

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DISEÑO DE CIRCUITOS DE TURISMO COMUNITARIO EN LA
PARROQUIA EL TRIUNFO CANTON SAN CRISTOBAL DE
PATATE PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

Estudiante

Andrea Alvarez D.

Tutor

Eco RocioMatabay

QUITO/2011

CAPÍTULO I

METODOLOGÍA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES

La Provincia de Tungurahua está situada en el centro de la región interandina, presenta panoramas muy desiguales en su topografía pues tiene volcanes, montes, planicies y valles, dedicados a la ganadería y agricultura en un “33.80%”.

En la Provincia se encuentra el Valle de Patate, Cantón que concentra el “2.7%” del total de habitantes de Tungurahua. Patate dispone de numerosos y variados sitios naturales de gran belleza escénica, que van desde las playas junto a los ríos, ambientes lacustres, cascadas, montañas, caminos pintorescos, vista hacia diferentes volcanes principalmente al Tungurahua por su cercanía, aproximadamente la mitad de su territorio forma parte del Parque Nacional Llanganates, cuya flora y fauna única, está reconocida internacionalmente.

El Cantón Patate se encuentra a 10Km del Cantón Pelileo y a 25km del Cantón Ambato. Sus límites son: al norte Pillaro y una parte de Napo, al sur Pelileo y Baños, al este Baños y al oeste Pelileo. El cantón se halla dividido políticamente en 4 parroquias: Matriz donde se halla ubicada la cabecera cantonal “Patate” y las parroquias rurales Los Andes, El Triunfo y El Sucre.

En esta jurisdicción se ubica El Triunfo, una de las Parroquias más alejada, localizada en el lado oriental de la Provincia y del Cantón; es un encanto natural por sus hermosos paisajes, ríos, una gran biodiversidad tanto en flora como en fauna, sobre todo por su gente gentil y acogedora. Su clima tiene características propias diferentes al resto del Cantón por ser la entrada al Parque Nacional Llanganates; y es sin duda uno de los más privilegiados, por sus recursos hídricos.

El Triunfo cuenta con “2400” habitantes de ellos 670 son hombres y 695 mujeres; ellos se dedican principalmente a la agricultura y ganadería siendo la mora y la leche los principales productos para la supervivencia de los moradores.

La parroquia El Triunfo se encuentra ubicada en el cantón Patate, provincia de Tungurahua, los límites de la parroquia son: Norte: Parroquia Sucre, Sur: Cantón Baños de Agua Santa, Este: Cantón Baños de Agua Santa, Oeste: Parroquia La Matriz – Patate.

La parroquia El Triunfo se encuentra en el Bosque de Neblina Montano. En el sector se puede encontrar bosques cuyos árboles están cargados de abundante musgo y cuya altura del dosel está entre 20 y 25m. Además se encuentran epífitas como orquídeas, bromélias, helechos, que son numerosas en especies y en individuos.

1.2 DIAGNÓSTICO O PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA GENERAL

1.2.1 CAUSA - EFECTOS

La iniciativa por parte del Cantón Patate por la inclusión de la parroquia El Triunfo en la aplicación de su plan de desarrollo turístico para darle el impulso a los atractivos de la parroquia, con la consecuente señalización y promoción de los mismos; el interés de un sector de la comunidad por el desarrollo del turismo dentro de la parroquia para el desarrollo de sus actividades y el impulso de la parroquia; el maltrato de los atractivos de la parroquia por parte de la comunidad.

Después de analizarlos se identificó varias causales como el alto potencial de los atractivos turísticos de la parroquia, la iniciativa de implementación de hospedajes comunitaria por parte del sector interesado en involucrarse en el turismo; el mal manejo de los atractivos existentes en la parroquia debido al descuido y falta de conocimiento de la importancia de los mismos.

1.2.2 PRONÓSTICO Y CONTROL DEL PRONÓSTICO

De permanecer esto generará la pérdida de interés por parte de las entidades del municipio de Patate provocando que el sector involucrado en el turismo pierda sus recursos invertidos y que los atractivos vayan perdiendo su valor debido a su mal manejo y desuso, causando así que la parroquia El Triunfo no se involucre en el sector turístico del Cantón ni del país.

Para evitar que esto suceda es necesario implementar un circuito de turismo comunitario con el fin de involucrar a la comunidad como parte activa y a los delegados responsables del manejo del cantón para en conjunto organizar y mantener correctamente los atractivos mediante la aplicación de un turismo sostenible y sustentable que apoye a su comunidad.

1.3 FORMULACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA ESPECÍFICA

1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL

¿Cómo con el diseño de un circuito de turismo comunitario logrará incrementar el volumen de visitantes nacionales y extranjeros que contribuya al fortalecimiento y diversificación de la actividad turística de la parroquia?

1.3.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS

1. ¿Cómo la evaluación del turismo sostenible ayudará a determinar el estado actual de los atractivos naturales y culturales en la parroquia El Triunfo?
2. ¿Cómo con el estudio de mercado se definirá la oferta y demanda de la parroquia El Triunfo?
3. ¿Cómo un plan de difusión ayudará a la promoción de la ruta de turismo comunitario en la parroquia El Triunfo?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una ruta de turismo comunitario para fortalecer y diversificar la actividad turística incrementando el volumen de turistas nacionales y extranjeros a través de la promoción de los productos culturales y naturales de la parroquia El Triunfo del Cantón Patate.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar una evaluación de las dimensiones de turismo sostenible para valorar el estado actual de los atractivos naturales y culturales existentes en la parroquia El Triunfo.

2. Determinar el segmento de mercado para establecer la oferta y demanda que presenta la parroquia.
3. Diseñar una propuesta de promoción adecuada para la difusión del circuito de turismo comunitario.

1.5 JUSTIFICACIÓN

1.5.1 TEÓRICA

Para el desarrollo del estudio planteado es necesario apoyarse en la guía para la estructuración de productos turísticos de la corporación metropolitana de turismo que es un documento técnico que basado en el estudio de los recursos y condiciones del área y su entorno, planifica su desarrollo a largo plazo, sirviendo como base para la toma de decisiones sobre la operación de la misma, en la investigación de mercado con el apoyo de las 4ps de marketing. Todos estos tomados en cuenta dentro del marco teórico para determinar la implementación del circuito de turismo comunitario en la parroquia de El Triunfo.

1.5.2 METODOLÓGICA

Para la elaboración del circuito de turismo comunitario se utilizaron varias herramientas las cuales nos permitirá recopilar información mediante visitas de campo para estudiar las características de la comunidad y con esto desarrollar los pasos de la guía de estructuración de productos turísticos, además se

utilizó encuestas para definir la segmentación de mercado al cual estará enfocado el circuito.

1.5.3 PRÁCTICA

Para el estudio a realizarse fue necesario el empleo de entrevistas de forma directa a los habitantes de la zona y visitantes de la parroquia de Baños, con preguntas como ¿qué tipo de turista visitan la parroquia?, ¿qué atractivos son los más conocidos?, entre otros; se utilizaran también el apoyo de la guía de estructuración de productos turísticos así se maneja de mejor manera cualquier cambio o implementación que se realice, con este método se pudo obtener la información necesaria para la realización del proyecto y generó el beneficio deseado.

1.6 MARCO TEÓRICO

Este proyecto necesita el estudio de diferentes temas como es la guía de estructuración de proyectos del municipio basado en el Mix de Marketing y en la Investigación de Mercado.

Se detalla a continuación lo necesario para el estudio.

1.6.1 GUÍA DE ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

El Turismo es una actividad económica, que se produce de forma deliberada y no accidental, que genera riqueza y empleo a partir de satisfacer las

necesidades, básicas, de ocio y de entretenimiento ligadas a los desplazamientos por diferentes motivaciones.

Para que la actividad turística cumpla con estos objetivos, es necesario utilizar las herramientas y técnicas propias de la producción turística, que se analizan de manera sintética y práctica en la presente guía.

Turismo Rural: El turismo rural representa una de las variantes del denominado turismo alternativo o de intereses especiales un tipo de turismo basado en el medio rural en un sentido amplio, que posee un interesante patrimonio natural, histórico -cultural y arquitectónico que despierta el interés de las personas que habitualmente viven en el medio urbano y que están dispuestas a “invertir” parte de su tiempo libre y recursos en reencontrarse en muchos casos con sus orígenes o simplemente explorar formas o lugares para vacacionar que se encuentran más allá de su tenor de vida habitual. En este sentido, algunos autores señalan que el concepto de turismo rural tiene un carácter globalizador y complejo, con múltiples facetas que van más allá del turismo fundamentado en la granja, abarcando las vacaciones en el medio natural sobre temáticas específicas, como el ecoturismo, el trekking, el alpinismo, las excursiones en bicicleta o a caballo, la aventura, el deporte y el turismo de salud, la caza y la pesca, los viajes educativos, y el turismo orientado al arte y al patrimonio.

Consecuentemente el turismo comunitario es una actividad basada en la naturaleza, la cultura ancestral y el desarrollo económico; que como tal depende de la calidad del medio ambiente y de la diversidad cultural que existe en un lugar determinado, requiriendo para su desarrollo de un proceso de autogestión comunitaria, con objeto de que sea la propia comunidad quien maneje sus recursos.

Según Castro 2003, el surgimiento de la actividad turística comunitaria se relaciona con la necesidad de frenar las actividades económicas destructivas y evitar la pérdida de las culturas e identidades.

a) Turismo y Turista: Según la Organización Mundial del Turismo, Turismo es *el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo consecutivo no superior a un año, con fines de ocio, por negocio u otros motivos*

Asimismo, turista es *aquella persona que se desplaza fuera de su lugar habitual de residencia, por un periodo superior a 24 horas o que incluya una pernoctación, por cualquier motivo excepto el de realizar un trabajo remunerado desde el lugar de destino.* Cuando no se realiza pernoctación, se denomina “viajero”

b) Gasto Turístico: Según el mismo organismo, se considera gasto turístico *todo gasto de consumo efectuado por un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino.*

c) Demanda Turística: La demanda turística la componen los diferentes tipos de públicos que se desplazan por diferentes motivaciones. Existen, por tanto, diferentes tipos de turistas, con diferentes características y con diferentes necesidades. El conjunto de consumidores se conoce como Demanda, y los diferentes tipos de consumidores, agrupados por características comunes, se conoce como Segmentos de Demanda.

Es importante conocer los tipos de público que consumen los bienes y servicios: en función de sus motivaciones, en función de su procedencia, en función del volumen de gasto, así como otras variables para poder tomar decisiones respecto al desarrollo de productos, que es el objeto de la presente guía.

La demanda puede clasificarse según su procedencia en: Internacional, Nacional y Local. La Demanda también puede clasificarse en: Actual y Potencial

La Demanda Actual es la que llega a un lugar concreto en la actualidad. La demanda potencial es el grupo o grupos de personas que podrían estar interesados en conocer el lugar (por motivaciones, lugar de residencia,

comportamiento turístico u otras motivaciones) pero que por razones diversas no lo visitan en la actualidad.

d) Mercados Emisores: Son los lugares de donde proceden los visitantes actuales, o de donde pueden provenir los visitantes potenciales.

Desde el punto de vista del lugar receptor de los turistas, se debe tener en cuenta los siguientes elementos:

Ámbito Territorial: Desde un punto de vista territorial se tiene que considerar dos grandes componentes: Producto y destino

e) Producto Turístico en el ámbito territorial: Desde este punto de vista, el producto es el conjunto de bienes y servicios que satisfacen *las necesidades y motivaciones* del turista que visita el territorio

Turismo Cultural: será aquel conjunto de bienes y servicios organizado en torno a las motivaciones e intereses culturales del visitante

Turismo de Sol y Playa: está formado por el conjunto de bienes y servicios organizados entorno a las motivaciones de un turista que visita la costa con la intención de descansar, disfrutar del mar, socializar, disfrutar en familia, etc.

Turismo de Naturaleza: Organizando en torno a la masticación principal de disfrutar de un entorno natural bien conservado, con valores ambientales reconocidos.

f) Destino Turístico: El destino es el ámbito geográfico al que acuden los turistas y sobre el que se desarrollan los productos turísticos. Un mismo destino puede servir de soporte a diferentes productos, los cuales, a su vez se refuerzan ofreciendo diferentes opciones a los turistas que se desplazan.

Existen diferentes tipos de destinos. Conocer las características del destino también es muy importante, a la hora de evaluar la demanda potencial, y los posibles productos

Destino meta: es el objetivo principal de la visita

Destino radial: Es un destino complementario, próximo a destinos meta

Destino de tránsito: se encuentra en vía de paso hacia otro destino principal.

Destino de base: desde el que se realizan visitas y actividades a destinos próximos.

Destino integrado en un circuito: parada establecida en viajes organizados

g) La producción turística: es pues una acción consciente de *ofrecer valor* al mercado de demanda a través de la *agrupación de bienes y servicios* que satisfacen las necesidades y motivaciones de los turistas *mediante un precio*.

El resultado de esto es un producto turístico.

h) Patrimonio- Recurso: Patrimonio turístico es el conjunto potencial de los *bienes materiales o inmateriales* a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas.

Está compuesto, por tanto, por los elementos culturales y naturales que sirven de atracción o que generan interés en el visitante o que sirven de soporte a las actividades que este realiza en el destino.

Recursos turísticos son todos los *bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre* y de los medios con que cuenta, *hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.*

Son, pues, aquellos elementos de patrimonio que han sido transformados, mejorados, adaptados, acondicionados, puestos en valor para poder ser utilizados por los “ensambladores de productos” o directamente por los turistas.

i) Oferta de servicios: El turista consume una serie de servicios que pueden ser *básicos* como el transporte, alojamiento, alimentación, y *complementarios*, como pueden ser los servicios específicamente turísticos como visitas guiadas, equipamientos como museos oferta de actividades deportivas, entre otro.

j) El Producto/paquete turístico: Cuando diferentes servicios se encuentran agrupados con un precio único y son ofrecidos al consumidor para su consumo y satisfacción de necesidades y motivaciones entonces se habló de un producto turístico concreto. También se le denomina “paquete turístico.”

k) Infraestructura: Se denomina infraestructura (también superestructura según otros autores) a todo el equipamiento construido que no es recurso, ni servicio empresarial, que facilita el acceso, la movilidad, la comunicación, el desarrollo de la actividad turística en el territorio: vías de acceso, telecomunicaciones, seguridad, saneamiento, limpieza, equipamientos generales del área, entre otros.

l) La Distribución Turística: La distribución es la parte del mercado que se encarga de poner en contacto a la oferta con la demanda. En turismo existen muy diferentes formas de comercializar el producto, dependiendo de la distancia a la que se encuentren el comprador y el vendedor.

En los mercados de proximidad, para la estancia de fin de semana o las vacaciones familiares, la venta directa es la más habitual: a través de Internet oficinas i-tur artículos en la prensa.

Por lo tanto, es necesario conocer con gran detalle las características de nuestra demanda para poder estructurar correctamente el producto y los canales de distribución

1.6.2 CONSTRUIR PRODUCTOS TURÍSTICOS: TIPOS DE PRODUCTOS

A efectos de esta guía, hemos acordado que denominaremos “producto/paquete turístico” a un elemento tangible es decir, a la agrupación de uno o varios atractivos transformados en recursos a los que se añade una oferta de servicios básicos y/o complementarios y que se presenta a la demanda con un precio definido y con una forma de adquirirlos.

El “empaquetado” de la oferta turística del área supone la creación de un producto nuevo, diferente de lo existente, normalmente con las siguientes características:

- Combinación de Servicios Turísticos
- Venta de Forma Conjunta
- A precio global
- Nueva forma de “envasado” y presentación de un producto al mercado.

Las razones para “empaquetar” la oferta de servicios turísticos de un área pueden ser diferentes, pero básicamente se dirigen a la atracción de demanda turística:

- Captar nuevos mercados
- Captar nuevos segmentos de demanda
- Servir de recordatorio sobre la zona o el recurso para la demanda que ya lo conoce
- Diversificar la oferta turística actual.

- Generar repetición de visitas de clientes habituales con propuestas novedosas sobre los mismos recursos.

El “empaquetado” genera en el comprador potencial sensación de abundancia y variedad, haciendo el destino más atractivo al presentarlo con una propuesta activa, en lugar de pasiva.

Ofrece, además, otra serie de ventajas para una zona en general y para cada una de las empresas participantes en particular:

- Colaboración entre varias empresas
- Refuerza y mejora la imagen del destino
- Da a conocer servicios, actividades, lugares menos conocidos
- Ayuda a incrementar los ingresos en temporada baja
- Despierta el interés del público
- Estímulo para los mercados de proximidad
- Sirve como soporte para una campaña.

