prácticas tecnológicas, ambiente limpio, sano, así como uso de energía renovable, siempre y cuando lo que se requiera implementar sea de bajo impacto en la naturaleza.

#### 2.11. Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017

Liderada por la Secretaria Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa (SENPLADES), conforme a lo estipulado en el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas y presentada por el Presidente Rafael Correa para conocimiento y aprobación en el Consejo Nacional de Planificación. El Plan Nacional de Desarrollo, denominado para este periodo de gobierno “Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017” fue aprobado en sesión de 24 de junio de 2013, mediante Resolución No. CNP-002-2013.

El Plan del Buen Vivir constituye una guía obligatoria del gobierno, para implementarlo. Por otro lado la SENPLADES ha reagrupado el país en zonas donde se juntan a un número determinado de provincias, en zonas de planificación, así conforman

la zona N3 donde se agrupan a las siguientes provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza.



La Zona de Planificación N 3 se caracteriza por su ubicación geográfica estratégica, constituye una conexión importante entre la Sierra y la Amazonía. Administrativamente está constituida por cuatro provincias (Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza y Tungurahua), 30 cantones, 139 juntas parroquiales.

Todas las zonas de planificación tienen lineamientos que cumplir para que el desarrollo de los planes fluyan de manera favorable para los pobladores de cada zona a continuación se detallan las líneas de acción que tiene la zona N 3 donde se encuentra ubicada la Parroquia de estudio del presente proyecto.

#### 2.11.1. Principales líneas de acción de la zona N°3

##### a) Transformación de la matriz productiva

- Fomentar el crecimiento de la productividad en las vertientes y fondo de cuenca interandina, con un enfoque de sustentabilidad que permita la conservación de los páramos y bosques de las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo.

- Impulsar el crecimiento del turismo en sus diversas modalidades en el marco de la economía popular y solidaria.
- Impulsar la capacitación, formación e investigación.
- Contribuir al desarrollo de la pequeña y mediana industria en el marco de la Agenda Zonal. (Falconí, 2013).

Basados en la planificación de la zona 3 del Plan del Buen Vivir, donde se respalda la conservación de bosques fomenta el crecimiento del turismo y todas las actividades que se realicen en pro de atraer al turista para generar ingresos económicos y promover la integración, el desarrollo de las comunidades, considerando que también promueve la capacitación para todas las áreas mencionadas con el fin que esto no sea un obstáculo.

b) Sustentabilidad patrimonial

- Fortalecimiento de programas y estrategias para la protección de ecosistemas frágiles.
- Incentivar la elaboración de propuestas de producción alternativa en zonas frágiles (ej. planes de manejo agroforestal).
- Favorecer el mejoramiento de la calidad del agua y suelo con programas mancomunados de manejo sustentable de las cuencas hídricas de la zona.

(Falconí, 2013).

Los líderes de la comunidad, serán los que transmitan y promuevan el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de los pueblos, teniendo acceso a capacitación continua en proyecto donde se involucre la comunidad e incentivando a la elaboración de propuestas de producción para incrementar los ingresos económicos de los pobladores por ejemplo explotar los atractivos turísticos de la zona.

c) Cierre de brechas de inequidad

El fortalecimiento de las actividades rurales no agropecuarias, como la artesanía, la pequeña industria y el turismo, es un componente esencial de una acción integrada de desarrollo territorial. No menos importante será el desarrollo de entornos innovadores y comunidades de aprendizaje en los territorios rurales, con

ampliación de las oportunidades de experimentación conjunta, para fortalecer las economías campesinas y facilitar la emergencia de economías solidarias como parte integral de la nueva dinámica productiva. (Falconí, 2013).

Las juntas parroquiales deberá fomentar las actividades relacionadas con la artesanía con el fin que la comunidad adquiera otra fuente de ingresos diferente de la agricultura, para esto deben realizar campañas de capacitación para que las personas interesadas se instruyan y generen ingresos extras, utilizando materia prima y productos propios de la zona.

## 2.12. Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible (PLANDETUR)

A finales del año 2007, alrededor de 750 actores en 17 talleres en todo el país, el equipo técnico (Tourism & Leisure – Europraxis) contratado por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) y financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), concluyó la construcción del “Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible del Ecuador al 2020” (PLANDETUR). Con su validación nacional el MINTUR lo inserta en su actuación programática, a tal punto de convertirse en el programa guía de la inversión pública turística en materia de desarrollo, y así conforme lo dispuso la normativa vigente Código Orgánico de Planificación y Finanzas públicas (COPFP) logró obtener su correspondiente Dictamen de Prioridad. Estos logros han hecho que PLANDETUR deba ser la herramienta de trabajo obligatoria, por su contenido, para los actores de este sector. El PLANDETUR propone un modelo de desarrollo del turismo sostenible basado en sus territorios turísticos bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad, y gestión descentralizada, que parte del mejoramiento de la calidad de vida de su población, satisface las necesidades cambiantes de los segmentos de turistas actuales y potenciales aprovechando sus ventajas comparativas, en armonía con su naturaleza.

Su objetivo es, identificar y desarrollar las áreas de mayor competitividad turística, maximizar el impacto económico positivo en la población dentro de un contexto de desarrollo sostenible y de cumplimiento de los objetivos del milenio.

Constituye un marco de referencia orientador para las acciones en todo el sector con un planteamiento que se sustenta en las relaciones colaborativas y sinergias de los diversos actores para emprender e innovar con mejores prácticas, que permitan desarrollar al país sobre la base de un sector turístico competitivo con alta calidad, anfitriones capacitados, un entorno seguro, fluida conectividad y con un marco jurídico e institucional que promueva inversiones saludables. (Rivera, 2007).

El PLANDETUR 2020 es parte de la planificación nacional del Ecuador que busca marcar un cambio de época con la reforma política la transformación económico-productiva, la transformación social y el desarrollo humano, y la integración latinoamericana. En este contexto, el turismo sostenible se constituye en un elemento fundamental en la agenda del País porque plantea una forma de gestión que permite armonizar la prosperidad derivada de la actividad turística y otros sectores productivos para generar bienestar de manera equitativa sobre la base del respeto y reconocimiento de su riqueza cultural.

### 2.13. Propuesta estratégica provincial de Gobiernos Autónomos

La propuesta de Gobiernos Autónomos tiene como objetivo principal ayudar al mejoramiento de la actividad turística de sus respectivos cantones.

#### 2.13.1. Objetivo y líneas estratégicas provinciales de Gobiernos Autónomos

Objetivo estratégico: Incrementar el volumen de visitantes y turistas, nacionales y extranjeros, orientados hacia actividades mayormente de corte alternativo y especializado, mediante el fortalecimiento, diversificación y especialización de destinos y productos dirigidos hacia modalidades ambiental y culturalmente sostenibles. (Falconí, F.2013, pág.13-19).

El objetivo estratégico será una guía para incrementar las visitas de los turistas nacionales o extranjeros.

A continuación varias líneas estratégicas provinciales

a) Desarrollo de productos turísticos

- Coordinar con los gobiernos locales y actores privados la identificación de atractivos y servicios turísticos que puedan articularse a nuevos productos cantonales.
- Seguimiento y monitoreo del inventario de atractivos turísticos.
- Identificar y caracterizar detalladamente las rutas o circuitos desarrollados o por desarrollar a nivel provincial, partiendo especialmente de aquellos con mayor tradición y potencialidad (gastronómico, de compras, agro-rural, cultural, especializado de naturaleza y comunitario).
- Coordinar con los actores públicos y privados relevantes (por ejemplo agencias turísticas de la provincia), una estrategia de identificación e integración de paquetes turísticos a nivel provincial. (Falconí, 2013).

La provincia pretende coordinar proyectos que se desarrollen en los cantones y sus parroquias para crear productos turísticos "estrellas" o representativos que resalten a nivel provincial.

b) Gestión de la información turística clave

- Impulsar con el conjunto de actores públicos y privados vinculados al turismo, especialmente universidades y autoridades locales y nacionales, una propuesta de sistema de gestión de información turística.
- Diseñar un calendario unificado de eventos y festividades turísticas de la provincia, con detalle cantonal.
- Evaluar las tendencias del mercado turístico, nacional e internacional, perfiles de viajeros y turistas, etc.
- Implementar una guía turística provincial oficial, tanto de manera impresa como digital. (Falconí, 2013, pág. 65-66).

Con esta estrategia se pretende tener una agenda de todos los eventos o programas que por motivo de festividades se desarrollen en la provincia, evaluar con los representantes la manera de realizar campañas de promoción y marketing turístico provincial y si cuentan con un Plan Provincial de Señalización Turística.

c) Manejo adecuado de los recursos naturales y culturales

- Definir con actores públicos y privados, una agenda de problemas urgentes de tipo ambiental a nivel de provincia.
- Promover la coordinación de iniciativas de gestión ambiental frente a problemas con implicaciones en la actividad turística.
- Coordinar con las entidades competentes la definición del marco general de política de preservación de tal patrimonio, relevante para la provincia.
- Identificar proyectos puntuales de preservación y fortalecimiento del patrimonio cultural en la provincia. (Falconí, 2013, pág 70).

La provincia cuenta con un plan de sensibilización y concientización ciudadana en torno a la preservación y manejo racional de recursos naturales de la provincia y a su vez si realizan una evaluación o actualización del inventario de recursos naturales y bienes históricos y culturales de la provincia.

d) Fortalecimiento de la gobernanza y las instituciones relacionadas con el turismo

- Promover la formación de mecanismos de ejecución y evaluación de la estrategia turística a nivel cantonal (por ejemplo, mesas de concertación cantonal).
- Promover la creación de una instancia técnico-operativa en el seno del Comité de Coordinación de Turismo de la provincia.
- Promover el fortalecimiento y mejoramiento continuo de los diversos espacios asociativos turísticos en la provincia. (Falconí, 2013, pág 75-78).

Nos ayudara a conocer si los gobiernos e instituciones toman acciones para el fortalecimiento de la provincia.

e) Capacitación y formación de habilidades

- Definir mecanismos de complementación de las agendas y planes de capacitación turística cantonal.



- Desarrollar mecanismos alternativos de formación de capacidades y habilidades (intercambio de experiencias, benchmarking, formación dual, etc.) (Falconí, 2013, pág 75-78).

Conocer si la provincia cuenta con un plan de capacitación para las cantones y juntas parroquiales.

f) Fomento de inversiones y promoción del emprendimiento turístico

- Promover ruedas de negocios y otros mecanismos de identificación y aprovechamiento de oportunidades de negocio turístico, alrededor de los productos "estrella" o representativos, circuitos, rutas y paquetes prioritarios de la provincia.
- Identificar e impulsar sinergias con los otros sectores productivos de la provincia, con un enfoque de cadena de valor. (Falconí, 2013, pág 75-78).

Conocer de qué manera da apoyo a pequeños empresarios de los cantones y parroquias o a su vez que iniciativas realizan para nuevos negocios involucrando a los habitantes.

### 2.13.2. Potencialidades estratégicas

a) Alta posibilidad de agregación horizontal de productos

En la que diversos productos podrían agregarse a partir de una característica común. Esto por ejemplo es evidente a nivel inter-territorial: Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo albergan el más completo conjunto de accesos a algunos de los principales volcanes del país: Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y El Altar, que al mismo tiempo corresponden con las áreas de amortiguamiento mencionadas en el punto anterior; esto abre grandes posibilidades para la integración de rutas, circuitos y productos innovadores que vinculen tanto el atractivo geográfico cuanto el social y cultural. (Municipio de Tungurahua, 2010)

La provincia cuenta ya con un atractivo propio como el volcán Tungurahua por lo que hay que aprovechar la presencia de los turistas que lo visitan para incentivarlos a

conocer sus alrededores por lo tanto crear nuevas alternativas de turismo para la provincia de Tungurahua, agregaría una calidad de vida y un crecimiento económico para la comunidad.

b) Capacidad de diversificación de productos en el cantón Baños

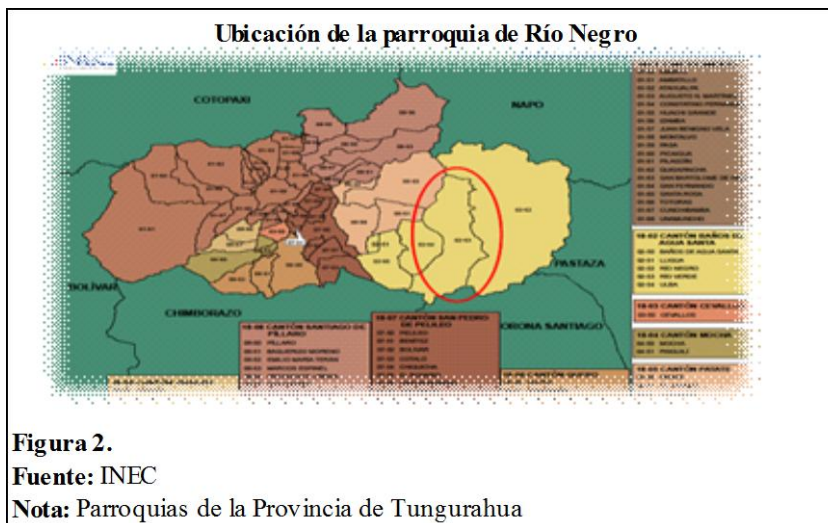
Especialmente la zona centro oriental del cantón, sobre la ruta a Puyo, aparece como una zona particularmente dotada de atractivos a partir de los cuales puede diseñarse nuevos productos orientados hacia los nichos de demanda más selectiva y especializada de corte eco turístico, y construidos a partir de una base de tipo comunitario. (Municipio de Tungurahua, 2010)

Evaluar nuevos atractivos turísticos orientados a los nichos de demanda enfocados al ecoturismo e integrando a los habitantes de la parroquia.

### CAPITULO 3 ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo de la presente investigación se fundamenta en la necesidad de incentivar a la comunidad de la parroquia Río Negro para que se promuevan nuevos ingresos aprovechando el turismo y los recursos naturales.

La Parroquia de Río Negro que se encuentra ubicada en el cantón Baños, provincia de Tungurahua; su clima es tropical húmedo y la temperatura promedio es de 21°C, su población 1246 personas. La parroquia está formada por 13 caseríos: El Mirador, San Francisco, Margaritas, La Palmera, La Victoria, El Topo, Colonia Martínez, Colonia García Moreno, Colonia Velasco Ibarra, Colonia Azuay, Colonia México, Cashaurco y Río Negro según datos registrados en el INEC en el censo 2010.



La parroquia de Río Negro, cuenta con varios atractivos turísticos sub aprovechados; la generosidad de esta tierra se manifiesta en cada uno de sus paisajes, el que predomina el río de Pastaza, la cascada de San Francisco, río Topo, río Ulba, las Estancias, Pozas del Zuñag, Bosque Subtropical, estas y muchas más son muestras de que la parroquia cuenta con los recursos necesarios para permitir el desarrollo del turismo como una alternativa adicional a la economía local; basándose siempre en la sustentabilidad y en una correcta planificación pudiendo así posicionar a la parroquia como destino turístico nacional e internacional.

La comunidad no mantienen una economía sólida con la producción agrícola y ganadera, estas sirven de sustento a las familias, pero no representan el motor de su desarrollo

debido a la falta de tecnificación y altos precios en los insumos. Esto conlleva a que la población no pueda mejorar económicamente en base a esto.

Siendo así, es necesario buscar nuevas alternativas para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, en las que ellos se vean involucrados y que les permita conceptualizar que el fruto de su trabajo es lo que les permite acceder a mejores niveles de vida, siendo importante el cuidado del ambiente, en todas sus formas, para acercarnos al desarrollo es necesario educarse y mejorar la educación.

### 3.2 Generalidades de la parroquia Río Negro

Su cabecera parroquial constituye un conjunto de casas que rodean la carretera, se encuentra junto al río Pastaza. Es la parroquia más oriental del cantón Baños y de la provincia de Tungurahua.

La ubicación de la parroquia es a 30 Km de distancia desde Baños. El principal camino es la carretera Baños – Puyo (E30).

#### a) Ubicación geográfica

La ubicación geográfica de la parroquia de Río Negro, de acuerdo a la información proporcionada por el Instituto Geodésico Militar, indica que está ubicada en la siguiente área: Latitud: 02° 55' S; Longitud: 079° 04' O; Altitud: 1.186 m.s.n.m.

#### b) Límites

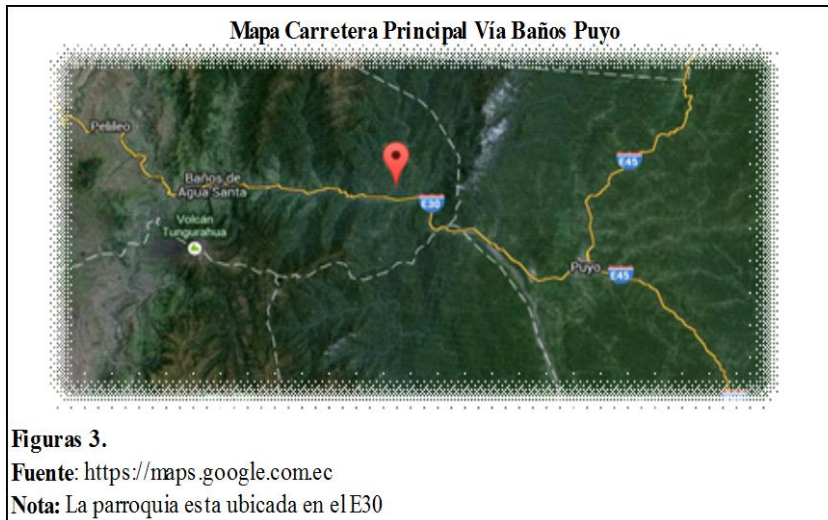
La parroquia limita al norte con la provincia de Napo, al sur con la provincia de Morona Santiago, al este con la provincia de Pastaza y al Oeste con el Cantón Baños.

#### c) Clima

Por información proporcionada por el Instituto Nacional de Hidrología y Meteorología (INAHMI) la temperatura promedio de la parroquia es de 21° C. Con una precipitación anual promedio de 660 y 1500 mm, tiene un clima tropical húmedo, muy agradable para realizar actividades turísticas y recreacionales. El clima es óptimo para observar los paisajes del sector en el transcurso de la vía hacia Baños y Puyo. El flujo atmosférico se forma con vientos suaves en la mañana y fuertes en la tarde sobre todo en los meses de julio, agosto y septiembre.

d) Vías de acceso

Como se puede observar en el siguiente mapa facilita el desplazamiento de la población tanto hacia el cantón Baños (20 minutos de viaje) como a la provincia de Pastaza y al resto del Oriente. Para los sectores que no se encuentran en el eje vial principal, existen varios caminos de segundo y tercer orden además de senderos que llevan a los diferentes caseríos.



e) Medios de transporte

Actualmente existe servicio público de transporte de la parroquia hacia la cabecera cantonal (Baños) pero de manera muy reducida por lo que las personas tienen que

recurrir al alquiler de camionetas o a la utilización de los buses interprovinciales que vienen del oriente; lo mismo sucede al regreso de Baños a la parroquia.

f) Organización social

La parroquia está organizada en caseríos o sectores nombrados anteriormente, cada uno de ellos cuenta con su respectiva directiva, los cuales son encargados de solicitar a la Junta Parroquial la construcción de proyectos de acuerdo a las necesidades de cada caserío.

La junta parroquial está conformada por un Presidente y cuatro vocales, los cuales son los encargados de administrar el presupuesto; cuenta con un Teniente Político encargado de mediar los problemas de los habitantes en la parroquia.

Existe un retraso en el desarrollo económico de la parroquia fundamentado en la falta de coordinación por parte de la junta directiva al no destinar los recursos, proporcionados por el estado, a la construcción de servicios complementarios al turismo.

La parroquia cuenta con un presupuesto anual de \$75.000 fijos proporcionados por el estado controlados por la Contraloría General del Estado.

g) Flora y fauna

- Flora

Según la descripción proporcionada en la página del Gobierno de Baños se describe que la parroquia de Río Negro posee flora de vivos colores y delicados aromas, especies únicas, gran variedad de orquídeas, heliconias y musgos, bosques secundarios, bosques primarios de vivo verdor que evidencia el paso del tiempo de la armonía y el equilibrio de la naturaleza. La flora de los bosques y páramos de la parroquia es considerado bastante diversas y de alta importancia.

- Fauna

La parroquia constituye uno de los puntos con mayor riqueza, abundancia y diversidad dentro del área del corredor Llanganates-Sangay, la fauna que describe la guía del patrimonio de áreas naturales protegidas del Ecuador son las

siguientes: oso de anteojos, mono machín, tapir, jaguar, puerco espín, guanta, oso hormiguero, ardillas; especies de aves como pato, gaviota andina, curiquingue, pillos colibríes, real, bunga, gallo de la peña, peces y anfibios como; trucha, tilapia, ranas, comadreas de agua, esto se convierte en una potencialidad para los turistas que desean conocer más sobre las especies.

#### h) Actividades productivas y sociales

Los habitantes de esta parroquia se dedican mayoritariamente a la agricultura y la ganadería, producen productos como: la caña de azúcar, plátano, yuca, guabas, mandarinas, y la naranjilla conocida localmente como “pepa de oro”.

La naranjilla es una fruta amazónica, su sabor y color características verdoso de la pulpa que es apetecible y muy agradable para el consumidor el mercado local, nacional y extranjero esto se podría aprovechar de mejor manera procesándola a la fruta madura con todo y cascara para aprovechar todos sus beneficios como los minerales y las fibras que contiene.

En honor a este producto se celebra por más de 30 años el Festival de la Canción Nacional “la naranjilla de oro” festival que congrega e intérpretes de este ritmo sentimental que bien representa a nuestro país.

Una fecha destacada son las fiestas Octubrinas que se realiza la primera semana de octubre y culmina la tercera semana del mismo mes, en la cual se realiza varios eventos deportivos, culturales, sociales, cívicos y eclesiásticos, un evento destacado es el Festival de la Canción Nacional. (Opción, 2012)

#### i) Escuelas y colegios

La parroquia cuenta con las siguientes Unidades Educativas:

- Manuel Coello Peñaherrera: Ubicada en Río Negro, educación primaria.
- Gran Ducado De Luxemburgo: Ubicada en el caserío El Topo, educación primaria
- Augusto N. Martínez: Ubicada en el caserío San Francisco educación primaria.
- Remigio Romero Y Cordero: Ubicada en el caserío El Topo, educación primaria.

- Celiano Monge: Ubicada en Río Negro, educación secundaria hasta tercero de bachillerato.

Existen cinco Centros Educativos Públicos de nivel primario (Educación Básica) algunos de los cuales todavía son uní docentes.

Buscando mejores alternativas, en muchos casos los padres prefieren enviar a sus hijos a estudiar desde los caseríos a las escuelas de la ciudad de Baños y Ambato.

En el caso de la educación superior, los estudiantes asisten a los centros de Riobamba, Ambato y Quito, lamentablemente al terminar sus estudios no todos regresan a ejercer su profesión en la zona, debido a la falta de fuentes de empleo.

Según la información proporcionada del INEC 2010, en la parroquia de Río Negro la condición de alfabetismo según los grupos étnicos se detalla a continuación:

**Tabla 1 Población de Río Negro por condición de alfabetismo**

| <b>Grupos Étnicos</b> | <b>Alfabeto</b> | <b>Analfabeto</b> | <b>Total</b> |
|-----------------------|-----------------|-------------------|--------------|
| Indígena              | 16              | 6                 | 22           |
| Afro ecuatoriano /a   | 4               | -                 | 4            |
| Montubio/a            | 9               | 3                 | 12           |
| Mestizo/a             | 773             | 44                | 817          |
| Blanco/a              | 33              | 2                 | 35           |
| Otro/a                | 1               | -                 | 1            |
| Total                 | 836             | 55                | 891          |
| Total                 | 94%             | 6%                | 100%         |

**Fuente:** INEC 2010

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Con los datos del cuadro anterior podemos observar que el 94% de los habitantes mayores de 15 años en adelante son alfabetos, mientras que el 6% de la población son analfabetos.

#### j) Tipo de vivienda

Según los datos obtenidos del Censo, el 90% de los pobladores tienen casa, siendo 346 viviendas propias en la parroquia, el 4% los pobladores tienen una vivienda en mediagua y el 2% de los pobladores viven en inquilinato.



**Tabla 2 Total de viviendas particulares de Río Negro**

|            | Casa/Villa | Cuarto(s) en casa de inquilinato | Mediagua  | Rancho    | Covacha   | Total |
|------------|------------|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-------|
| Área Rural | 346        | 9                                | 17        | 10        | 1         | 383   |
| Total      | 346        | 9                                | 17        | 10        | 1         | 383   |
| Total      | <b>90%</b> | <b>2%</b>                        | <b>4%</b> | <b>3%</b> | <b>0%</b> |       |

**Fuente:** INEC 2010

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

k) Servicios básicos

La parroquia de Río Negro cuenta con los siguientes servicios básicos: energía eléctrica, agua entubada, teléfono, internet, televisión por cable, recolección de basura por parte del Municipio de Baños, cobertura de telefonía celular de todas las operadoras del servicio.

De acuerdo con el último censo de población y vivienda (INEC, 2010), la parroquia aún adolece de servicios básicos. El agua que se consume es solamente agua entubada y no llega a la totalidad de la población; ocurre lo mismo con el servicio de alcantarillado, debido principalmente a la alta dispersión de las viviendas y la falta de recursos económicos para la inversión.

A continuación detallamos algunos cuadros relacionados con los servicios básicos.

**Tabla 3 Total de viviendas particulares de Río Negro que tienen energía eléctrica**

|              | Red de empresa eléctrica de servicio público | Panel Solar | Generador de luz (Planta eléctrica) | Otro      | No tiene  | Total |
|--------------|--|-------------|-------------------------------------|-----------|-----------|-------|
| RÍO NEGRO    | 360  | 0           | 3                                   | 1         | 19        | 383   |
| <b>TOTAL</b> | <b>94%</b>                                   | <b>0%</b>   | <b>1%</b>                           | <b>0%</b> | <b>5%</b> |       |

**Fuente:** INEC 2010

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Con este cuadro podemos observar que en la parroquia de Río Negro el 94% de las viviendas tiene acceso red eléctrica del servicio público, el 5% de las viviendas no tiene energía eléctrica porque no viven cerca de la población.

**Tabla 4 Total de viviendas particulares de Río Negro por procedencia principal del agua recibida**

|              | De red pública | De pozo   | De río, vertiente, acequia o canal | De carro repartidor | Otro (Agua lluvia/albarrada) | Total |
|--------------|----------------|-----------|------------------------------------|---------------------|------------------------------|-------|
| Río Negro    | 263            | 2         | 112                                | 0                   | 6                            | 383   |
| <b>TOTAL</b> | <b>69%</b>     | <b>1%</b> | <b>28%</b>                         | <b>0%</b>           | <b>2%</b>                    |       |

**Fuente:** INEC 2010

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

En la parroquia de Río Negro las viviendas tienen agua a través de la red pública un 69%, el 28% de las viviendas tienen agua del Río, vertiente o canal y el 2% recogen agua de lluvia. El agua en ningún caso es “potable”.

**Tabla 5 Total de hogares de Río Negro por disponibilidad de teléfono convencional, internet, computadora**

|             | Si tiene | Porcentaje de Si % | No tiene | Porcentaje de No % | Total |
|-------------|----------|--------------------|----------|--------------------|-------|
| Teléfono    | 165      | 43%                | 218      | 57%                | 383   |
| Internet    | 17       | 4%                 | 366      | 96%                | 383   |
| Computadora | 69       | 18%                | 314      | 82%                | 383   |

**Fuente:** INEC 2010

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

En la parroquia de Río Negro existen 383 viviendas según el INEC 2010, se puede observar lo siguiente:

Existen 218 hogares que no poseen teléfono convencional siendo un 57%, mientras que un 43% de las viviendas cuentan con este servicio. El servicio de internet el 96% de los hogares no posee el servicio y el 4% siendo 17 hogares si disponen de internet.