1.6.2.1 COMPONENTES DE UN PRODUCTO

El producto puede tener diferentes componentes, dependiendo del público la que vaya dirigido, la duración, el lugar, etc, pero en líneas generales tendrá varios de los siguientes componentes:

- **Actividad principal:** el recurso o actividad que supone la motivación principal por la que esperamos que el turista se desplace al destino
- **Servicio de alojamiento:** si la duración del paquete lo requiere
- **Servicio de restauración:** Comidas
- **Actividades complementarias** guías, entradas a lugares de vistas, material para realizar la actividad principal, otras actividades complementarias, etc.
- **Transporte** Desde el lugar de origen, o bien desde un punto de encuentro hasta el lugar donde se realiza la actividad, etc.

Las diferentes opciones y combinaciones de estos elementos dependerán de las características del público al cual van dirigidas, y permitirán ofrecer diferentes tipos de servicios cuando sea necesario.

1.6.2.2 CLASIFICACIÓN POR TIPOS DE PRODUCTO / PAQUETE

Las clasificaciones que ofrecen a continuación no son estrictas, ni excluyentes. Sirven como indicación de los factores que hay que tener en cuenta a la hora de diseñar el producto y la relación entre sus componentes.

En principio, se puede clasificar los productos de la siguiente manera:

Según Su Estructura: Cerrados/ Semi Abiertos/ Abiertos

Según Componentes: Combinados, Temáticos

Según Público: Generales/ Para Segmentos

En cualquier caso, el objetivo de “empaquetar” el destino es el de hacerlo más accesible y atractivo para los consumidores, y esto se puede lograr de dos formas principalmente:

Vía precio: de forma que al agrupar servicios el resultado sea atractivo económicamente para el consumidor.

Vía valor agregado: que el atractivo, singularidad, notoriedad y valor intrínseco, así como la participación en la actividad versus la pasividad o contemplación, de lo que se está ofreciendo verdaderamente sea motivador para el público al que se dirige. Cuanto más experto consumidor turístico es el cliente al que se dirige, más importancia dará al Valor Agregado.

A continuación se va a analizar las características de cada tipo.

SEGÚN ESTRUCTURA

Cerrados: Incluyen todos los servicios con un cronograma definido. Los servicios se consumen en grupo, con orden definido y especificado:

Para mercados de proximidad, que se desplazan por su cuenta, o para turistas internacionales que tienden cada vez más a organizar el viaje por su cuenta, este tipo de paquetes cerrados no resulta tan atractivo

Los paquetes cerrados también resultan interesantes para las personas que disponen de poco tiempo y quieren ver los más importantes en pocos días, o para organizar visitas agrupadas a recursos en los cuales el coste de visita individual es alto

Semicerrados: Algunos servicios están incluidos, otros son opcionales. Este tipo de paquetes está pensado para estancias, en territorios donde el visitante tiene grandes opciones de elegir actividades, y una buena infraestructura de operadores y de venta de servicios turísticos.

Abiertos: El cliente va consumiendo servicios a su voluntad, el incentivo puede venir por la compra agrupada

SEGÚN CONTENIDO

Combinados: Combinan diferentes actividades, aparte de los servicios básicos (transporte, alojamiento, comidas)

Hay que tener cuidado de que las actividades sean compatibles con el tipo de público, que estén distribuidas de acuerdo a requerimientos de tiempo, de participación, de organización, de esfuerzo físico, de condiciones atmosféricas, etc. Asimismo es necesario tener cuidado de no cargar el paquete con demasiadas actividades,

El Inventario ayudará en este caso a identificar toda la variedad gama de actividades posibles en el área, incluso aquellas que pueden realizarse en según qué épocas del año, lo que puede servir para inducir repetición.

Temáticos: quiere decir basados en un tema. Es una forma más sofisticada de producción turística, porque se trata de, a partir de un hilo conductor, relacionar todas las actividades del paquete, o al menos la mayoría, con dicho hilo conductor, de una forma creativa, amena y que ayude al visitante a aprender algo.

Para construir un producto temático que funcione es necesario tener en cuenta una serie de reglas básicas:

- *El tema debe ser atractivo, sencillo, de interés para el público general. No se trata de banalizar la historia, el arte, la geología, pero si de presentarlo de una forma que motive un desplazamiento por motivos de ocio.*
- *La tematización debe ser clara y fácilmente perceptible (Actividades relacionadas con el tema)*

Asimismo, se puede armar tres tipos diferentes de tematización:

Tema circular, Diferentes fases del mismo tema en diferentes periodos del año.

Tema general Un tema en concreto y la misma ruta a lo largo de todo el año, las variaciones no tiene que ver con la época del año.

Tema Puntual Aprovechando acontecimientos, circunstancias o momentos puntuales, se pueden estructurar productos temáticos, por ejemplo en época de

cosecha de maíz, o tematizar un determinado aspecto dentro de un producto temático.

SEGÚN PÚBLICO:

Generales: Son los que van dirigidos a todo tipo de público, indiferenciados y no especializados.

Para Segmentos: Son aquellos que por sus condiciones, características requerimientos o contenidos van dirigidos a un segmento de público que tiene características comunes; por ejemplo de edad, o de ocupación, o de aficiones.

En definitiva, “empaquetar” los recursos y servicios ofrece la oportunidad de atender a diferentes públicos, variar la oferta, adaptar al mercado, conocer mejor los recursos y ponerlos en valor para su disfrute por los turistas y para la generación de ingresos. Es importante conocer los recursos, a los turistas, el mercado y la forma de empaquetar.

¿Qué recursos se usan? A quién parece que puede interesar este tipo de paquete? Qué duración tiene? Cómo se vende? Cuánto cuesta? Es abierto, cerrado, temático, combinado?

Esto permitirá fijar los conceptos y conocer un poco mejor el entorno en que se va a desenvolver.

1.6.3 CONSTRUIR PRODUCTOS

1.6.3.1 LA DEMANDA

La elección de los componentes debe hacerse poniendo en relación los recursos exonerados como más atractivos en el inventario con los tipos de público y con los productos existentes en el mercado.

Para ello, se debe volver al inventario e ir seleccionando los recursos de acuerdo a la información recogida en la tabla que se presenta a continuación:

Tabla 1: Sistematización de la Tipología de Visitantes en el Área

Recursos	V. Potencial	V. Actual	Puntaje	Tipo de Público/Actividad	Empresas que Operan	Recursos Relacionados
Nombre y número de código del recurso	De acuerdo a la valoración del inventario	De acuerdo a la valoración del inventario	Puntuación total alcanzada por el recurso	A partir de la ficha de inventario, recoger los diferentes tipos de público identificados para el recurso y el tipo de actividades que realizan	Empresa (nombre y actividad) que operan el recurso o que atienden a las personas que visitan el recurso	Número de código de fichas relacionadas con ésta..

Fuente: *Plan Estratégico de Turismo de la Corporación Metropolis de Turismo de Quito, Marketing Sistem 2002*
 Autor: *María Aguirre*

Con una tabla de este tipo se puede llegar a identificar a las tipologías de visitantes en el área.

Analizando la tabla anterior, se puede llegar a establecer un borrador de nuestro perfil de clientes:

Tipos de Visitante, Procedencias, formas de desplazamiento, Duración de la Estancia, asociados a los recursos y las empresas. Así, se podrá trazar un borrador de mapa geográfico de los mercados:

Por procedencia: Quito, Otras ciudades próximas, Provincia, Resto del País, Turistas Internacionales.

Al relacionar la procedencia con las actividades que realizan y la duración de la estancia, se tendrá una guía para:

- a) Desarrollar otros productos similares con recursos menos utilizados que puedan ser interesantes para estos segmentos que ya nos visitan.
- b) Identificar otros segmentos o grupo de interés similares en otros lugares próximos y que aún no nos visitan.

1.6.3.2 EL ENTORNO DE MERCADO

En este apartado se va a analizar el producto concreto que se está ofreciendo en el área, y también otros productos similares en el entorno en el que está compitiendo.

En este caso se trata de identificar los productos ya existentes, los recursos que las empresas turísticas del área están utilizando y cómo los están vendiendo.

Se estructurara la información en una tabla como la siguiente:

Tabla 2: Tipología de Productos en el Área

Recurso	Empresa	Duración de Paquetes	Actividades	Precio Pax/Día
Recurso a analizar	Empresas que lo están ofertando sean operadoras o alojamientos que lo incluyen en sus ofertas. Indicar el tipo de empresas: hostería, operadora, agencia, etc. Recoger solo aquellas que lo ofrecen.	d: no específica Ofrece como atractivo d0: excursión de día d1: paquete con 1 noche d2: con 2 noches dn: con 3 o más noches	t: transporte desde el lugar de origen t0: transporte desde el punto de encuentro t1: caballos, canoas, elementos para realizar la actividad G: guía C: comidas V: entradas a lugares	precio por persona y día
		D D0 D1 D2 DN	T T0 T1 G C V O	

Fuente: *Plan Estratégico de Turismo de la Corporación Metropolis de Turismo de Quito, Marketing Sistem 2002*
 Autor: *Maria Aguirre*

Analizando la información contenida en esta tabla se podrá entender cómo funciona la estructura de producción y distribución turística en el área. Se podrá ver claramente quien está operando qué productos, qué recursos no son operados y solo presentados como “adorno” de las empresas, pero no efectivamente comercializados, y cuáles son los diferentes niveles de precio.

Primero, a través de los folletos y guías turísticas que se ha utilizado para el inventario se puede identificar alguna zona con características similares a ésta a través de Internet es posible hacer una aproximación a los recursos /las empresas que operan dicha zona y hacer un cuadro similar y comparativo de los operadores y los productos, que va a permitir comparar esta zona con la zona analizada:

- Diferencia / similitud de recursos
- Oferta de alojamiento: más variada más numerosa, con diferentes calidades
- Existen operadoras locales o las empresas que operan los recursos vienen de Quito
- Los precios son más caros más baratos similares
- Hay paquetes o se ofrecen los recursos de forma aislada.

1.6.3.3 DEFINIR PRODUCTOS.

- Agrupando servicios sueltos
- Incorporando nuevos / diferentes servicios a los productos ya existentes para hacerlos más atractivos
- Diversificando la oferta de servicios y de productos para diferentes tipos de públicos.
- Diversificando la duración en función de los públicos (paquetes de día para público de proximidad, paquetes con estadía incluida para público que procede de mercados más distantes, etc.)

A la hora de seleccionar los componentes y la estructura hay que tener en cuenta:

- Tiempo y esfuerzo requerido por las actividades programadas, acorde con el tipo de público y la procedencia.
- Duración de las actividades en relación con el tiempo de desplazamiento.

- Interés de las actividades en relación al público objetivo. Hay que tener cuidado de no mezclar demasiado los intereses, o hacer productos demasiado especializados para luego dirigirlos al público no interesado y viceversa.

1.6.3.4 ¿QUIEN EMPAQUETA?

Una vez que se obtiene clara la composición y descripción de los diferentes productos, queda por resolver la cuestión técnico-legal: quien empaqueta?

Esto quiere decir, ni más ni menos, quién fija el precio, corre con los gastos de promoción y comercialización, gestiona el producto, cobra a los turistas, paga a los prestadores, y se hace responsable frente a los clientes de cualquier incidencia.

Por otro lado, los productos pueden ser acuerdos entre empresas, que deberán en todo caso aclarar entre ellas las cuestiones legales y tributarias relacionadas con la facturación de los servicios prestados a los turistas.

En caso de que exista, o se constituya, una operadora local, el “empaquetado” puede realizarse localmente.

Tabla 3: Evaluación de precios

Tabla 3:		
Servicios	Según tipo de Alojamiento	Según Grupo
Coste de Alojamiento		
Coste de Manutención		
Coste de Transporte		
Coste de Actividades		
Coste de Visitas y Excursión		
Coste de Guía/ Acompañante		
Coste de Material Promocional		
Coste de Actividades Promocionales		
Subtotal		
B Empresarial		
Comisiones de Intermediación (coste variable)		
Precio Final		

Fuente: *Plan Estratégico de Turismo de la Corporación Metropolis de Turismo de Quito, Marketing Sistem 2002*
 Autor: *Maria Aguirre*

En esta tabla hay que hacer constar varias explicaciones:

Las empresas deben tener una política de precios clara en relación a las diferentes temporadas, el tamaño de los grupos, los servicios a consumir, etc. Deben de acordar también que para que el producto resulte interesante, la suma del precio de los servicios no debe ser muy superior al del total de servicios adquiridos por el visitante de forma individual.

Los costes promocionales, el diseño de los folletos, su distribución, deben imputarse SOLO si se van a hacer localmente. Si solamente se arma el producto para ofrecerlo a diversas operadoras, no es necesario, puesto que no se va a correr con ese coste.

A continuación se incluyen otra serie de recomendaciones a la hora de alistar los productos para su venta:

- Nombre atractivo, enigmático, memorizable y comprensible para el destinatario final
- Planificación anticipada, claridad en los objetivos, las condiciones que cada prestador se compromete a cumplir y en lo que va a percibir por ello
- Claridad en cuanto a los grupos mínimo y máximo
- Compromiso para la prestación de los servicios en condiciones de calidad y seguridad estipulada
- Adecuación al segmento de mercado objetivo
- Componentes compatibles y adecuados
- Componentes homogéneos y de similar calidad
- Condiciones más ventajosas para el cliente
- Deben incluir un factor de atracción que motive a la compra

1.6.3.5 LA DISTRIBUCIÓN

La venta -la distribución- consiste, básicamente, en hacer llegar el producto /recursos/ empresa a los consumidores del mercado turístico, es decir, los turistas.

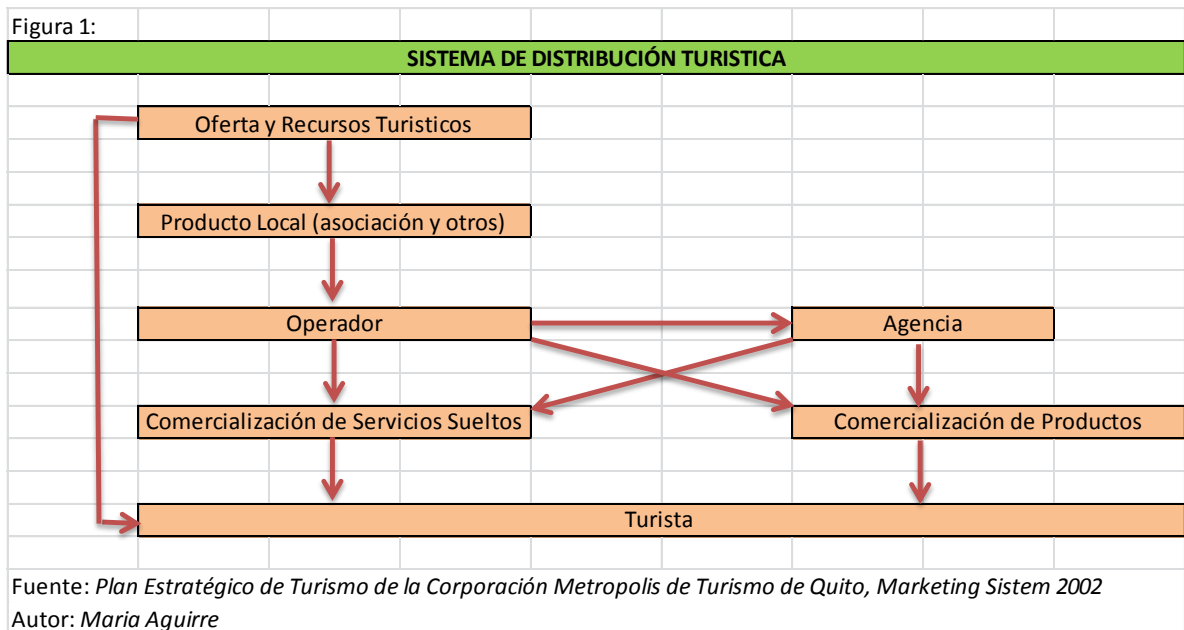
En la actualidad, con el desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación, las ventas por Internet están creciendo mucho, pero el principio sigue siendo el mismo: si se trata de vender /ofrecer a los turistas el producto combinado de diferentes empresas, que es lo que puede generar un mayor atractivo, es

necesario hacerlo a través de alguna forma de organización empresarial especializada, sea agencia de viajes, operadora, etc.

Esto no quiere decir que la empresa individual tenga que someterse a una sola operadora, o que solamente venda a través de operadoras, como ya se ha dicho, sino que puede y debe combinar todas las herramientas que le ofrece el mercado para darse a conocer a la mayor cantidad posible de clientes potenciales.

Así, puede tener su propio sitio web con reservas para sus servicios, pero a la vez le interesará estar presente en un sitio web del cantón, Distrito Metropolitano o la Provincia, donde se muestre toda la oferta, y le interesará (o no) participar en un paquete vendido por una operadora especializada en viajes de adultos mayores de Canadá, por ejemplo. Al mismo tiempo tendrá sus folletos en las oficinas de información turística de los lugares de procedencia de sus clientes, o bien se juntará con otros empresarios del área para realizar un folleto conjunto donde se presenten los atractivos del área y aparezcan las empresas que prestan servicios en aquellos recursos, con propuestas concretas de cada una.

Ilustración 1: Sistema de Distribución Turística



Inmediatamente después de los recursos y la oferta se tiene lo llamado “productores locales”, que son los que se pueden encargar, a través de todo el proceso que se describe en este manual, de definir propuestas de productos, o de formas de venta de servicios sueltos, para que sean promocionados directamente al turista, si se trata de servicios sueltos, o para ofertar a las agencias y operadoras como paquetes.

El mecanismo de creación de productos será útil para

- identificar a través del inventario otros recursos o empresas que puedan darse a conocer a los visitantes ya establecidos, o que generen interés para otros visitantes.
- Identificar nuevos servicios, formas de prestación que puedan innovarse para mejorar la ocupación actual

- Identificar recursos que puedan tener atractivo para otros públicos que aún no los visitan
- Ampliar el abanico de clientes actuales, generando productos que puedan resultar atractivos a los operadores para otros segmentos de público que no son los habituales.
- Identificar necesidades de mejora, señalización, capacitación, que ayuden a mejorar a la oferta local
- Identificar posibles impactos ambientales que puedan estar produciéndose por una mala gestión de los recursos naturales o culturales de un área.

1.6.4 LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL APLICADAS A LA VENTA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS.

Según la teoría tradicional, el Mix de Márketing, es decir, las variables manejadas por la empresa para conseguir sus resultados, está compuesto por lo que se llaman las cuatro "P": Producto, Price, Promoción and Plaza.

Las herramientas de Comunicación están muy relacionadas con la distribución, lo que quiere decir que las acciones de comunicación tiene que ir dirigidas a reforzar la venta según los objetivos marcados, y que para lograr un determinado objetivo de venta, se necesita utilizar determinadas herramientas de comunicación, por lo que es preciso tener una idea clara de en qué consiste cada una.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL EN TURISMO:

Tradicionalmente se clasifican en Relaciones Públicas, Publicidad de Destino, Publicidad de Producto, Promociones / ofertas. Venta /Directa

Relaciones Públicas: es una herramienta de comunicación destinada a dar a conocer el destino o producto turístico o recursos a los “prescriptores”, a aquellas personas que deciden o recomiendan el consumo a otros grupos de clientes

Publicidad de Destino: Son acciones dirigidas, como indica su nombre, a generar notoriedad hacia el destino. No “venden” una empresa o un servicio, sino el conjunto de experiencias y actividades que se pueden disfrutar en el destino.

Publicidadde Producto /Empresa: Es la publicidad destinada a vender el producto o la empresa concreta. Va dirigido al consumidor final, al operador, a la agencia, a las empresas de transporte, oficinas ITUR, recepciones de los hoteles, etc, a todos los lugares donde puedan haber clientes directos o indirectos del producto. Si un destino tiene una buena publicidad de destino, entonces las empresas pueden apoyarse en esa promoción general del destino, que hace que su producto sea mejor valorado porque se conoce y se valora el área.

Promociones / Ofertas: Las promociones y ofertas son herramientas que utilizan normalmente una estrategia de precio, durante un periodo de tiempo limitado, para conseguir un objetivo concreto de venta. Una oferta tiene una duración limitada. En Turismo se utilizan, por ejemplo, para conseguir llenar aviones en el último momento, de manera que se liquidan disponibilidades de plazas a última hora a fin de completar el vuelo.

También se utiliza para generar interés en un periodo concreto: por lanzamiento de un nuevo producto o destino, para que la gente se interese y lo conozca. Las ofertas no tienen que ser exclusivamente descuentos. Pueden ser del tipo “Reserve alojamiento para dos noches y se le obsequia el desayuno gratis” “Reserve la ruta larga y obtenga un paseo a caballo gratis en su próxima visita,” “Visite dos museos y entre gratis al tercero” etc. También puede ser un obsequio de un elemento promocional distintivo, lo que se llama “merchandising” u objetos promocionales que identifican al producto / o destino y que distinguen al cliente, pero también hacen publicidad del lugar.

Venta Directa: también llamada venta personal, que consiste en hacer llegar directamente a los clientes potenciales la información sobre el producto, por ejemplo a través del envío masivo, los llamados “mailing” a grupos de interés, miembros de una asociación, por ejemplo de personas interesadas en la conservación de flora y fauna, se les envía un folleto con el producto concreto de Aviturismo que se ofrece, con precio y características. O bien se visita las agencias de viaje ofreciendo el producto, o los hoteles próximos, que ofrecen

actividades complementarias a sus clientes, o empresas que buscan actividades para sus clientes o para sus directivos, o espacios nuevos para reunirse.... etc. También es fundamental visitar las Oficinas ITUR de las proximidades, y de los lugares de procedencia de los turistas, para que nos conozcan, sepan exactamente dónde se ubica y cómo llegar. Esto es útil sobre todo pensando en el público directo.

1.6.5 ESTUDIO DE MERCADO

Cualquier proyecto que se desee emprender, debe tener un estudio de mercado que le permita saber en qué medio habrá de moverse, pero sobre todo si las posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades pensadas, de modo tal que se cumplan los propósitos del empresario.

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

Finalmente, el estudio de mercado dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Toda inversión de recursos tiene como finalidad producir directa o indirectamente bienes y/o servicios para satisfacer necesidades concretas. Estas necesidades pueden o no estar respaldadas por medios de cambio (monedas). Cuando las necesidades se manifiestan o están apoyadas en dichos medios dan lugar a la llamada demanda efectiva, ya que el grupo social, la empresa o el individuo que la ejerce tienen la posibilidad de ofrecer a cambio de un producto otro u otros productos (trueque), o una cierta cantidad de circulante.

No obstante, para que un consumidor se localice dentro de la demanda efectiva no le basta con poseer medios de cambio, será imprescindible, además, que esté dispuesto a cederlos por las cantidades impuestas en el mercado a través de los precios o simplemente que pueda hacerlo. Si se toma en cuenta que toda persona o familia requiere diversos satisfactores para lograr un mínimo equilibrio psicofisiológico y social será comprensible la imposibilidad real de muchos consumidores para sumarse a la demanda efectiva de todos los bienes y servicios que requiere, en especial cuando su ingreso o disponibilidad de medios para el intercambio es limitada.

Por lo tanto, la demanda efectiva en una economía estará dada por la que ejerzan aquellos grupos de consumidores con el ingreso y las preferencias necesarias para adquirirlos satisfactorias, según los precios fijados en el mercado.

Ahora bien, cuando las necesidades no pueden respaldarse con los medios de cambio suficientes se presenta una demanda denominada real, para cuya satisfacción se requiere de productores que obtengan sus recursos económicos de una fuente distinta al proceso directo de intercambio. En este último caso se encontrarían todos los bienes y servicios ofrecidos por el sector público a precios y tarifas inferiores a las que normalmente fijaría el mercado o exigiría su proceso productivo en materia de gastos costos e inversión.

En el ámbito del turismo, se presenta también la confluencia de demanda efectiva y demanda real identificándose con la primera al turismo comercial, tanto interna como receptivo y agresivo. Para la segunda se han manejado distintas denominaciones como las de turismo subvencionado y turismo social, sin que ello signifique que son los mismos fenómenos.

De hecho, la diferencia entre ambas demandas está dada por los precios de mercado para paquetes mínimos de viaje, en función de un ingreso disponible que permitiese satisfacer las necesidades psicosociológicas relacionadas con esta actividad.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA REGIÓN

2. SITUACIÓN GEOGRÁFICA

En la Provincia de Tungurahua, Cantón Patate se encuentra la Parroquia El Triunfo, en 1959 llegaron los primeros pobladores provenientes de Patatehurco y Poatug; quienes mantuvieron una lucha dura y prolongada con el dueño de estas tierras (Marcos Restrepo) para poderse posesionar. El asentamiento no fue fácil, pero finalmente consiguieron su objetivo y por esta razón a su pueblo le pusieron por nombre “*El Triunfo*”. Trece años más tarde en 1972 consiguieron la Parroquialización.

Cuenta actualmente con una población de 1600 habitantes aproximadamente, quienes están distribuidos en cinco caseríos (Concha Azul, La Esperanza, Cruz Loma, Montañitas y San Pablo de Morrogacho) y cinco barrios (La Nueva Alborada, Las Orquídeas, Unión y Progreso, La Florida y Barrio Central), los cuales cuentan con energía eléctrica, agua entubada en su mayoría y tan solo un 40% poseen alcantarillado, en lo que se refiere a comunicaciones no existe servicio de telefonía fija, ni celular, pero cuenta con el servicio de internet satelital (donado por un extranjero).

Los habitantes en sus inicios eran totalmente dependientes del bosque; hasta la creación del Parque Nacional Llanganates (1996), lo cual poco a poco ha

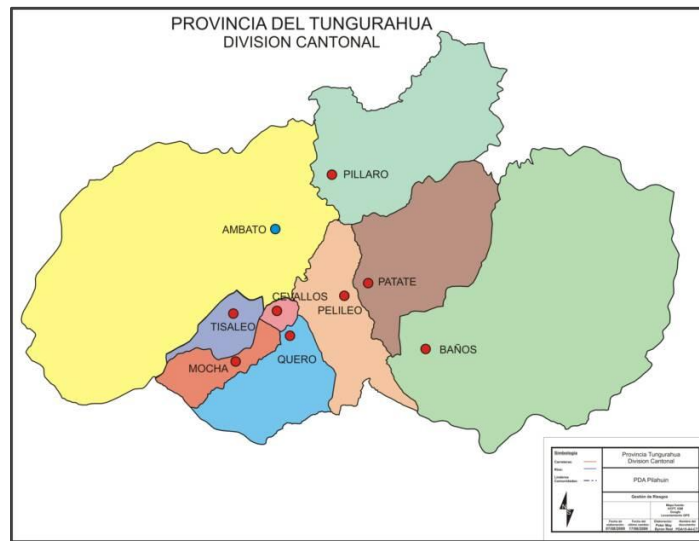
modificado sus actividades productivas. Actualmente se dedica a las actividades agrícolas, se cultiva los siguientes productos: mora, tomate de árbol, maíz, papas, fréjol, habas, hortalizas y tomate de carne; además a actividades ganaderas para la producción de leche y carne.

La zona es considerada un paraíso, rico en vegetación; se puede encontrar el bosque de neblina que aún se mantiene intacto además se puede apreciar una variedad de especies de flora y fauna únicas, diversas que solo en este territorio se puede observar. Se sabe la existencia de abundantes minerales.

Esta zona esconde una belleza paisajística, biológica, histórica llena de mitos y leyendas, donde se presume que Rumiñahui escondió el tesoro de la recompensa de Atahualpa, por esta razón es un destino para eco turistas, investigaciones científicas, educación ambiental y actividades de recreación.

Geográficamente se ubica en las coordenadas: Latitud N 9´855.696 Longitud E 788.760. Limita al: **Norte:** Parque Nacional Llanganates, del cual forma parte, **Oeste:** Parroquia Matriz (Patate) y una parte de la Parroquia Sucre, **Sur y Este:** Cantón Baños

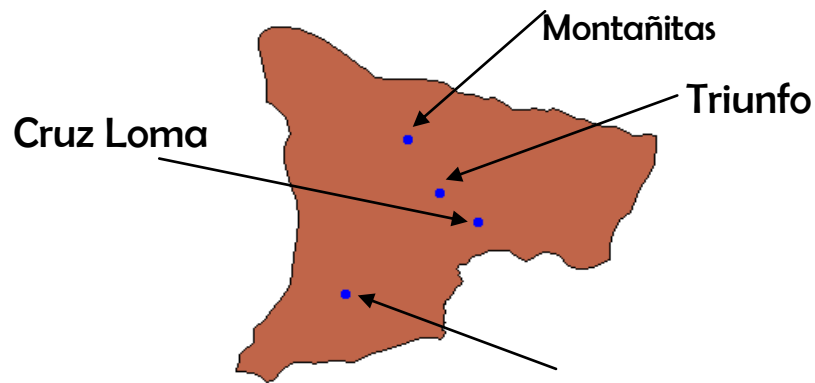
Ilustración 1: División Cantonal



Fuente: INEC
Autor: INEC

Ilustración 2: División Política de la Parroquia El Triunfo

Parroquia El Triunfo



Superficie: 51,60 Km²

Fuente: Municipio Cantonal de Patate
Autor: Andrea Alvarez

2.1 CONDICIONES CLIMÁTICAS

La Parroquia está ubicada en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional los Llanganates, es una zona climática húmeda a una altura de 2394msnm, teniendo una temperatura fluctuante entre 12 y 22 grados centígrados, con una extensión de 7605 hectáreas, con precipitaciones de 3000 a 4000 mm anuales.

2.2 CARACTERÍSTICAS GEOLÓGICAS

Existe un alto nivel de riesgo volcánico por acción del volcán Tungurahua, que determinan fenómenos de inestabilidad y que afecta a la Parroquia El Triunfo y a los cantones vecinos. Los factores de riesgo natural se encuentran dentro de las siguientes categorías

Cuadro N.1 Factores de Riesgos

FACTORES DE RIESGO NATURAL	CATEGORÍA
Actividad volcánica	Baja
Actividad sísmica	Moderada
Inundaciones	Moderada
Tormentas	Moderada de acuerdo al año
Deslizamientos, derrumbes y avalanchas	Moderada
Peligro volcánico por cenizas	Severa

Fuente: Municipio Cantón Patate

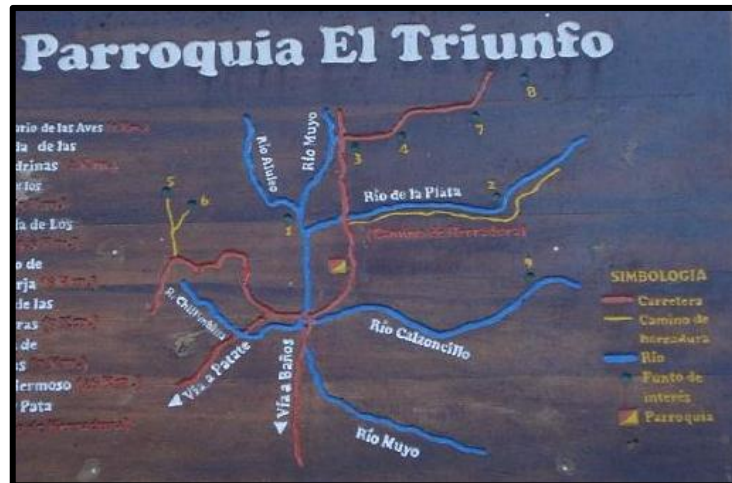
Autor: Andrea Alvarez

2.3 CARACTERÍSTICAS DEL AGUA

La Parroquia esta bañada por los Ríos Muyo, Calzoncillo, Plata, Aluleo, Verde Chico; los cuales se ven amenazados por el deterioro ambiental, por la

deforestación de especies endémicas, contaminación por las aguas servidas, contaminación por el manejo del abono y pesticidas para los cultivos.

Ilustración 3: Ríos de la Parroquia El Triunfo



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Municipio Cantón Patate

2.4 CARACTERÍSTICAS DE LA FLORA Y FAUNA

Actualmente la relación entre las especies que habitan en el parque (biodiversidad) se ve amenazada por las actividades humanas; la degradación del medio ambiente, la expansión de la frontera agrícola, entre otros, afectando el hábitat de muchas especies.

Existe un intercambio de especies entre los bosques nublados maduros y los remanentes de bosque o bosques secundarios. La avifauna por lo general se ubica en el páramo y en el bosque nublado especialmente en el sector de El Triunfo, Machay y Río Mulatos. Algunas aves migran de los bosques en buen estado a las áreas alteradas posiblemente en busca de alimento, pero regresan para cumplir con otras etapas de su desarrollo.