Del total de los hogares, el 82% no disponen de computadora siendo 314 hogares, mientras que el 18% si tiene computadora.

**Tabla 6 Total de viviendas particulares de Río Negro por eliminación de la basura**

|              | Por carro recolector | La arrojan en terreno baldío o quebrada | La queman  | La entierran | La arrojan al río, acequia o canal | De otra forma | Total |
|--------------|----------------------|---|------------|--------------|------------------------------------|---------------|-------|
| Río Negro    | 276                  | 18                                      | 62         | 12           | 9                                  | 6             | 383   |
| <b>Total</b> | <b>72%</b>           | <b>5%</b>                               | <b>16%</b> | <b>3%</b>    | <b>2%</b>                          | <b>2%</b>     |       |

Fuente: INEC

Elaboración: Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Los pobladores de la parroquia mantiene distintas maneras de la eliminación de la basura, el 72% de los habitantes eliminan las basura por el carro recolector enviado por el Municipio de Baños los mismo que son llevados al botadero de Juive grande ubicado en el Cantón Baños, el 16% lo queman en sus terrenos, el 5% lo arrojan en terrenos baldíos o quebradas, el 3% lo entierran y el 2% lo arrojan al río o canal.

**Tabla 7 Total de viviendas particulares de Río Negro por tipo de servicio higiénico o escusado**

|              | Conectado a red pública de alcantarillado | Conectado a pozo séptico | Conectado a pozo ciego | Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada | Letrina   | No tiene   | Total |
|--------------|---|--------------------------|------------------------|---|-----------|------------|-------|
| Río Negro    | 240                                       | 29                       | 13                     | 48  | 7         | 46         | 383   |
| <b>Total</b> | <b>63%</b>                                | <b>8%</b>                | <b>3%</b>              | <b>13%</b>  | <b>2%</b> | <b>12%</b> |       |

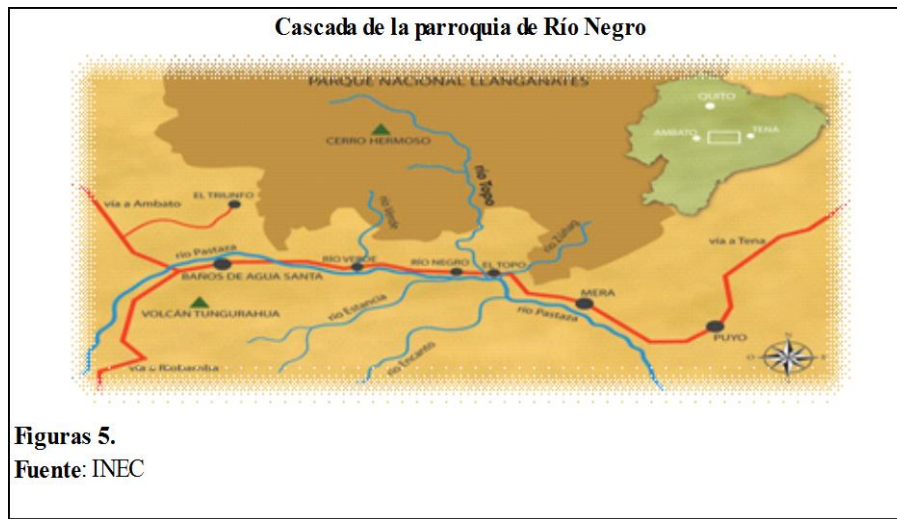
Fuente: INEC

Elaboración: Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Las viviendas de la parroquia de Río Negro están conectadas a la red pública de alcantarillado siendo un 63%, mientras que el 13% de las viviendas descargan directamente en el río, el 8% las viviendas son conectadas a pozos séptico o ciegos.

### 3.3 Sitios turísticos en Río Negro

#### 3.3.1 Cascadas y ríos



- a) Cascadas de San Francisco: El río San Francisco con sus aguas conforman la cascada, un salto del agua que se lo conoce como el Refugio del Gallo de la Peña, en honor a un ave emblemática del sector.

Durante el viaje se puede mirar una gran variedad de aves, orquídeas y el inmenso bosque nublado; se recomienda ir acompañado de un guía nativo y además es necesario llevar ropa adecuada y alimentos; en general los fines de semana se pueden encontrar pequeños kioscos con productos de la zona, o si prefiere más abajo, en el centro poblado, podrá encontrar varios negocios y servicios. (Viajando X, 2014)

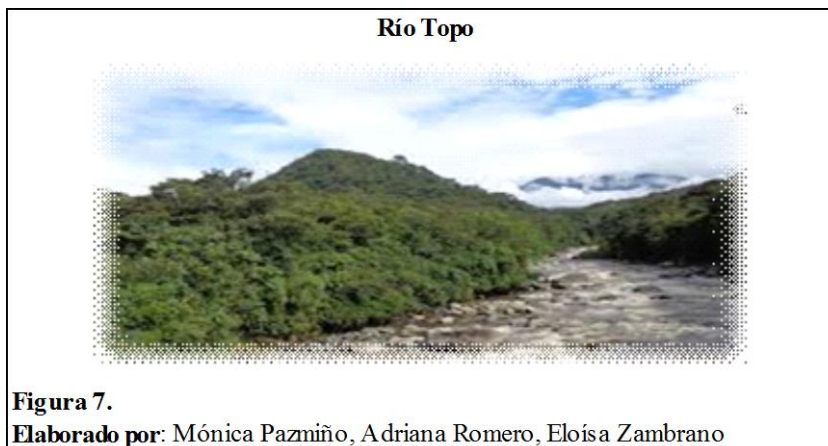
La cascada de San Francisco es un atractivo turístico que se encuentra aproximadamente a una hora caminata desde la carretera principal por lo que actualmente requiere de un sendero para el fácil acceso de los turistas, una vez que se llega es un espectáculo hermoso, mirar una cascada imponente.



- b) Río Topo: Nace de la Cordillera de los Llanganates; a lo largo de su cuenca, se puede observar bosques primarios con una gran diversidad de flora y fauna endémicas a lo largo de su cauce como diversidad acuática especialmente la trucha.

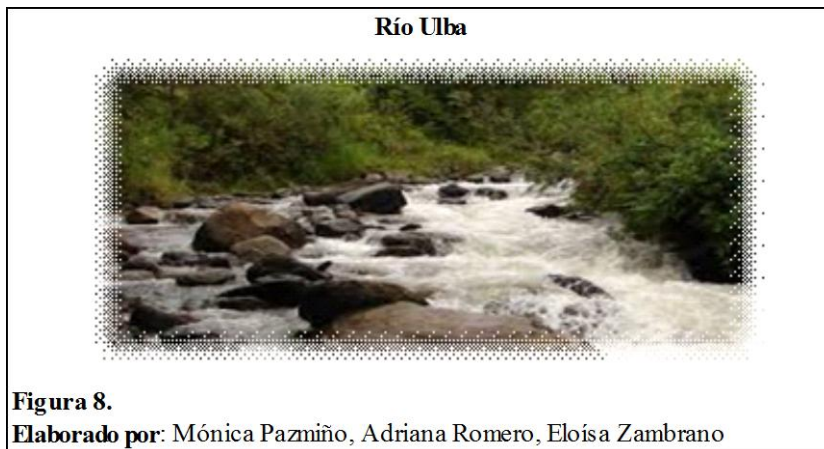
Para poder llegar a este sector, lo puede hacer desde Baños, tomando la vía a Puyo, a 3 Km. de la Parroquia de Río Negro en el caserío el Topo y desemboca en río Pastaza. (Viajando X, 2014)

El río Topo es de fácil acceso para los turistas, es un balneario para las personas que gustan de agua fría, en sectores específicos es utilizado como hidromasajes naturales.



- c) Río Ulba: Nace en los Páramos de Mintza; en el transcurso de este río va formando varias caídas de agua entre las que se destaca la cascada de Ulba, está ubicado en la parroquia del mismo nombre. (Viajando X, 2014)

El río Ulba tiene la característica que sus aguas son cristalinas su ubicación es apto, para recibir turistas.



- d) Las Estancias: Este lugar está integrado por pozas naturales las mismas que contienen aguas cristalinas que provienen del río Las Estancias, en el transcurso del camino podemos encontrar un puente colgante que está a 100 metros más abajo del puente por el que pasan los carros. (Viajando X, 2014)

El río las Estancias es el más concurrido por los turistas por que las administraciones anteriores han formado un pequeño dique, además que existe un pequeño malecón, esto hace que el acceso sea a pie o con los vehículos.

- e) Río Zúñag: Este río tiene características similares al del río Topo en su biodiversidad, como particularidad podemos anotar la formación de pozas cristalinas sector “Guatemala” que se usa para bañarse y disfrutar de la naturaleza, desemboca en el río Pastaza y se encuentra a pocos metros de la parroquia de río Negro. (Viajando X, 2014)

El río Zuñag tiene sus aguas cristalinas por la ubicación los turistas deben acceder a pie por senderos improvisados.

### 3.3.2 Bosques

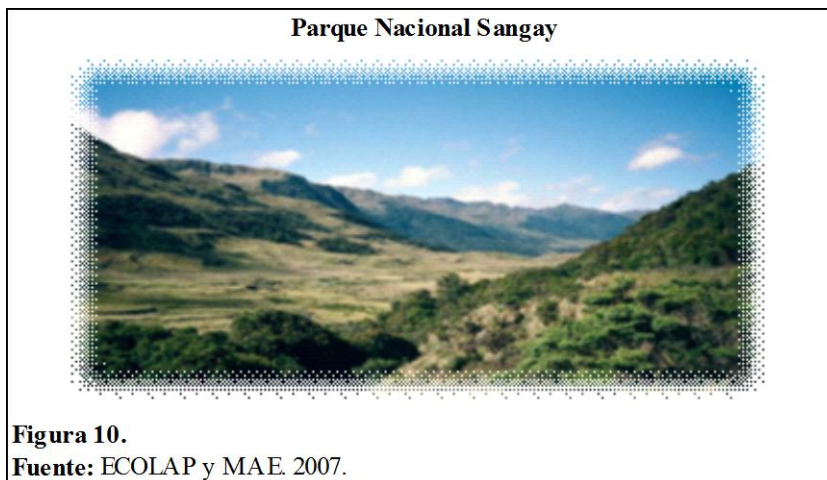
- a) Bosque Subtropical: Hermoso lugar cerca de la Parroquia Río Negro, donde se puede observar variedad de flora y fauna. (Viajando X, 2014)

La zona está conformada por varios bosques donde los turistas pueden observar la variedad de flora y fauna.



- b) Parque Nacional Sangay: Se ubica en el centro de la región andina Ecuador, en las partes altas y estribaciones de la Cordillera Oriental. Abarca cuatro provincias: Tungurahua, Chimborazo, Cañar y Morona Santiago. En el parque se han identificado 327 lagunas. (Viajando X, 2014)

En el parque puede apreciar variedad de aves como la Tangarra urraca que se alimenta de frutos, con algo de suerte puede divisar a la Reinita Collareja que come insectos o al Eufonia Ventrinaranja, que se alimenta con frutas del sector.



El Parque Nacional Sangay por su extensión de terreno llega a ubicarse en cuatro provincias y siendo una de estas la Provincia del Tungurahua, éste tiene varios accesos



uno de ellos se encuentra en la Parroquia de Río Negro lo cual lo hace un atractivo para la zona de estudio, los turistas pueden visitar aquí una variedad de flora y fauna reconocida, especial de esta zona.

### 3.3.3 Otros

- a) Piscícola Galarza Hnos: El complejo piscícola se encuentra ubicada en Río Negro en el Km 4 ½ de la vía Río Negro-Palora, son los primeros en la zona centro que empezaron este negocio hace 20 años.

En la zona existen varios negocios de pesca deportiva el más reconocido es el negocio de los Hermanos Galarza está funcionando más de 20 años su propietario el Sr. Bolívar Galarza, es una persona con amplia experiencia en este tema y está presto a brindar sus conocimientos con los pobladores que quieren emprender este tipo de negocio.



- b) Paradero Mami Ofelita: El paradero es relativamente nuevo empezó como un restaurante al pie de la carretera y poco a poco ha ido creciendo ahora cuenta con un hospedaje de 15 habitaciones, con una infraestructura de madera lo cual proporciona una imagen cálida, mantiene un restaurante donde se brinda desayunos almuerzos se caracteriza por el plato de seco de gallina de campo.



**Hospedaje Paradero Mami Ofelia**



**Figura 12.**

**Elaborado por:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

### 3.4 Población

La información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2010) podemos observar que la población de la parroquia de Río Negro está considerada en el 100% en la zona rural.

**Tabla 8 Población de Río Negro por área**

| <b>POBLACIÓN</b> | <b>HABITANTES</b> | <b>%</b>   |
|------------------|-------------------|------------|
| URBANO           | 0                 | <b>0</b>   |
| RURAL            | 1246              | <b>100</b> |
| <b>TOTAL</b>     | 1246              | <b>100</b> |

**Fuente:** INEC 2010

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas en el Censo de la población y vivienda realizado en el año 2010 se determinó que la población de Río Negro creció en un 1.15%.

**Tabla 9 Porcentaje de crecimiento de la población**

| <b>Año Censo</b> | <b>N° de Pobladores</b> | <b>Porcentaje de crecimiento</b> |
|------------------|-------------------------|----------------------------------|
| 1990             | 1047                    |                                  |
| 2001             | 1086                    | 1,04%                            |
| 2010             | 1246                    | 1,15%                            |

**Fuente:** INEC 2010

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

De los 1.246 pobladores de la Parroquia de Río Negro se ha determinado que en el 2010 61% fue género masculino y el 39% es de género femenino.

**Tabla 10 Parroquia Río Negro, población por género**

| <b>Censo 1990</b> |          |              |          |              |
|-------------------|----------|--------------|----------|--------------|
| <b>Hombre</b>     | <b>%</b> | <b>Mujer</b> | <b>%</b> | <b>Total</b> |
| 581               | 55%      | 455          | 45%      | 1047         |
| <b>Censo 2001</b> |          |              |          |              |
| <b>Hombre</b>     | <b>%</b> | <b>Mujer</b> | <b>%</b> | <b>Total</b> |
| 592               | 57%      | 505          | 43%      | 1086         |
| <b>Censo 2010</b> |          |              |          |              |
| <b>Hombre</b>     | <b>%</b> | <b>Mujer</b> | <b>%</b> | <b>Total</b> |
| 638               | 61%      | 608          | 39%      | 1246         |

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

**Tabla 11 Parroquia Río Negro, población por actividad económica**

| <b>Ocupación</b>   | <b>Hombre</b> | <b>% Hombre</b> | <b>Mujer</b> | <b>% Mujer</b> |
|--|---------------|-----------------|--------------|----------------|
| Empleado privado   | 31            | 2,49%           | 6            | 0,48%          |
| Cuenta propia  | 31            | 2,49%           | 126          | 10,11%         |
| Jornalero o peón   | 75            | 6,02%           | 27           | 2,17%          |
| Empleado u obrero del estado /<br>Municipio / Consejo Provincial | 31            | 2,49%           | 24           | 1,93%          |
| No declarado   | 163           | 13,08%          | 51           | 4,09%          |
| Empleado (a) doméstica   | 10            | 0,80%           | 36           | 2,89%          |
| Patrono  | 75            | 6,02%           | 46           | 3,69%          |
| Trabajador no remunerado   | 95            | 7,62%           | 148          | 11,88%         |
| Socio  | 127           | 10,19%          | 144          | 11,56%         |
| <b>Total</b>   | <b>638</b>    |                 | <b>608</b>   |                |

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Se puede observar en el cuadro de actividad económica que el mayor porcentaje de la población de hombres tiene una actividad no declarada y representa el 13.08% es decir que pueden realizar varias actividades como el turismo y otras conexas a la crianza de pollos, el cultivo de la tierra, entre otros.

Las mujeres como se puede verificar en el cuadro su mayor actividad está definida como trabajo no remunerado, que indica que el 11.56% son amas de casa.

### 3.5 Análisis FODA de la parroquia Río Negro

Para la elaboración del análisis del FODA en la parroquia de Río Negro se realizó una encuesta a 10 habitantes de los caseríos dentro de estos pudimos encontrar a: comerciantes, representantes políticos y funcionarios del sector público los cuales nos brindaron su opinión sobre los aspectos positivos y negativos, la tabulación de los resultados se puede visualizar en el anexo 1 lo que respecta al tema del FODA obtuvimos lo siguiente:

3.5.1 Fortalezas: todas aquellas actividades que realiza con un alto grado de eficiencia. (Emprendedor, 2004)

Son las capacidades especiales con que cuenta el servicio, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente. (Matriz Foda, 2011)

Se consideran todas las características en cuanto al servicio, instalaciones, habilidades que le hacen diferente de sus competidores en el caso de la parroquia de Río Negro no enfocamos en las características que le hacen ser diferente de las demás Parroquias del Cantón Baños.

Como fortalezas de la parroquia de Río Negro los pobladores identificaron diferentes atractivos turísticos como balneario El Encanto, balneario el Topo, balneario las Estancias, balneario Zuñag, cascada de San Francisco, corredor las Estancias, Mariposario, Parque Sangay, Pesca Deportiva Arcoíris, Pesca Deportiva Diego Vaca, Pesca Deportiva La Martínez, Pesca Deportiva Papateo, Pesca Deportiva Sr. Bolívar G, Rafting.

En nuestra visita a la parroquia pudimos apreciar lo siguiente:

- Personajes destacados viven en la parroquia:

- Sra. Emma Chávez reconocida pianista, que se podría aprovechar su presencia incorporando un restaurante con música en vivo en las noches con el fin que el turista disfrute de algo diferente.
- Dr. Pedro Reino, personaje muy reconocido en la parroquia, por ser el creador de la bandera, escudo y escritor de varios libros entre los mismos “La Historia de Río Negro”, se podría aprovechar sus conocimientos para realizar un turismo cultural y de esta manera los visitantes conozcan sobre los inicios de la Parroquia.
- Capacidad gerencial del Sr. Bolívar Galarza propietario de la pesca deportiva Hermanos Galarza, quien está dispuesto a brindar asesoría a los habitantes que estén interesados en desarrollar un negocio de crianza de truchas.
- Los alrededores de la parroquia disponen de exuberante flora y fauna propia de la zona.
- La ubicación geográfica de la parroquia está a 25 Km del cantón Baños y a 40 km de la ciudad del Puyo, provincia de Pastaza.
- Un grupo de habitantes se dedican a la crianza de pollos y truchas para la venta.

La parroquia de Río Negro es la más extensa en territorio de todas las parroquias que forman parte del cantón Baños.

3.5.2 Debilidades: Todas aquellas actividades que realiza con bajo grado de eficiencia. (Emprendedor, 2004)

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente. (Matriz Foda, 2011)

Las debilidades son las actividades que no se desarrollan de manera efectiva puede ser porque se carece de algún recurso específico produciendo una posición desfavorable frente a la competencia. La parroquia de Río Negro como muchas tienen debilidades en las que se pueden mejorar con adecuado asesoramiento.

La parroquia de Río Negro tiene con algunas debilidades

- La junta parroquial carece de visión, liderazgo, compromiso y coordinación para prealizar proyectos turísticos en la Parroquia.
- Insuficiente motivación y compromiso de los pobladores para emprender nuevos negocios.
- Insuficiente capacitación o preparación de los habitantes por lo que no hay una atención profesional a los turistas.
- Carecen de un producto o servicio diferenciador y que se fabrique en la zona.
- Insuficiente promoción, publicidad y mantenimiento de los lugares turísticos.
- Insuficiente actividades recreativas y de entretenimiento.
- Insuficiente presupuesto público.

3.5.3 Amenazas: todos aquellos del medio ambiente externo que de representarse, complicarían o evitarían el logro de los objetivos. (Emprendedor, 2004)

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia del proyecto. (Matriz Foda, 2011)

Las amenazas son aspectos negativos que no dependen de la parroquia, éstas son externas y no son controladas, pero se pueden preparar estrategias para combatirlas.

Las amenazas que presenta la parroquia de acuerdo a la visita y a los comentarios recolectados son:

- Que el Estado retire los fondos disponibles entregados, porque el mismo no se utiliza.
- Los turistas están visitando parroquias vecinas porque están mejor organizadas
- Las expectativas de los nuevos visitantes podría ser una mala publicidad si no se pueden adecuar a sus exigencias.
- Falta de interés de los turistas para viajar a la parroquia.

3.5.4 Oportunidades todos aquellos eventos del medio ambiente externo que de presentarse, facilitarían el logro de los objetivos. (Viajando X, 2014)

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa el proyecto, y que permiten obtener ventajas competitivas. (Matriz Foda, 2011)

Las oportunidades son factores que siempre deben ser estudiados por que representan aspectos positivos que marcan una diferencia favorable sobre la competencia.

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

Thompson y Strikland (1998) establecen que, el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas. (Humberto Ponce Talancón, La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas, Enseñanza e Investigación en Psicología.

Las oportunidades que tiene la parroquia de Río Negro sobre las cuales las autoridades pueden fijar esfuerzo para atraer al turista a visitar la zona, de acuerdo a los comentarios recolectados se puede mencionar las siguientes:

- Implementar locales o lugares de venta de: artesanías, dulces, alquiler de bicicletas, caballos.
- Aprovechar y fortalecer los recursos naturales que posee la parroquia, mediante la creación de senderos.
- Involucrar a turistas y pobladores al agroturismo y conservación del ambiente por medio de una cultura de reciclaje de los desechos.
- Establecer alianzas con empresas para que den a conocer los atractivos turísticos del sector.

- Inversión en una farma-ambulancia la misma que ofrecerá una asistencia médica en caso de emergencia tanto a los pobladores como a los turistas.
- Implementar nuevos negocios como: Café net, gabinete de belleza, mini market, farmacia, operadora turística, realizar convenios con entidades financieras para el acceso a servicios bancarios.
- Crianza de cuyes para crear un plato típico en la parroquia.
- Construcción de un dique de agua en un río de la parroquia.

Apoyo por parte de las autoridades para ejecutar obras que creen beneficio a la población y un mejoramiento zonal.

### 3.6 Estrategias FODA

Al elaborar el FODA nos permitió contar con información valiosa proveniente de las personas involucradas de la parroquia de Río Negro, lo más importante es que se puede trabajar sobre las debilidades para convertirlas en fortalezas y sobre las amenazas para convertirlas en oportunidades, también obtuvimos información acerca de los atractivos turísticos y la necesidad de emprender estrategias para el desarrollo de la parroquia.

Las estrategias se definen según la combinación:

#### 3.6.1 Estrategias Ofensivas FO maxi-maxi (fortalezas vs. oportunidades)

Se aplican las fuerzas internas para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas. La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. (Ponce Talacón, 2007)

#### 3.6.2 Estrategias de reorientación DO mini-maxi (debilidades vs. oportunidades)

Estas estrategias se dan cuando existen las oportunidades en el entorno externo, pero las debilidades propias de la institución le impiden aprovechar convenientemente esas oportunidades. (Ponce Talacón, 2007)

#### 3.6.3 Estrategias defensivas FA maxi-mini (fortalezas vs. amenazas)

Las fortalezas de la institución enfrentan las amenazas del entorno externo. Se tenderá a maximizar las primeras y minimizar las segundas. (Ponce Talacón, 2007)

### 3.6.4 Estrategias de supervivencia DA mini-mini (debilidades vs. amenazas)

Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno. En realidad, una empresa así quizá tiene que luchar por su supervivencia, fusionarse, reducirse, declarar la quiebra u optar por la liquidación. (Ponce Talacón, 2007)

Analizando el FODA de la parroquia de Río Negro y considerando los conceptos teóricos, planteamos las siguientes estrategias mismas que permitirán aprovechar las fortalezas y oportunidades.

**Tabla 12 Estrategias FODA**

| <b>ESTRATEGIAS DO</b>   | <b>ESTRATEGIAS FO</b>  |
|---|--|
| Elaboración de un plan estratégico para la creación de microempresas enfocados al turismo.  | Crear senderos y señalética para promocionar los sitios turísticos y eventos que resalten la flora y fauna propia de la zona.                      |
| Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes a fin de fortalecer el turismo de la Parroquia.   | Apoyo a la formación de microempresas en producción y presentación de servicios, por ejemplo, transporte interno, artesanías, hotelería y turismo. |
| Promocionar los servicios de la Parroquia ante inversionistas privados para que generen proyectos de infraestructura en recreación y hotelería. | Buscar asesores agrónomos que brinden capacitación para implementar agricultura orgánica como una actividad diferenciadora en la zona .            |

| <b>ESTRATEGIAS DA</b>   | <b>ESTRATEGIAS FA</b>  |
|---|--|
| Promocionar las alternativas turísticas ofreciendo a los visitantes distintos sitios de distracción.  | Desarrollar criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico ya la capacidad de satisfacción del turista  |
| Proponer un plan de capacitación para mejorar el nivel académico de los habitantes, invirtiendo el presupuesto del estado acorde a las necesidades de la Parroquia                                | Aprovechar la capacidad gerencial del Sr. Bolívar Galarza, propietario de la pesca deportiva más visitada del sector para capacitar a las personas interesadas en la creación de este tipo de negocio y fomento el turismo de este servicio. |
| Buscar asesoramiento con empresas especializadas en publicidad turística para que den a conocer los atractivos turísticos del sector y así captar nuevos turistas y cumplir las sus expectativas. | Aprovechar la ubicación estratégica de la parroquia para atraer turismo de la Provincia de Pastaza y en el Cantón Baños.   |

**Elaborado:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano



### 3.7 Demanda

Son los determinantes de la cantidad demanda de un bien es la cantidad que los compradores quieren y pueden comprar. (Markive, 1998)

La demanda nos permitirá evaluar en la parroquia cuales son los atractivos que tiene mayor afluencia los turistas.

#### Determinantes de la demanda

a) El precio: La cantidad demandada está relacionada negativamente con el precio. Esta relación entre el precio y la cantidad demandada es cierta en el caso de la mayoría de los bienes de la economía y, de hecho, es tan general que los economistas la llaman ley de la demanda manteniéndose todo lo demás constante, cuando sube el precio de un bien, disminuye la cantidad demandada.

b) La Renta: Una reducción de la renta significaría que tendrá menos para gastar en total, por lo que habría de gastar menos en algún bien y probablemente en la mayoría desciende la demanda de un bien cuando disminuye la renta, el bien se denomina bien normal.

c) Los Gustos: La determinante más evidente de nuestra demanda son nuestros gustos, se basan en fuerzas históricas y psicológicas que están fuera del campo de la economía.

d) Las expectativas: Nuestras expectativas sobre el futuro pueden influir en nuestra demanda actual de un bien o servicio. (Markive, 1998)

#### 3.7.1 Demanda proyectada

Elemento importante debido a que se constituye en el factor crítico que permite determinar la viabilidad y el tamaño del proyecto.

La demanda proyectada se refiere fundamentalmente al comportamiento que esta variable pueda tener en el tiempo, suponiendo que los factores que condicionaron el consumo histórico del bien "Z" actuaran de igual manera en el futuro.

La elaboración de un pronóstico de la demanda es imprescindible para tomar la decisión de inversión.

En esta parte del estudio se utiliza la información disponible acerca del comportamiento futuro de la economía, del mercado del proyecto, de las expectativas del consumidor, así como de las características económicas del producto. Consecuentemente, proyectar la demanda constituye la parte más delicada del estudio de mercado. (Enciclopedia de economía, 2012)

Se ha considerado el 4% de crecimiento, debido a que se quiere captar una parte de la demanda ya existente en la parroquia.