Cuadro No 02: Aves del Cantón Patate

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Colibrí Andino	<i>Oreothrochilus chimborazo stella</i>
Gavilán	<i>Buteo magnirostris</i>
Guaró	<i>Geranoetus melanoleucus</i>
Mirlo	<i>Turdus fuscater</i>
Tórtola	<i>Zenaida auriculata</i>
Quilico	<i>Falco esparveirus</i>
Pava de monte	<i>Penelope montagni</i>
Gorrión cuallicanelo	<i>Zonotrichias capensis</i>
Pato silvestre	<i>Anas flavirostris</i>
Predicador (Tucán andino pechigris)	<i>Andígena hipoglauca</i>
Pájaro brujo	<i>Phirocephalus rubinus</i>
Zumbadores	<i>Vanellus respondens</i>
Curiquingue	<i>Phalcoboenus carunculatus</i>
Patiamarillo grande	<i>Tringa melaoleuca</i>
Golondrinas	<i>Streptoprocne zonaris</i>

Fuente: Plan de Marketing del Cantón Patate
Elaborado por: Andrea Alvarez

Cuadro No 03: Mamíferos del Cantón Patate

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Danta	<i>Tapirus pinchaque</i>
Cervicabra	<i>Mazama Rufina</i>
Conejo silvestre	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
Lobo de páramo	<i>Pseudolopex culpaeus</i>
Raposa	<i>Marmosa robinsoni</i>
Venado de cola blanca	<i>Odocoileus virginianus</i>
Zorrillo	<i>Conepatus semiestriatus</i>
Osos de anteojos	<i>Tremarctos ornatos</i>
Sacha cuy	<i>Cavia aparea</i>
Puerco espín	<i>Coendou bicolor</i>

Fuente: Plan Marketing del Cantón Patate
Elaborado por: Andrea Alvarez

Cuadro No 04: Fauna Doméstica del Cantón Patate

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Cuy	<i>Cavia porcellus</i>
Conejo	<i>Oryctolagus cuniculus</i>
Gallina	<i>Gallus domesticus</i>

Vaca	<i>Bos Taurus</i>
Cerdo	<i>Sus vitatus</i>
Oveja	<i>Ovis aries</i>
Cabra	<i>Caprae pisca</i>
Caballo	<i>Equus caballus</i>
Llama	<i>Lama glama</i>
Perro	<i>Canis familiares</i>
Gato	<i>Felis catus</i>
Pavo	<i>Agriocharis ocellata</i>
Pato	<i>Anas boschas</i>
Ganso	<i>Anser sp</i>
Asnos	<i>Equus asinus</i>

Fuente: Plan de Marketing del Cantón Patate

Elaborado por: Andrea Alvarez

Posee además un gran componente biótico por encontrarse en la entrada de la Reserva del Parque Nacional Llanganates, donde existe una gran variedad de ecosistemas, variedades extraordinarias de fauna y flora, paramos herbáceo, bambú enano, Bosque Siempre-Verde, Montano, Bosque de Neblina acompañados de árboles.

Cuadro No 05: Flora Ornamental del Cantón Patate

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Guanto – Floripondio	<i>Datura arbórea</i>
Cucardo	<i>Hibiscus roseus</i>
Calceolaria	<i>Penlandii ssp penlandii</i>
Estrella de Panamá	<i>Euphorbia pulcherrima</i>
Superrosa	<i>Lantana floral</i>
Perrito	<i>Calceolaria ericoides</i>
Cepillo	<i>Calistemon lanceolada</i>
Arupo	<i>Chioncentus pubescens</i>
Buganvilla	<i>Bougainvillea sp</i>
Cocumbe	<i>Phoenix</i>
Olivo	<i>Olea europea</i>

Fuente: Plan de Marketing del Cantón Patate

Elaborado por: Andrea Alvarez

Cuadro No 06: Especies de Flora Nativa

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO
Chuquiragua	<i>Chuquiraga jussieui</i>
Quishuar	<i>Buddleja incana</i>
Almohadones	<i>Azorella cf. Pendunculata</i>
Pantza o yagual	<i>Polylepis incana</i>
Cacho de venado	<i>Halenia weddeliana</i>
Paja	<i>Stipa ichu</i>
Frailejón	<i>Espeletia pynophylla</i>
Pumamaqui	<i>Orepanax sp</i>
Achupalla	<i>Puya cf. Hamata</i>
Sixe	<i>Agrostis sp.</i>
Retama	<i>Spartium junceum</i>
Mortiño	<i>Vaccinium cf. Floribundum</i>
Cola de Caballo	<i>Equisetum angustifolium</i>
Llantén	<i>Plantago lanceolata</i>
Menta	<i>Mentha piperita</i>
Manzanilla	<i>Matricaria chamonilla</i>
Eucalipto	<i>Eucaliptus globulus</i>
Toronjil	<i>Melissa affinalis</i>
Valeriana	<i>Valeriana officinalis</i>
Achicoria de páramo	<i>Hypochaeris sessilifolia</i>
Taruga rinri	<i>Werneria nubigena</i>
Pasto oloroso, Grama olorosa	<i>Anthoxanthum odoratum L</i>
Avenilla	<i>Avena fatua L</i>
Ashpa chocho	<i>Dalea Coeruela</i>

Fuente: Plan de Marketing del Cantón Patate

Elaborado por: Andrea Alvarez

Cuadro. No 07: Especies Alimenticias del Cantón Patate

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Patata	<i>Solanum tuberosum</i>
Camote	<i>Ipomoea batata</i>
Maíz	<i>Zea maíz</i>
Manzana	<i>Malus domestica</i>
Pera	<i>Pyrus communis</i>
Capulí	<i>Prunus capulí</i>
Durazno	<i>Pronus pérsica</i>
Aguacate	<i>Persea americana</i>
Zanahoria	<i>Daucus carota</i>
Limón	<i>Citrus limonum</i>
Ocas	<i>Oxalis tuberosa</i>

Meloco	<i>Ullucus tuberosus</i>
Habas	<i>Vicia faba</i>
Cebada	<i>Hordeun vulgare</i>
Frijol	<i>Phaseolus vulgaris</i>
Trigo	<i>Triticum vulgaris</i>
Toma de Árbol	<i>Cyphomandra betacea</i>
Granadilla	<i>Pasiflora edulis</i>
Tomate Riñón	<i>Lycopersicum esculentun</i>
Mandarina	<i>Citrus deliciosa</i>
Babaco	<i>Carica pentágona</i>
Uva	<i>Vitis vinífera</i>
Achira	<i>Canna edulis</i>
Sambo	<i>Cucurbita fisifolia</i>
Zapallo	<i>Cucurbita pepo</i>
Cebolla	<i>Alliun cepa</i>
Ají	<i>Capsicum frutescens</i>
Mora	<i>Rubus glaucus</i>

Fuente: Plan de Marketing del Cantón Patate

Elaborado por: Andrea Alvarez

2.5 ANÁLISIS SOCIO- CULTURAL

El Triunfo es la parroquia más joven del cantón Patate, su extensión es de 53.8 Km². Los primeros habitantes fueron originarios de Poatug y Patateurco que pertenecen al cantón Patate de clase mestiza e indígena, fueron aproximadamente 20 personas, las que se acentuaron por primera vez en este sector por el año 1930.

Actualmente cuenta con 2400 habitantes de los cuales el 70% son menores de 18 años. Las fiestas de la Parroquia se celebran el mes de Junio donde se festeja su creación, en esta celebración el pueblo Indígena elige a su Reina Parroquial.

2.5.1 SERVICIOS BÁSICOS:

2.5.1.1 AGUA:

El Triunfo cuenta con el servicio de agua entubada, el 60% de las viviendas posee de este servicio y el 40% restante se abastece, de agua del río, acequia, canal o vertiente.

El agua es captada desde los ríos Plata y Calzoncillo, estos dos ramales alimentan un reservorio de hormigón armado de 3m alto x 3m de diámetro, que permite abastecer parcialmente a la población con agua entubada. Este reservorio no cuenta con una protección para evitar que caigan hojas o ramas dentro del agua.

Debido a la escasez del líquido vital en verano, la población consiguió financiamiento del Consejo Provincial; para adquirir manguera adicional, con el propósito de prolongar las líneas de conducción de tal manera de captar el agua desde los ríos, lo que permitiría asegurar el caudal.

De acuerdo a los análisis realizados por el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda a los diferentes afluentes de la parroquia, estos satisfacen las normas físico-químicos de potabilidad del agua siendo necesaria únicamente la desinfección.

2.5.1.2 ALCANTARILLADO:

El Triunfo cuenta con alcantarillado convencional en el Barrio Central, en las calles Oriente y Llanganates. El sistema de alcantarillado ha sido construido en primera instancia con el aporte del Municipio de Patate y luego por el Consejo Provincial de Tungurahua lo concluyo.

La red de recolección de aguas servidas se encuentra en buen estado y esta construida por tuberías de hormigón simple con un total de 2,735mt de red. Según el último censo el 70% del total de las viviendas disponen de este servicio.

2.5.1.3 LUZ ELÉCTRICA:

La Empresa Eléctrica Ambato provee del servicio de energía eléctrica, tiene una cobertura del 95.48% las 24 horas al día, y el 4.52% no dispone de este servicio debido a la ubicación geográfica de las viviendas.

Imagen No.1: Postes de Alumbrado Público



Fuente: Parroquia El Triunfo

Autor: Andrea Alvarez

2.5.1.4 RECOLECCIÓN DE BASURA:

La recolección de la basura en la Parroquia El Triunfo se realiza todos los días jueves con una volqueta, este servicio solo llega al centro de la parroquia, la recolección de la basura lo realiza el municipio del Cantón Patate.

En el Cantón Patate no existe un manejo adecuado de residuos sólidos, pues, de la gran cantidad de desechos generados únicamente 0,257 ton/día son recolectados y para luego ser arrojados a cielo abierto a orillas del Río Patate ocasionando un daño ambiental irreparable a las playas de dicho Río.

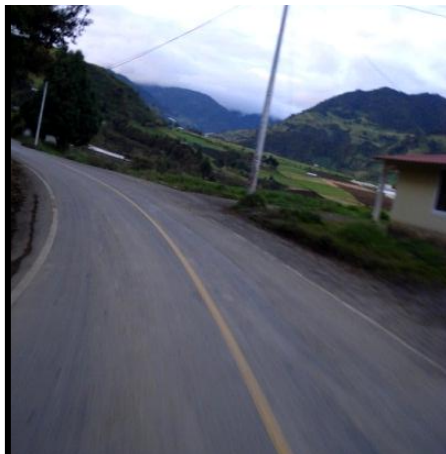
2.5.1.5 VÍAS DE ACCESO:

El Triunfo es una de las parroquias más alejadas de la provincia de Tungurahua y dispone de tres vías de acceso

- Via Patate: Leito – El Triunfo (30 Km) de segundo orden.
- Vía Ulba: Vizcaya – El Triunfo (19 Km) de segundo orden.
- La Vía Ecológica La Suiza: San Borja – Cruz Loma (10 Km)

La comunidad de El Triunfo se encuentra comunicada directamente a través de caminos de segundo orden a las poblaciones de Baños (18.5 Km.de distancia) y Patate (29 Km. de distancia).

Al llegar a la Parroquia por encontrarse formando parte del Parque Nacional Llanganates posee una vía empedrada para mantenerse en concordancia con el entorno.

Imagen No. 2: Vía de Acceso Baños-El Triunfo

Fuente: Vía de Acceso El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

2.5.1.6 SERVICIO DE TRANSPORTE:

La comunidad de El Triunfo se encuentra comunicada con las poblaciones de Baños a través de la línea de Buses Ecológico Baños que cubre la ruta Baños-El Triunfo de manera diaria, en los horarios: 06h00, 11h00, 14h00, 16h00, el valor del pasaje es de 80 centavos de dólar y el tiempo de viaje es de 40 minutos aproximadamente. Con Patate a través de un servicio de camionetas que cubre la ruta Patate-El Triunfo de manera diaria, el valor del pasaje es de 2 dólares por persona, o sino 15 dólares por viaje si es un flete.

2.5.1.7 EDUCACIÓN

En cuanto a infraestructura educativa la Parroquia El Triunfo, cuenta con establecimientos escolares adecuados para su desempeño; las instituciones de la Parroquia son las siguientes:

Tabla 4: Instituciones Educativas Parroquia El Triunfo

Institución	Ubicación/ Barrio	Alumnos
Guardería	Central	50
Guardería	Caserío Cruz Loma	15
Jardín	Las Orquídeas	20
Escuela	Central	210
Escuela	Caserío Montañitas	18
Escuela	Caserío Cruz Loma	50
Colegio Nacional	Caserío San Pablo	12

Fuente: Tenencia Política El Triunfo

Autor: Andrea Alvarez D.

La Parroquia El Triunfo, cuenta con establecimientos escolares adecuados para su desempeño. Así las guarderías son atendidas por madres comunitarias, supervisadas semanalmente por una parvularia. Estos establecimientos reciben alimentación por parte de los programas gubernamentales a excepción del colegio. Carecen de servicios como agua potable, alcantarillado, sistemas de bibliotecas actualizadas, material didáctico y áreas recreativas.

Imagen No.3: Escuela República de Suiza



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.4: Centro Infantil Las Orquídeas



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

El Colegio Nacional El Triunfo oferta el servicio educativo hasta el décimo año de educación básica, por lo cual los deben viajar para llegar a colegios en Baños o Pelileo, para terminar su bachillerato de manera presencial o a distancia. Cabe mencionar, que no existe ningún tipo de centro de formación técnica artesanal.

Imagen No.5: Ingreso Colegio Nacional El Triunfo **Imagen No.6:** Colegio Nacional El Triunfo



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

La educación es un elemento clave para la superación, combate a la pobreza y desigualdades sociales; en la Parroquia esta es una verdad que limita el progreso, por el escaso nivel educativo de la comunidad. Del 100% el 82.9% de personas que saben leer y escribir; de este el 48.5% tiene aprobada la instrucción básica, seguido por secundaria 21%, Inicial 8.1%, Centro de Alfabetización 5.1%, Superior 3.4%, Post-grado 1%; y el 2.66% no tiene ningún tipo de instrucción.

2.5.1.8 SALUD

La Parroquia dispone de un Subcentro de Salud ubicado en la Cabecera Parroquial, la infraestructura física no es la suficiente y apropiada para el desempeño de las funciones del personal, además carecen del equipamiento, personal médico permanente y medios para movilizarse a los caseríos lejanos.

El Subcentro de Salud, reporta las actividades realizadas en la Parroquia al Hospital Cantonal de Baños, Área No. 4, dependencia del Ministerio de Salud Pública. De la información proporcionada por el Departamento de Estadística del Hospital Cantonal de Baños, el Subcentro de Salud de “El Triunfo” el último año ha reportado que las personas acuden con mayor frecuencia por problemas de parasitosis, enfermedades diarreicas y respiratorias (faringo-amigdalitis, síndrome gripal), infecciones del tracto urinario, entre otras.

Imagen No.7: Centro de Salud El Triunfo



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.8: Centro de Salud El Triunfo

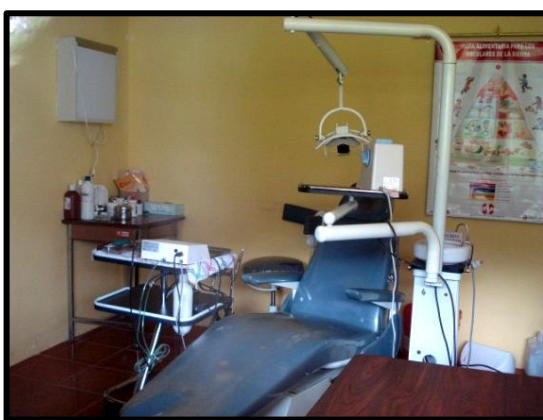


Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

El Sub-centro de Salud El Triunfo ofrece los siguientes servicios:

- Consulta externa básica (Clínica - Pediatría - Obstetricia) y emergencias, atendido por Médico de Contrato.
- Programas DOTS (Tratamiento Acortado Estrictamente Supervisado para el control de la Tuberculosis), SIVAN (Subsistema Integrado de Vigilancia Alimentaria Nutricional), PAI-MSP (Programa Ampliado de Inmunización), atendida por Departamento de Enfermería.
- Farmacia Gratuita en horario de Consulta Externa.
- Odontología (consulta externa general) por El Odontólogo de Contrato.

Imagen No.9: Área de Odontología



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.10: Área de Evaluación



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

2.5.1.9 RECREACIÓN

La Parroquia está provista de áreas deportivas en los centros más poblados; a pesar de la falta de mantenimiento existente estas son muy concurridas por la comunidad, en especial los fines de semana.

En la Parroquia encontramos: 1 estadio a campo abierto, 1 cancha de uso múltiple, 4 canchas en los establecimientos educativos; los cuales son puntos de encuentro para la realización de eventos comunitarios.

Imagen No.11: Estadio



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.12: Estadio



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

La Parroquia no cuenta con parques, ni infraestructura de recreación infantil. La Junta Parroquial es la encargada de realizar eventos deportivos y recreacionales, donde reúnen gran cantidad de gente joven para impulsar e incentivar el deporte.

2.5.1.10 SEGURIDAD

En las instalaciones de la Casa de Gobierno posee un espacio para el funcionamiento del Destacamento de la Policía Nacional, cuenta con tres miembros policiales. Quienes trabajan al servicio de la población en el marco de la legislación vigente, respetando la dignidad humana, para que todos los actores sociales puedan convivir en paz y ejercer con libertad sus derechos.

Imagen No.13: Destacamento Policial



Fuente: Parroquia El Triunfo

Autor: Andrea Alvarez

La tala ilegal de especies nativas del bosque húmedo y robo de animales son denunciados en la Fiscalía General del Estado, con sede en Baños.

2.5.1.11 VIVIENDA

En sus orígenes las tierras que pertenecen a la Parroquia, eran de propiedad comunitaria, para poder explotarla se debía pedir por donación al Cabildo quien estaba encargado de administrar el territorio y entregar terrenos a los comuneros.

En la actualidad, se conoce que los habitantes de la Parroquia no tienen ninguna clase de problemas referentes a la tenencia y legalización de tierras, debido a que el 56.78% de las familias, tienen un tiempo de residencia mayor a los 20 años en esta localidad, es decir son propios de la zona, dueños y herederos de las propiedades.

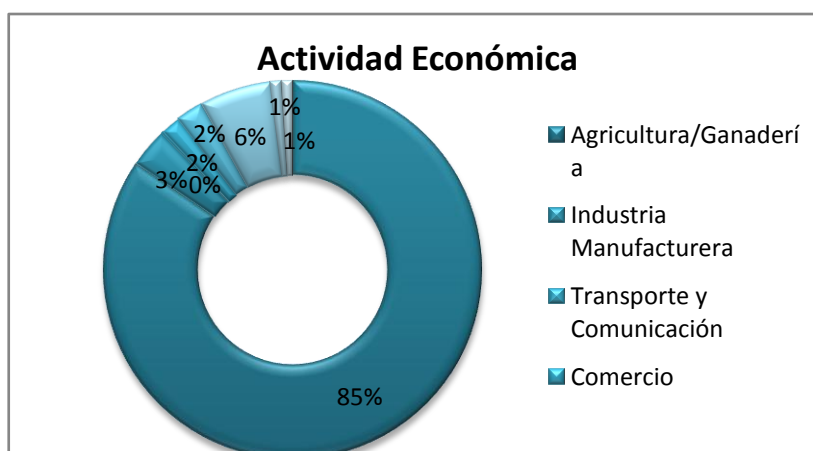
Los materiales que conforman la vivienda se determina que el 80.90% de las paredes exteriores son del hormigón, ladrillo o bloque, seguido de paredes de madera con 18.09%, mientras que el 1% son de adobe, tapia o bahareque. El techo es de zinc 37.69%, eternit 36.18%, hormigón o losa 17.09% y finalmente el 9.04% es de teja, paja o similares. El piso de las viviendas, el 56.78% es de cemento o ladrillo, el 17.09% es entablado o parquet, el 12.56% de baldosa, el 12.56% son de tierra y el 1.01% son de otros materiales.

2.6 ANÁLISIS ECONÓMICO

Al analizar la realidad económica de la Parroquia, se ha considerado las actividades que constituyen la base fundamental de la economía, como es la agricultura y el comercio.

El 55.22% conforma la Población Económicamente Activa (PEA), la población ocupada asciende al 98.16% de la PEA.

Gráfico No.1: Actividad Económica



Fuente: INEC
Autor: Andrea Alvarez

La población ocupada, se ha empleado en empresas según su rama de actividad; la más representativa es la agricultura (84.5%), seguida por servicios comunitarios, sociales y profesionales en 6.1%; actividades de la industria manufacturera 3.29%, construcción 2.35%, comercio 1.64%, actividades financieras, inmobiliarias, empresariales y de alquiler 0.94% y la explotación de minas y canteras en similar porcentaje al anterior.

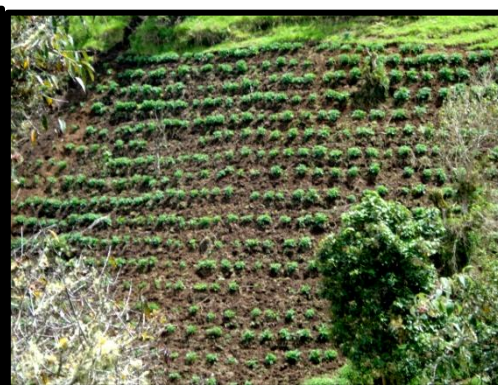
2.6.1 PRODUCCIÓN (CULTIVOS)

El bosque del Triunfo, era una mina inexplorada de recursos forestales (maderas de las especies: chigmay, pumamaqui, quishuar, palosanto, madero, pilche, sisín, motilón, arrayan, etc.); la creciente demanda de madera, ocasionó que se explotara sin ningún control. Con el afán de preservar estos recursos se declaró a esta área Parque Nacional en el año de 1996; frenando la tala y explotación de las especies nativas.

En los últimos años los agricultores con el fin de aumentar el área agrícola y pecuaria, han destruido el bosque primario, especialmente en suelos con elevado grado de pendiente, poniendo en grave peligro de deslizamiento y pérdida de suelos.

Imagen No.14: Cultivo de Moras

Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.15: Cultivo de Papas

Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

El 61.78% (4.698 has.) de la superficie son aéreas cultivadas y el 38.22% (2.907 has.) pertenece al Parque Nacional Llanganates; En la actualidad la actividad agrícola (92.3%), es el principal eje económico de la población; dentro de los principales cultivos están: mora (65 has.), maíz y fréjol (130 has.), papas (40 has.), habas (25 has.), tomate de árbol (3 has.),

Imagen No.16: Planta de Tomate de Árbol **Imagen No.17:** Mata de Moras

Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Sin embargo, los agricultores adolecen de muchos problemas como son: desorganización, falta de interés en capacitarse, insuficiente asesoramiento

técnico, desconocimiento del uso de semillas mejoradas entre otras técnicas, que no permitan elevar el rendimiento ni la rentabilidad de esta actividad.

2.6.2 ACTIVIDADES PECUARIAS

La ubicación geográfica juega un papel importante en la crianza de animales como ganado bovino, porcino, cuyes y aves criollas; de forma casera y tradicional.

Imagen No.18: Burro Animal de Carga



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.19: Gallina Animal de Corral



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

El Triunfo concentra el 10.23% de ganado bovino existente en el Cantón, conformado por razas criollas, mestizas, holstein frisian; su alimentación se basa principalmente en pastos naturales que constituyen el 29.37% de la Parroquia, lo que permite tener ganado para la producción de leche y carne.

En general, el 79.13% de los hogares se dedican sus terrenos a actividades productivas sea la agricultura o crianza de animales; la producción obtenida se

destina en un 19.63% al auto-consumo; mientras que el 80.37% la comercializa al mercado.

2.7 REVISIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO

2.7.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para este estudio de mercado se ha tomado como punto de referencia a los cantones de Patate y Baños debido a que la Parroquia El Triunfo pertenece al cantón Patate y por su ubicación geográfica está estrechamente vinculada con el cantón Baños.

El número de visitantes nacionales que recibió la ciudad de Baños en el año 2010 aproximadamente fue de 350.064 personas (según el Departamento de Turismo del Cantón Baños), y un ingreso de 21.664 turistas extranjeros.

Mientras que el cantón Patate recibe aproximadamente el 0,15% del total de turistas extranjeros que llegan al Ecuador, esto es 1.412 turistas extranjeros. Con una afluencia de turistas nacionales de 2.340 personas, se obtuvo un total de 3.752 turistas anuales, (señalando que estos datos fueron obtenidos mediante entrevistas personales con los administradores de las diferentes hosterías del cantón).

Sumando la afluencia de turistas de los dos cantones tenemos un universo de estudio de 375.416 personas. Entonces el cálculo de la muestra es el siguiente:

$$n = \frac{N * PQ}{(N-1) (E/K)^2 + PQ}$$

$$n = 156,1838 = 156 \text{ encuestas.}$$

2.7.1.1 DESARROLLO DE LA ENCUESTA

2.7.1.1.1 ENCUESTA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Encuestador:

Encuesta N°.....

Queremos que disfrute su visita. Esta encuesta nos ayudará a aprender más sobre lo que le gusta hacer durante su estancia, el objetivo de esta encuesta es brindarle más opciones para su visita y más servicios. Gracias por tomarse unos cuantos minutos para llenar este cuestionario.

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

.....

2. ¿Cuál es su estado Civil:

- Soltero
- Casado
- Divorciado
- Unión Libre

3. ¿Cuál es su nivel de Instrucción:

- Primaria
- Secundaria
- Universidad
- Post Grado

4. ¿Cuál es su estado laboral actual:

- Empleado público
- Empleado privado

- Estudiante
 - Ama de casa
 - Jubilado
5. ¿Qué edad tiene?
- Menos de 25 años
 - De 26 a 35 años
 - De 36 a 45 años
 - De 46 a 55 años
 - De 56 a 65 años
 - Más de 66 años
6. ¿Contándose a usted, cuántos miembros de su familia o amigos viajan juntos?
.....
7. ¿Cuál es la edad promedio de las personas de su grupo?
.....
8. ¿Cuántas noches planea permanecer en la región?
.....
9. ¿Dónde planea hospedarse en Baños?
- Hotel
 - Casa de huéspedes
 - Casa rentada
 - Estancia con gente del lugar
 - Vivienda privada
 - Acampar
 - Otros:_____
10. ¿Cuántos de estos días planea dedicar a pasear por los alrededores (sin incluir ir de compras, nadar o cenar)?
.....
11. ¿En sus vacaciones le gustaría visitar senderos naturales u otras atracciones naturales?
- Si
 - No
12. ¿Qué tipo de sitios naturales y de producción son de mayor interés para usted?
- Sitios arqueológicos
 - Cascadas
 - Parques y refugios de vida silvestre
 - Santuarios de aves
 - Ríos
 - Comunidades rurales
 - Cultivos de Mora
 - Cultivo de Tomate de Árbol
 - Ordeño de Vacas
 - Otros:.....

13. ¿Cuánto planea gastar en total por persona en todas las actividades recreativas durante su estancia en la región incluyendo la cuota de entrada y el servicio de guías?

- Menos de \$10.00
- De \$11.00 a \$15.00 por persona
- De \$16 a \$20.00 por persona
- De \$21.00 a \$35.00 por persona
- De \$36 a \$50.00 por persona
- De \$51.00 a \$75.00 por persona
- De \$76 a \$100.00 por persona
- Mas de \$101.00 por persona

14. ¿Qué medio de transporte prefiere para conocer los alrededores?

- Carro rentado
- Taxi
- Camioneta del operador
- Transporte particular
- Transporte público
- Otros:.....

15. ¿Prefiere senderos guiados o no guiados?

- Guiados
- No guiados

16. Durante sus preparativos para su viaje, ¿cuál fue su principal fuente de información sobre los atractivos de la región?

- Oficina turística
- Personal del hotel
- Libro de viajes
- Revista de viajes
- Artículo en el periódico
- Folletos de compañías turísticas
- Orientación de un agente de viajes
- Por comentarios de otros
- Gente del lugar
- Internet
- Otros:.....

¡Gracias por su colaboración!

2.8.1.2 TABULACIÓN DE ENCUESTA

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

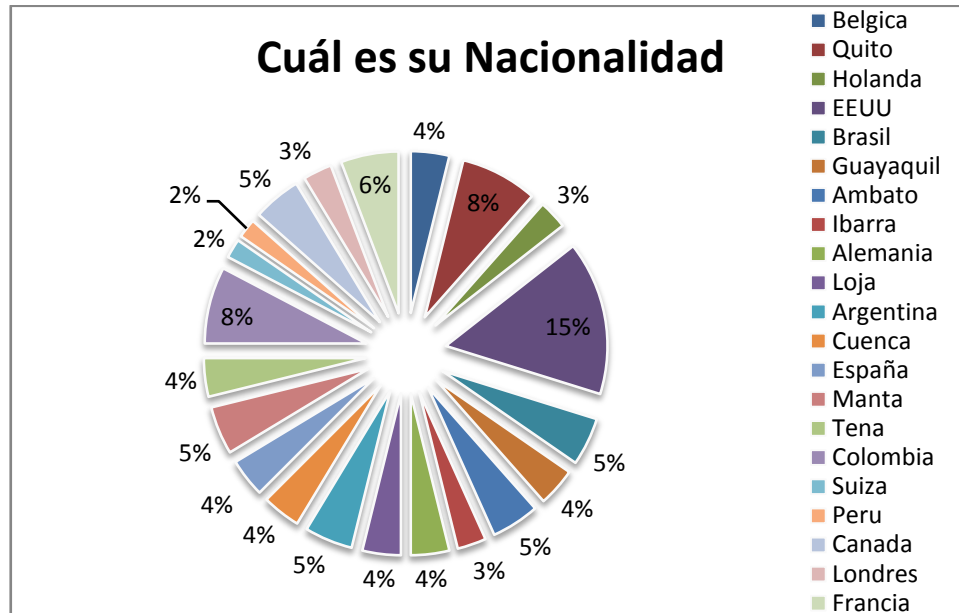


Gráfico 2: Cuál es su Nacionalidad

Del total de encuestados se observa que el mayor porcentaje de turistas que acuden a la ciudad de baños proceden de Estados Unidos con un porcentaje de 15% siendo este un turismo de aventura o de naturaleza, teniendo en segundo lugar a los turistas de Colombia con 8% realizando un turismo de aventura y de negocios.

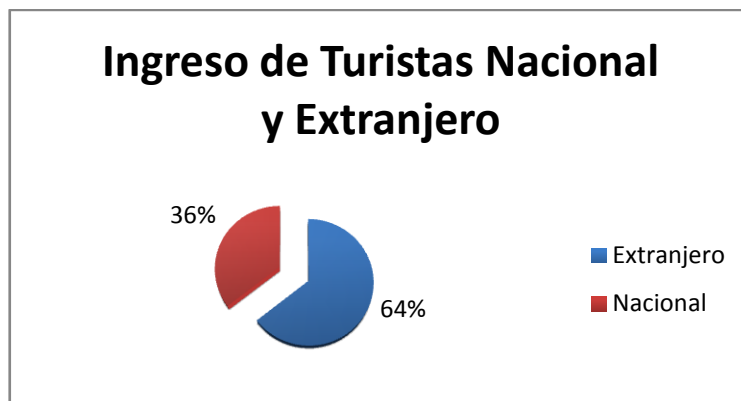


Gráfico 3: Ingreso Turistas Nacional y Extranjero

Mediante el presente gráfico se puede observar que del 100% el mayor porcentaje representa los turistas extranjeros con el 64% y de turistas nacionales con el 36%.

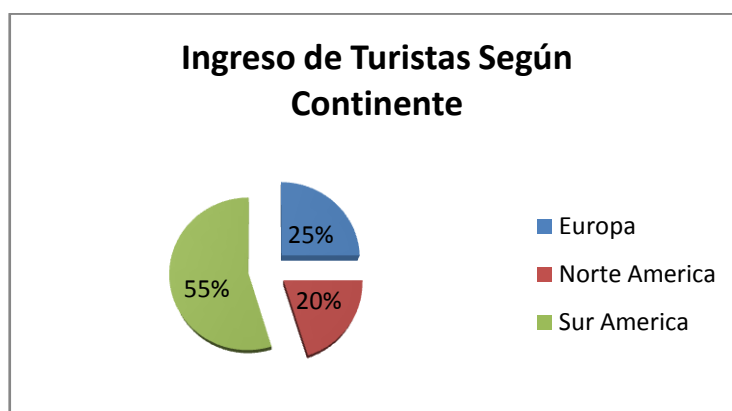


Gráfico 4: Ingreso Turistas Según Continente

Según los datos recolectados en el tipo de nacionalidad se obtuvo que un mayor porcentaje de turistas son de Sudamérica con el 55%, seguido de Europa con el 25% y de Norteamérica con el 20%.