Se tomó como base para la determinación de la demanda, fuentes de referencia de los centros turísticos en razón de la carencia de cifras oficiales:

- Pesca deportiva (Río Negro)
- Hostales (Río Negro)
- Restaurantes / Picantería (Río Negro)

**Tabla 13 Pesca deportiva Hermanos Galarza visitas al año de turistas**

|  |              |                |
|--|--------------|----------------|
| <b>Total visitantes al año (Total días normales + feriados)</b>    |              | <b>139.600</b> |
| (Semanas+ fines de semana *Total semanas al año)<br>(500+1.000*52) |              | 119.600        |
| Feriados ( 2.000 * 10)   |              | 20.000         |
| <b>Días</b>  | <b>Total</b> |                |
| Semana (Lunes - Jueves)  | 800          |                |
| Fines de semana (Viernes - Domingo)                                | 1.500        |                |
| Feriados (Promedio 10 al año)                                      | 2.500        |                |

**Fuente:** Bolívar Galarza, Propietario

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Para determinar la proyección de la demanda se ha considerado la información proporcionada por los 3 establecimientos, se obtuvo del total de visitas anuales que mantiene actualmente los establecimientos, siendo la sumatoria de la cantidad de visitas que tienen entre los días normales (Lunes - Jueves) más los fines de semana (viernes -

domingo), multiplicado por 52 semanas del año y más 10 días promedio de feriados que tienen los años.

Del total de visitas al año que se realiza en la pesca deportiva el 65% es hombres y el 35% son mujeres, según dato proporcionado por el propietario.

**Tabla 14 Demanda turística proyectada “Pesca Deportiva Hermanos Galarza”**

|                                  | 2013     | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    |
|----------------------------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>Año "X"</b>                   | 0        | 1       | 2       | 3       | 4       | 5       |
| <b>Demanda "Y"</b>               | 139.600  | 145.184 | 150.991 | 157.031 | 163.312 | 169.845 |
| <b>Porcentaje de crecimiento</b> | Año base | 4,00%   | 4,00%   | 4,00%   | 4,00%   | 4,00%   |

**Fuente:** Bolívar Galarza, Propietario

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Considerando el 4% de crecimiento se puede observar que para el quinto año (2018) se esperará 169.845 visitantes a la pesca deportiva.

**Tabla 15 Paradero Mamá Ofelia visitas al año de turistas**

|   |            |
|---|------------|
| <b>Total visitantes al año (Total días normales + feriados)</b> | <b>878</b> |
| (Semanas+ fines de semana *Total semanas al año) (4+10*52)      | 728        |
| Feridos ( 15 * 10)  | 150        |
| Hospedaje en semana (Lunes - Jueves)                            | 4          |
| Hospedaje en fines de semana (Viernes - Domingo)                | 10         |
| Feridos (Promedio 5 al año)                                     | 15         |

**Fuente:** Paúl Pozo, Propietario

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

El dato proporcionado por el propietario del “Paradero Mamá Ofelia” indicó que del total de hospedaje, el 55% son mujeres y 45% hombres.

**Tabla 16 Demanda turística proyectada “Paradero Mamá Ofelia”**

|                                  | 2013     | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
|----------------------------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Año "X"</b>                   | 0        | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     |
| <b>Demanda "Y"</b>               | 878      | 913   | 950   | 988   | 1.027 | 1.068 |
| <b>Porcentaje de crecimiento</b> | Año base | 4,00% | 4,00% | 4,00% | 4,00% | 4,00% |

**Fuente:** Paúl Pozo, Propietario

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Considerando el 4% de crecimiento se puede observar que para el quinto año (2018) se esperará 1.068 visitas.

**Tabla 17 Picantería Doña Rosita visitas al año**

|   |               |
|---|---------------|
| <b>Total visitantes al año (Total días normales + feriados)</b> | <b>80.800</b> |
| (Semanas+ fines de semana *Total semanas al año) (100+250*52)   | 72.800        |
| Feridos ( 500 * 10)   | 8.000         |
| Platos semanales (Lunes - Jueves)                               | 200           |
| Platos fines de semana (Viernes -Domingo)                       | 400           |
| Feridos   | 800           |

**Fuente:** Rosa Puma, Propietaria

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

El dato proporcionado por el propietario del “Picantería Doña Rosita” indicó que del total de los platos vendidos al año, el 40% son consumidos por mujeres y 60% por hombres.

**Tabla 18 Demanda turística proyectada “Restaurantes – Picantería”**

|                                  | 2013     | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   |
|----------------------------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>Año "X"</b>                   | 0        | 1      | 2      | 3      | 4      | 5      |
| <b>Demanda "Y"</b>               | 80.800   | 84.032 | 87.393 | 90.889 | 94.525 | 98.306 |
| <b>Porcentaje de crecimiento</b> | Año base | 4,00%  | 4,00%  | 4,00%  | 4,00%  | 4,00%  |

**Fuente:** Rosa Puma, Propietaria

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Considerando el 4% de crecimiento se puede observar que para el quinto año (2018) se esperará 98.306 visitas en la picantería.

### 3.7.2 Demanda turística proyectada Parroquia de Río Negro

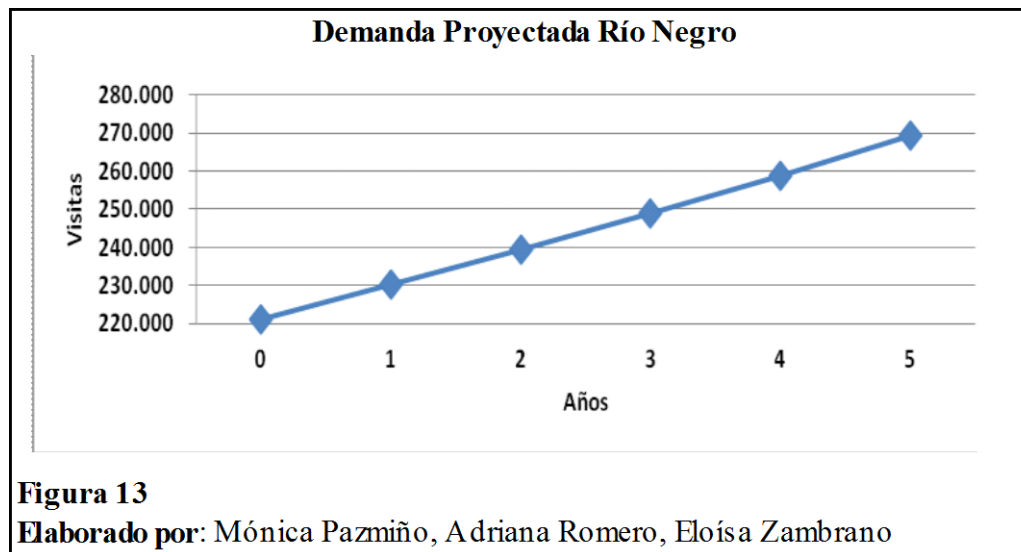
Río Negro es una de las principales parroquias que pertenece al cantón Baños, la misma no tienen un registro histórico del turismo, es por ello que partimos con la información de la demanda actual y se proyectó un crecimiento anual del 4%,.

**Tabla 19 Demanda turística proyectada parroquia Río Negro**

|                           | 2013     | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    |
|---------------------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Año "X"                   | 0        | 1       | 2       | 3       | 4       | 5       |
| Demanda "Y"               | 221.278  | 230.129 | 239.334 | 248.908 | 258.864 | 269.219 |
| Porcentaje de crecimiento | Año base | 4,00%   | 4,00%   | 4,00%   | 4,00%   | 4,00%   |

Elaboración: Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Para la demanda proyectada de la parroquia se ha considerado la sumatoria del total de visitas anuales de los 3 principales establecimientos con un crecimiento anual del 4%, se puede observar que para el quinto año (2018) se esperará 269219 visitas



### 3.8 Oferta

Es la cantidad ofrecida de un bien o servicio es la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender. (Markive, 1998)

La oferta nos permitirá medir la capacidad instalada que tiene la parroquia Río Negro para la llegada de los turistas.

#### 3.8.1 Oferta turística

La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. (Boletín Turístico, 2010)

La oferta turística nos permitirá evaluar si los recursos turísticos de la Parroquia de Río Negro podrían satisfacer las necesidades de los turistas, se pudo observar que la misma cuenta con capacidad recibir a los turistas nacionales e internacionales.

#### 3.8.2 Oferta proyectada

Para proyectar la oferta, se debe considerar la evolución esperada de la provisión del bien o servicio por parte de los oferentes actuales o la entrada de nuevos proveedores en al área de influencia. Junto con ello, se debe indagar sobre proyectos ya aprobados, próximos a ejecutarse que permitirán aumentar la oferta actual. (Apuntes de preparación y evaluación de proyectos, 2010)

#### 3.8.3 Determinantes de la oferta individual

a) El Precio: Como la cantidad ofrecida aumenta cuando sube el precio y disminuye cuando baja, decimos que la cantidad ofrecida está relacionada positivamente con el precio del bien. Esta relación entre el precio y la cantidad ofrecida se denomina ley de la oferta, manteniéndose todo lo demás constante, cuando sube el precio de un bien, también aumenta la cantidad ofrecida.

b) La Tecnología: La tecnología empleada para transformar los productos son determinantes. Al reducir los costos de las empresas, el avance tecnológico incremento la cantidad ofrecida.

c) Las expectativas: La cantidad que ofrece hoy puede depende de las expectativas sobre el futuro. (Markive, 1998)

Para determinar la proyección de oferta se tomó como base la capacidad instalada de cada uno de los principales establecimientos antes mencionados, del total de visitantes al año tomaremos una tasa de crecimiento anual del 2% de la demanda, tomando como referencia el Informe del Ministerio de Turismo 2012 - 2013.

**Tabla 20 Oferta turística real “Pesca Deportiva Hermanos Galarza”**

|   |         |
|---|---------|
| Capacidad visitas al año                        |         |
| (Semanas+fines de semana *Total semanas al año) | 156,000 |
| (1.000+2.000*52)                                |         |
| Semana (Lunes - Jueves)                         | 1,000   |
| Fines de semana (Viernes - Domingo)             | 2,000   |

**Fuente:** Bolívar Galarza, Propietario

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Para obtener la oferta turística que la parroquia de Río Negro se tomó como base de los tres principales establecimientos la información de capacidad de alojamiento y visita entre semana, en fines de semana, en el cual se sumó la capacidad en días normales (Lunes – Jueves) y fines de semana (Viernes – Domingo) y finalmente se multiplica por las semanas del año (52 semanas).

**Tabla 21 Oferta turística proyectada “Pesca Deportiva Hermanos Galarza”**

|                                  | 2013     | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    |
|----------------------------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>Año "X"</b>                   | 0        | 1       | 2       | 3       | 4       | 5       |
| <b>Oferta "Y"</b>                | 156,000  | 159,120 | 162,302 | 165,548 | 168,859 | 172,237 |
| <b>Porcentaje de crecimiento</b> | Año base | 2.00%   | 2.00%   | 2.00%   | 2.00%   | 2.00%   |

**Fuente:** Bolívar Galarza, Propietario

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Considerando el 2% de crecimiento se puede observar que para el quinto año (2018) se esperará 172.237 visitas en la pesca deportiva.

**Tabla 22 Oferta turística real “Paradero Mamá Ofelia”**

|   |     |
|---|-----|
| Capacidad visitas al año<br>(Semanas+finde semana *Total semanas al año)<br>(15*52) | 780 |
| Habitaciones  | 8   |
| Capacidad de hospedaje  | 15  |

**Fuente:** Paúl Pozo, Propietario

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Para el paradero de Mama Ofelia, se consideró la capacidad de hospedaje por las 52 semanas del año, dando un total de 780 visitas.

**Tabla 23 Oferta Turística Proyectada “Paradero Mamá Ofelia”**

|                                  | 2013     | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
|----------------------------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Año "X"</b>                   | 0        | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     |
| <b>Oferta "Y"</b>                | 780      | 796   | 812   | 828   | 844   | 861   |
| <b>Porcentaje de crecimiento</b> | Año base | 2.00% | 2.00% | 2.00% | 2.00% | 2.00% |

**Fuente:** Paúl Pozo, Propietario

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Considerando el 2% de crecimiento se puede observar que para el quinto año (2018) se esperará 861 visitas.

**Tabla 24 Oferta real “Restaurantes – Picantería”**

|  |        |
|--|--------|
| Capacidad visitas al año<br>(Semanas+finde semana *Total semanas al año)<br>(150+450*52) | 31.200 |
| Platos semanales (Lunes - Jueves)  | 150    |
| Platos fines de semana (Viernes -Domingo)  | 450    |

**Fuente:** Rosa Puma, Propietaria

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Para el Restaurante Picantería, se consideró el total de los platos vendidos en los días normales (Lunes- Jueves) más los fines de semana (Viernes – Domingo) y finalmente multiplicado por el total de las semanas del año (52).



El número de visitas de los feriados es un dato referencial, el mismo que no se consideró para el cálculo de la oferta

**Tabla 25 Oferta proyectada “Restaurantes – Picantería”**

|                           | 2013     | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   |
|---------------------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Año "X"                   | 0        | 1      | 2      | 3      | 4      | 5      |
| Oferta "Y"                | 31.200   | 31.824 | 32.460 | 33.110 | 33.772 | 34.447 |
| Porcentaje de crecimiento | Año base | 2,00%  | 2,00%  | 2,00%  | 2,00%  | 2,00%  |

**Fuente:** Rosa Puma, Propietaria

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Considerando el 2% de crecimiento se puede observar que para el quinto año (2018) se esperará 34.447 visitas.

#### 3.8.4 Oferta Turística de Río Negro

La oferta turística en la parroquia históricamente y en la actualidad no ha demostrado un gran aporte a la actividad económica del sector, además que el desinterés de las autoridades no ha permitido que esta mejore y crezca.

La parroquia no cuenta con datos sobre oferta turística, únicamente cuenta con el inventario de atractivos turísticos levantado por ellos mismos y datos no exactos sobre los servicios turísticos en cuanto a alojamiento, restauración o recreación.

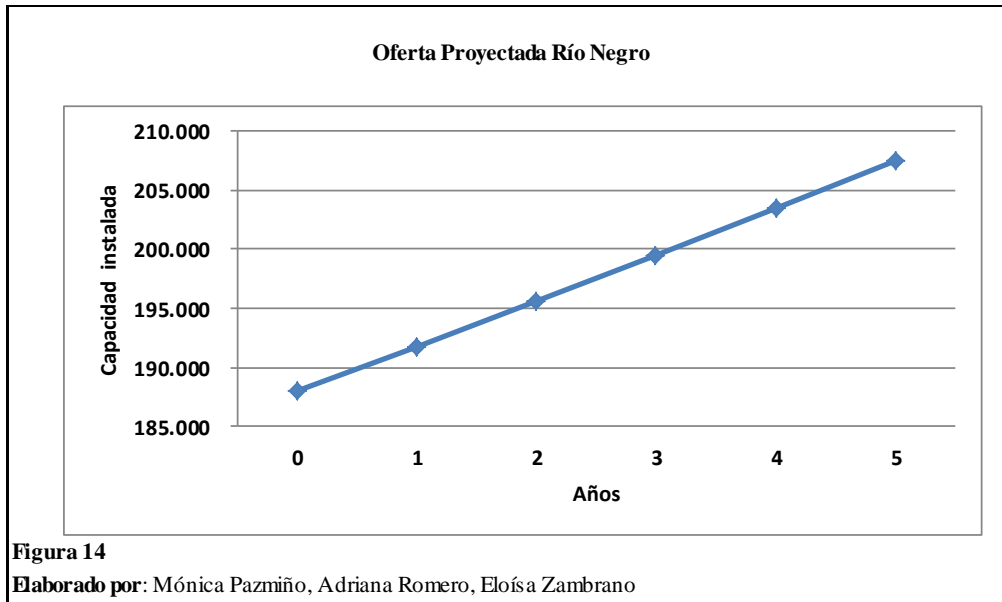
La oferta turística de la parroquia está basada en la capacidad instalada y de respuesta de cada uno de los establecimientos, mediante una tasa de crecimiento estimada del 2% anual, y así obtener una proyección del crecimiento de la oferta para los próximos cinco años, utilizando una parte de las ganancias obtenidas de los turistas a creación de obras de inversión.

**Tabla 26 Oferta turística proyectada parroquia Río Negro**

|                           | 2013     | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    |
|---------------------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Año "X"                   | 0        | 1       | 2       | 3       | 4       | 5       |
| Oferta "Y"                | 187.980  | 191.740 | 195.574 | 199.486 | 203.476 | 207.545 |
| Porcentaje de crecimiento | Año base | 2,00%   | 2,00%   | 2,00%   | 2,00%   | 2,00%   |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Considerando el 2% de crecimiento se puede observar que para el primer año se espera captar 187.980 visitas y el quinto año la capacidad instalada y de respuesta que tendrá la parroquia será de 207.545 visitas.



Se puede observar que la capacidad turística instalada de la parroquia de Río Negro va evolucionando favorablemente en el transcurso de los próximos cinco años, indicando que esto es positivo para la visita de los turistas.

### 3.9 Demanda insatisfecha

Se da cuando la demanda supera a la oferta. La producción que corresponda al proyecto se sumará a la oferta de los demás proveedores. (investigación de mercado y capacidad de producción, 2010)

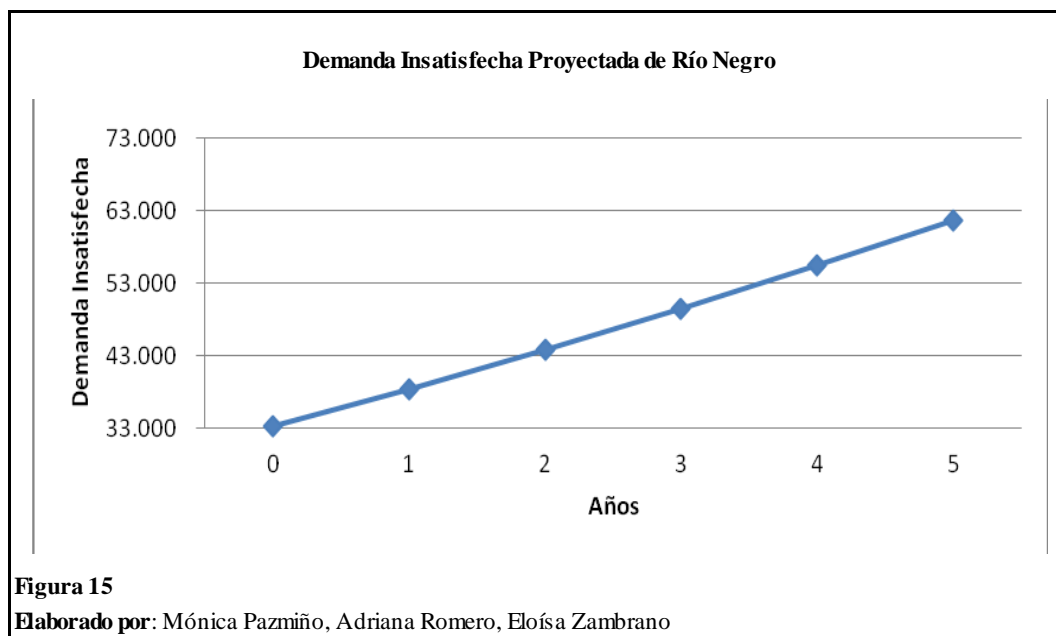
Para obtener el valor de la demanda insatisfecha se realizó una resta de la demanda menos la oferta que tiene la parroquia de Río Negro y de esta manera determinar qué porcentaje de turistas se puede captar para nuevos proyectos turísticos.

**Tabla 27 Demanda insatisfecha proyectada de parroquia Río Negro**

|                   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>Año "X"</b>    | 0      | 1      | 2      | 3      | 4      | 5      |
| <b>Oferta "Y"</b> | 33.298 | 38.390 | 43.760 | 49.422 | 55.388 | 61.673 |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

La demanda insatisfecha del año 2013 fue de 33.298 y va incrementando en promedio de un 12% anual, este es el tamaño del mercado para ser considerado en futuros cuadros.



### 3.10 Factores relativos a la competencia

En este punto debemos obtener información de la otra parte del mercado: la oferta. Se trata de analizar la naturaleza de la oferta que pretende atender a la demanda.

Habrá que conocer quiénes son aquellos con los que habrá que competir: donde están, quienes son, cuántos son, cuanto venden, etc. (Análisis del Entorno, 2011)

#### 3.10.1.1 La Competencia

En un mercado competitivo, una empresa, igual que casi todas las demás de la economía, trata de maximizar los beneficios, que son iguales al ingreso total menos el coste total. (Markive, 1998)

La parroquia de Río Negro quiere superar la competencia, es necesario conocer quiénes son nuestros competidores directos y que están realizando.

En visitas realizadas a la parroquia de Río Negro, pudimos identificar que la principal competencia es la parroquia de Río Verde, debido a que es una de las parroquias del cantón Baños que cuenta con una mejor organización turística a continuación una breve descripción de la parroquia:

Según la historia de la actual parroquia de Río Verde, fue un sitio de descanso, para los que transitaban para el Oriente, en busca de tan anhelado tesoro como es la canela y el oro. Según estudios realizados por Jacinto Jijón y Caamaño, que realizó excavaciones en Nueva Libertad y parte de la zona de Machay, donde encontró restos de tribus que pertenecieron a los Panzaleos, los mimos que huían por no ser castigados.

Con la conquista de los españoles, en las riveras del Río Pastaza se asientan varias haciendas comenzando desde Pelileo hasta Cumandá, la Hacienda de Río Verde, es de propiedad del Señor Filoteo Samaniego y luego paso a poder de los señores Monjes, los mismos que empiezan a hacer producir los suelos, con huertos de naranja, toronjas y caña de azúcar- Muchos cuentan que la gente venían por estas zonas, ya que eran perseguidos por la ley, por muchos abusos de las Autoridades de ese tiempo.

Durante la presidencia del doctor, Gabriel García Moreno, Río Verde era un paso obligado para los presos que llevaban a cumplir su condena en la Penal (hoy Parroquia de Cumandá). Por la Presidencia del doctor Camilo Ponce Enríquez se empieza la construcción del carretero Baños-Puyo, la misma que es culminada en la Presidencia de Velasco Ibarra. Antes de la existencia de la carretera la gente transitaba por este sitio a base de mulares, poniendo en peligro sus vidas, ya que en el transcurso del camino eran asaltados en muchos sitios como en Río Blanco, El Castregón, San Martín, entre otros.

Los atractivos turísticos que tiene esta parroquia son: Parque Central Río Verde, el Orquidiario, Biblioteca Virtual, Infocentros, Deportes extremos, Grupo Musical, Casco de Pailón del Diablo, Cascadas.

Es nuestra principal competencia, porque tienen sitios turísticos similares a los de la parroquia Río Negro, con esto lo que se quiere es comprender mejor donde residen sus fuentes de ventajas competitivas y, de esta forma, poder implementar estrategias basándonos en el FODA y de esta manera alcanzar el éxito en la implementación de la actividad turística.

## **CAPÍTULO 4 PROPUESTA DE MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO**

### **4. Propuesta del plan de negocios**

Partiendo del análisis FODA presentaremos los proyectos que componen la propuesta del presente trabajo, estos son:

- 1) Proyecto de Agricultura Orgánica
- 2) Proyecto de Comercialización
- 3) Proyecto Gastronómico
- 4) Proyecto de Señalética y Señalización
- 5) Proyecto de Senderismo
- 6) Proyecto de Agronegocios y Artesanías

Los mismos se desarrollan más adelante.

#### **4.1. Misión del plan de negocios**

La parroquia de Río Negro brinda atractivos naturales y servicios turísticos de calidad que superan las expectativas de nuestros visitantes, mediante un servicio de turismo confiable, invirtiendo eficientemente los recursos económicos asignados y contribuyendo al desarrollo social y económico de los habitantes.

#### **4.2. Visión del plan de negocios**

Río Negro será reconocido como principal parroquia en la provincia de Tungurahua por fomentar el Turismo Rural, aprovechando los recursos naturales que posee, siendo respetuosos con el ambiente, la población y generando fuentes de ingresos sostenibles que mejoren la calidad de vida de los habitantes.

#### **4.3. Breve descripción de las propuestas**

##### **4.3.1. Proyecto de Agricultura Orgánica**

La Agricultura orgánica como la conservación del suelo, es considerado como un complejo de formas de vida que consiste en el mantenimiento de la materia orgánica, que es la materia prima de la productividad, al regular sus propiedades físicas, químicas y biológicas.

Respecto a las propiedades físicas, mejora la estructura del suelo favoreciendo la formación de agregados individuales e incrementando la captación del agua. La materia orgánica tiene un efecto muy importante sobre las propiedades químicas del suelo, al suministrarle elementos nutritivos por la mineralización; además ayuda a la estabilización de la acidez por su poder amortiguador. Sobre las propiedades biológicas, la materia orgánica tiene algunos efectos tales como estabilizar la actividad de la flora y la fauna, proporcionar energía y nutrientes a todos los organismos del suelo. (Centro de Investigaciones Agronómicas (CIA), 2010)

Para poder desarrollar este proyecto se deben realizar varias actividades las mismas que detallamos a continuación:

- a) Capacitar a la comunidad sobre los beneficios del uso de la agricultura orgánica y así evitar el uso de productos sintéticos como los agroquímicos, para desarrollar esta actividad se debe realizar los siguientes pasos:
  - Buscar un agrónomo especialista que lidere el proyecto.
  - Contratar a una persona encargada de la administración del proyecto.
  - Adquirir un computador.
  - Realizar publicidad en la parroquia.
  - Utilizar el auditorio para las horas de capacitación de los habitantes.
  - Preparar material para entregar los días de capacitación.
  - Pago de servicios básicos como agua, energía eléctrica.
  
- b) Proporcionar a la población de la parroquia oportunidades comerciales mediante la agricultura orgánica incorporar al suelo desechos vegetales y animales (sólidos y líquidos): abonos verdes, estiércol de animales, residuos de la agroindustria, desechos urbanos fermentados, lombriz compuestos (humus de lombriz).
  - Utilizar el auditorio para las horas de capacitación de los habitantes.
  - Preparar material para entregar los días de capacitación.
  - Práctica de lo aprendido en la capacitación.

- Utilizar un terreno prestado por los habitantes.

Con los avances de la tecnología existe mucha información de fácil acceso para conocer sobre la implementación y proceso de la agricultura orgánica se recomienda revisar, la página Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura En el caso de Ecuador, se incorporó el tema orgánico al Sistema de Información Ecuatoriano, iniciativa del sector agropecuario ecuatoriano promovida por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura desde 1999 a la fecha.

Los datos del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura se pueden encontrar en la [www.iica.int](http://www.iica.int).

En anexo se desglosa un directorio de empresas que se dedican a la capacitación en agricultura orgánica.

- c) Monitoreo y evaluación de resultados obtenidos con la práctica de la agricultura orgánica.
  - Realizar evaluación participativa conjuntamente con los pobladores que estén involucrados en el proyecto, para saber sus puntos de vista y experiencia por el proceso de implementación.