2. ¿Cuál es su Estado Civil:

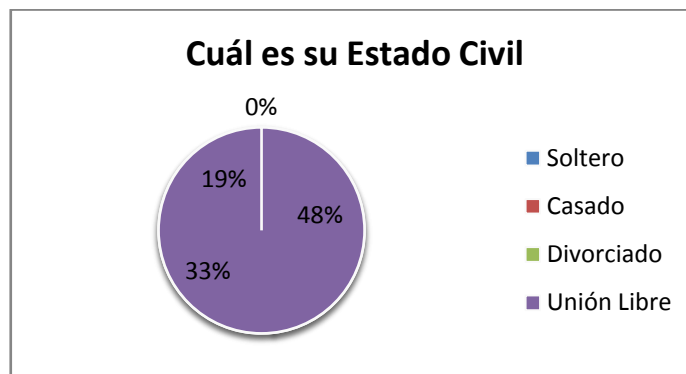


Gráfico 5: Cuál es su Esta Civil

Del total de encuestados se observa que el mayor porcentaje de visitantes son solteros con un 48% del total que acuden con amigos, en segundo lugar los casados con un 33% los cuales acuden en familia, y en tercer lugar se encuentran los divorciados con el 19% los cuales van con amigos.

3. ¿Cuál es su Nivel de Instrucción:

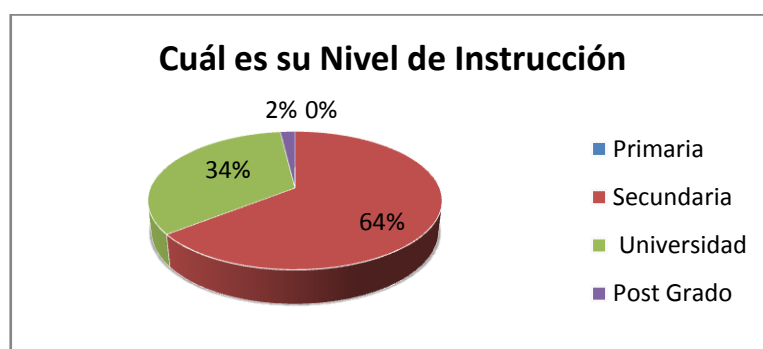


Gráfico 6: Cuál es su Nivel de Instrucción

Del total de encuestados se determina que el 64% correspondiente a un nivel de instrucción secundaria son los que acuden con mayor afluencia hacia el

sector, en segundo lugar con el 34% se encuentran los estudiantes de nivel universitario o superior.

4. ¿Cuál es su Estado Laboral Actual:

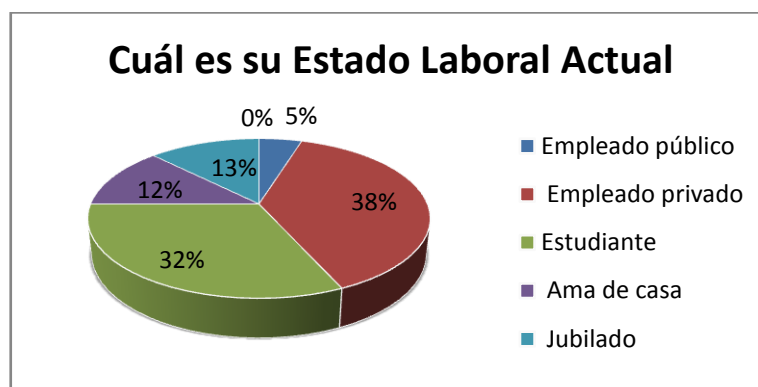


Gráfico 7: Cuál es su Estado Laboral Actual

Del 100% de encuestados el 38% se encuentran trabajando en el sector privado, el 32% son estudiantes, el 12% son amas de casa, el 13% son jubilados pertenecientes al porcentaje de extranjeros que se encuentran entre esa edad y el 5% a empleados del sector público.

5. ¿Qué Edad Tiene?

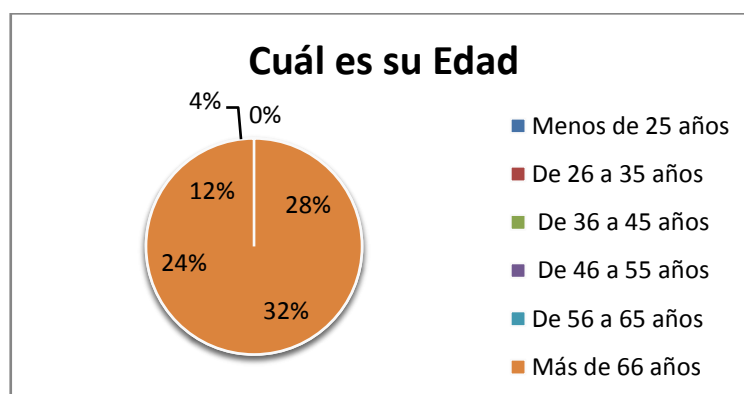


Gráfico 8: Cuál es su Edad

Del 100% de encuestas realizadas el porcentaje más alto corresponde al rango de 26 a 35 años con un porcentaje de 32%, el grupo en segundo lugar es el de menos de 25 años con un 28%, el tercer grupo es para el segmento de 36 a 45 años con un 24%, el rango de 46 a 55 años posee un porcentaje de 12% y por ultimo con 4% se ubica el segmento de 56 a 65 años.

6. ¿Contándose a Usted, Cuántos Miembros de su Familia o Amigos Viajan Juntos?

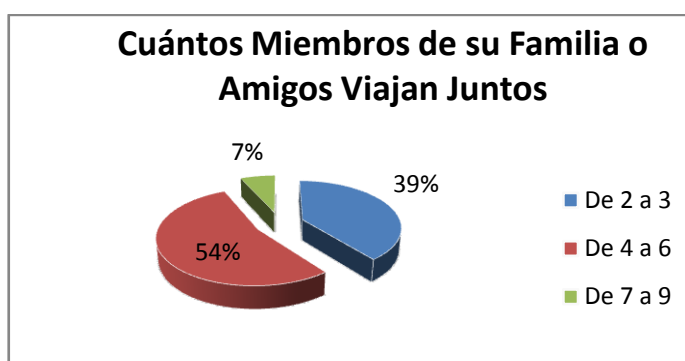


Gráfico 9: Cuantos Miembros de su Familia o Amigos Viajan Juntos

Del total de encuestados refleja que el 54% pertenece al grupo de 4 a 6 personas ya que estaría conformado por el porcentaje de personas solteras o divorciadas que acuden con amigos, en segundo lugar se encuentra el grupo de 2 a 3 con un 39% en el cual demuestra el porcentaje de personas casadas que acuden con su familia y el último grupo con el 7% correspondiente a un grupo de 7 a 9 personas que se conformaría solo por amigos.

7. ¿Cuál es la Edad Promedio de las Personas de su Grupo?

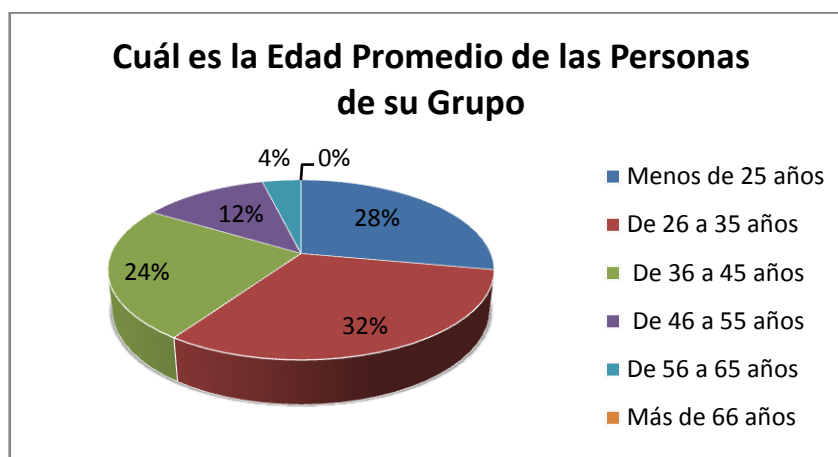


Gráfico 10: Cuál es la Edad Promedio de su Grupo

Del total de encuestados el porcentaje más alto es de 32% correspondiente a una edad promedio de 26 a 35 años, en segundo lugar con el 28% un promedio de menos de 25 años, con el 24% un promedio de 36 a 45 años, con el 12% el grupo de entre 46 a 55 años y con un porcentaje de 4% el grupo de 56 a 65.

8. ¿Cuántas Noches Planea Permanecer en la Región?

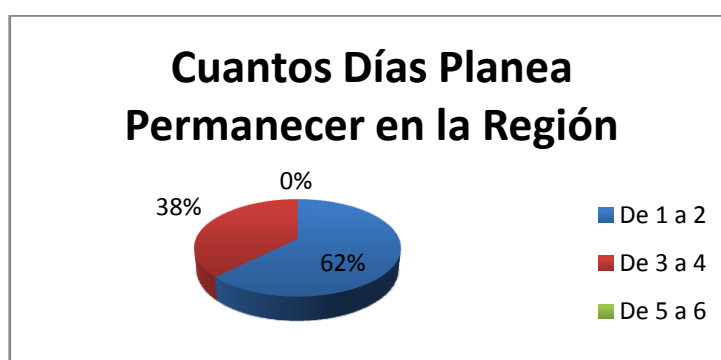


Gráfico 11: Cuántas Noches Permanecerá en la Región

Del total de encuestas el 67% permanecerá como mínimo en la región por 1 o 2 días, el 38% permanecerá de 3 a 4 días para poder realizar varias actividades.

9. ¿Dónde Planea Hospedarse en Baños?

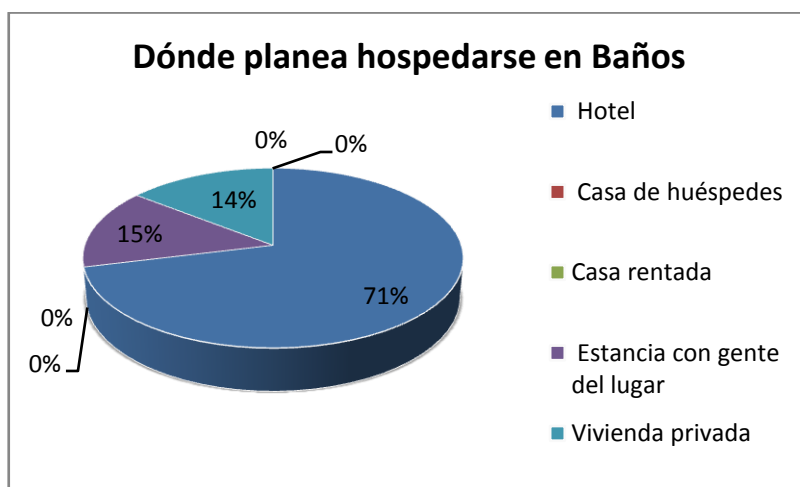


Gráfico 12: Donde Planea Hospedarse en Baños

Del total de encuestas el 71% prefiere realizar su hospedaje en un hotel, el 15% lo realizara en una casa o vivienda rentada, y el 14% su estancia lo realizara en una casa privada.

10. ¿Cuántos de estos Días Planea Dedicar a Pasear por los Alrededores (sin incluir ir de compras, nadar o cenar)?

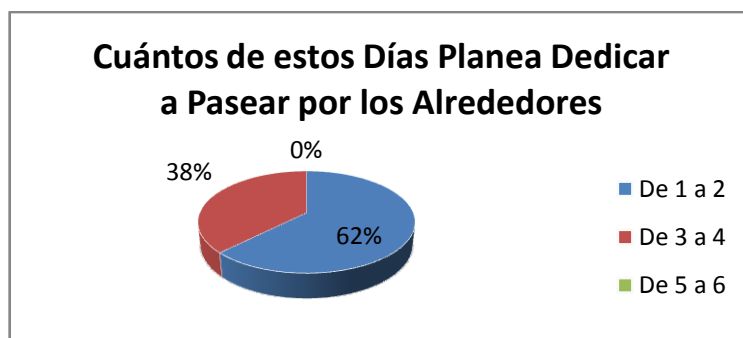


Gráfico 13: Cuantos Días Planea Pasar en los Alrededores

Del total de encuestados el 100% realizara actividades fuera de la ciudad el 62% lo realizara en 1 a 2 días, y el 38% de 3 a 4 días.

11. ¿En sus vacaciones le gustaría visitar senderos naturales u otras atracciones naturales?



Gráfico 14: Le Gustaría Visitar Atractivos Naturales en sus Vacaciones

Del 100% de encuestados el 87% desearía visitar atractivos naturales y el 13% no lo realizaría por la facilidad de acceso que estos presentan.

12. ¿Qué Tipo de Sitios Naturales y de Producción son de Mayor Interés para Usted?

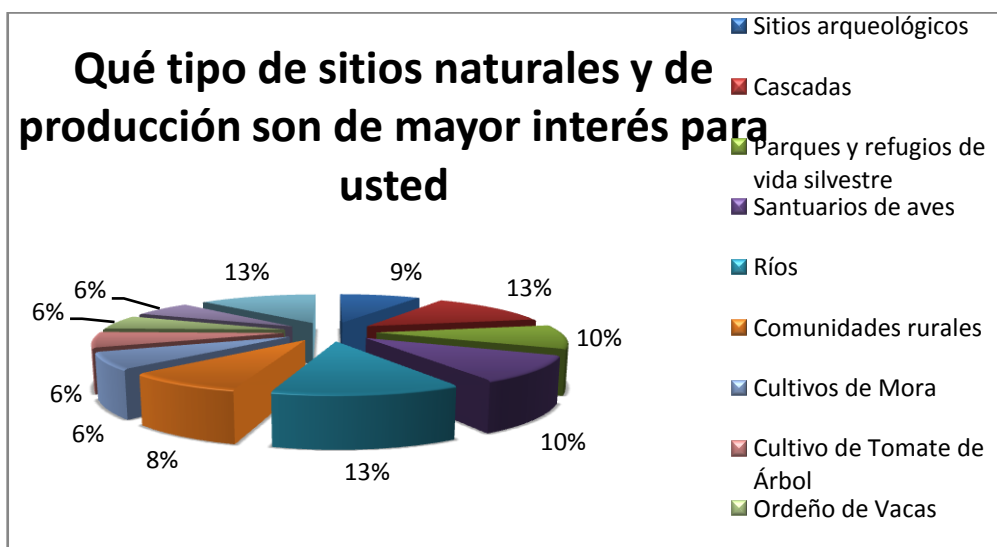


Gráfico 15: Que Tipo de Atractivos o de Producción le Gustaría Visitar

Del total de encuestas realizadas el atractivo con mayor interés es las cascadas con un 13% al igual que los ríos y la elaboración de artesanías, con el 10% los parques y refugios de vida silvestre al igual que los santuarios de aves, con el 9% los sitios arqueológicos, con el 8% la visita a comunidades rurales y con el 6% la producción de mora, tomate de árbol, quesos y extracción de leche.

13. ¿Cuánto Planea Gastar en Total por Persona en Todas las Actividades Recreativas Durante su Estancia en la Región Incluyendo la Cuota de Entrada y el Servicio de Guías?

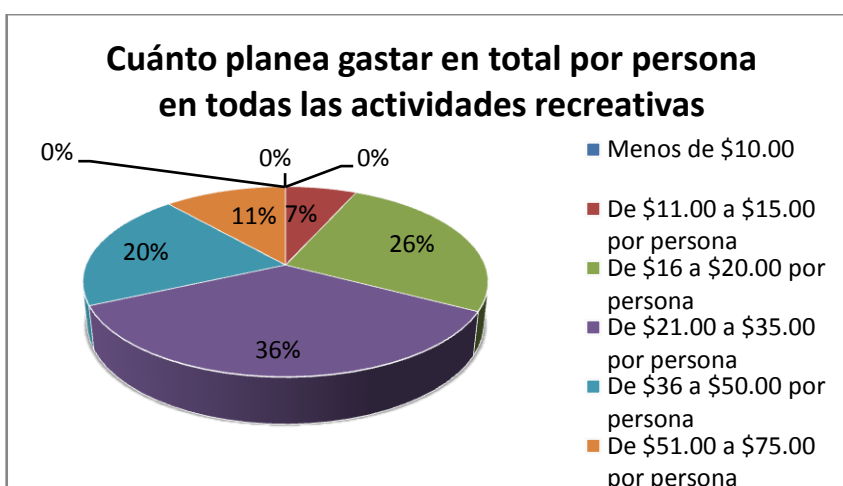


Gráfico 16: Cuanto Planea Gastar por Persona en las Actividades

Del total el 36% correspondiente al rango de \$21 a \$35 por persona es el más alto seguido del 26% de \$16 a \$20 por persona, en tercer lugar el porcentaje correspondiente al rango de 36 a \$50 por persona equivale a 20%, el 11% corresponde al porcentaje de \$51 a \$75 por persona y el 7% corresponde al grupo de \$11 a \$15 por persona.

14. ¿Qué Medio de Transporte Prefiere para Conocer los Alrededores?

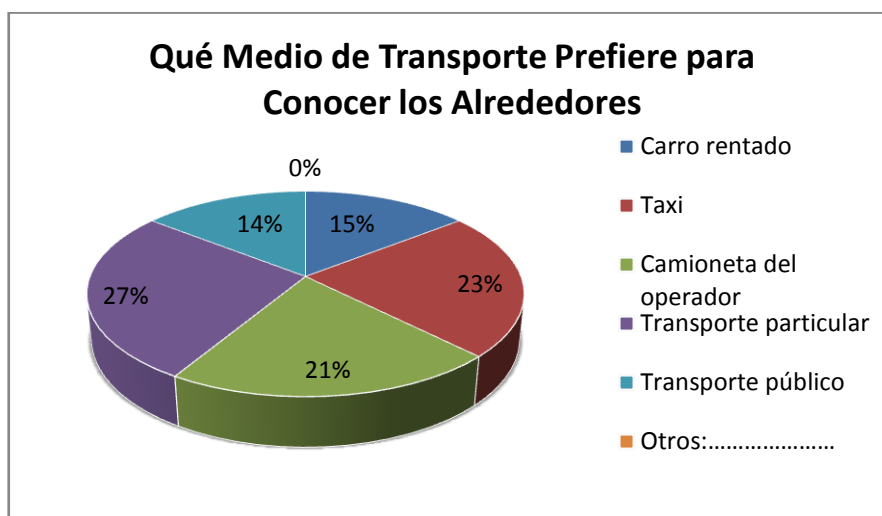


Gráfico 17: Que Transporte Prefiere para Conocer los Alrededores

Del total de encuestados el 27% corresponde al uso de transporte particular, el 23% prefieren el uso de taxi o camioneta, el 21% prefiere usar transporte que ofrece el operador para movilizarse, el 15% prefiere un carro rentado para mayor comodidad y el 14% pertenece al transporte público por el valor económico que este representa.

15. ¿Prefiere Senderos Guiados o No Guiados?

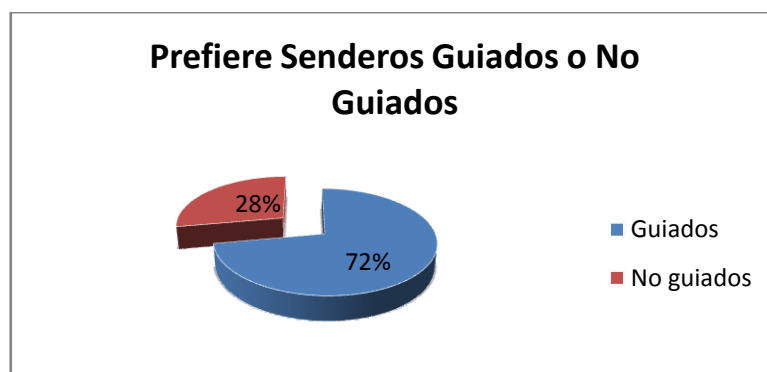


Gráfico 18: Prefiere Senderos Guiados o No Guiados

Del 100% de los encuestados el 72% prefiere realizar el recorrido en senderos guiados para poder obtener mayor información y mayor facilidad en su realización, el 28% prefiere los senderos no guiados ya que pueden recorrer a su propio ritmo sin presiones.

16. Durante sus Preparativos para su Viaje, ¿Cuál fue su Principal Fuente de Información sobre los Atractivos de la Región?

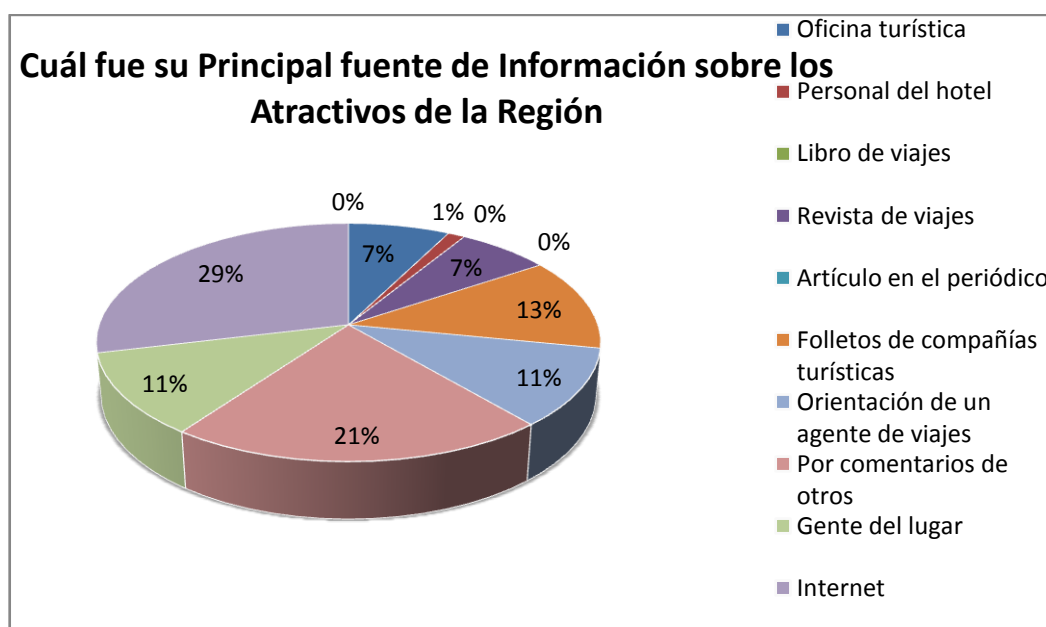


Gráfico 19: Cuál fue su Principal Fuente de Información

Del 100% el 21% recibe información de comentarios de amigos o familiares, el 29% recibió información del internet, el 13% obtuvo información de folletos turísticos, el 11% lo obtuvo de gente del lugar y de agentes de viajes, el 7% obtuvo la información de artículos de periódico y de revistas de viajes.

2.8.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La distancia existente entre la parroquia El Triunfo y los poblados de Patate y Baños es de 32 y 16Km. Respectivamente.

Para el estudio de la Oferta se debe tomar en cuenta a los establecimientos turísticos que ofrecen servicios de hospedaje, alimentación, recreación y descanso en las ciudades de Patate y Baños, por su cercanía con el lugar de estudio.

CUADRO N° 08: Resumen del Catastro Turístico de Baños

ACTIVIDAD	TIPO DE EMPRESA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS
Agencias de Viajes	Agencias	58
Alojamiento	Cabañas	1
	Hostales	55
	Hostales Residencial	39
	Hosterías	7
	Hoteles	9
	Pensiones	26
Comidas y Bebidas	Cafeterías	11
	Fuentes de Soda	4
	Restaurants	75
Diversión, esparcimiento y recreación	Bares	14
	Discotecas	6
	Centro Recreacional	1

Fuente: Catastro Turístico del Cantón Baños de Agua Santa (2009)

Autor: Andrea Alvarez

Cuadro N° 09: Resumen del Catastro Turístico de Patate

ACTIVIDAD	TIPO DE EMPRESA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS
Agencias de Viajes	Agencias	1
Alojamiento	Hosterías	3
Comidas y Bebidas	Restaurantes	21
Diversión, esparcimiento y recreación	Discotecas	5

Fuente: Catastro Turístico del Gobierno Municipal del Cantón Patate (2009)

Autor: Andrea Alvarez

CUADRO N° 10: Resumen del Catastro Turístico de El Triunfo

ACTIVIDAD	CANTIDAD	CAPACIDAD
Restaurante	2	32 c/u
Alojamiento	3	10 c/u
Diversión, Esparcimiento y Recreación	1	5

Fuente: Municipio de Patate

Autor: Andrea Alvarez

2.8.2.1 ALOJAMIENTO EN HOSPEDERÍAS DE EL TRIUNFO

- 1) Está ubicado en la parroquia rural El Triunfo, en la entrada a la parroquia entre los ríos Muyo y Calzoncillo, la propietaria del establecimiento es la señora Ana Clementina Iglesias Barrionuevo, para mejor atención al cliente dispone de equipos audiovisuales, está conformado por 3 habitaciones, de las cuales una es sencilla con baño privado, una doble y una triple con baño compartido, el horario de atención son todos los días las 24 horas. Para contactos dispone del teléfono celular 095595492.

CUADRO N° 11: Resumen de Servicios

PROPIETARIO	CAPACIDAD	SERVICIOS	COSTO
Ana Iglesias	10 pax	Alojamiento	\$8,00
		Alimentación	\$3,00
		Guianza	\$10,00

Fuente: Municipio de Patate

Autor: Andrea Alvarez

- 2) Se ubica cerca del estadio en el centro, la propietaria del establecimiento es Elsa Muñoz, se encuentra completamente adecuado para brindar el servicio, posee cuatro cuartos con baño compartido.

CUADRO N° 12: Resumen de Servicios

PROPIETARIO	CAPACIDAD	SERVICIOS	COSTO
Elsa Muñoz	12 pax	Alojamiento	\$5,00
		Alimentación	\$3,00

Fuente: Municipio de Patate

Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.20: Hospedería

Fuente: Parroquia El Triunfo

Autor: Andrea Alvarez

- 3) Se ubica en la parte superior del estadio, tiene una estructura de madera completamente nueva, el propietario es Juan Morales, cuenta con cuatro habitaciones cuádruples con baño compartido

CUADRO N° 13: Resumen de Servicios

PROPIETARIO	CAPACIDAD	SERVICIOS	COSTO
Juan Morales	16 pax	Alojamiento	\$5,00
		Alimentación	\$3,00

Fuente: Municipio de Patate

Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.21: Hospedería



Fuente: Parroquia El Triunfo

Autor: Andrea Alvarez

2.8.2.2 ALIMENTACIÓN EN EL TRIUNFO

1. Está ubicado en el centro de la parroquia El Triunfo, el establecimiento es de tipo natural, el propietario es el señor Saúl Olmedo Díaz Muñoz, para mejor atención al cliente dispone de equipos audiovisuales, planta eléctrica y un tanque de reserva de agua. El restaurante está conformado por 10 mesas con capacidad para 40 personas, cuenta con baño para clientes. El tipo de alimentación que ofrece es nacional y rápida. Entre los servicios adicionales dispone de canchas deportivas, sala de billares. El horario de

atención son los fines de semana a partir de las 10H00. Para contactos dispone del teléfono celular 091207186.

Imagen No.22: Restaurante Vista Externa



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.23: Restaurante Vista Interna



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

2. Está ubicado en el centro de la parroquia El Triunfo, el propietario es el señor Oscar Jayron Rodríguez Tapia, para mejor atención al cliente dispone de equipos audiovisuales, música ambiental. El restaurante está conformado por 10 mesas con capacidad para 40 personas, cuenta con baño para clientes. El tipo de alimentación que ofrece es nacional y rápida. El horario de atención son los fines de semana a partir de las 10H00.

Imagen No.24: Restaurante Vista Externa



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

2.8.2.3 DIVERSIÓN, ESPARCIMIENTO Y RECREACIÓN: ORQUIDEARIO

a) El orquideario se ubica en el centro de la parroquia, el dueño es Manuel Aimera, lo posee hace 15 años y tiene alrededor de 30 especies diferentes, lo más llamativo es el tallado que da al tronco del árbol de chonta para la decoración de su orquideario, el costo de la entrada es de \$1 por persona y la capacidad es de cinco personas por cada grupo; la época de floración es desde septiembre hasta enero, aquí se puede adquirir artesanías de chonta con un valor alrededor de \$5

Imagen No.25: Entrada Orquideario



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.26: Orquídeas



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.27: Orquídea con Chonta



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.28: Figuras de Chonta



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

2.9 ANÁLISIS DEL MARCO LEGAL

La Planificación Participativa está reconocida como una obligación para los distintos niveles de Gobierno, y por supuesto para las Juntas Parroquiales.

Al respecto, la Constitución Política del Ecuador, en el Artículo 100, Título IV, Sección Tercera; sobre *Participación en los diferentes niveles de Gobierno* señala: En todos los niveles de Gobierno se conformarán instancias de participación integradas por autoridades electas, representantes del régimen independiente y representantes de la sociedad del ámbito territorial de cada nivel de Gobierno, que funcionarán regidas por principios democráticos. La participación en estas instancias se ejerce para:

- Elaborar planes y políticas nacionales, locales y sectoriales entre los Gobiernos y la ciudadanía.
- Mejorar la calidad de la inversión pública y definir agendas de desarrollo
- Elaborar presupuestos participativos de los Gobiernos.
- Fortalecer la democracia con mecanismos permanentes de transparencia, rendición de cuentas y control social.

En cuanto a las Juntas Parroquiales, la Constitución señala en el Título V, Capítulo Cuarto del Régimen de Competencias, Artículo 267, nos indica que: Los Gobiernos Parroquiales Rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley.

- Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de Gobierno, Planificar el desarrollo Parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el Gobierno cantonal y Provincial.
- Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la Parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos.
- Planificar y mantener, en coordinación con los Gobiernos Provinciales la vialidad Parroquial rural.
- Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
- Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de Gobierno.
- Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
- Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de competencias.
- Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades emitirán acuerdos y resoluciones, es decir tendrá facultades reglamentarias.

La estructuración del Sistema Nacional de Planificación está a cargo de la Secretaría Nacional de Planificación del Desarrollo (SENPLADES), quien formuló El Plan Nacional de Desarrollo (2007-2010)

El Plan propone una nueva lógica de planificación a partir de los siguientes doce grandes *Objetivos Nacionales de Desarrollo Humano*, que ya fueron planteados por el Gobierno en su Plan Plurianual remitido al Congreso Nacional en marzo de 2007:

- Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial.
- Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
- Aumentar la esperanza y la calidad de vida de la población.
- Promover un medio ambiente sano y sustentable, y garantizar el acceso seguro a agua, aire y suelo.
- Garantizar la soberanía nacional, la paz y auspiciar la integración latinoamericana.
- Garantizar el trabajo estable, justo y digno.
- Construir y fortalecer el espacio público y de encuentro común.
- Afirmar la identidad nacional y fortalecer las identidades diversas y la interculturalidad.
- Fomentar el acceso a la justicia.
- Garantizar el acceso a la participación pública y política.
- Establecer un sistema económico solidario y sostenible.
- Reformar el Estado para el bienestar colectivo.

De acuerdo a la Ley Orgánica de Juntas Parroquiales Rurales en el Capítulo II, de las *Atribuciones, competencias, rendición de cuentas y control social*, Artículo 4, literal o), menciona que se debe *formular anualmente el Plan de Desarrollo Parroquial*.

2.10 INVENTARIO DE ATRACTIVOS

2.10.1 FORMATO DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS EN EL CIRCUITO

Según el Inventario de Atractivos Turísticos de la Provincia de Tungurahua (2007), los atractivos turísticos naturales presentes en la parroquia El Triunfo, cantón Patate son los que se describen a continuación:

2.10.1.1 Recurso Nº 1: RIO PLATA

Imagen No.29: Señalización Rio Plata



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.30: Rio Plata



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

▪ Características

Se encuentra localizado en 17M0788767 a 2394msnm, en la coordenada UTM 9855628. Este atractivo está en la categoría Sitio Natural, tipo Ríos,

adquiriendo la Jerarquía I. El río es caudaloso, de agua cristalina, se puede acceder mediante una caminata de 5 minutos desde el centro de la parroquia por un sendero de tierra adecuado para la conservación del atractivo.

Esta rodeado por vegetaciónarbórea como: el Quishuar (*Buddleja incana*), Sangre de drago (*Rumex acetocella*), Pumamaqui (*Oreopanax equadorensis*), etc. Entre la fauna se puede encontrar: Pava de monte (*Penélope montagni*), Pato silvestre (*Anas flavirostris*).