**Tabla 28 Presupuesto de costos proyecto agricultura orgánica**

| ACTIVIDAD   | N°  | CONCEPTO   | INSUMOS O MATERIALES  |                  |                    |          | MANO DE OBRA |                  |                    |          | HERRAMIENTAS |                  |                    |           | EQUIPO O SERVICIO |                  |                    |          | TOTAL POR ACTIVIDAD | TIPO DE GASTO | CUNTA CONTABLE |
|---|---|--|-----------------------|------------------|--------------------|----------|--------------|------------------|--------------------|----------|--------------|------------------|--------------------|-----------|-------------------|------------------|--------------------|----------|---------------------|---------------|----------------|
|   |   |  | Cantidad              | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad     | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad     | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal  | Cantidad          | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal |                     |               |                |
|   |   | <b>Proyecto de Agricultura Orgánica</b>  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          |                     |               |                |
|   |   | Buscar un agrónomo especialista que lidere el Proyecto.  |                       |                  |                    |          |              | 6                | Mes                | 656,58   | 3,939,48     |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 3,939,48            |               |                |
|   |   | Contratar una persona encargada del proyecto   |                       |                  |                    |          |              | 1                | Anual              | 7257,84  | 7,257,84     |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 7,257,84            |               |                |
| a) Capacitar a la comunidad sobre los beneficios del uso de la agricultura orgánica y así evitar el uso de productos sintéticos como los agroquímicos.                            |   | Computador   |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  | 1,00               | Unidad    | 1,000,00          | 1,000,00         |                    |          | 1,000,00            |               |                |
|   |   | Realizar publicidad en la parroquia  | 1                     | Flyers           | 250,00             | 250,00   |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 250,00              |               |                |
|   |   | Utilizar un auditorio para las horas de capacitación de los habitantes.  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  | 1,00               | Auditorio | 20,00             | 20,00            |                    |          | 20,00               |               |                |
|   |   | Clero  | 2                     | Unidades         | 2,50               | 5,00     |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 5,00                |               |                |
|   |   | Papel Higienico  | 20                    | Unidades         | 0,50               | 10,00    |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 10,00               |               |                |
|   |   | Ecolos   | 2                     | Unidades         | 5,00               | 10,00    |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 10,00               |               |                |
|   |   | Trapeadores  | 2                     | Unidades         | 4,60               | 9,20     |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 9,20                |               |                |
|   |   | Preparar material para entregar los días de capacitación ( Folletos)   |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          |                     |               |                |
|   |   |  | 11                    | Unidades         | 0,50               | 5,50     |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          |                     | 5,50          |                |
|   |   |  | Pago Servicios Básico |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          |                     | 480,00        |                |
| b) Proporcionar a la población de la parroquia oportunidades comerciales mediante la agricultura orgánica incorporar al suelo desechos vegetales y animales (sólidos y líquidos): |   | Utilizar un auditorio para las horas de capacitación de los habitante  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  | 1,00               | Auditorio | 20,00             | 20,00            |                    |          | 20,00               |               |                |
|   |   | Clero  | 2                     | Unidades         | 2,50               | 5,00     |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 5,00                |               |                |
|   |   | Papel Higienico  | 20                    | Unidades         | 0,50               | 10,00    |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 10,00               |               |                |
|   |   | Ecolos   | 2                     | Unidades         | 5,00               | 10,00    |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 10,00               |               |                |
|   |   | Trapeadores  | 2                     | Unidades         | 4,60               | 9,20     |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 9,20                |               |                |
|   |   | Preparar material para entregar los días de capacitación.  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          |                     |               |                |
|   |   | Folletos   | 11                    | Unidades         | 0,50               | 5,50     |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 5,50                |               |                |
|   |   | Esferos  | 11                    | Unidades         | 0,35               | 3,85     |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 3,85                |               |                |
|   |   | Coffe Break  | 12                    | Break            | 3,50               | 42,00    |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 42,00               |               |                |
|   |   | Práctica de lo aprendido en la capacitación  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          |                     |               |                |
|   |   | Carretila  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 2,00         | unidades         | 80,00              | 160,00    |                   |                  |                    |          | 160,00              |               |                |
|   |   | Pala   |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 2,00         | unidades         | 20,00              | 40,00     |                   |                  |                    |          | 40,00               |               |                |
|   |   | Pico   |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 2,00         | unidades         | 15,00              | 30,00     |                   |                  |                    |          | 30,00               |               |                |
|   |   | Azadon   |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 2,00         | unidades         | 18,00              | 36,00     |                   |                  |                    |          | 36,00               |               |                |
|   |   | Manguera de pvc  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 10,00        | metros           | 10,00              | 100,00    |                   |                  |                    |          | 100,00              |               |                |
|   |   | Hamos  | 10                    | quintal          | 9,00               | 90,00    |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 90,00               |               |                |
|   |   | Fertilizantes e insecticidas naturales   | 20                    | libras           | 5,00               | 100,00   |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    |          | 100,00              |               |                |
|   |   | machete  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 2,00         | unidades         | 14,00              | 28,00     |                   |                  |                    |          | 28,00               |               |                |
|   |   | bomba de fangar  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 2,00         | unidades         | 195,00             | 390,00    |                   |                  |                    |          | 390,00              |               |                |
|   |   | baldes   |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 2,00         | 15 litros        | 45,00              | 90,00     |                   |                  |                    |          | 90,00               |               |                |
|   | tanque  |  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    | 50,00    | litros       | 95,00            | 4.750,00           |           |                   |                  |                    | 4.750,00 |                     |               |                |
|   | semillas estaca                                 | 100  | plantas               | 0,45             | 45,00              |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    | 45,00    |                     |               |                |
|   | Utilizar un terreno prestado por los habitantes |  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              | 625,00           | metros             | -         | -                 |                  |                    | -        |                     |               |                |
|   | Coffe Break                                     | 12   | Break                 | 3,50             | 42,00              |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |           |                   |                  |                    | 42,00    |                     |               |                |
|   | Cortador  |  |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              | 4.443,40         |                    |           |                   |                  |                    | 4.443,40 |                     |               |                |
| c) Monitoreo y evaluación de resultados obtenidos con la práctica de la agricultura orgánica.   |   | Reunir a los pobladores que están participando en el Proyecto para saber sus puntos de vista y experiencia por el proceso de implementación. |                       |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    | 1,00      | Auditorio         | 20,00            | 20,00              |          | 20,00               |               |                |
|   |   | <b>TOTAL PROYECTO AGRICULTURA ORGANICA</b>   |                       |                  |                    | 652,25   |              |                  |                    |          |              | 15.640,72        |                    |           |                   | 5.624,00         |                    | 1.060,00 | 23.456,97           |               |                |

Elaboración: Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

En el presupuesto de costos del proyecto agricultura orgánica se describen las actividades, tareas, un costo individual y total como se describe a continuación:

- En insumos y materiales se tiene un costo total de USD 652,25
- Mano de obra con un costo total de USD 17.862,4
- Herramientas con un costo total de USD 5.62
- Equipo o servicio con un costo total de USD 1.060.

El costo total del proyecto por un año tiene un valor de USD 23.456,97

**Tabla 29. Presupuesto de gastos agricultura orgánica**

| DETALLE   | AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                   | <b>16.347,97</b> | <b>19.508,03</b> | <b>17.769,18</b> | <b>13.186,78</b> | <b>17.937,43</b> |
| Encargado del Proyecto                          | 7.257,84         | 7.737,84         | 8.124,73         | 8.530,97         | 8.957,52         |
| Contador General                                | 4.443,40         | 7.115,10         | 4.980,57         | 3.922,20         | 8.236,62         |
| Servicios Profesionales Ing. Agrónomo           | 3.939,48         | 3.939,48         | 3.939,48         | -                | -                |
| Pago por servicios básicos                      | 480,00           | 480,00           | 480,00           | 480,00           | 480,00           |
| Suministros y materiales                        | 5,50             | 5,78             | 6,06             | 6,37             | 6,69             |
| Materiales y útiles de oficina                  | 9,35             | 9,82             | 10,31            | 10,82            | 11,36            |
| Materiales y útiles de aseo y limpieza          | 68,40            | 71,82            | 75,41            | 79,18            | 83,14            |
| Alimentación y refrigerio                       | 84,00            | 88,20            | 92,61            | 97,24            | 102,10           |
| Otros servicios                                 | 60,00            | 60,00            | 60,00            | 60,00            | 60,00            |
| <b>GASTOS DE PRODUCCION- VENTA</b>              | <b>7.109,00</b>  | <b>1.612,05</b>  | <b>6.675,90</b>  | <b>1.729,03</b>  | <b>7.961,60</b>  |
| Materiales e Insumos                            | 235,00           | 237,25           | 239,50           | 241,75           | 244,00           |
| Herramientas                                    | 5.624,00         | -                | 6.186,40         | 0,00             | 6.467,60         |
| Equipo o Servicios                              | 1.000,00         | -                | -                | -                | 1.000,00         |
| Mantenimiento y reparación(20% de Herramientas) | -                | 1.124,80         | -                | 1.237,28         | -                |
| Publicidad                                      | 250,00           | 250,00           | 250,00           | 250,00           | 250,00           |
| <b>GASTOS DE REPRESENTACION</b>                 | <b>-</b>         | <b>710,90</b>    | <b>161,21</b>    | <b>667,59</b>    | <b>172,90</b>    |
| Gastos de representación ( 10% Gastos de venta) | -                | 710,90           | 161,21           | 667,59           | 172,90           |
| <b>TOTAL PROYECTO</b>                           | <b>23.456,97</b> | <b>21.830,98</b> | <b>24.606,28</b> | <b>15.583,40</b> | <b>26.071,93</b> |

**Elaboración:** Mónica Pazniño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Se agrupo a los costos de cada tarea e cuentas contables y tipo de tres tipos de gastos, administrativo, producción y ventas y gastos de representación los cuales se detallan los siguientes rubros:

- En los gastos administrativos tenemos la contratación de un encargado de la administración del proyecto, contador general mismos que tendrán un incremento salarial del 5% a partir de año 3, el pago por servicios básico es un costo fijo por lo cual no tiene un incremento anual, los suministros y materiales, materiales y útiles de oficina, materiales y útiles de aseo y alimentación y refrigerio tendrán un incremento del 5% en sus costos a partir del años 2, la cuenta oros servicios es un costo fijo el mismo no

tendrá incremento anual y corresponde a la limpieza del auditorio por capacitaciones.

- Gastos de producción – venta, en tipo de cuenta se describe aquellos gastos que están relacionados directamente con el proyecto y tenemos: materiales e insumos incrementándose desde el año 2 en un porcentaje del 5%, el año 3 10%, en el año 4 un 15% y finalmente un 20% en el año 5. Otra de las cuentas que tiene este gasto es herramientas la cual tiene una renovación en los años 3 y 5 con un porcentaje del incremento del 10% y 15% respectivamente.
- La cuenta equipos o servicios tendrá un costo en el año 1 por un valor de USD 1.000 por adquisición de un equipo de cómputo y en el año 5 por la renovación del mismo.
- La cuenta mantenimiento y reparación tendrá un porcentaje fijo del 20% de las herramientas adquiridas en los años 1 3 y 5.
- Lo referente a publicidad tiene un costo anual y fijo.
- Gasto de representación, en este gasto se detalla los valores de movilización, gastos legales, entre otros.

**Tabla 30 Presupuesto proyectado de ingresos proyecto agricultura orgánica**

| AÑO | DEMANDA INSATISFECHA | DEMANDA EFECTIVA | VISITAS    | INGRESO ANUAL | VENTA DE NARANJILLA | TOTAL INGRESOS |
|-----|----------------------|------------------|------------|---------------|---------------------|----------------|
|     |                      | 30%              | <b>20%</b> |               | <b>15%</b>          |                |
| 0   | -                    | -                | 0          |               | 0                   |                |
| 1   | 33.298               | 9.989            | 0          | -             | 0                   | -              |
| 2   | 38.390               | 11.517           | 2303       | 5.758,43      | 1728                | 1.727,53       |
| 3   | 43.760               | 13.128           | 2626       | 6.563,98      | 1969                | 1.969,20       |
| 4   | 49.422               | 14.827           | 2965       | 7.413,27      | 2224                | 2.223,98       |
| 5   | 55.388               | 16.617           | 3323       | 8.308,25      | 2492                | 2.492,48       |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

En el proyecto de agricultura orgánicas se ha tomado para la proyección de ingresos un 20% del total de la demanda efectiva para las visitas al terreno para conocer el proceso de producción, lo que tiene que ver con la venta de naranjilla se a tomado el 15% de la demanda efectiva.

En el siguiente cuadro se muestra el detalle de precios tanto por visitas, como por la venta de naranjilla:

**Tabla 31 Cuadro de precios**

| <b>VISITAS</b>  | <b>USD</b>  | <b>VENTA DE NARANJILLA</b> | <b>USD</b>  |
|---|-------------|----------------------------|-------------|
| Pago ingreso promedio   | 2,00        | 10 Naranjillas Costos      | 0,80        |
| Utilidad  | 0,50        | Utilidad                   | 0,20        |
| <b>PRECIO</b>   | <b>2,50</b> | <b>PRECIO</b>              | <b>1,00</b> |
| <b>Elaborado:</b> Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano |             |                            |             |

#### 4.3.2. Proyecto de comercialización

Este proyecto lo que pretende es que los habitantes tengan la oportunidad de participar en ferias en las cuales puedan ofrecer tanto al turista nacional como internacional productos, servicios que tiene la parroquia, es por eso que se detalla actividades que ayudarán a llevar a cabo este proyecto.

- a) Presentación del producto agro-turístico a los pobladores de la parroquia de Río Negro.
  - Designar una persona encargada de la administración del proyecto, misma que será designada por el Gobierno Nacional Autónomo de la parroquia de Río Negro.
  - Realizar alianzas con el Ministerio de Turismo para estar informados de las ferias donde se pueda participar.
  - Buscar Cámaras de Turismo donde se pueda afiliarse para obtener información permanente.
  - Organizar una feria al año en la parroquia de Río Negro e invitar a participantes de los diferentes lugares de Ecuador.
  - Enviar invitaciones a organizaciones turísticas para participar en la feria
  - Realizar un cronograma de actividades a desarrollar en la feria.
  - Folletos para entregar en la feria.
  - Pago de servicios básicos.

- b) Venta del producto turístico a través de agencias de viajes a nivel nacional, también establecer puntos de venta directa en la parroquia y en la cabecera cantonal Baños, se deberá
- Crear paquetes turísticos para atraer al turista y que su visita a la parroquia de Río Negro sea mejor aprovechada.
  - Realizar alianzas con las agencias turísticas de Baños para la venta de los paquetes.
  - Poner un punto de información en la parroquia para promocionar los lugares turísticos de la parroquia.
  - Contratar una persona para atender el punto de información.
  - Crear una página web con toda la información de la parroquia números de contacto para promocionar el turismo en la parroquia.

**Tabla 32 Presupuesto proyectado de costos proyecto de comercialización**

| ACTIVIDAD   | CONCEPTO  | INSUMOS O MATERIALES |                  |                    |          | MANO DE OBRA |                  |                    |          | HERRAMIENTAS |                  |                    |          | EQUIPO O SERVICIO |                  |                    |          | TOTAL POR ACTIVIDAD |          | Tipo de Gasto | Nombre de Cuenta               |
|---|---|----------------------|------------------|--------------------|----------|--------------|------------------|--------------------|----------|--------------|------------------|--------------------|----------|-------------------|------------------|--------------------|----------|---------------------|----------|---------------|--------------------------------|
|   |   | Cantidad             | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad     | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad     | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad          | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | TOTAL               |          |               |                                |
|   | <b>Proyecto de Comercialización</b>   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |               |                                |
| Presentación del producto agroturístico a los pobladores de la Parroquia de Río Negro   | Realizar alianzas con el ministerio de turismo para estar informados de las ferias donde se pueda participar.                 | (*)                  |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |               |                                |
|   | Buscar cámaras de turismo donde se pueda afiliar para obtener información permanente.   | (*)                  |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |               |                                |
|   | Organizar ferias en la Parroquia de Río Negro e invitar a participantes de los diferentes lugares de Ecuador                  | (*)                  |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |               |                                |
|   | Carpas  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 10,00    | Unidades     | 150,00           | 1.500,00           |          |                   |                  |                    |          | 1.500,00            | GV       | HERRAMIENTAS  |                                |
|   | Mesas   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 10,00    | Unidades     | 35,00            | 350,00             |          |                   |                  |                    |          | 350,00              | GV       | HERRAMIENTAS  |                                |
|   | Enviar invitaciones a organizaciones turísticas para participar en la feria   | 10                   | Invitaciones     | 2,40               | 24,00    |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     | 24,00    | GV            | MATERIALES                     |
|   | Cromograma de actividades a desarrollar en la feria   | (*)                  |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |               |                                |
|   | Folleto para entregar en la feria   | 100                  | Unidades         | 0,80               | 80,00    |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     | 80,00    | GV            | MATERIALES                     |
|   | Pago de Servicio Básico   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     | 1.440,00 | GA            | SERVICIO BASICO                |
| Venta del producto turístico a través de agencias de viajes a nivel nacional, también establecer puntos de venta directa en la parroquia y en la cabecera Cantonal Baños. | Crear paquetes turísticos para atraer al turista y que su visita a la Parroquia de Río Negro sea mejor aprovechada            |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |               |                                |
|   | Resma de papel  | 1                    | Unidades         | 3,75               | 3,75     |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     | 3,75     | GA            | MATERIALES Y UTILES DE OFICINA |
|   | Estens  | 2                    | Unidades         | 0,30               | 0,60     |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     | 0,60     | GA            | MATERIALES Y UTILES DE OFICINA |
|   | Realizar alianzas con las agencias de Baños para la venta de los paquetes turísticos  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |               |                                |
|   | Papel Bond  | 1                    | Unidades         | 3,00               | 3,00     |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     | 3,00     | GA            | MATERIALES Y UTILES DE OFICINA |
|   | Poner un punto de información en la parroquia para promocionar los lugares turísticos de la Parroquia                         |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 1                 | Caseta           | 250,00             | 250,00   |                     | 250,00   | GV            | EQUIPO O SERVICIO              |
|   | Contratar una persona para atender el punto de información  |                      |                  |                    |          | 1            | Amal             | 4.915,64           | 4.915,64 |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     | 4.915,64 | GA            | MANO DE OBRA                   |
|   | Flyes para publicidad   | 100                  | flyers           | 0,80               | 80,00    |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     | 80,00    | GV            | PUBLICIDAD                     |
|   | Crear una página web con toda la información de la parroquia números de contacto para promocionar el turismo en la Parroquia. |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 1                 | pág              | 750,00             | 750,00   |                     | 750,00   | GV            | PUBLICIDAD                     |
| Contador  |   |                      |                  |                    | 1        | Amal         | 4.443,40         | 4.443,40           |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          | 4.443,40            | GA       |               |                                |
|   | <b>TOTAL PROYECTO DE COMERCIALIZACION</b>   |                      |                  |                    | 191,35   |              |                  | 9.359,04           |          |              |                  | 1.850,00           |          |                   |                  | 1.000,00           |          | 13.840,39           |          |               |                                |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

En el presupuesto de costos del proyecto de comercialización se describen las actividades, tareas, un costo individual y total como se describe a continuación:

- En insumos y materiales se tiene un costo total de USD 191,35
- Mano de obra con un costo total de USD 4.915,64.
- Herramientas con un costo total de USD 1.850.
- Equipo o servicio con un costo total de USD 1.000.

El costo total del proyecto por un año tiene un valor de USD 13.840,39

**Tabla 33. Presupuesto proyectado de gastos proyecto comercialización**

| DETALLE  | AÑO 1 | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5 |
|--|-------|------------------|------------------|------------------|-------|
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                          | -     | <b>13.566,30</b> | <b>11.558,36</b> | <b>10.632,90</b> | -     |
| Contador General                                       |       | 7.115,10         | 4.980,57         | 3.922,20         | -     |
| Persona encargada del Volanteo                         |       | 79,50            | 79,50            | 79,50            |       |
| Capacitador de Manualidades                            |       | 3.000,00         | 3.000,00         | 3.000,00         |       |
| Pago por servicios básicos                             |       | 720,00           | 720,00           | 720,00           |       |
| Suministros y Materiales                               |       | 1.717,50         | 1.803,38         | 1.893,54         |       |
| Materiales y Útiles de Oficina                         |       | 84,00            | 88,20            | 92,61            |       |
| Materiales y Útiles de aseo y limpieza                 |       | 205,20           | 215,46           | 226,23           |       |
| Alimentación y refrigerio                              |       | 525,00           | 551,25           | 578,81           |       |
| Otros servicios  |       | 120,00           | 120,00           | 120,00           |       |
| <b>GASTOS DE PRODUCCION- VENTA</b>                     | -     | <b>7.444,00</b>  | <b>4.238,75</b>  | <b>4.403,19</b>  | -     |
| Materiales e Insumos                                   |       | -                | 60,00            | 63,00            |       |
| Herramientas   |       | 3.075,00         | 3.228,75         | 3.390,19         | -     |
| Equipo o Servicios                                     |       | 3.569,00         |                  |                  |       |
| Mantenimiento y reparación ( 20% de equipo o servicio) |       | -                | 150,00           | 150,00           | -     |
| Publicidad   |       | 800,00           | 800,00           | 800,00           |       |
| <b>GASTOS DE REPRESENTACION</b>                        |       | -                | <b>744,40</b>    | <b>423,88</b>    | -     |
| Gastos de representación ( 10% Gastos de venta)        |       | -                | 744,40           | 423,88           |       |
| <b>TOTAL</b>   | -     | <b>21.010,30</b> | <b>16.541,51</b> | <b>15.459,96</b> | -     |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Se agrupo a los costos de cada tarea e cuentas contables y tipo de tres tipos de gastos, administrativo, producción y ventas y gastos de representación los cuales se detallan los siguientes rubros:

- En los gastos administrativos tenemos la contratación de una persona encargada del punto de información mismo que tendrán un incremento salarial del 5% a partir de año 3, el pago por servicios básico es un costo fijo por lo cual no tiene un incremento anual, materiales y útiles de oficina tendrán un incremento del 5% en sus costos a partir del año 2.

- Gastos de producción – venta, tenemos materiales e insumos, que serán utilizados en el año 1,3 y 5. Las cuentas herramientas, equipos o servicios serán utilizadas en el año 1.
- La cuenta mantenimiento y reparación tendrá un porcentaje fijo y anual del 20% de al valor total de las casetas adquiridas en el año.
- Lo referente a publicidad tiene un costo anual y a partir del año 3 se incrementa un 5%.
- Gasto de representación, en este gasto se detalla el 10% del total de gastos de producción y venta, mismo valor que servirá para movilización, gastos legales, entre otros.

#### 4.3.3. Proyecto gastronómico

Con el proyecto gastronómico se busca generar un espacio con la finalidad de seleccionar un plato de comida que sea el más sabroso y original para convertirlo en el plato típico de la parroquia.

Para se plantea realizar un concurso interno donde todos los habitantes interesados participen, en la implementación se detallan las siguientes actividades:

- a)** Realizar concursos de recetas a base de los productos típicos de la zona, con para esto se deberá:
- Contratar una persona encargada del proyecto.
  - Crear y proporcionar un concurso interno.
  - Involucrar a la población en las votaciones del mejor plato típico.
  - Invertir en publicidad para promocionar el plato típico de la parroquia.
  - Invitar a un jurado para degustar el plato ganado.
  - Entregar un premio económico.
  - El segundo premio es entregar la publicidad para el plato y restaurante ganado.
  - Un tercer premio inversión de USD1.000 para mejorar el local.
  - Pago de servicios básicos.





En el presupuesto de costos del proyecto de comercialización se describen las actividades, tareas, un costo individual y total como se describe a continuación:

- En insumos y materiales se tiene un costo total de USD 2.431,25.
- Mano de obra con un costo total de USD 4.593,40.
- Equipo o Servicio con un costo total de USD 1.000.

El costo total del proyecto por un año tiene un valor de USD 8.072,65

**Tabla 35. Presupuesto proyectado de gastos proyecto gastronómico**

| DETALLE   | AÑO 1           | AÑO 2       | AÑO 3       | AÑO 4       | AÑO 5       |
|---|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                   | <b>4.645,15</b> | <b>0,00</b> | <b>0,00</b> | <b>0,00</b> | <b>0,00</b> |
| Honorarios (Jurado)                             | 150,00          | -           | -           | -           | -           |
| Contador General                                | 4.443,40        | -           | -           | -           | -           |
| Pago por servicios básicos                      | 48,00           | -           | -           | -           | -           |
| Suministros y materiales                        | 3,75            | -           | -           | -           | -           |
| <b>GASTOS DE PRODUCCION- VENTA</b>              | <b>3.427,50</b> | -           | -           | -           | -           |
| Equipo o Servicios                              | 1.000,00        | -           | -           | -           | -           |
| Publicidad                                      | 2.427,50        | -           | -           | -           | -           |
| <b>GASTOS DE REPRESENTACION</b>                 | -               | -           | -           | -           | -           |
| Gastos de representación ( 10% Gastos de venta) | -               | -           | -           | -           | -           |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>8.072,65</b> | -           | -           | -           | -           |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

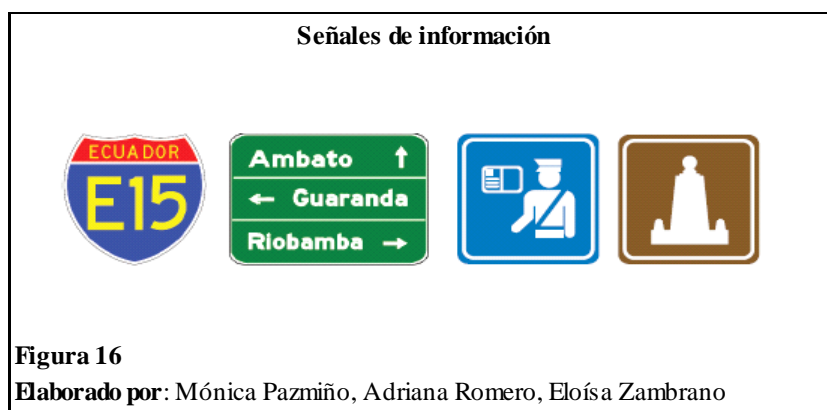
En este proyecto se detalla lo siguiente:

- En los gastos administrativos tenemos la contratación del jurado que participará en la elección del concurso del plato típico
- El pago de servicios básicos está en el año 1.
- Gastos de producción – venta, tenemos equipos o servicios por un costo de USD 1.000 valor que se entregará al ganador del primer lugar.
- La cuenta publicidad tiene un costo de 2.427,50.

#### 4.3.4. Proyecto de señalética y señalización

La señalización turística es considerada como una estrategia de servicio turístico, en razón de que su función no es solo de informar, sino que puede ser utilizada para auto-guiarse. En la Parroquia de Río Negro se propone implementar señales de información las cuales servirán a los usuarios para conocer las direcciones, distancias, destinos, rutas, ubicación de servicios y puntos de interés turístico.

En la Parroquia de Río Negro se utilizarán vallas de atractivos y servicios las cuales deben tener las siguientes consideraciones gráficas.<sup>1</sup>



En el Ecuador para la implementación del sistema de señalización se deben seguir un sistema señalético de correcto análisis de los flujos en función de objetivos claramente determinados:

- Estudiar y comprender las necesidades propias del lugar.
- Contemplar la ubicación de la señal para que la misma sea legible en el contexto.
- Lograr suficiente separación del entorno para no interferir con él, pero sí identificarlo.
- Anticipación suficiente para su eficacia.
- Determinar la distancia ideal para una buena legibilidad.
- Evitar los mensajes ambiguos.

<sup>1</sup> Anexo - Señalización y Señalética Turística

- Clasificar y jerarquizar la información.
- Utilizar tipografía normalizada INEN para la rotulación de letreros y señales. (Ministerio del Turismo, 2014)

Para que este proyecto sea realizado en la parroquia de Río Negro se deben realizar las siguientes actividades:

- c) Realizar una capacitación a los habitantes de la parroquia de Río Negro de la importancia de promover los sitios turísticos.
  - Solicitud a Ministerio de Turismo para designar un capacitador.
  - Adecuar el auditorio para capacitación.
  - Servicios básicos como agua, energía eléctrica.
- d) Contratar una persona encargada de la administración del proyecto.
  - Compra de un equipo de cómputo.
- e) Realizar un listado de los lugares dónde se va a colocar la señales de los atractivos turísticos naturales, servicios turísticos, servicios de apoyo
- f) Los representantes de la Junta Parroquial deben poner en conocimiento de las autoridades del ministerio de Obras Públicas y el Municipio del Baños.
- g) Elaborar un presupuesto de los costos que tendrá la implementación de las señalética.
- h) Obtener cotizaciones de elaboración de señalética, esto lo realizará el presidente y un contador contratado para estos fines.
  - Elaboración de cuña para ser colocada en periódico.
- i) Construcción y colocación de la señalización.
  - Contratación de la empresa que va a diseñar y construir la señalética.
  - Realizar los trámites en el Ministerio de obras Públicas para la colocación de la señalética.
  - Pago de servicios básicos.
  - Cada rótulo tendrá información, gráfico referente al atractivo turístico, nombre y una breve descripción de las características naturales, culturales y sociales que identifican al lugar como sitio turístico.

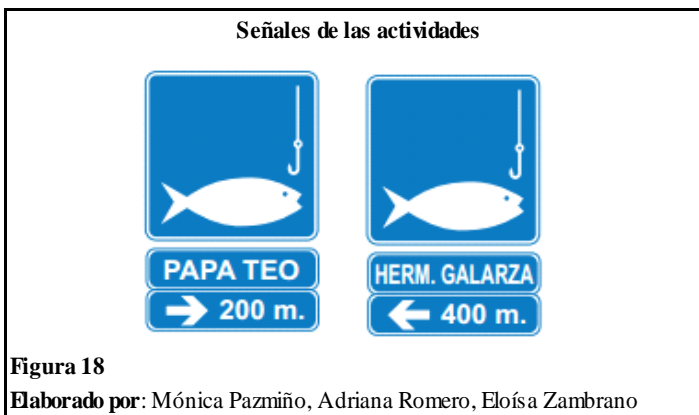
- Estarán situados estratégicamente en los principales accesos a los atractivos y en lugares de fácil visibilidad.
- Informar y ubicar al turista de los servicios turísticos y básicos con los que cuenta la parroquia de Río Negro en alimentación, alojamiento, diversión, transporte, entre otros.
- A continuación se detalla las señales que se implementarán en la parroquia de Río Negro:

Para los atractivos naturales que ayudarán a representar la riqueza y biodiversidad de la Parroquia se muestran las siguientes Señales:



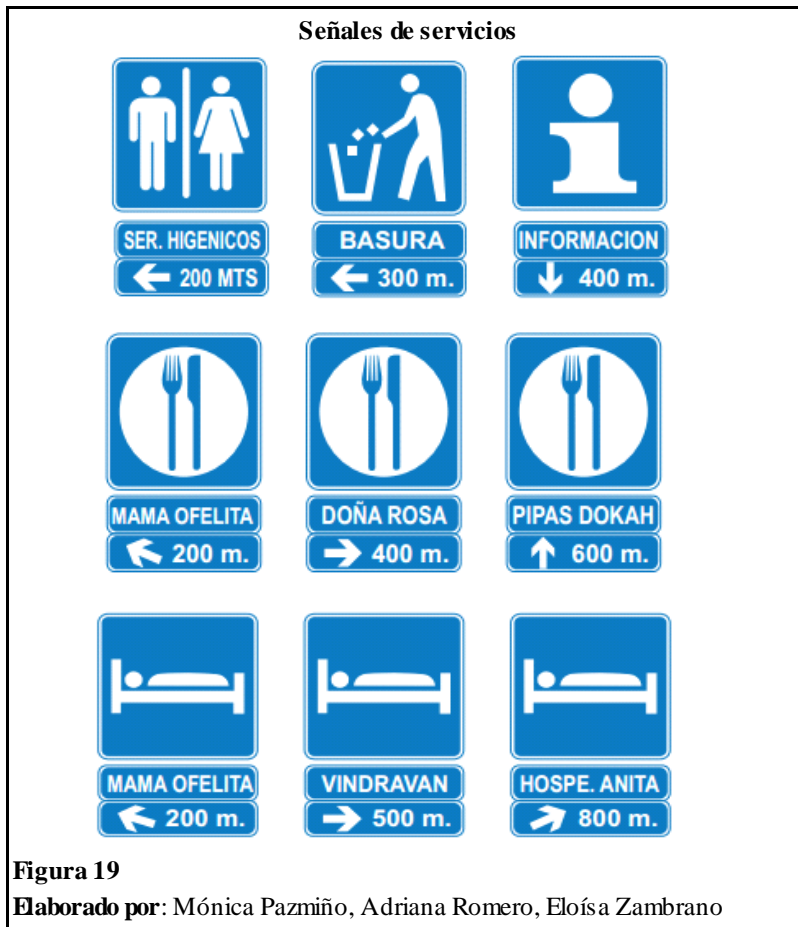
**Figura 17**  
Elaborado por: Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloisa Zambrano

Para que el turista se guíe y pueda conocer de las actividades turísticas que se realiza en la parroquia de Río Negro se van a implementar los siguientes informativos:

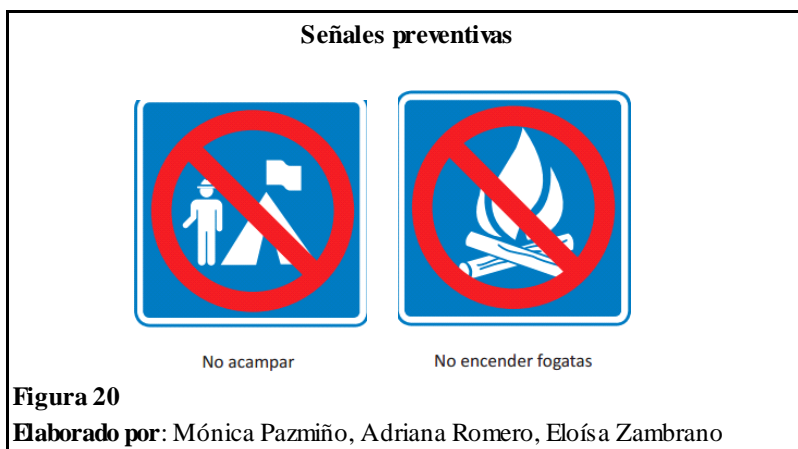


**Figura 18**  
Elaborado por: Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloisa Zambrano

Se va a implementar adicional pictogramas o señales de servicios de apoyo que puedan ayudar al turista a guiarse de dónde puede encontrar servicios públicos o privados sea de salud, de comunicaciones o varios.



Se van a colocar en el área de cascada y bosques las señales de no acampar ó hacer fogata, en razón de que existen zonal de alto riesgo, estas señales van alertar al turista a no realizar una actividad determinada.



**Tabla 36 Presupuesto de costos proyecto de señalética y señalización**

| ACTIVIDAD   | N°   | CONCEPTO   | INSUMOS O MATERIALES    |                  |                    |                 | MANO DE OBRA |                  |                    |          | HERRAMIENTAS |                  |                    |          | EQUIPO O SERVICIO |                  |                    |          | TOTAL POR ACTIVIDAD |          |                  |                                |  |                 |
|---|------|--|-------------------------|------------------|--------------------|-----------------|--------------|------------------|--------------------|----------|--------------|------------------|--------------------|----------|-------------------|------------------|--------------------|----------|---------------------|----------|------------------|--------------------------------|--|-----------------|
|   |      |  | Cantidad                | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal        | Cantidad     | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad     | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad          | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal |                     |          |                  |                                |  |                 |
| Proyecto señalización y Señalética  |      |  |                         |                  |                    |                 |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |                  |                                |  |                 |
| a) Capacitación a los habitantes de la Parroquia de Río Negro de la importancia de promover los sitios turísticos | 1.   | Impresión de folletos  | 50,00                   | Unidades         | 25,00              | 1.250,00        |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     | 1.250,00 | GA               | MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA |  |                 |
|   | 2.   | Coffee Break   | 50,00                   | Unidades         | 3,50               | 175,00          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | 175,00           | GA                             | ALIMENTACIÓN Y REFRIGERIO              |                 |
|   | 3.   | Cleto (limpieza auditorio)   | 2,00                    | Unidades         | 2,50               | 5,00            |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | 5,00             | GA                             | MATERIALES Y ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA |                 |
|   | 4.   | Papel Higiénico  | 20,00                   | Unidades         | 0,50               | 10,00           |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | 10,00            | GA                             | MATERIALES Y ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA |                 |
|   | 5.   | Escobas  | 2,00                    | Unidades         | 5,00               | 10,00           |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | 10,00            | GA                             | MATERIALES Y ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA |                 |
|   | 6.   | Trapeadores  | 2,00                    | Unidades         | 4,60               | 9,20            |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | 9,20             | GA                             | MATERIALES Y ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA |                 |
|   | 7.   | Utilizar el auditorio para capacitación  |                         |                  |                    |                 |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          | 1,00              | Auditorio        | 20,00              | 20,00    |                     |          |                  | 20,00                          | GA                                     | OTROS SERVICIOS |
|   |      |  |                         |                  |                    |                 |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |                  |                                |  |                 |
| b) Contratar una persona encargada del proyecto.  | 1.   | Contratación   |                         |                  |                    |                 | 1,00         | Anual            | 7.257,94           | 7.257,94 |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | 7.257,94         | GA                             | MANO DE OBRA                           |                 |
|   |      | Equipo de computo  |                         |                  |                    |                 |              |                  |                    |          |              |                  |                    | 1,00     | Unidad            | 1000,00          | 1000,00            |          |                     |          | 1.000,00         | GV                             | EQUIPO DE COMPUTO                      |                 |
| c) Realizar un listado de los lugares dónde se va a colocar la señalés.   | 1.   | Papeletería  | 1,00                    | Resma            | 3,75               | 3,75            |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | 3,75             | GA                             | SUMINISTROS Y MATERIALES               |                 |
| e) Elaborar un presupuesto de los costos que tendrá la implementación de las señaléticas.                         | 1.   | * No implica un costo  | (*)                     |                  |                    |                 |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |                  |                                |  |                 |
| f) Obtener cotizaciones de elaboración  | 1.   | Costo de colocación de cinta   | 2,00                    | Perifoneos       | 280,00             | 560,00          |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | 560,00           | GV                             | PUBLICIDAD                             |                 |
| g) Construcción y colocación de la señalización   | 1.   | Contratación de la empresa que va a diseñar y construir la señalética.                       | (*)                     |                  |                    |                 |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |                  |                                |  |                 |
|   | 1.1. | Señales de medida 480mm 240mm (grandes)  |                         |                  |                    |                 |              |                  |                    | 5,00     | unidades     | 1.800,00         | 9.000,00           |          |                   |                  |                    |          |                     |          |                  | 9.000,00                       | GV                                     | HERRAMIENTAS    |
|   | 1.2. | Señales de medida 200mm (pequeñas)   |                         |                  |                    |                 |              |                  |                    | 10,00    | unidades     | 1.200,00         | 12.000,00          |          |                   |                  |                    |          |                     |          |                  | 12.000,00                      | GV                                     | HERRAMIENTAS    |
|   | 2.   | Realizar los trámites en el Ministerio de obras Públicas para la colocación de la señalética | (*)                     |                  |                    |                 |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |                  |                                |  |                 |
|   |      | 3.   | Pago de Servicio Básico |                  |                    |                 |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          |                  | 600,00                         | GA                                     | SERVICIO BASICO |
|   |      | Contador   |                         |                  |                    |                 | 1,00         | Porcentaje       | 4.900,57           | 4.900,57 |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | 4.900,57         | GA                             | MANO DE OBRA                           |                 |
| <b>TOTAL PROYECTO SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN</b>   |      |  |                         |                  |                    | <b>2.022,95</b> |              |                  |                    |          |              | <b>12.238,41</b> |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | <b>21.000,00</b> |                                |  |                 |
|   |      |  |                         |                  |                    |                 |              |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |          |                     |          | <b>1.020,00</b>  | \$                             | <b>36.881,36</b>                       |                 |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

En el presupuesto de costos del Proyecto de Señalética y señalización se describen las actividades, tareas, un costo individual y total como se describe a continuación:

- En insumos y materiales se tiene un costo total de USD 2.022,95.
- Mano de obra con un costo total de USD 12.238,41.
- Herramientas con un costo total USD 21.000.
- Equipo o Servicio con un costo total de USD 1.020.

El costo total del proyecto por un año tiene un valor de USD 36.881,36

**Tabla 37. Presupuesto proyectado de gastos proyecto señalización y señalética**

| DETALLE   | AÑO 1       | AÑO 2       | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5         |
|---|-------------|-------------|------------------|------------------|---------------|
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                   | <b>0,00</b> | <b>0,00</b> | <b>14.321,36</b> | <b>12.088,39</b> | <b>0,00</b>   |
| Encargado del Proyecto                          | 0,00        | 0,00        | 7.257,84         | 7.737,84         | 0,00          |
| Contador General                                | -           | -           | 4.980,57         | 3.922,20         | -             |
| Pago por servicios básicos                      |             |             | 600,00           | 300,00           |               |
| Suministros y materiales                        |             |             | 3,75             | 3,75             |               |
| Materiales y útiles de oficina                  |             |             | 1.250,00         | -                |               |
| Materiales y útiles de aseo y limpieza          |             |             | 34,20            | 17,10            |               |
| Alimentación y refrigerio                       |             |             | 175,00           | 87,50            |               |
| Otros servicios                                 |             |             | 20,00            | 20,00            |               |
| <b>GASTOS DE PRODUCCION- VENTA</b>              | <b>-</b>    | <b>-</b>    | <b>22.560,00</b> | <b>4.480,00</b>  | <b>-</b>      |
| Herramientas                                    |             |             | 21.000,00        |                  |               |
| Equipo o Servicio                               |             |             | 1.000,00         |                  |               |
| Mantenimiento y reparación(20% de Herramientas) |             |             |                  | 4.200,00         | -             |
| Publicidad                                      |             |             | 560,00           | 280,00           |               |
| <b>GASTOS DE REPRESENTACION</b>                 | <b>-</b>    | <b>-</b>    | <b>-</b>         | <b>2.256,00</b>  | <b>448,00</b> |
| Gastos de representación ( 10% Gastos de venta) |             |             |                  | 2.256,00         | 448,00        |
| <b>TOTAL PROYECTO</b>                           | <b>-</b>    | <b>-</b>    | <b>36.881,36</b> | <b>18.824,39</b> | <b>448,00</b> |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Loa gastos involucrados en este proyecto son:

- En los gastos administrativos tenemos la contratación de un encargado de la administración del proyecto, contador general mismos que tendrán un incremento salarial del 5% a partir de año 4, el pago por servicios básico es un costo fijo el año 3, se espera que al año 4 sea la mitad del gasto, los suministros y materiales tienen un costos fijo, materiales y útiles de oficina tienen un costo fijo en el año 3, materiales y útiles de aseo y alimentación y refrigerio se considera para el 4 año el 50% en sus costos a partir del años 4. La cuenta Otros servicios es un costo fijo el mismo no tendrá incremento anual y corresponde a la limpieza del auditorio para futuras reuniones.



- Gastos de producción – venta, tenemos rubros como: Herramientas tiene un costo fijo en el año 3 año, sin renovación ni incremento. La cuenta Equipos o servicios es la adquisición de un equipo de cómputo en el año 3. La cuenta mantenimiento y reparación tendrá un porcentaje fijo del 20% de las herramientas adquiridas en los años 3.
- Lo referente a publicidad tiene un costo anual fijo el año 3 y se considera el 50% en el año 4.
- Gasto de representación, en este gasto se detalla los valores de movilización, gastos legales, entre otros.

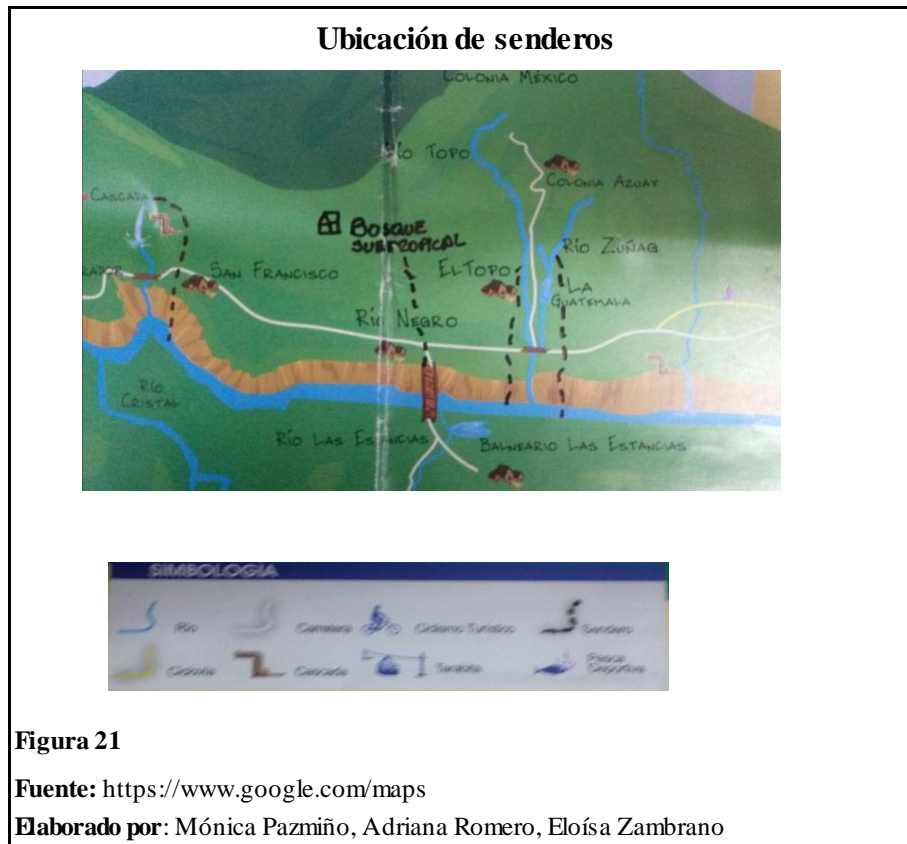
#### 4.3.5. Proyecto de senderismo

La implementación de los senderos ecológicos en varios de los caseríos de la Parroquia de Río Negro comprende un recorrido turístico en donde las personas de todas las edades pueden disfrutar de toda la paz, tranquilidad y demás placeres que nos brinda la naturaleza, a la vez se aprende a preservar y cuidar todos nuestros recursos naturales y el medio ambiente. Cada sendero ecológico tiene diferentes atractivos. Los turistas pueden observar cascadas, ríos, aves, plantas nativas, bosques primarios, insectos, montañas, entre otros

Para la creación de los senderos hay que realizar las siguientes actividades:

- a)** Contratación de un topógrafo, este experto realizará un estudio de los antecedentes de las áreas dónde se va a implementar los senderos.
- b)** Un representante de la Junta Parroquial entregará al topógrafo un listado de las áreas dónde se pretende implementar los senderos.
  - Se debe tener mapas actualizados y completos que muestre todas las áreas, cascadas, ríos, de la Parroquia de Río Negro.
- c)** Marcar los sitios de interés y las áreas restringidas en un mapa, esta actividad será desarrollada por el topógrafo y el representante de la Junta Parroquial.
  - Se requiere mapas actuales que puedan mostrar todos los sitios como cascadas, ríos que tiene la parroquia.
- d)** Marcar en el terreno la ruta exacta del sendero
- e)** Entrega de informe de resultados para colocación de los senderos por parte del topógrafo.

- f) Elaboración del presupuesto, se entregará por parte de las tesoreras un borrador con los costos que implicará la construcción de senderos.
- g) Contratación de empresa calificada para la construcción
  - Los lugares donde se aplicarían senderos son Río topo, Río Zuñag, cascada de San Francisco y bosque subtropical, quedando la ubicación de los mismo como se muestra en las imágenes:



Para el diseño del sendero se tuvieron en cuenta aspectos básicos como el fácil acceso a la zona del sendero, su estabilidad, seguridad y libre de inundaciones, también que dicho trayecto incluyera una parte considerable del humedal y de esta forma resaltar los aspectos positivos que tiene la parroquia.

Se va a determinar la creación de los senderos por fracciones de tal forma que nos indique el punto de inicio, el fin de los mismos y que se podría observar en cada tramo o fracción, adicional se puede los puntos menos y más riesgosos para los habitantes y turistas.

Adicional a creación de senderos se utilizará folletos, señales a través de un recorrido preestablecido, o contratación de un guía esto depende de lo que el turista requiera.

- h)** Capacitar a las autoridades de la parroquia sobre el mantenimiento a los senderos
  - La capacitación estará a cargo de la empresa contratada para la creación de los senderos.

**Tabla 38 Presupuesto de costos proyecto senderismo**

| ACTIVIDAD   | N°               | CONCEPTO                                     | INSUMOS O MATERIALES |                  |                    |                 | MANO DE OBRA |                  |                    |                  | HERRAMIENTAS |                  |                    |          | EQUIPO O SERVICIO |                  |                    |                  | TOTAL POR ACTIVIDAD |                   |  |
|---|------------------|--|----------------------|------------------|--------------------|-----------------|--------------|------------------|--------------------|------------------|--------------|------------------|--------------------|----------|-------------------|------------------|--------------------|------------------|---------------------|-------------------|--|
|   |                  |  | Cantidad             | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal        | Cantidad     | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal         | Cantidad     | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad          | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal         |                     |                   |  |
|   |                  | Proyecto Senderismo                          |                      |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  |                     |                   |  |
| a) Contratación de un topógrafo   | 1.               | Servicios Profesionales                      |                      |                  |                    |                 | 4.00         | Mes              | 800,00             | 3.200,00         |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 3.200,00            | GA                | MANO DE OBRA                           |
| b) Contratar una persona encargada del proyecto.  | 1.               | Contratación                                 |                      |                  |                    |                 | 1,00         | Anual            | 727,84             | 727,84           |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 727,84              | GA                | MANO DE OBRA                           |
|   | 2.               | Equipo de computación                        |                      |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    | 1,00     | Unidad            | 1000,00          | 1000,00            |                  | 1.000,00            | GV                | EQUIPO DE COMPUTO                      |
| b) Entrega de antecedentes de áreas a implementar los Sendens                               | 1.               | Papeletín                                    | 1,00                 | Resma            | 3,75               | 3,75            |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 3,75                | GA                | SUMINISTROS Y MATERIALES               |
|   | 2.               | Anillado                                     | 4,00                 | Unidades         | 1,00               | 4,00            |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 4,00                | GA                | SUMINISTROS Y MATERIALES               |
| c) Marcar los sitios de interés y las áreas restringidas en un mapa                         | 1.               | Compra de mapas actuales                     | 10,00                | Unidades         | 8,00               | 80,00           |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 80,00               | GV                | MATERIALES E INSUMOS                   |
| d) Marcar en el terreno la ruta exacta del sendero.   | 1.               | *( No implica un costo)                      | (*)                  |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  |                     |                   |  |
| e) Entrega de informe de resultados para colocación de los senderos por parte del topógrafo | 1.               | *( No implica un costo)                      | (*)                  |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  |                     |                   |  |
| f) Elaboración del presupuesto  | 1.               | *( No implica un costo)                      |                      |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  |                     |                   |  |
| g) Contratación de empresa para la construcción de los senderos                             |                  | Contrucción sendero Cascada San Francisco    |                      |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    | 875,00   | Metros            | 12,00            | 10.500,00          | 10.500,00        | GV                  | EQUIPO O SERVICIO |  |
|   | 1.               | Construcción de los senderos Bosque Tropical |                      |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    | 980,00   | Metros            | 12,00            | 11.760,00          | 11.760,00        | GV                  | EQUIPO O SERVICIO |  |
|   |                  | Construcción de los senderos Río Topo        |                      |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    | 780,00   | Metros            | 12,00            | 9.360,00           | 9.360,00         | GV                  | EQUIPO O SERVICIO |  |
|   |                  | Construcción de los senderos Río Zúñig       |                      |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    | 865,00   | Metros            | 12,00            | 10.380,00          | 10.380,00        | GV                  | EQUIPO O SERVICIO |  |
|   | 2.               | Pago de Servicios Básicos                    |                      |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | \$                  | 7.680,00          | GA                                     |
| h) Capacitar a las autoridades de la Parroquia sobre el mantenimiento a los senderos        | 1.               | Contratación de capacitador                  |                      |                  |                    |                 | 1,00         | Mes              | 800,00             | 800,00           |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 800,00              | GA                | MANO DE OBRA                           |
|   | 2.               | Impresión de folletos                        | 50,00                | unidades         | 25,00              | 1.250,00        |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 1.250,00            | GA                | MATERIALES Y UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA |
|   | 3.               | Coffe-Break                                  | 50,00                | unidades         | 2,50               | 125,00          |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 125,00              | GA                | ALIMENTACION Y REFRIGERIO              |
|   | 4.               | Adecuar el auditorio para capacitación       |                      |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    | 1,00     | Auditorio         | 20,00            | 20,00              |                  | 20,00               | GA                | OTROS SERVICIOS                        |
|   | 5.               | Choro (limpieza auditorio)                   | 2,00                 | unidades         | 2,50               | 5,00            |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 5,00                | GA                | MATERIALES Y UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA |
|   | 6.               | Papel Higiénico                              | 20,00                | unidades         | 0,50               | 10,00           |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 10,00               | GA                | MATERIALES Y UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA |
|   | 7.               | Escobas                                      | 2,00                 | unidades         | 5,00               | 10,00           |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 10,00               | GA                | MATERIALES Y UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA |
|   | 8.               | Trapeadores                                  | 2,00                 | unidades         | 4,60               | 9,20            |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 9,20                | GA                | MATERIALES Y UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA |
|   | 9.               | Pago de Servicios Básicos                    |                      |                  |                    |                 |              |                  |                    |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | \$                  | 288,00            | GA                                     |
|   | Contador General |  |                      |                  |                    | 1,00            | persona      | 3.922,20         | 3.922,20           |                  |              |                  |                    |          |                   |                  |                    |                  | 3.922,20            | GA                | MANO DE OBRA                           |
| <b>TOTAL PROYECTO SENDERISMO</b>  |                  |  |                      |                  |                    | <b>1.496,95</b> |              |                  |                    | <b>15.180,04</b> |              |                  |                    |          |                   |                  |                    | <b>43.020,00</b> | <b>\$</b>           | <b>67.664,99</b>  |  |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

En el presupuesto de costos del proyecto senderismo se describen las actividades, tareas, un costo individual y total como se describe a continuación:

- En insumos y materiales se tiene un costo total de USD 14.96,9
- Mano de obra con un costo total de USD 15.180,04.
- Equipo o Servicio con un costo total de USD 43.020.

El costo total del proyecto por un año tiene un valor de USD 67.664,99 el 3 año se comienza con USD 3200.00 , en el 4 año con USD 42.529,99 y el 5 año con USD 21.935 los mismos que se detallan en el siguiente cuadro.

**Tabla 39. Presupuesto proyectado de gastos proyecto senderismo**

| DETALLE   | AÑO 1       | AÑO 2       | AÑO 3           | AÑO 4            | AÑO 5            |
|---|-------------|-------------|-----------------|------------------|------------------|
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                   | <b>0,00</b> | <b>0,00</b> | <b>3.200,00</b> | <b>19.189,99</b> | <b>26.179,41</b> |
| Encargado del Proyecto                          | 0,00        | 0,00        | 0,00            | 7.257,84         | 7.737,84         |
| Contador General                                | -           | -           | -               | 3.922,20         | 8.236,62         |
| Topografo                                       | -           | -           | 3.200,00        | -                | -                |
| Capacitador Mantenimiento Senderos              | -           | -           | -               | -                | 800,00           |
| Pago por servicios básicos                      | -           | -           | -               | 7.968,00         | 7.968,00         |
| Suministros y materiales                        | -           | -           | -               | 7,75             | 7,75             |
| Materiales y utiles de oficina                  | -           | -           | -               | -                | 1.250,00         |
| Materiales y utiles de aseo y limpieza          | -           | -           | -               | 34,20            | 34,20            |
| Alimentación y refrigerio                       | -           | -           | -               | -                | 125,00           |
| Otros servicios                                 | -           | -           | -               | -                | 20,00            |
| <b>GASTOS DE PRODUCCION- VENTA</b>              | <b>-</b>    | <b>-</b>    | <b>-</b>        | <b>23.340,00</b> | <b>24.392,00</b> |
| Materiales e Insumos                            | -           | -           | -               | 80,00            | -                |
| Equipo o Servicios                              | -           | -           | -               | 23.260,00        | 19.740,00        |
| Mantenimiento y reparación(20% de Herramientas) | -           | -           | -               | -                | 4.652,00         |
| <b>GASTOS DE REPRESENTACION</b>                 | <b>-</b>    | <b>-</b>    | <b>-</b>        | <b>-</b>         | <b>2.334,00</b>  |
| Gastos de representación ( 10% Gastos de venta) | -           | -           | -               | -                | 2.334,00         |
| <b>TOTAL PROYECTO</b>                           | <b>-</b>    | <b>-</b>    | <b>3.200,00</b> | <b>42.529,99</b> | <b>52.905,41</b> |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

El proyecto de senderismo presenta los siguientes:

- En los gastos administrativos tenemos la contratación de un encargado de la administración del proyecto, contador general mismos que tendrán un incremento salarial del 5% a partir de año 5, la contratación de un topógrafo en el año 3 que realizará el levantamiento de la información, y un capacitador para el mantenimiento de senderos a partir del 5 año, pago por servicios básico es un costo fijo por lo cual no tiene un incremento anual, los suministros y materiales es la papelería y anillado, materiales y útiles de oficina tendrá un rubro por la capacitación del mantenimiento de los senderos, materiales y útiles de aseo es un valor fijo por el año 4 y 5, la

alimentación y refrigerio es a partir del 5 año para las capacitaciones La cuenta Otros servicios es un costo fijo el mismo no tendrá incremento anual y corresponde a la limpieza del auditorio por capacitaciones.

- Gastos de producción – venta, ese describen las siguientes cuentas: Materiales e insumos que es un costo fijo y se aplicará en el año 4.
- La cuenta equipos o servicios tendrá un costo en el año 4 por un valor de USD 23.260,00 por la construcción de 2 senderos a la cascada de San Francisco y el sendero al Bosque tropical y adquisición de un equipo de cómputo y en el año 5 por la construcción de los senderos al Río Topo y Río Zuñag mismo.
- La cuenta mantenimiento y reparación tendrá un porcentaje fijo del 20% de los equipos y servicios adquiridas en los años 4.
- Gasto de representación, en este gasto se detalla los valores de movilización, gastos legales, entre otros.

#### 4.3.6. Proyecto agronegocios y artesanías

La finalidad es crear estaciones de negocio donde la población venda sus productos directamente al turista, además ofrecer artesanías realizadas de productos propios de la parroquia.

Implementar en la parroquia de Río Negro la creación de artesanías ecológicas utilizando como materia prima los residuos de las cascadas de la mandarina y así generar fuentes de empleo e ingresos.

Los beneficiarios serán los habitantes de la parroquia que elaboran las artesanías, debido a que, los resultados orientarán estrategias de capacitación, mejoramiento de la calidad de los productos, incremento del volumen de venta, y mejores precios en la comercialización.

También serán beneficiarios los turistas que adquieran las artesanías, debido al mejoramiento de la calidad del producto, empaque y envases.

Es por ello que se ha propuesto actividades que deberá realizar la Junta Parroquial para la implementación del proyecto de agronegocios y artesanías

- a)** Definir un equipo de trabajo con los habitantes para la capacitación de las artesanías.
- Elaboración de volantes para la entrega la parroquia.
  - Contratar una persona para el volanteo.
  - Inscripción de las personas interesadas en los talleres de manualidades.
  - Identificar equipos de trabajo para cada producto liderado con un representante y así proveer a los habitantes la importancia de generar otra fuente ingresos.
- b)** Seleccionar la materia prima para trabajar en la creación de artesanías.
- Realizar un listado de los materiales requeridos para la elaboración de las velas.
  - Realizar un listado de los materiales requeridos para la elaboración de la bisutería.
  - Realizar un listado de los materiales requeridos para la elaboración de los adornos.
- c)** Capacitación a los habitantes inscritos en los cursos de artesanías.
- Adecuar un sitio para las horas de capacitación de los habitantes.
  - Contratar profesor de manualidades que dicten el taller de la creación de los agronegocios y artesanía.
  - Adquirir una computadora.
  - Realizar un cronograma de capacitación.
  - Preparar material para entregar los días de capacitación.
- d)** Definir puntos de venta para las artesanías y agro negocios.
- Coordinar con los representantes de la junta parroquial para definir tres puntos. estratégicos de ubicación de los kioscos para la venta de los productos.

- Realizar la solicitud al Municipio del Cantón Baños para la colocación de tres puntos de venta que servirán tanto para la venta de artesanías como para la venta de los productos.
- Contratar una persona para atender en el punto de venta.

Para poder entender los productos a realizarse en la parroquia a continuación se detallan los procesos de cada uno en donde se puede apreciar que serán fáciles, creativos y económicos de realizarse.

#### 4.3.6.1. Elaboración de velas aromáticas

Una forma muy práctica de reciclar las cascaras de mandarina es hacer unas velas aromáticas. En el proceso se tiene un mínimo de cuidado.

##### Materiales

- Mandarinas.
- Cera o parafina refinada.
- Mechas de vela.
- Cuchillo.
- Cuchara grande.
- Olla para derretir la cera.
- Palitos de brochetas.

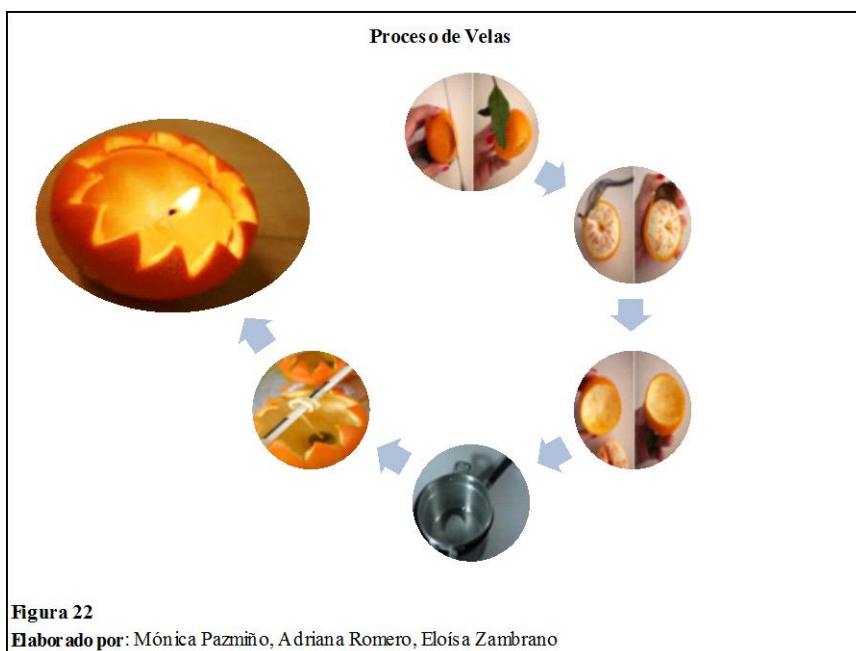
##### Procedimiento

- a) Lo primero que tendremos que hacer es colocar la mandarina en una superficie plana y realizar un corte muy ligero y delgado a la cáscara.
- b) Tenemos que cortar y separar la cáscara de la pulpa de la mandarina con la ayuda de una cuchara, de tal forma que la cascara no se rompa por ningún sitio.
- c) Secar la fruta y guardarla para un posterior uso. Tomar la cáscara y tener mucho cuidado de no romperla.



- d) Derretir la parafina en una olla a baño maría, nos ayudamos de una espátula para ir removiendo. Calentar la cera hasta que se derrita. Lo más recomendable es derretirla a baño María y removerla.
- e) Para fijar el mecha en el centro de la vela, se debe atar un extremo del la mecha en el palito, debe estar en el centro, es decir, el cordoncito que quemaremos para encender la vela.
- f) Una vez conseguido esto, llenamos nuestras velas recicladas con la parafina y dejamos reposar.

Esta es una idea que les ayudará a decorar y aromatizar el ambiente y sin muchos recursos.



#### 4.3.6.2. Proceso de la bisutería

La bisutería natural utiliza elementos orgánicos para su realización, siendo la cáscara de la mandarina un material flexible, manejable, amistoso y que endurece muy bien, puede teñirse y es el resultado de los deshechos de una fruta rica en vitaminas, sabrosa y nutritiva todas las ventajas para un material novedoso y económico.

El aroma natural de la bisutería realizada con cáscaras de mandarina es único y un motivo más para realizar y vender bisutería natural.

**Materiales**

- Cascara de mandarina

- Tijeras
- Anilinas
- Pasadores
- Argollas
- Hilo
- Agujas
- Moldes de metal
- Barniz
- Cucharas

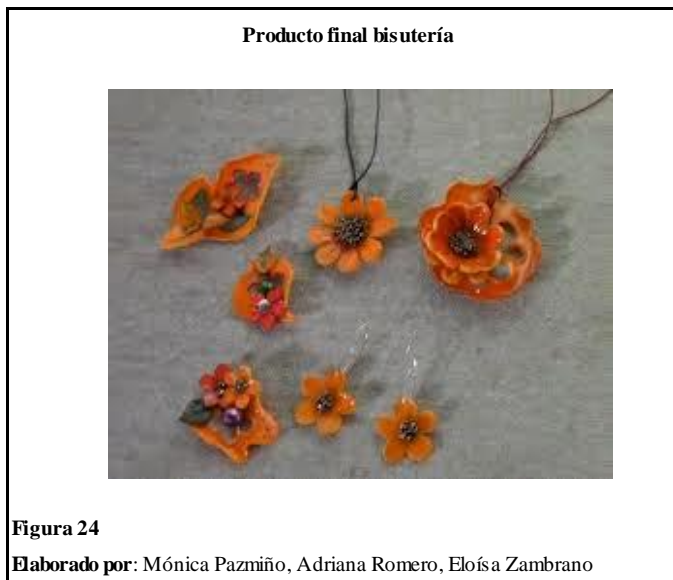
#### Procedimiento

- a) Cortar las mandarinas en la mitad.
- b) Despojar a las mandarinas de su pulpa con una cuchara.
- c) Cortar con tijeras comunes en espiral logrando un largo considerable.
- d) Realizar las rosas enrollando el espiral.
- e) Con los sobrantes realizar royos.
- f) Cortar también pétalos y hojas con los trozos más pequeños de cáscara.
- g) Asegurar cada rollo con hilo de algodón y aguja gruesa, anudándolos bien por detrás.
- h) Dejar secar colgando.
- i) Teñir con anilinas comestibles para tartas diluidas en agua.
- j) Volver a secar.



Con cáscaras de mandarina también se pueden hacer los alhajeros para vender junto a las piezas de bisutería, o cajitas para otros fines, también realizadas a partir de las mandarinas cortadas al medio.

Hacer unas rosas con cascara de mandarina para usarlas en bisutería o también en la decoración. Solo es necesario mitades de cascara de mandarina, una aguja con hilo, colorante alimentario y barniz para darle un acabado más profesional. El barniz se lo damos cuando la cáscara este ya bien seca.



#### 4.3.6.3. Proceso de adornos para el hogar

Para realizar el árbol decorativo con cáscaras mandarina se necesitan los siguientes materiales.

##### Materiales

- Una maceta pequeña de terracota
- Cáscaras secas de mandarinas
- Esferas de espuma flex tamaño 20 aprox.
- Ramas
- Cordel
- Silicona y pistola
- Pegamento
- Aserrín
- Sillete

- Barniz

#### Procedimiento

El proceso para secar las cáscaras no es difícil, pero lleva tiempo. Se deben cortar la mandarina en tajadas, quitarle la pulpa y ponerlos al horno a fuego muy bajo, unas 2 horas, revisando continuamente (cada 10 o 15 minutos). Para hacer un árbol de este tamaño necesitan 10 mandarinas.

- a) Colocar la esfera de espuma flex dentro de la maceta y recortarla al raíz de la maceta.
- b) Luego cortar 3 ramas de la misma medida y diferente grosor atarlas juntas.
- c) Hacer un agujero en la espuma flex, insertar las ramas y poner un poco de pegamento.
- d) Pegar la espuma flex en la maceta y dejar que se seque 24 horas (el tiempo justo para pelar, secar y hacer los pétalos con las mandarinas).
- e) Cortar las frutas y sacar la pulpa. El secreto aquí es que los extremos queden en punta, para que se puedan pinchar fácilmente en la esfera de espuma flex.
- f) Secar las cáscaras de mandarina en el horno a fuego lento, unas sobre otras.
- g) Se debe girar las cáscaras cada cierto tiempo e ir sacando del horno las que van quedando duras, crujientes hasta secar todas las cáscaras.
- h) Pinchar las cáscaras con forma de pétalo a la esfera, mantener cuidado de no hacer demasiada fuerza y que no se rompan las ramas o se desprenda la base.
- i) Las puntas de las cáscaras quedan duras, esto hace que sea fácil la instalación de las cáscaras en la espuma flex, para asegurar las cáscaras se debe poner un poco de pegamento antes de pincharlas.
- j) Continuar hasta forrar toda la esfera de espuma flex.
- k) Cuando no queda lugar de donde apoyarse para hacer presión, lo mejor es hacer unos agujeritos sobre la espuma flex con la punta de las tijeras y allí colocar las cáscaras con un poco de pegamento.
- l) Por último, poner musgo seco para cubrir la espuma flex de la maceta. Lo mejor es dejar que se sequen totalmente las cáscaras de mandarina unos cuantos días y luego aplicarle un barniz en spray. (Mujer las Manualidades, 2014)

Proceso decoración árbol



Figura 25

Elaborado por: Mónica Pazniño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

**Tabla 40** Presupuesto de costos proyecto agronegocios y artesanías

| ACTIVIDAD   | N° | CONCEPTO  | INSUMOS O MATERIALES |                  |                    |          | MANO DE OBRA |                  |                    |          | HERRAMIENTAS     |                  |                    |          | EQUIPO O SERVICIO |                  |                    |           | TOTAL POR ACTIVIDAD |  |
|---|----|---|----------------------|------------------|--------------------|----------|--------------|------------------|--------------------|----------|------------------|------------------|--------------------|----------|-------------------|------------------|--------------------|-----------|---------------------|--|
|   |    |   | Cantidad             | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad     | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad         | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal | Cantidad          | Unidad de medida | Costo por material | Subtotal  |                     |  |
|   |    | <b>Proyecto Serenismo</b>   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    |           |                     |  |
|   |    | <b>Proyecto Agronegocios y Artesanías</b>   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    |           |                     |  |
| Definir un equipo de trabajo con los habitantes para la capacitación de los artesanos | 1  |   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    |           |                     |  |
|   |    | Elaboración de volantes   | 1000                 | Flyers           | 0,80               | 800,00   |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    | 800,00    |                     |  |
|   |    | Personal para volanteo  |                      |                  |                    | 1        | semana       | 79,50            | 79,50              |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    | 79,50     |                     |  |
|   | a  | Compra de materiales requeridos para la elaboración de las velas.   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    |           |                     |  |
|   |    | Mandammas   | 150                  | Unidades         | 0,1                | 15,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 15,00              |           |                     |  |
|   |    | Pieza de Parafina   | 150                  | Unidades         | 1,5                | 225,00   |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 225,00             |           |                     |  |
|   |    | Mechas de Vela  | 12                   | Unidades         | 5                  | 60,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 60,00              |           |                     |  |
|   |    | Juego de Cuchillo   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 6        | Docena           | 25               | 150,00             |          |                   |                  |                    | 150,00    |                     |  |
|   |    | Juego de Cuchanos   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 12       | Docena           | 15               | 180,00             |          |                   |                  |                    | 180,00    |                     |  |
|   |    | Clas. pequeñas de Aluminio  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 24       | Unidades         | 10               | 240,00             |          |                   |                  |                    | 240,00    |                     |  |
|   |    | Palos de brochetas  | 6                    | Paquete          | 3                  | 18,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 18,00              |           |                     |  |
|   | b  | Comprar los materiales requeridos para la elaboración de la bisutería.  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    |           |                     |  |
|   |    | Mandammas   | 300                  | Unidades         | 0,10               | 30,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 30,00              |           |                     |  |
|   |    | Flejes  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 150      | Unidades         | 1,00             | 150,00             |          |                   |                  |                    | 150,00    |                     |  |
|   |    | Sobres de Anilinas  | 150                  | Unidades         | 0,15               | 22,50    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 22,50              |           |                     |  |
|   |    | Pasadores/cuerdas   | 150                  | Medios           | 1,00               | 150,00   |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 150,00             |           |                     |  |
|   |    | Agujas  | 12                   | Docena           | 2,50               | 30,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 30,00              |           |                     |  |
|   |    | Hilo  | 150                  | Unidades         | 0,40               | 60,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 60,00              |           |                     |  |
|   |    | Aguja   | 150                  | Unidades         | 0,05               | 7,50     |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 7,50               |           |                     |  |
|   |    | Moldes de Metal   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 150      | Unidades         | 15,00            | 2.250,00           |          |                   |                  |                    | 2.250,00  |                     |  |
|   |    | Barras  | 18                   | Unidades         | 5,00               | 90,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 90,00              |           |                     |  |
|   | c  | Realizar un listado de los materiales requeridos para la elaboración de las alfombras (arbol)                             |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    |           |                     |  |
|   |    | Mandammas   | 720                  | Unidades         | 0,1                | 72,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 72,00              |           |                     |  |
|   |    | Madera  | 150                  | Unidades         | 3                  | 450,00   |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 450,00             |           |                     |  |
|   |    | Silente   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 150      | Unidades         | 0,7              | 105,00             |          |                   |                  |                    | 105,00    |                     |  |
|   |    | Esférica de espuma Flex 20cm  | 300                  | Unidades         | 0,4                | 120,00   |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 120,00             |           |                     |  |
|   |    | Cuerdas   | 150                  | Medios           | 1                  | 150,00   |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 150,00             |           |                     |  |
|   |    | Barras  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    | 150      | Unidades          | 4                | 600,00             | 600,00    |                     |  |
|   |    | Pistola de silicona   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    | 600,00    |                     |  |
|   |    | Barras de Silicona  | 150                  | Unidades         | 0,15               | 22,50    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 22,50              |           |                     |  |
|   |    | Pegamento   | 150                  | Unidades         | 0,5                | 75,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 75,00              |           |                     |  |
|   |    | Letra Avenim  | 30                   | Libros           | 1                  | 30,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 30,00              |           |                     |  |
|   |    | Barras  | 18                   | Unidades         | 5                  | 90,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 90,00              |           |                     |  |
|   |    | Charoles  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    | 24       | Unidades          | 1                | 24,00              | 24,00     |                     |  |
|   |    | Cocina con Horno  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 1,00     | cocina con horno | 200,00           | 200,00             |          |                   |                  |                    | 200,00    |                     |  |
|   |    | Cilindro de gas   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 6        | bidón de gas     | 35,00            | 210,00             |          |                   |                  |                    | 210,00    |                     |  |
|   | 3  | Capacitación a los habitantes inscritos en los cursos de artesanías.  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    |           |                     |  |
|   |    | Utilizar un auditorio para las horas de capacitación de los habitantes.   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    | 6        | Auditorio         | 20,00            | 120,00             | 120,00    |                     |  |
|   |    | Clon  | 12,00                | unidades         | 2,50               | 30,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 30,00              |           |                     |  |
|   |    | Papel Higiénico   | 120,00               | unidades         | 4,50               | 540,00   |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 540,00             |           |                     |  |
|   |    | Escobas   | 12,00                | unidades         | 5,00               | 60,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 60,00              |           |                     |  |
|   |    | Esponjas  | 12,00                | unidades         | 4,00               | 48,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 48,00              |           |                     |  |
|   |    | Contratación profesores de manualidades   |                      |                  |                    |          | 6            | Mensual          | 500,00             | 3.000,00 |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    | 3.000,00  |                     |  |
|   |    | Preparar material para entregar los días de capacitación  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    |           |                     |  |
|   |    | Computador  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    | 1,00     | Unidad            | 1.000,00         | 1.000,00           | 1.000,00  |                     |  |
|   |    | Resma   | 6                    | Unidades         | 4,5                | 27,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 27,00              |           |                     |  |
|   |    | Esferos   | 150                  | Unidades         | 0,30               | 45,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 45,00              |           |                     |  |
|   |    | Cintales  | 30                   | Unidades         | 0,40               | 12,00    |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 12,00              |           |                     |  |
|   |    | Coffee Break  | 150                  | Coffee Break     | 3,50               | 525,00   |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  | 525,00             |           |                     |  |
|   |    | Mesas plásticas   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    | 48       | Unidades          | 20,00            | 960,00             | 960,00    |                     |  |
|   |    | Paseo de Servicios Básicos  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    | 720,00    |                     |  |
|   | 4  | Compra de 3 casetas   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    | 3,00     | Caseta           | 250,00           | 750,00             |          |                   |                  |                    | 750,00    |                     |  |
|   |    | Coordinar con los representantes de la Junta Puroquial para definir tres puntos, estratégicos de ubicación de los kioscos |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    |           |                     |  |
|   |    | Representante de la Junta Puroquial encargada del proyecto  |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    |           |                     |  |
|   |    | <b>TOTAL AGRONEGOCIOS Y ARTESANIAS</b>  |                      |                  |                    | 3.331,70 |              |                  |                    |          |                  | 3.079,50         |                    |          |                   |                  |                    | 3.825,00  |                     |  |
|   |    |   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    | 2.939,00  |                     |  |
|   |    |   |                      |                  |                    |          |              |                  |                    |          |                  |                  |                    |          |                   |                  |                    | 11.895,20 |                     |  |

Elaboración: Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

En el presupuesto de costos del Proyecto de comercialización se describen las actividades, tareas, un costo individual y total como se describe a continuación:

- En insumos y materiales se tiene un costo total de USD 3.331,70.
- Mano de obra con un costo total de USD 10.194,40.
- Herramientas con un costo total USD 3.075,00.
- Equipo o servicio con un costo total de USD 3.689,00.

El costo total del proyecto por un año tiene un valor de USD 21.010,30.

**Tabla 41.** Presupuesto proyectado de gastos proyecto agronegocios y artesanías

| DETALLE   | AÑO 1 | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5 |
|---|-------|------------------|------------------|------------------|-------|
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>                         | -     | <b>13.566,30</b> | <b>11.558,36</b> | <b>10.632,90</b> | -     |
| Contador General                                      |       | 7.115,10         | 4.980,57         | 3.922,20         | -     |
| Persona encargada del Volanteo                        |       | 79,50            | 79,50            | 79,50            |       |
| Capacitador de Manualidades                           |       | 3.000,00         | 3.000,00         | 3.000,00         |       |
| Pago por servicios básicos                            |       | 720,00           | 720,00           | 720,00           |       |
| Suministros y Materiales                              |       | 1.717,50         | 1.803,38         | 1.893,54         |       |
| Materiales y Útiles de Oficina                        |       | 84,00            | 88,20            | 92,61            |       |
| Materiales y Útiles de aseo y limpieza                |       | 205,20           | 215,46           | 226,23           |       |
| Alimentación y refrigerio                             |       | 525,00           | 551,25           | 578,81           |       |
| Otros servicios                                       |       | 120,00           | 120,00           | 120,00           |       |
| <b>GASTOS DE PRODUCCION- VENTA</b>                    | -     | <b>7.444,00</b>  | <b>4.238,75</b>  | <b>4.403,19</b>  | -     |
| Materiales e Insumos                                  |       | -                | 60,00            | 63,00            |       |
| Herramientas  |       | 3.075,00         | 3.228,75         | 3.390,19         |       |
| Equipo o Servicios                                    |       | 3.569,00         |                  |                  |       |
| Mantenimiento y reparación( 20% de equipo o servicio) |       | -                | 150,00           | 150,00           |       |
| Publicidad  |       | 800,00           | 800,00           | 800,00           |       |
| <b>GASTOS DE REPRESENTACION</b>                       |       | -                | <b>744,40</b>    | <b>423,88</b>    | -     |
| Gastos de representación ( 10% Gastos de venta)       |       | -                | 744,40           | 423,88           |       |
| <b>TOTAL</b>  | -     | <b>21.010,30</b> | <b>16.541,51</b> | <b>15.459,96</b> | -     |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Se agrupo a los costos de cada tarea e cuentas contables y tipo de tres tipos de gastos, administrativo, producción y ventas y gastos de representación los cuales se detallan los siguientes rubros:

- En los gastos administrativos tenemos la contratación de un encargado para la entrega de volantes, contador general mismos que tendrán un incremento salarial del 5% a partir de año 3, el pago por servicios básico es un costo fijo por lo cual no tiene un incremento anual, los suministros y materiales, materiales y útiles de oficina, materiales y útiles de aseo y alimentación y refrigerio tendrán un incremento del 5% en sus costos a partir del años 3.

- La cuenta otros servicios es un costo fijo el mismo no tendrá incremento anual y corresponde a la limpieza del auditorio por capacitaciones.
- Gastos de producción – venta, en tipo de cuenta se describe aquellos gastos que están relacionados directamente con el proyecto como son: Herramientas la cual tiene una renovación en los años 3 y 4 con un porcentaje del incremento del 5% respectivamente.
- La cuenta equipos o servicios tendrá un costo en el año 3 por adquisición de un equipo de cómputo, cocina con horno, cilindro de gas entre otros.
- La cuenta mantenimiento y reparación tendrá un porcentaje fijo del 20% en el año 3 y 4 por la compra de la caseta
- Lo referente a publicidad tiene un costo anual y fijo.
- Gasto de representación, en este gasto se detalla los valores de movilización, gastos legales, entre otros.

**Tabla 42 Presupuesto proyectado de ingresos proyecto agronegocios y artesanías**

| AÑO | DEMANDA INSATISFECHA | DEMANDA EFECTIVA | ARTESANIAS VELA | TOTAL INGRESOS | JUEGO DE BISUTERIA | INGRESOS | ADORNOS PARA HOGAR | TOTAL INGRESOS |
|-----|----------------------|------------------|-----------------|----------------|--------------------|----------|--------------------|----------------|
|     |                      | 30%              | 20%             |                | 15%                |          | 30%                |                |
| 0   | -                    | -                |                 |                |                    |          |                    |                |
| 1   | 33.298               | 9.989            | 0               | -              | 0                  | -        | 0                  | -              |
| 2   | 38.390               | 11.517           | 2303            | 9213,48        | 1728               | 13992,98 | 3455               | 41.460,68      |
| 3   | 43.760               | 13.128           | 2626            | 10502,37       | 1969               | 15950,48 | 3938               | 47.260,68      |
| 4   | 49.422               | 14.827           | 2965            | 11861,23       | 2224               | 18014,24 | 4448               | 53.375,52      |
| 5   | 55.388               | 16.617           | 3323            | 13293,21       | 2492               | 20189,06 | 4985               | 59.819,43      |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

En el proyecto de agronegocios y artesanías se ha tomado para la proyección de ingresos un 20% para la venta de velas, 15% juego de bisutería y 30% adornos para el hogar, esto tomado del total de la demanda efectiva.

En el siguiente cuadro se muestra el detalle de precios de las tres artesanías que se venderán en la parroquia de Río Negro:



**Tabla 43 Cuadros de precios**

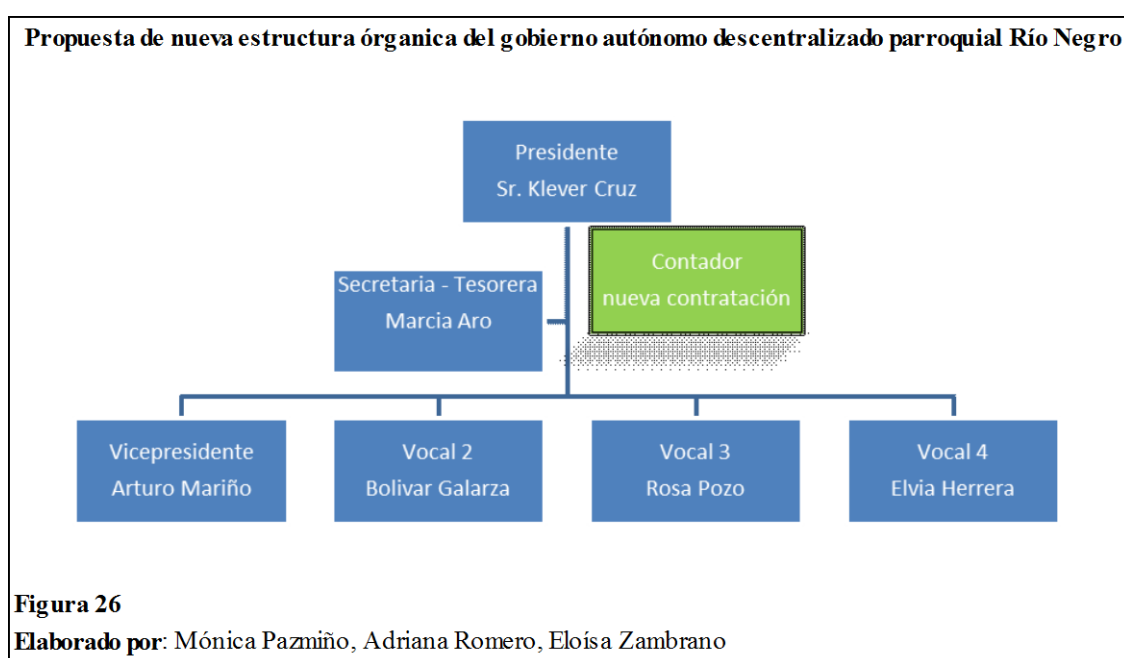
| ARTESANIAS VELA    | USD         | JUEGO DE BISUTERIA | USD         | ADORNOS PARA HOGAR | USD          |
|--------------------|-------------|--------------------|-------------|--------------------|--------------|
| Costos de material | 3,50        | Costos de material | 5,35        | Costos de material | 8,00         |
| Utilidad           | 0,50        | Utilidad           | 2,75        | Utilidad           | 4,00         |
| <b>PRECIO</b>      | <b>4,00</b> | <b>PRECIO</b>      | <b>8,10</b> | <b>PRECIO</b>      | <b>12,00</b> |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

#### 4.4. Operaciones y administración

##### 4.4.1. Situación actual

El proyecto debe ser administrado por la Junta Parroquial la cual estaría conformada de la siguiente manera:



En la Parroquia de Río Negro se tiene una estructura como muestra el gráfico, se propone la contratación de un contador mismo que llevará un control ordenado de los costos, gastos e ingresos que se tendrán en la Parroquia.

#### 4.5. Estudio financiero

##### 4.5.1. Inversión

Todo el proyecto se financiará con fondos de la Junta Parroquial, al ser un Gobierno Autónomo Descentralizado el Estado le asigna a la partida presupuestaria por cada año de acuerdo a la información obtenida en nuestra visita a la Junta Parroquial el Vicepresidente el Sr. Arturo Mariño indicó que el estimado que tienen cada año es de \$75.000, estos fondos son reportados a la Secretaría de Planificación y Desarrollo y

observando en la información encontrada en la página de la Secretaría podemos ver que el promedio del valor que contiene la partida presupuestaría corresponde a los \$73.000 anuales.

#### 4.5.2. Mano de obra directa

A continuación se detalla el rol de pago de los recursos que trabajaran en forma directa en cada uno de los proyectos siendo estos la mano de obra directa y cumpliendo con los beneficios rige la ley del trabajador.

**Tabla 44. Rol de pagos proyectado**

| Proyecto                           | No | Personas                                    | AÑO 1            | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4            | AÑO 5            |
|------------------------------------|----|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Proyecto Agricultura Orgánica      | 1  | Engargado de proyecto                       | 7.257,84         | 7.737,84         | 8.124,73         | 8.530,97         | 8.957,52         |
|                                    |    | Encargada del Punto de Información          | 4.915,64         | 5.233,64         | 5.495,33         | 5.770,09         | 6.058,60         |
| Proyecto Señalética y Señalización | 1  | Engargado de proyecto                       | 0                | 0                | 7.257,84         | 7.737,84         | 0,00             |
|                                    |    | Engargado de proyecto                       |                  |                  |                  | 7.257,84         | 7.737,84         |
| Proyecto Senderismo                | 1  | Contrador Geneneral para todos los poyectos | 13.330,20        | 14.230,20        | 14.941,71        | 15.688,80        | 16.473,24        |
| <b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>  |    |   | <b>25.503,68</b> | <b>27.201,68</b> | <b>35.819,61</b> | <b>44.985,54</b> | <b>39.227,19</b> |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

#### 4.5.3. Mano de obra indirecta

A continuación se detallan las contrataciones que se realizara, las mismas que no se están involucradas directamente en los proyectos, pero que servirán como base para el estudio, levantamiento de información y capacitaciones.

**Tabla 45. Rol de pagos proyectado**

| Proyecto                            | No | Personas                           | AÑO 1           | AÑO 2           | AÑO 3            | AÑO 4           | AÑO 5         |
|-------------------------------------|----|------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|---------------|
| Proyecto Agricultura Orgánica       | 1  | Ing. Agrónomo                      | 3.939,48        | 3.939,48        | 3.939,48         | 0,00            | 0,00          |
|                                     |    | Honorarios (Jurado)                | 150,00          | 0,00            | 0,00             | 0,00            | 0,00          |
| Proyecto Senderismo                 | 1  | Topografo                          | 0,00            | 0,00            | 3.200,00         | 0,00            | 0,00          |
|                                     |    | Capacitador Mantenimiento Senderos | 0,00            | 0,00            | 0,00             | 0,00            | 800,00        |
| Proyecto Agronegocios               | 1  | Capacitador (Manualidades)         | 0,00            | 3.000,00        | 3.000,00         | 3.000,00        | 0,00          |
|                                     |    | Entrega volanteo                   | 0,00            | 79,50           | 79,50            | 79,50           | 0,00          |
| <b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b> |    |                                    | <b>4.089,48</b> | <b>7.018,98</b> | <b>10.218,98</b> | <b>3.079,50</b> | <b>800,00</b> |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

#### 4.5.4. Depreciaciones

Todos los activos tangibles se depreciaran debido al uso, en el caso de las construcciones ésté gana incremento por su ubicación y mejoras del mismo. Cada activo tiene una vida útil diferente.

A continuación se detalla los activos que se depreciaran según su vida útil.

**Tabla 46. Depreciación de activos**

| CONCEPTO                         | VALOR            | VIDA UTIL | AÑO 1         | AÑO 2         | AÑO 3           | AÑO 4           | AÑO 5           | VALOR RESIDUAL   |
|----------------------------------|------------------|-----------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Construcción (Proyecto 5)        | 23.340,00        | 10        | -             | -             | -               | 2.334,00        | 2.334,00        | 18.672,00        |
| Construcción (Proyecto 5)        | 19.740,00        | 10        | -             | -             | -               | -               | 1.974,00        | 17.766,00        |
| <b>TOTAL DEPRECIACION</b>        | <b>23.340,00</b> |           | -             | -             | -               | <b>2.334,00</b> | <b>2.334,00</b> | <b>18.672,00</b> |
| <b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>     |                  |           |               |               |                 |                 |                 |                  |
| Computadora Proyecto 1           | 1.000,00         | 3         | 333,33        | 333,33        | 333,33          |                 | -               | -                |
| Computadora Proyecto 1           | 1.000,00         | 3         |               |               |                 | 333,33          | 333,33          | 333,33           |
| Computadora Proyecto 4           | 1.000,00         | 3         |               | -             | 333,33          | 333,33          | 333,33          | -                |
| Computadora Proyecto 5           | 1.000,00         | 3         |               |               |                 | 333,33          | 333,33          | 333,33           |
| Computadora Proyecto 6           | 1.000,00         | 3         | -             | 333,33        | 333,33          | 333,33          |                 | -                |
| <b>Total</b>                     | <b>2.000,00</b>  |           | <b>333,33</b> | <b>666,67</b> | <b>1.000,00</b> | <b>1.333,33</b> | <b>1.000,00</b> | <b>666,67</b>    |
| <b>EQUIPO</b>                    |                  |           |               |               |                 |                 |                 |                  |
| 1 Caseta (Poyecto 2)             | 250,00           | 10        | 25,00         | 25,00         | 25,00           | 25,00           | 25,00           | 125,00           |
| 3 Caseta ( Poyecto 6)            | 750,00           | 10        | -             | -             | 75,00           | 75,00           | 75,00           | 525,00           |
| 1 Cocina con horno ( Proyecto 6) | -                | 10        | -             | -             | -               | -               | -               | -                |
| <b>Total</b>                     | <b>1.000,00</b>  |           | <b>25,00</b>  | <b>25,00</b>  | <b>100,00</b>   | <b>100,00</b>   | <b>100,00</b>   | <b>650,00</b>    |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

#### 4.5.5. Flujo de caja

El flujo de caja nos permite visualizar los proyectos generan ingresos suficientes para el desarrollo de los mismo.

**Tabla 47 Flujo de caja proyectado**

| GASTOS                             |                    |                  |                  |                   |                  |
|------------------------------------|--------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|
| DETALLE                            | AÑO 1              | AÑO 2            | AÑO 3            | AÑO 4             | AÑO 5            |
| Proyecto de Agricultura Orgánica   | 23.456,97          | 21.830,98        | 24.606,28        | 15.583,40         | 26.071,93        |
| Proyecto de Comercialización       | 13.840,39          | 6.841,70         | 7.182,73         | 7.354,98          | 7.746,87         |
| Proyecto Gastronómico              | 8.072,65           | -                | -                | -                 | -                |
| Proyecto señalización y Señalética | -                  | -                | 36.881,36        | 18.824,39         | 448,00           |
| Proyecto Senderismo                | -                  | -                | 3.200,00         | 42.529,99         | 52.905,41        |
| Proyecto Agronegocios y Artenias   | -                  | 21.010,30        | 17.875,77        | 16.816,40         | -                |
| <b>Total Inversión</b>             | <b>45.370,01</b>   | <b>49.682,98</b> | <b>89.746,14</b> | <b>101.109,16</b> | <b>87.172,21</b> |
| INGRESOS                           |                    |                  |                  |                   |                  |
| Proyecto de Agricultura Orgánica   | -                  | 8.789,96         | 9.889,34         | 11.047,66         | 12.267,56        |
| Proyecto de Comercialización       | -                  | -                | -                | -                 | -                |
| Proyecto Gastronómico              | -                  | -                | -                | -                 | -                |
| Proyecto señalización y Señalética | -                  | -                | -                | -                 | -                |
| Proyecto Senderismo                | -                  | -                | -                | -                 | -                |
| Proyecto Agronegocios y Artenias   | -                  | 75.931,73        | 85.428,71        | 95.434,76         | 105.972,83       |
| Total Ingresos                     | -                  | 84.721,70        | 95.318,05        | 106.482,42        | 118.240,39       |
| <b>Flujo de caja</b>               | <b>(45.370,01)</b> | <b>35.038,71</b> | <b>5.571,91</b>  | <b>5.373,26</b>   | <b>31.068,18</b> |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

#### 4.5.6. Valor actual neto (VAN)

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de ingresos y gastos generados durante el periodo de vida útil del proyecto y compararlos con la inversión inicial.

El VAN de un proyecto de inversión es el valor medido en dinero de hoy, es decir, es el equivalente en dólares actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto.

$$VAN = -II + \sum_{T=1}^n \frac{Ft}{(1+i)^n}$$

$$VAN_{oo} = - \text{Inv. Inic.} + \frac{\text{Flujo de Fondos año 1}}{(1+\text{tasa de dscto})^{\text{año } 1}} + \frac{\text{Flujo de Fondos año 2}}{(1+\text{tasa de dscto})^{\text{año } 2}} + \dots + \frac{\text{Flujo de Fondos año n}}{(1+\text{tasa de dscto})^{\text{año } n}}$$

Para el cálculo del Flujo actual de fondos se realiza el cálculo de la siguiente manera:

$$VP = \frac{\text{FLUJO DE FONDOS NETO}}{(1+P)^N}$$

Dónde P es la tasa mínima de retorno (12%) y n son los años de proyección.

**Tabla 48 Calculo valor actual neto**

| AÑO                    | 1           | 2         | 3        | 4        | 5         | VAN              |
|------------------------|-------------|-----------|----------|----------|-----------|------------------|
| FLUJO DE FONDOS NETO   | (45.370,01) | 35.038,71 | 5.571,91 | 5.373,26 | 31.068,18 |                  |
| FACTOR DE DESCUENTO    |             | 1,1200    | 1,2544   | 1,4049   | 1,5735    |                  |
| FLUJO DE FONDOS ACTUAL | (45.370,01) | 31.284,56 | 4.441,90 | 3.824,58 | 19.744,39 | <b>13.925,42</b> |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

El VAN del Proyecto es \$ 13.925,42 lo que demuestra que es factible considerar la inversión ya que el valor es mayor a 0 lo cual hace atractivo al proyecto.

#### 4.5.7. Tasa interna de retorno

El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

Expresado de otra manera, se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada (MENESES, pág. 185).

La expresión general o fórmula de la tasa interna de retorno es:

$$TIR = \frac{FNC^1}{(1+r)^1} + \frac{FNC^2}{(1+r)^2} + \frac{FNC^n}{(1+r)^n} - I = 0$$

**Donde:**

**FNC** = Flujo Neto de Caja

**r** = Tasa Interna de Retorno

**I** = Inversión

**Tabla 49 Cálculo tasa interna de retorno**

| <b>DESCRIPCIÓN/PERIODO</b>            | <b>1</b>    | <b>2</b>  | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b>  |
|---------------------------------------|-------------|-----------|----------|----------|-----------|
| <b>VALOR ACTUAL DEL FLUJO DE CAJA</b> | (45.370,01) | 35.038,71 | 5.571,91 | 5.373,26 | 31.068,18 |
| TASA INTERNA DE RETORNO TIR           | 27%         |           |          |          |           |

**Elaboración:** Mónica Pazmiño, Adriana Romero, Eloísa Zambrano

Para el cálculo del TIR se consideró una tasa de retorno mínima del 12% y después del cálculo se obtiene 27 % siendo mayor que lo esperado lo cual determina que el proyecto es viable para invertir.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo principal de la tesis fue el de Proponer al Gobierno Autónomo de la parroquia de Río Negro, un diseño de un modelo de Desarrollo Turístico el cual se espera sirva para emprendimientos de proyectos en el ámbito mencionado.

Se plantearon seis propuestas de proyectos en base al análisis FODA, las mismas pueden ser utilizadas y servir como base de desarrollo de futuros emprendimientos, a continuación presentamos las conclusiones y recomendaciones encontradas en el desarrollo de esta tesis:

### Conclusiones

- La Universidad Politécnica Salesiana nos ha brindado la oportunidad para realiza un estudio en otra provincia con el fin de poder conocer y donde pudimos aportar con nuestros conocimientos.
- Al momento de realizar las diversas visitas en la parroquia de Río Negro, pudimos conocer la realidad de los habitantes de la misma, sus necesidades y mejoras que ellos solicitan a las autoridades.
- En las visitas a la parroquia de Río Negro se pudo observar que varios pobladores no tienen un total conocimiento de los atractivos naturales que posee la misma.
- El Gobierno Nacional mediante el Plan Nacional del Buen Vivir quiere impulsar el crecimiento del turismo, productividad, capacitación, entre otros desarrollando la pequeña y mediana industria.
- En la presente investigación se pudo observar que el Gobierno Nacional si realiza inversión en el sector turístico por medio del Plan de Desarrollo Turístico, pero se requiere que los representantes de cada zona o parroquia dispongan de proyectos desarrollados para acceder a esta inversión.
- El Gobierno Nacional apoyará el desarrollo de prácticas tecnológicas, ambiente limpio, sano, así como uso de energía renovable, siempre y cuando lo que se requiera implementar sea de bajo impacto en la naturaleza.

- La parroquia de Río Negro no cuenta con información de la historia, un registro de visitas turísticas, generando desinterés por parte de los inversionistas privados.
- La parroquia de Río Negro cuenta con varias debilidades como sus servicios básicos que deben ser mejorados para brindar una mejor hospitalidad al turista.
- La Junta Parroquial no busca inversión privada para mejorar a la Parroquia y atraer al turista.
- Los habitantes de la parroquia de Río Negro tiene conocimiento en actividades de agricultura y ganadería, pero no cuentan con apoyo gubernamental para recibir capacitación en esta área, ni en manualidades ó servicios turísticos.

#### Recomendaciones

Tomando como referencia la investigación efectuada y las conclusiones alcanzadas se puede recomendar lo siguiente:

- La Universidad Politécnica Salesiana siga promoviendo el estudio de proyectos sociales.
- Las autoridades de la parroquia de Río Negro deberá implementar los proyectos propuestos en el desarrollo de la presente tesis, en razón de que ayudaría a mejorar varios factores sociales y económicos, adicional servirá de base para la elaboración e implementación de nuevos proyectos.
- Los representantes de la parroquia de Río Negro deben promover la propaganda de sus atractivos turísticos empezando con sus pobladores porque la mejor publicidad es la que vienen desde el cliente interno.
- La parroquia de Río Negro necesita organizarse en asociaciones de pequeñas y medianas industrias para obtener el apoyo por parte de la Junta Parroquial en proyectos de inversión turística donde se promueva el turismo que generará nuevas fuentes de empleo y que contribuirá al desarrollo local.
- Realizar inversiones en infraestructura turística que mejoren el aspecto de la parroquia y atraigan más turistas con lo cual se genera ingresos económicos.



- Se recomienda capacitar anualmente a los habitantes de la parroquia de Río Negro, en temas de agricultura orgánica y manualidades que servirán para generar fuentes propias de empleo.
- La Junta Parroquia debe invertir en publicidad, para que los turistas conozcan de los atractivos naturales, su gastronomía, festividades y demás actividades que se puedan desarrollar en la parroquia.
- Recomendamos que la Junta Parroquial realice gestiones para que el Gobierno Nacional invierta en el alcantarillado, carreteras de acceso, servicios básicos, dispensarios médicos que servirán para mejorar la calidad de vida de los pobladores.
- Se recomienda que las autoridades de la parroquia realicen gestiones para facilitar la inversión privada de nuevos negocios, en especial de una farmacia que de importante para atender accidentes imprevistos.
- Los representantes de la parroquia de Río Negro realicen jornadas de capacitación en varios temas que los habitantes puedan motivarse para generar ingresos también en temas relacionados con la agricultura por que la mayor parte de los habitantes se dedican a esta actividad.

## LISTADO DE CITAS Y REFERENCIAS

(2014). Opción, pág. <http://www.nodo50.org/opcion/02/naranjilla.php>. Obtenido de <http://www.nodo50.org/opcion/02/naranjilla.php>

Acerenza, M. (1997). Administración de Turismo, Planificación y Dirección. Ecuador. Editorial Trillas.

Acerenza, M. Administración del turismo, 6ª edición, Trillas, México, 1999, pág. 49.

Análisis estratégico del entorno. (2014). Obtenido de Análisis estratégico del entorno: <http://www.slideshare.net/chemanuel05/analisis-estrategico-del-entorno>

Apuntes de preparación y evaluación de proyectos. (2010). Obtenido de Apuntes de preparación y evaluación de proyectos: <http://www.industriaynegocios.cl/Academicos/WilliamsOlave/cursos/Proyectos%20Inf%20Sem%20I%202012/01%20Apuntes%20%20PEP%20Informatica,%202012.pdf>

Bella, M. G. (2007). Introducción Al Turismo. En M. G. Bella, Introducción Al Turismo (págs. 36-40). MEXICO: Trillas.

Boletín Turístico. (2012). Obtenido de Boletín Turístico: <http://www.boletin-turistico.com/>

Boletín Turístico. (2013). Obtenido de [www.boletin-turistico.com](http://www.boletin-turistico.com)

Boletín Turístico. (2013). Obtenido de [www.boletin-turistico.com](http://www.boletin-turistico.com)

Ciencias Sociales, Topofilia, Vol. II Número 1, pág. 375 – 387, Xochimilco – México.

CRACYP Progreso verde. (2014). Obtenido de [www.agroturismoecuador.org/](http://www.agroturismoecuador.org/)

Enciclopedia de la Economía. (2012). Obtenido de <http://www.economia48.com/>

Fernández Peón, F. (2009). El turismo sostenible en el Medio Rural. Valencia: Prensa Valenciana.

Fernández, A. (2010), Turismo Religioso en Jalisco, Revista de Arquitectura, Urbanismo y

Gobierno Provincial de Tungurahua. (2012). Obtenido de Gobierno Provincial de Tungurahua: <http://www.tungurahua.gob.ec/>

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2014). Obtenido de <http://www.iica.int/Esp/Paginas/default.aspx>

Mankive, G. (1998). Principios de

Mantaner, J. (1997). Diccionario de Turismo. Editorial Diana.

Manual de Señalización Turísticas. (2013). Obtenido de Manual de Señalización Turísticas: <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.mte.4.2011.pdf>

Matriz Foda. (2011). Obtenido de Matriz Foda: <http://www.matrizfoda.com/>

Morles, V. (1994). Investigación. MÉXICO: Aldus.

Municipio de baños. (2014). Obtenido de <http://www.municipiobanos.gob.ec/banos/index.php/es/>

Progreso Verde - Desarrollo Sustentable y Reforestación. (2010). Obtenido de Progreso Verde - Desarrollo Sustentable y Reforestación: [www.agroturismoecuador.org/](http://www.agroturismoecuador.org/)

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural . (2013). Obtenido de [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)

Rivera, J. (2007) Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, T&L informe final PLANDETUR 2020 pág, 128.

SECTUR: Turismo Cultural. (2009). Obtenido de SECTUR: Turismo Cultural: [www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Turismo\\_Cultural\\_y\\_de\\_Salud](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud)

SECTUR: Turismo Cultural. (2009). Obtenido de SECTUR: Turismo Cultural: [www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Turismo\\_Cultural\\_y\\_de\\_Salud](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud)

Senplades. (2012). Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Publicado el 2 julio, 2011 Recuperado de <http://plan.senplades.gob.ec>

Turismo Católico . (2010). Obtenido de [www.relitour.com](http://www.relitour.com)

Turismo con Conciencia. (2013). Obtenido de <http://jorgepaguay.wordpress.com/2012/02/29/plandetur-2020/>

Turistas.us. (1999). Obtenido de [www.turistas.us/](http://www.turistas.us/)

Viajando X. (2014). Obtenido de Viajando X: <http://www.viajandox.com/>

## ANEXOS

### ANEXO N° 1

#### ENCUESTA FODA RÍO NEGRO

Género M:        F:

¿Qué edad tiene? \_\_\_\_\_

¿En que trabaja? \_\_\_\_\_

¿Cuáles son los sitios más bonitos de Río Negro y califique de 1 al 5 siendo 5 el que más le gusta y 1 el que menos le gusta.?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Cree usted que los lugares turísticos de la parroquia están en buen estado? SÍ \_\_\_ NO \_\_\_

POR QUÉ \_\_\_\_\_

¿La gente de aquí está interesada en hacer turismo? SÍ \_\_\_ NO \_\_\_

POR QUÉ \_\_\_\_\_

---

¿Si la gente se dedicaría al turismo, usted qué tipo de negocio se pondría?

\_\_\_\_\_

¿Que le falta a Río Negro para ser como Río Verde?

---

¿Le gustaría que los turistas visiten la parroquia? SÍ \_\_\_ NO \_\_\_

POR QUÉ \_\_\_\_\_

¿Los turistas visitan la parroquia de Río Negro? SÍ \_\_\_ NO \_\_\_

Si su respuesta es no porque cree usted que no llegan los turistas

\_\_\_\_\_

¿Qué cosas impiden que la parroquia no atraiga mayor turismo?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## TABULACIÓN

Género: M: 3

F: 7

¿Qué edad tiene?

|       |   |   |   |   |  |   |   |   |   |   |
|-------|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|
| 0-20  |   |   |   |   |  |   |   |   |   |   |
| 20-40 |   |   | i | i |  |   |   |   |   | 2 |
| 40-60 |   | i | i |   |  | i | i | i | i | 7 |
| 60-80 | I |   |   |   |  |   |   |   |   | 1 |

¿En qué trabaja?

|                                |   |   |   |   |  |   |   |   |  |   |   |
|--------------------------------|---|---|---|---|--|---|---|---|--|---|---|
| Negocio Propio                 | I | i | i |   |  | i |   | i |  | i | 6 |
| Artesana                       |   |   |   |   |  |   |   | i |  |   | 1 |
| Tenencia Política de Río Negro |   |   |   | i |  |   | i |   |  |   | 2 |
| Presidenta del Caserío         |   |   |   |   |  |   |   | i |  |   | 1 |

¿Cuáles son los sitios más bonitos de Río Negro y califique de 1 al 5 siendo 5 el que más le gusta y 1 el que menos le gusta.?

---

|                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Balneario El Encanto             |   |   |   |   |   |   | 5 |   |   |   | 3 |
| Balneario el Topo                |   | 4 |   |   |   |   |   |   |   | 4 | 4 |
| Balneario las Estancias          | 5 |   | 4 |   | 5 |   |   | 5 | 3 |   |   |
| Balneario Zuñag                  |   |   | 4 |   |   |   |   | 5 |   |   |   |
| Cascada de San Francisco         | 5 |   | 5 |   |   | 2 |   |   |   | 5 | 3 |
| Corredor las Estancias           |   |   | 4 |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Mariposario                      |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |   |
| Parque Sangay                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 3 |
| Pesca Deportiva Arcoiris         |   |   |   | 4 |   |   |   |   |   |   |   |
| Pesca Deportiva Diego Vaca       |   |   |   |   |   | 3 |   |   |   |   |   |
| Pesca Deportiva La Martínez      | 5 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Pesca Deportiva Papateo          |   |   |   | 3 |   |   |   |   |   |   |   |
| Pesca Deportiva Sr. Bolívar G.   | 5 | 3 |   | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Rafting                          |   | 3 |   |   |   |   |   |   |   | 4 |   |
| Ruinas de Ingapirca (Pirámides ) |   |   |   |   |   |   | 5 | 5 | 1 |   |   |
| Ruta Cascadas Llanganates        |   |   |   |   | 4 |   |   |   |   |   | 3 |

---



¿Si la gente se dedicará al turismo, usted qué tipo de negocio se pondría?

|                           |   |   |   |  |  |   |   |   |   |   |
|---------------------------|---|---|---|--|--|---|---|---|---|---|
| Ampliar el negocio actual | i | i | i |  |  | i |   |   |   | i |
| Hostería                  |   |   |   |  |  | i |   |   |   | i |
| Tienda                    |   |   |   |  |  |   |   |   |   |   |
| Restaurante               |   |   |   |  |  | i |   |   | i |   |
| Complejo Deportivo        |   |   |   |  |  |   | i |   |   |   |
| Alquiler de bicicletas    |   |   |   |  |  |   |   | i |   |   |
| Alquiler de Caballos      |   |   |   |  |  |   |   | i |   |   |
| Farmacia                  |   |   |   |  |  |   |   | i |   |   |
| Gabinete de belleza       |   |   |   |  |  |   |   | i |   |   |
| Mecánica                  |   |   |   |  |  |   |   | i |   |   |

¿Qué le falta a Rio Negro para ser como Río Verde?

|  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Complejo Turístico   |   |   |   | i |   |   |   |   |   |   |
| Canchas Deportivas   |   |   |   |   | i |   |   |   |   |   |
| Servicios básicos ( agua potable, alcantarillado, iluminación) |   |   |   |   |   |   |   |   | i |   |
| Un Parque Acuático   | i |   |   |   |   |   |   |   | i |   |
| Un Buen Líder  |   | i |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Organización por parte del gobierno parroquial                 |   |   | i |   |   |   | i |   |   |   |
| Mas gestión de las autoridades                                 |   |   |   | i |   |   |   |   | i | i |
| Unión entre la población                                       |   |   | i |   |   |   |   |   |   |   |
| Más sitios turísticos  |   |   |   |   | i |   |   |   |   |   |
| Complejo Turístico   |   |   |   |   |   | i |   |   |   |   |
| Centro de información turística                                |   |   |   |   |   | i | i |   | i |   |
| Falta Hospital / Farmacia                                      |   |   |   |   |   |   | i |   |   |   |
| Vías de acceso   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | i |
| Publicidad turística   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | i |
| Promoción turística  |   |   |   |   |   |   |   | i |   |   |
| Participar en ferias de turismo                                |   |   |   |   |   |   |   |   |   | i |

Le gustaría que los turistas visiten la parroquia SÍ \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| SÍ | i | i | i | i | i | i | i | i | i | i |
| NO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

POR QUÉ

Generan Ingresos

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| i |   |   | i | i | i |   | i | i | i |
|   | i |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   |   | i |   |   |   |   |   |   |   |
|   |   |   |   | i |   |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |   | i |   |   |   |

Conozcan los atractivos turísticos

La Parroquia sería más Popular

Se conoce otras culturas

Desarrollo de la parroquia

¿Los turistas visitan la parroquia de Río Negro? SÍ \_\_\_ NO \_\_\_

SÍ

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| i | i | i | i | i | i | i | i | i | i |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

NO

10

Si su respuesta es no porque cree usted que no llegan los turistas

¿Qué cosas impiden que la parroquia no atraiga mayor turismo?

Falta lugares turísticos

|   |   |   |   |   |   |  |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|--|---|---|---|
| i |   |   |   | i |   |  |   |   |   |
|   | i | i |   |   | I |  | i | i |   |
|   |   |   |   |   |   |  |   |   |   |
|   |   | i | i | i |   |  | i |   |   |
|   |   |   | i |   |   |  | i |   |   |
|   |   |   |   |   |   |  |   | i | i |
|   |   |   |   |   |   |  |   | i |   |
|   |   |   |   |   |   |  |   | i |   |

Falta información/publicidad

Adecuar los sitios turísticos/ No están en buen estado

No hay apoyo de las autoridades

Gestión administrativa

Inversión del gobierno parroquial

Compromiso de la gente



## **ANEXO N° 2**

### **Flora y fauna de la parroquia de río negro**

#### **1. Flora**

Posee flora de belleza indescriptible de vivos colores y delicados aromas. Especies únicas, gran variedad de orquídeas, heliconias y musgos, bosques secundarios, Bosques primarios de vivo verdor que evidencia el paso del tiempo de la armonía y el equilibrio de la naturaleza. La flora de los bosques y páramos de la parroquia es considerado bastante diversas y de alta importancia. Como generalidad, en los bosques de la Parroquia, se encuentran especies bastante conocidas y utilizadas como las siguientes: orquídeas, heliconias , musgo, guayacán, sauce, algarrobo, camelia, guzmania

#### **2. Fauna**

La parroquia constituye uno de los puntos con mayor riqueza, abundancia y diversidad dentro del área del corredor Llanganates Sangay. Dentro de la fauna podemos observar especies como: oso de anteojos, mono machín, tapir, jaguar, puerco espín, guanta y oso hormiguero, ardillas; especies de aves como pato, gaviota andina, curiquire, pillos colibríes, real, bunga, gallo de la peña, peces y anfibios como Trucha, tilapia, ranas, comadrejas de agua, etc.

### ANEXO N° 3

#### **Ecuador prevé crecimiento del 7% en turismo extranjero durante**

QUITO: El Gobierno de Ecuador prevé un crecimiento del 7% en el turismo de extranjeros durante 2012 y calcula que este año llegarán al país 1.214.000 millones de visitantes, informó hoy la Secretaría de Comunicación de la Presidencia en su portal web. Durante 2011, más de 1'128.000 turistas extranjeros llegaron a Ecuador, lo que supuso un aumento del 8% respecto a los 1'044.000 visitantes que lo hicieron en 2010, indicó la Dirección de Inteligencia de Mercados del Ministerio de Turismo.

Según las estadísticas oficiales, el resultado positivo se debe a la aplicación de un Plan Integral de Marketing Turístico 2010-2014, que busca posicionar a Ecuador como "líder del turismo consciente y sostenible". La estadística señala además que entre enero y noviembre de 2011, Colombia ocupó el primer lugar en el registro de llegadas con 235.516 turistas, seguido de Estados Unidos con 215.979, Perú con 133.985, España con 55.441, Argentina con 33.226, Venezuela con 32.485 y Chile con 30.998.

Luego se ubicaron Alemania con 24.524 turistas, Cuba con 22.278, Canadá con 22.104, Gran Bretaña con 21.402, Francia con 19.084, México con 16.672, Brasil con 16.110 e Italia con 13.693.

Esas cifras demuestran un importante incremento del turismo desde países suramericanos, ya que respecto al mismo periodo de 2010, se observa un aumento del 29% en las visita de colombianos, 21% de chilenos, 18% de venezolanos, 17% de argentinos e igual índice de brasileños.

También el turismo desde México registró un aumento del 15% entre enero y noviembre del año pasado, con relación al mismo periodo de 2010, precisa la estadística.

(<http://www.eluniverso.com/2012/01/02/1/1356/ecuador-preve-crecimiento-7-turismo-extranjero-durante-2012.html>)

## ANEXO N° 4

### Entidades que promueven el turismo rural en el Ecuador

#### Instituciones públicas:

- ✓ Ministerio de Turismo ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec))
- ✓ Subsecretaría de Desarrollo Rural y Agricultura Familiar de la Nación
- ✓ Cámara de Turismo de Baños de Agua Santa. (<http://banos-ecuador.com>)

#### Instituciones no gubernamentales

- ✓ Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental –CEDA. (<http://www.ceda.org.ec>)
- ✓ Proyecto de Desarrollo de Pequeños Productores Agropecuarios Imbabura.
- ✓ Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi – Unorcac.
- ✓ Azuay. Asociación de Turismo Comunitario Kushiwayra Parcoloma y Chilcatotora.
- ✓ Cañar. Asociación de Turismo Comunitario Ally Tuta Manta Caguanapamba y Sisid.
- ✓ Bolívar. Fundación Grupo Juvenil Salinas
- ✓ Chimborazo Asociación de Turismo Comunitario Casa Cóndor
- ✓ Chimborazo Asociación de Guías Indígenas de Guargualla
- ✓ Cotopaxi Fundación Ecuatoriana Pastocalle

#### Otros organismos que apoyan y auspician el turismo en el Ecuador

- ✓ Corporación Andina de Fomento (CAF)

La Corporación Andina de Fomento (CAF) es una institución financiera multilateral que apoya el desarrollo sostenible de sus países accionistas y la integración regional. Atiende a los sectores público y privado, suministrando productos y servicios financieros múltiples a una amplia cartera de clientes, constituida por los gobiernos de los estados accionistas, instituciones financieras y empresas públicas y privadas. En sus políticas de gestión integra las variables sociales y ambientales e incluye en sus operaciones criterios de ecoeficiencia y sostenibilidad. ([www.caf.com/es](http://www.caf.com/es))

✓ Fundación Esquel

Fundada en 1.990, es una organización privada sin fines de lucro, que busca invertir en el desarrollo de la sociedad civil ecuatoriana, mediante el apoyo a sus propios esfuerzos e iniciativas. Basa su trabajo en el respeto a todas las ideas y culturas, en el manejo eficiente y transparente de sus recursos, y en la construcción de una ciudadanía activa, participante y justa. ([www.esquel.org.ec](http://www.esquel.org.ec))

✓ La Asociación de Graduados de la Escuela de Agricultura de la Región Tropical Húmeda, AGEARTH-Ecuador

La Asociación de Graduados de la Escuela de Agricultura de la Región Tropical Húmeda, AGEARTH-Ecuador, es una institución civil sin fines de lucro, que representa a los ecuatorianos graduados en la Universidad EARTH, ubicada en Costa Rica.

AGEARTH-Ecuador fue creada el 21 de octubre de 1999 con el objetivo de contribuir y promover el desarrollo agropecuario y social del país, a través de todos sus miembros y mediante proyectos que fomenten el área agrícola y el manejo de recursos naturales.

A lo largo de los 7 años desde su creación, AGEARTH-Ecuador se ha caracterizado por implementar procesos de producción sostenibles, que implican responsabilidad ambiental, social y económica; capacitando pequeños agricultores y a sus familias sobre producción orgánica, apoyando a estudiantes de bajos recursos con un programa de fondo de becas, dando charlas de creación de compromiso ambiental, ha puesto su grano de arena para la formación de una sociedad más consciente y mejor. ([www.agearthecuador.org.ec](http://www.agearthecuador.org.ec))

## ANEXO N° 5

### Lugares para capacitación

**1. ICEA Ecuador:** Realiza la inspección y certificación de productos alimenticios orgánicos con un fuerte contenido ético, social y ambiental.

- ✓ Certificación de Alimentos
- ✓ Reglamento de la Producción Orgánica Agropecuaria en el Ecuador RNPOAE;
- ✓ Reglamento CE Reg. 834/2007 y 889/2008
- ✓ NOP, JAS, COR,
- ✓ Marcas de certificación voluntaria,
- ✓ Acuicultura Orgánica,
- ✓ Productos Típicos,
- ✓ GLOBALG.A.P,
- ✓ UTZ CERTIFIED,
- ✓ Bio-Vegetariano.

Contacto: Prolongación de la Avenida Granda Centeno. Urbanización El Alcázar. Pasaje 2 N° OE7- 02., E-mail: [lopez.alexandra@icea.com.ec](mailto:lopez.alexandra@icea.com.ec) teléfono: (593-2) 243-7249 Ext. 210 Fax: (593-2)2469765 , correo electrónico: <http://www.icea.com.ec>

### 2. Cámara de Agricultura de la primera zona

Es una Corporación con Personería Jurídica, de carácter privado, sin fines de lucro, que se rige por las normas de la Ley Especial de Centros Agrícolas y Cámaras de Agricultura, sus propios Estatutos y Reglamentos.

Está conformada por las Cámaras Provinciales del Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Bolívar; por los Centros Agrícolas de la zona, las Asociaciones de Productores y por las Empresas Agropecuarias, de Agroexportación y Agroindustria.

Contactos

Dirección: Av. Naciones Unidas 1084 y Amazonas; Edificio La Previsora Piso 8 Torre B, Oficina 805.

Teléfono: Telfs: (593) 2 2274-187 2451-418 2257-089

Fax: TelFax: (593) 2 2257618

Correo electrónico: <http://www.agroecuador.com>

### **3. Fundación COAGRO**

La Fundación COAGRO es una institución con personería jurídica sin fines de lucro aprobada con acuerdo Ministerial No. 031 del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador. COAGRO, quiere decir “Fundación de Cooperación para la Capacitación y la Asistencia Técnica en la Agricultura Orgánica” nació en el año de 1998, con el objetivo de apoyar al desarrollo social de las comunidades andinas del norte del Ecuador, especialmente de las mujeres campesinas.

El área geográfica de intervención es en la región de los Cantones Pedro Moncayo y Cayambe, su misión se propone que la organización sea sólida y confiable en el proceso del desarrollo de las comunidades indígenas rurales campesinas. Como nuestro objetivo enfrentamos y apoyamos los múltiples problemas como la agricultura orgánica, la biodiversidad y sus problemas sociales, ambientales, mejoramiento de animales menores, transferencia de tecnología y capacitación, micro-finanzas rurales, actividades artesanales y la búsqueda de soluciones con iniciativas locales y las alianzas estratégicas de desarrollo con ONGs amigas vinculados a este servicio.

Nuestras oficinas se encuentran en: La Y de Tabacundo (frente a la gasolinera La Pantera II), ciudad de Tabacundo Pedro Moncayo. Teléfono: 00593-22 365310 (oficina); 0985867575 (celular)

### **4. Plagas**

Manejo integrado de plagas y enfermedades en cultivos hidropónicos en invernaderos

En general la producción de hortalizas a nivel local a partir del esfuerzo de las comunidades, se ha caracterizado muchas veces por la gravedad de los problemas fitosanitarios y el uso intensivo de plaguicidas para tratar de controlarlos.

Los métodos hidropónicos de producción de hortalizas aumentan la productividad y la inocuidad de los productos obtenidos al mismo tiempo que, por la aplicación de técnicas

apropiadas, reducen las plagas y enfermedades. Sin embargo estos cultivos no escapan a la necesidad de controlar plagas y enfermedades a través de métodos de bajo impacto para la salud humana y el ambiente.

El uso inapropiado, indiscriminado y unilateral de los plaguicidas ha provocado no solamente intoxicaciones crónicas y agudas a la población, sino también, la aparición de la resistencia de las plagas y enfermedades lo cual, perpetúa el oneroso ciclo de la dependencia a los agroquímicos. Esta situación también se manifiesta en condiciones de producción hidropónica en invernaderos, tecnología que ha sido propuesta como una de las alternativas de gestión comunitaria "limpia" en apoyo al Proyecto de Cooperación Técnica TCP/ECU/0066: "Mejoramiento de la Disponibilidad de Alimentos en los Centros de Desarrollo Infantil del Instituto Nacional del Niño y la Familia del Ecuador".

Las alternativas para el manejo integrado de plagas y enfermedades en invernaderos hortícolas son variadas incluyendo la resistencia propia o producto del mejoramiento genético de las variedades; el control biológico; las buenas prácticas de producción hortícola; el manejo del ambiente de los invernaderos; el manejo apropiado de los residuos de las cosechas y de los hospederos y los controles físicos, mecánicos, y biológicos, útiles tanto a nivel de los huertos hidropónicos a nivel familiar como en las producciones comerciales de microempresas hidropónicas. La utilización de insecticidas de origen vegetal es propuesta por la FAO a través de esta publicación "Manual práctico", dirigida a los beneficiarios del proyecto y de sus comunidades, como un elemento útil y complementario para los usuarios de la tecnología hidropónica.

Contacto: Representante: Pedro Pablo Peña Cruz, Dirección: Edificio MAGAP (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca), Eloy Alfaro y Amazonas, Mezzanine AP 17-21-0190. Teléfono: 593-2-2905923 Correo electrónico: FAO-EC@fao.org

## 5. El Uso de los Pesticidas en la Agricultura

Las ricas tierras del Sur conllevan los elementos necesarios para una autosuficiencia alimentaria nacional en los territorios que acogen. Persiste no obstante el hambre entre

sus poblaciones. Los años 60 y 70 ya probaron que solucionarlo no es cuestión de tecnología, sino más bien de política...

La revolución verde de entonces –con semillas de alto rendimiento, abonos y pesticidas “atitiplén”- se parece sin embargo en muchos aspectos a la revolución genética actual. Preconizadas por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) como medio para contrarrestar la urgencia alimentaria en los países del Sur, las biotecnologías tienen la particularidad de proporcionar a los agricultores una selección de semillas genéticamente modificadas esencialmente para ser tolerantes a los plaguicidas. <http://organicsa.net/directorio-empresas-organicas/ecuador.htm>

Contactos: Dirección: San José de Chimbo, Teléfono: 0989361246, Correo electrónico: f64saltos@yahoo.com, Dirección: Granados y Eloy Alfaro, Teléfono: 2468043 Correo electrónico: almanaque lunar@gmail.com, Dirección: Prolongación de la Av. Granda Centeno Urb. El Alcázar, Teléfono: 2437249; Fax: 2469765, Correo electrónico: horna.byron@icea.com.ec

#### **6. BIORESEARCH S.A.**

BIO RESEARCH S.A. es una compañía Ecuatoriana formuladora de productos agroquímicos con doce años de reconocimiento en el medio, respaldada por profesionales con amplia experiencia. Estamos enfocados en brindar alternativas innovadoras y eficaces para el AGRICULTOR. Donde los resultados en el transcurso de estos años avalan nuestro prestigio.

San Alfonso Oe8-365 y San Camilo. Panamericana Norte Km 14 ½, Teléfono: 593 2 2822637/2823227, Fax: 2025818, Correo electrónico: biosearch@andinanet.net

#### **7. UNGERER DEL ECUADOR**

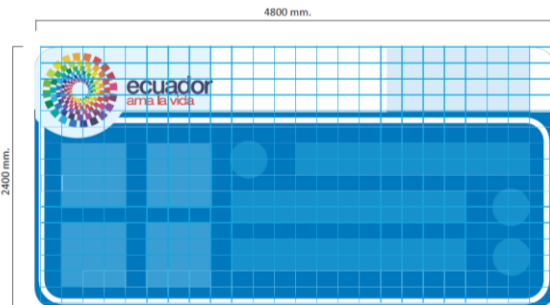
Dirección: Los Aceitunos y Calle E No. N67-38, C.P.: 17-04-10634, Teléfono: 593 2 2474199, Fax: 59322473659, Correo electrónico: gerenciatecnica@ungerer.com.ec



## ANEXO N° 6

### Señalización y Señalética Turística

**Dimensión: 4800 x 2400 mm.** El color de fondo es azul. Por su tamaño se la ubica especialmente en vías de alta velocidad, su uso es para indicar o guiar desde un punto o vía concurrida hacia varios atractivos, actividades o servicios que pueden existir en una población, ruta, corredor, o un atractivo principal (lago, volcán, área protegida, río, etc.).



Los materiales que se utilizan para la elaboración de las vallas turísticas que están acorde a los reglamentos que establece el Ministerio de Turismo e INEN:

Sustrato:

- ✓ El elemento sobre el que se adherirá el material retro-reflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado. La medida de la valla informativa de atractivos turísticos es 4800 mm X 2400 mm.

Plintos:

- ✓ Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm<sup>2</sup> fundidos en sitio, los que servirán además de soportar la estructura de la señal, para nivelar la señal.
- ✓ Tendrán las siguientes dimensiones: largo = 500 mm ancho = 500 mm y profundidad = 1500 mm. Estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo, el contratista deberá presentar una propuesta en caso de existir complicaciones en la instalación.

- ✓ Para verificar la resistencia del hormigón empleado, se deberán realizar los ensayos de resistencia de los mismos los que serán realizados y aprobados por el equipo de fiscalización.

Postes o parantes:

- ✓ Serán dos tubos galvanizados cuadrados de 6", cédula 20 de espesor; 5000 mm de longitud. Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2,20 m. El oferente podrá presentar la opción de acabado niquelado.
- ✓ Para soporte de la señal al suelo, debe soldarse una rejilla de acero a la parte inferior de cada tubo galvanizado para la fundición en el plinto de hormigón.
- ✓ La parte superior de cada parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado.
- ✓ Nota: Las soldaduras deben cumplir con la norma NTE INEN 2415 Tubos de Acero al carbono soldados para aplicaciones estructurales y usos generales.

Pantallas:

- ✓ Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 2" x 1.5 mm, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. Esta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia y laca automotriz, al menos 2 manos.
- ✓ En el caso de que se coloque la valla sobre una estructura tubular, para evitar el deslumbramiento desde las superficies de las señales, estas deben ser orientadas con un ángulo de 5° y en dirección al tránsito que estas sirven.
- ✓ La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x 1/2". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.

Fondo:

- ✓ El fondo será una composición de material retro-reflectivo prismático que cumplirá los niveles de retro-reflectividad tipo XI con norma ASTM 4956 D. Vinil translucido para corte de textos, logotipos, logos, símbolos de servicios; que cumplirán los niveles de reflectancia mencionadas anteriormente.
- ✓ La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal, así como por el proveedor de los materiales, deberá cubrir al menos 8 años.

Vallas Informativas Cantonales - Provinciales

Se debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones gráficas:

Dimensión: 8000 x 4000 mm. El color de fondo es verde. Se usan para dar Bienvenida a Cantones. Se las coloca en el punto donde empieza la jurisdicción del cantón señalizado.

- ✓ La aplicación de los logos es similar al de las vallas turísticas.
- ✓ Se debe colocar la leyenda en dos líneas centradas, la primera línea tiene la frase “Bienvenido al Cantón” Y la segunda línea con el nombre del cantón, por ejemplo: «Bienvenido al Cantón Mejía».
- ✓ No se colocan pictogramas, flechas o distancias en estas vallas.
- ✓ Existen casos especiales que los cantones tienen dos denominaciones, se coloca el nombre más reconocido en letras grandes.



## Materiales utilizados

### Plinto con armadura de hierro:

Es un cubo de hormigón de 1200 x 1200 x 2000 mm (210 kg/cm<sup>2</sup>) con una armadura de hierro constituida por 12 varillas de 2000 mm de longitud x 24 mm de diámetro de hierro corrugado  $f_y = 4200$  kg/cm<sup>2</sup> (NORMA INEN). Estas especificaciones dependerán del coeficiente y resistencia del suelo, el contratista deberá presentar una propuesta en caso de haber complicaciones en la instalación.

Cada una de las varillas será roscada galvanizada en su parte superior en una longitud de 50 mm de forma que pueda recibir una tuerca de 7/8", arandelas planas y de presión.

- ✓ Las varillas se unirán mediante estribos circulares con un diámetro de 700 mm dispuestos a 15 cm cada uno, en consecuencia existirán 13 estribos. En la parte superior existirá un disco de 980 mm de diámetro en plancha de 6 mm de espesor con 12 perforaciones que alojarán las varillas corrugadas. Todo el elemento constituirá una sola pieza.

### Poste (estructura tubular):

- ✓ La estructura tubular de 780 mm de diámetro y 12.000 mm de longitud, se conseguirá mediante la superposición de tramos de tubo de 1,22 metros de altura resultado de barolar planchas de hierro negro de 1,22 x 2,44 metros.
- ✓ Se adicionarán 10 tramos de 1.220 mm uno a continuación del otro para conseguir la estructura tubular de 12.200 mm.
- ✓ Los espesores de las planchas serán así: 3 primeros en plancha de 5 mm de espesor, los 3 siguientes en plancha de 4 mm de espesor y los 4 restantes en planchas de 3 mm de espesor.
- ✓ A su vez la estructura se fabricará en dos tramos a unir en sitio, el primer tramo de 6 planchas, las de 5mm y 4 mm. E el segundo tramo con las planchas de 3 mm.
- ✓ El primer tramo constituido por 6 tramos cortos de 1200 mm de altura cada uno, dispondrá de un disco inferior de 980 mm de diámetro en plancha de 6 mm de espesor con 12 perforaciones que permitirán su ensamble inferior a plinto y un

disco superior de 980 mm de diámetro en plancha de 6 mm de espesor que le permitirá su ensamble con el segundo tramo. El segundo tramo dispondrá de un disco inferior de 980 mm de diámetro en plancha de 6 mm con 12 perforaciones que permitirán el ensamble al primer tramo mediante pernos de 2" x  $\frac{3}{4}$ " con sus respectivas tuercas, arandelas planas y de presión y un segundo disco de 780mm de diámetro como tapa superior al que se añadirá una brida semicircular en hierro de 12 mm que permitirá su izado. Todas las uniones de planchas se realizaran mediante cordones corridos de soldadura MIG de forma que se asegure que no queden grietas por donde pudiera ingresar agua. La estructura en su conjunto será tratada con un fondo anticorrosivo, promotor de adherencia y dos manos de esmalte automotriz brillante en el color que se establecerá oportunamente.

- ✓ El tramo superior dispondrá de los elementos metálicos, bridas que le permitan recibir las pantallas adecuadamente, el ensamble se realizará mediante pernos, que permitirán eventualmente desmontar o adicionar pantallas, todos estos elementos se realizarán en plancha de 6 mm de espesor.
- ✓ Los discos superiores e inferiores como elemento estructural de ensamble se soldarán a la estructura tubular mediante cartelas, 12 superiores de forma trapezoidal de 400 x 100 x 25 mm y 6 mm de espesor y 8 cartelas superiores de 200 x 75 x 25 mm y 6 mm de espesor.
- ✓ Todos los cortes de plancha se ejecutarán mediante oxicorte de modo que las formas sean regulares y limpias.

### **Las consideraciones de la señal complementaria del pictograma**

**Dimensión:** 200 mm Colores de fondo son azul o café. Y se la usa para complementar la información de los pictogramas, en las siguientes aplicaciones:

- ✓ Se debe colocar una sola claqueta por pictograma.
- ✓ El color de fondo y letras de la claqueta es el mismo que el del pictograma que complementa la información.
- ✓ La claqueta no tiene orla pero los textos deben ser centrados y guardar una adecuada distancia con los bordes.

- ✓ Flechas solas para direccionamiento. Se usa cuando la figura del pictograma es fácil de asociarla.
- ✓ Combinación de flechas con el nombre del atractivo o servicio. Se usa para guiar hacia un atractivo o servicio.
- ✓ Combinación de flechas y distancias. Se usa para informar y guiar hacia un atractivo o servicio.

**Nombre de atractivo:** Este pictograma se lo coloca en la entrada al sitio donde se encuentra el atractivo para informar su nombre.

**Nombre de la actividad o servicio:** Se coloca cuando la figura del pictograma no es de fácil asociación. Es necesario colocar el nombre que resulte más comprensible por el público en general.

**Nombres complementarios:** Se los utiliza para reforzar las actividades o servicios de lugar (ejemplo: pictograma piscina y claqueta con texto de balneario o dique).

**Nombres largos:** Cuando sean necesarios se los debe colocar en dos líneas, dando mayor tamaño al nombre de más relevancia.

- ✓ No se debe colocar el nombre o marca de empresa privada en las claquetas.
- ✓ En las claquetas se debe evitar los nombres extensos o colocar más de un solo nombre.

### **Materiales utilizados**

#### **Sustrato:**

- ✓ El elemento sobre el que se adherirá el material retro-reflectivo está constituido por láminas de aluminio liso anodizado. Los pictogramas pueden ser implementados en tres tamaños estandarizados

#### **Plintos:**

- ✓ Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm<sup>2</sup> fundidos en sitio los que servirán, además de soportar la estructura de la señal, para nivelar la señal.

- ✓ Tendrán las siguientes dimensiones: largo = 300 mm; ancho = 300 mm; y profundidad = 500 mm. Estas especificaciones dependerán de la capacidad portante del suelo, el contratista deberá presentar una propuesta en caso de existir complicaciones en la instalación.
- ✓ Para verificar la resistencia del hormigón empleado, se deberán realizar los ensayos de resistencia que serán realizados y aprobados por el equipo de fiscalización.
- ✓ Estos elementos deberán estar totalmente anclados en el suelo donde se colocará la señal.

**Postes o parantes:**

- ✓ Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm x 50,8 mm (2" x 2") y 2 mm de espesor.
- ✓ Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2,20 m. en pictogramas sin placa complementaria y 2,00 m en pictogramas con placa.
- ✓ La distancia entre la placa principal y la placa complementaria deberá ser de 30 mm.
- ✓ Para soporte del pictograma al suelo debe soldarse una rejilla de acero a la parte inferior del tubo galvanizado para la fundición en el plinto de hormigón.
- ✓ La parte superior del parante deberá ser cubierta por una placa de acero galvanizado soldada y esmerilada, para evitar el ingreso de agua al interior del tubo galvanizado.
- ✓ 1. Extracto Norma INEN 2415. 5.1.6 Soldadura 5.1.6.1 «El cordón de soldadura deber ser homogéneo y no presentar discontinuidades y puede elaborarse mediante procesos automáticos o semiautomáticos (SER, SAMG, SATG y SAS). 5.1.6.2 La profundidad del cordón de soldadura no debe ser menor al espesor del material».
- ✓ **Nota:** Las soldaduras deben cumplir con la norma NTE INEN 24151 Tubos de Acero al carbono soldado para aplicaciones estructurales y usos generales.

**Pantallas:**

- ✓ Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 1" x 1.5 mm de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, utilizando electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas. Será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia y laca automotriz, al menos 2 manos.
- ✓ La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x ½". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.

**Fondo:**

- ✓ Para los pictogramas con poste y placa complementaria, el fondo será una composición de material retro-reflectivo prismático que cumplirá los niveles de retro-reflectividad tipo IV en espacios urbanos y tipo XI en carreteras o ejes viales con norma ASTM 4956 D. Vinil translucido para corte que cumplirán los niveles de reflectancia mencionadas anteriormente.
- ✓ La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal, así como por el proveedor de los materiales, deberá cubrir al menos 8 años. (manual-señaletica/www.turismo.gob.ec)



## ANEXO N° 7

### Ingresos y gastos históricos