▪ **Actividades Potenciales**

Al encontrarse en un lugar rodeado de naturaleza es apto para el relax, la fotografía del paisaje, la flora y avifauna además de realizar pesca deportiva de truchas existentes en el río.

▪ **Impactos Socio-ambientales**

El impacto más significativo es la basura existente en algunas zonas del río, debido a la falta de información y conciencia ecológica de los moradores.

▪ **Medidas de Mitigación**

Las autoridades de la Parroquia están tomando medidas tanto de prevención como de mitigación para este impacto, entre los planes esta una campaña de concientización a los estudiantes de la escuela y colegio para evitar que se arroje basura a las calles y además un se quiere implementar un sistema de reciclaje de basura en toda la parroquia.

▪ Recomendaciones

Se debe adecuar los senderos hacia el atractivo realizando los respectivos estudios de capacidad de carga e incorporar un sistema de señalética adecuado. También es recomendable dar un continuo mantenimiento del sendero.

2.10.1.2 Recurso Nº 2: CASCADA LAS GOLONDRINAS

Imagen No.31: Señalización Cascada de Las Golondrinas



Fuente: Parroquia El Triunfo

Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.32: Cascada lado izquierdo



Fuente: Parroquia El Triunfo

Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.33: Cascada lado derecho



Fuente: Parroquia El Triunfo

Autor: Andrea Alvarez

▪ Características

Este atractivo está en la categoría Sitio Natural, tipo caída de Agua, adquiriendo la Jerarquía I.

Se encuentra localizado en 17M0789768 a 2679msnm en la coordenada UTM 985578. Se puede acceder a este lugar por un sendero que sale a la altura del colegio Nacional El Triunfo, mediante una caminata de aproximadamente 40 minutos, y se encuentra a 45 minutos del centro de la parroquia. En el atractivo se puede encontrar la Cascada de 10m de alto y un salto de agua de aproximadamente 6 metros, de agua cristalina y con presencia de truchas. De esta cascada se alimenta el Rio Plata.

Toma el nombre de Cascada de las Golondrinas debido a que dichas aves hacen de este sitio su lugar de anidación, y en ocasiones se las puede observar entrando o saliendo de la cascada.

Está rodeado de vegetación arbórea y arbustiva como: Pumamaqui (*Oreopanax equadorensis*), Romerillo (*Hypericum laricifolium*), Pantza (*Polylepis incana*), Quishuar (*Buddleja incana*), y algunas especies de bromélias en los lechos de los árboles.

▪ **Actividades Potenciales**

La belleza paisajística y la diversidad de flora y avifauna del atractivo permitirán realizar actividades como la fotografía, avistamiento de aves, pesca deportiva y de relajación.

▪ **Impactos Socio-ambientales**

El avance de la frontera agrícola y ganadera puede impactar de manera negativa al entorno natural de la zona.

▪ **Medidas de Mitigación**

La educación ambiental en escuelas y colegios de la parroquia será un valioso instrumento para la conservación de estos sitios naturales con gran potencial turístico.

▪ **Recomendaciones**

Señalizar y rediseñar los senderos realizando estudios de capacidad de carga para que no observe procesos erosivos ni se produzcan impactos ambientales negativos en los alrededores.

2.10.1.3 Recurso Nº 3: RIO MUYO

Imagen No.34: Rio Muyo



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.35: Rio Muyo



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

▪ **Características**

Esta localizado a 17M0788767 a 2476msnm en coordenada UTM 985978. Se encuentra a 10 minutos desde el centro de la parroquia. Este atractivo está en la categoría Sitio Natural, tipo Ríos, adquiriendo la Jerarquía I.

Es un río caudaloso y libre de contaminación constituyéndose en uno de los sistemas hídricos más importantes del cantón. Proviene de las entrañas del parque Nacional Llanganates, y se une a este en la parroquia El Triunfo el río Aluleo que juntos en verano su cauce es medio con una dimensión de orilla a orilla de 7-8 metros, incrementándose en invierno por consiguiente su profundidad varia.

Es un lugar idóneo para la pesca deportiva, en estas aguas se encuentra trucha en abundancia, además en sus alrededores podemos observar varias especies arbóreas y arbustivas siendo la que más predomina en sus orillas el sigse, (*Cortadeira orbiculata*), Quishuar (*Budleja incana*), y entre la fauna: Pava de monte (*Penélope montagni*).

▪ **Actividades Potenciales**

La fotografía del paisaje natural de la flora y avifauna presente en el lugar, también la pesca deportiva de truchas existentes en el río. Además su caudal en invierno es idóneo para realizar deportes extremos como rafting, boying, entre otros, y en verano se puede disfrutar de un baño refrescante.

▪ **Impactos Socio-ambientales**

Uno de los impactos negativos para el atractivo es la falta de mantenimiento de los senderos, y la pérdida de la cobertura vegetal por el pisoteo, y compactación del suelo.

▪ Medidas de Mitigación

Definir senderos y darles un adecuado mantenimiento, teniendo en cuenta siempre la capacidad de carga de los mismos. También se debe limitar el ingreso de ganado vacuno y así disminuir el efecto erosivo.

2.10.1.4 Recurso Nº 4: CUEVA DE LOS INCAS

Imagen No.36: Señalización Cueva de Los Incas



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.37: Cueva de Los Incas **Imagen No.38:** Cueva de los Incas



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

▪ Características

Se encuentra localizado a 17M0789929 a 2621msnm en la coordenada UTM 9857734. Se ubica a 10 minutos de camino en carro 4x4 desde el centro del pueblo y a 45 minutos a pie desde el mismo lugar. Este atractivo está en la categoría Sitio Natural, tipo Grutas y Cavernas, adquiriendo la Jerarquía I.

Son cuevas constituidas por una roca de gran tamaño de 40 metros de alto y 80 metros de diámetro, se cuenta que este lugar era utilizado por los Incas cuando llevaron a esconder el oro en los Llanganates y descansaban en estas cuevas para luego continuar con su camino.

Es un lugar en el que se encuentra varias especies arbustivas y herbáceas, sobresaliendo varias especies de Helechos, hepífitas, líquenes y musgo; Pumamaqui (*Oreopanax equadorensis*), Romerillo (*Hypericum laricifollum*), Pantza (*Polylepis incana*), Quishuar (*Buddleja incana*), entre otros. En los alrededores se logra observar una gran variedad de avifauna como el tucan predicador.

▪ **Actividades Potenciales**

La fotografía de la flora y fauna que posee el atractivo; también con los instrumentos necesarios en una parte de la roca se podría realizar rapel, para quienes son apasionados por los deportes extremos.

▪ **Impactos Socio-ambientales**

Se tomaría como un impacto positivo la creación de plazas de trabajo a los pobladores como guías nativos, conocedores de su riqueza natural. Asimismo se incrementaría una conciencia ambiental en todos los moradores de la parroquia.

▪ **Medidas de Prevención**

Se debe realizar estudios de capacidad de carga y adecuar los senderos para evitar la erosión del suelo y de la cueva, e implementar en sistema de señalética.

2.10.1.5 Recurso Nº 5: RÍO DE LOS INCAS

Imagen No.39: Acceso de Los Incas



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.40: Rio de Los Incas



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

▪ **Características**

Se encuentra localizado en 17M0789952 a 2615msnm en la coordenada UTM 9857758. Se ubica a 5 minutos de la Cueva de los Incas y se puede acceder a ella mediante una corta caminata por un camino de tierra en buen estado. Este atractivo está en la categoría Sitio Natural, tipo Ríos, adquiriendo la Jerarquía I.

Este río de aguas cristalinas se une con el río Muyo, gracias a su buena conservación se puede encontrar truchas por esto se realiza pesca deportiva. La vegetación que rodea el río es en su mayoría arbórea, con especies como: Pumamaqui (*Oreopanax equadorensis*), Romerillo (*Hypericum laricifollum*), Quishuar (*Buddleja incana*) y algunas especies de bromélias.

▪ **Actividades Potenciales**

La belleza paisajística y la diversidad de flora y avifauna del atractivo permitirán realizar actividades como la fotografía, el avistamiento de aves, pesca deportiva de las truchas que existen en el río; además se puede implantar la práctica de deportes acuáticos.

▪ **Impactos Socio-ambientales**

La creación de nuevas fuentes de trabajo como guías nativos para el desarrollo de las actividades planteadas con los moradores de la parroquia.

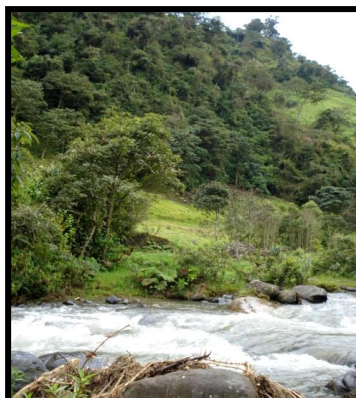
2.10.1.6 Recurso Nº 6: SANTUARIO DE LAS AVES

Imagen No.41: Santuario de Las Aves



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen No.42: Rio Aluleo y Santuario



Fuente: Parroquia El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

▪ Características

Se localiza en 17M0788622 a 2487msnm en la coordenada UTM 9856212. Se ubica a 35 minutos del río Muyo por un sendero y a 45 minutos de caminata del centro del pueblo, para poder tener un mejor avistamiento es necesario salir a recorrer muy temprano en la mañana, alrededor de las 5 am. Este atractivo está en la categoría Sitio Natural, tipo Montañas, adquiriendo la Jerarquía I.

El Santuario de las Aves es un mirador de tipo natural donde se encuentra diversos tipos de aves, se puede también acceder fácilmente en carro hasta cruz loma bajo y luego una caminata de 30 minutos por el sendero para poder admirar la avifauna.

Es un lugar en el que se encuentra varias especies arbóreas y arbustivas como el Pumamaqui (*Oreopanax ecuadorensis*), Laurel (*Laurus nobilis*), Balsa (*Ochroma lagopus*), Quishuar (*Buddleja incana*), y entre la fauna: Pava de monte (*Penelope montagni*), mirlo (*Turdus fuscater*), pibibes, azulejos (*Thraupis episcopus*), Tucan (*Ramphastos sulfuratus*) y ardillas silvestres. Entre los animales nocturnos se puede mencionar a algunas especies de zarigüeyas.

▪ Actividades Potenciales

Es un lugar con características especiales para el avistamiento de aves, ya que se puede observar con facilidad a varias especies que habitan en la zona. La fotografía paisajista y de avifauna es una actividad complementaria que se puede efectuar.

▪ Impactos Socio-ambientales

El avance de la frontera agrícola puede afectar el nicho ecológico de la fauna presente en el lugar, alejándolos o haciendo desaparecer su hábitat natural. La presencia excesiva de turistas también puede ocasionar que las aves se alejen ya que es necesario hacer silencio para captar las mejores fotos.

▪ Medidas de Mitigación

Controlar el avance de la frontera agrícola, llevar a cabo programas de reforestación con especies nativas y capacitar a guías nativos en aves.

2.10.1.7 Recurso Nº 7: PARQUE NACIONAL LLANGANATES

Imagen No.43: Parque Nacional Llanganates



Fuente: MINTUR
Autor: MINTUR

Imagen No.44: Llamas



Fuente: MINTUR
Autor: MINTUR

▪ Características

Este atractivo se localiza a 3 días de camino a pie desde el centro de la parroquia de EL Triunfo, está en la categoría Sitio Natural, tipo Sistema de Áreas Protegidas, subtipo Parque Nacional, adquiriendo la Jerarquía IV.

Se encuentra localizado en las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Napo y Pastaza en la cordillera oriental, en el cantón Patate se encuentra desde los 2.600m.s.n.m. hasta los 4.576m.s.n.m., los inicios del Parque Nacional Los Llanganates en el cantón Patate posee las coordenadas 17M09860117.

▪ **Atractivos Individuales que lo Conforman:**

- Páramos herbáceos.
- Páramos de bambú enano.
- Bosque siempre verde montano alto.
- Bosque de frailejones.
- Bosque de neblina montano.
- Bosque siempre verde montano bajo. (MEDINA D. 2006)

▪ **Actividades Potenciales**

Investigación científica, fotografía de aves, pesca deportiva.

▪ **Impactos Socio-ambientales**

El mayor impacto que sufre el Parque Nacional es la propagación de leyendas de tesoros escondidos, ya que esto atrae a saqueadores que no les interesa la verdadera riqueza de Llanganates que es su biodiversidad, y atentan contra la misma extrayendo arboles maderables. Como un impacto positivo es que se está dando a conocer Llanganates con toda su riqueza biológica en todo el mundo y esto ayuda a crear conciencia ambiental para proteger este valioso recurso.

▪ **Medidas de Mitigación**

Se debe prohibir el ingreso excesivo de turistas haciendo estudios de capacidad de carga. Definir senderos con el objeto de que nuevos caminos no sean abiertos y realizar controles de la caza y la pesca.

2.10.1.8 ORQUIDIARIO

El orquidiario fue creado hace 15 años por el señor Manuel Aimara el cual posee una habilidad sorprendente para la realización de figuras en el tronco de árbol de chonta dando vida a su orquidiario ya que lo utiliza como una especie de maseta para las orquídeas. Las orquídeas florecen desde septiembre hasta enero, siendo estos meses los más visitados por la belleza que este lugar ofrece. El costo de la entrada es de \$1 dólar para todos los visitantes. El vende las artesanías que realiza pero solo las pequeñas con un valor alrededor de \$5.

2.10.1.9 PRODUCCIÓN

2.10.1.9.1 CULTIVOS DE MORA

El principal producto en la parroquia El triunfo son los cultivos de mora, casi el 80% de la población se dedica a esto, la planta necesita un año para llegar a su madurez y comenzar una producción total, y de ahí se realiza la cosecha cada ocho días. Existen varias clases de moras como: de castilla que es pequeña y produce un jugo espeso, la colombiana que es más grande de un color menos intenso y produce un jugo más ligero, y la sin espino que es otra variedad que

favorece al momento de la cosecha para poder hacerlo más rápido; la producción es más alta en verano, una planta de mora rinde una caja para la venta.

Imagen 45: Cultivo de Mora **Imagen 46:** Mora de Castilla



Fuente: El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Fuente: El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

2.10.1.9.2 CULTIVO DE TOMATE DE ÁRBOL

Unos de los productos que también se cosechan en gran cantidad es el tomate de árbol el cual necesita un año para una producción total y se cosecha cada 15 días, la planta tiene una duración de 5 años después del cual la producción comienza a disminuir. Existen 2 variedades de tomate: el tomate gigante y el común, de una planta de tomate se llena una caja para la venta.

2.10.1.9.3 CRIADERO DE TRUCHAS

Esta es una tradición culinaria de la región, sea cual fuera su preparación: frita, ahumada, asada, entre otras, este es uno de los platos preferidos por lugareños y visitantes.

En la parroquia se están desarrollando pequeñas empresas piscícolas, las cuales abastecen de trucha a los hogares, pero también se puede encontrar truchas en los ríos para lo cual se lleva a cabo la pesca artesanal.

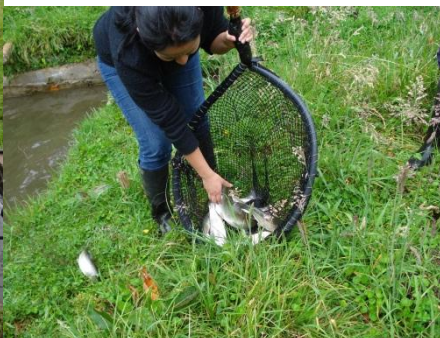
Para la producción es necesario la primera camada de truchas que se las adquiere de 1cm a 2cm de largo, se les debe colocar en piscinas separadas las cuales dependerá del tamaño o tiempo de la trucha, en estas piscinas es necesario tener una limpieza antes de colocar a los nuevos peces, es necesario una piscina para peces de hasta 2 meses otra hasta 5 meses y la última para 6 meses y más, después de este tiempo la trucha esta lista para la pesca, dando 4 en kilo.

Imagen 47: Piscinas de Truchas



Fuente: El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

Imagen 48: Truchas



Fuente: El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

2.10.1.9.4 PRODUCCIÓN DE QUESO

La producción láctea es otra actividad característica del sector, hace poco existía una microempresa de producción de quesos, pero en la actualidad estos son elaborados en casa propia para el consumo diario o para salir al mercado.

Los quesos de El Triunfo son famosos en la localidad por su exquisito sabor. Algunas personas utilizan pastillas de cuajo para elaborarlos, pero los más caseros utilizan una enzima propia de las vacas para cuajar la leche añadiendo un poco de sal para darle sabor.

2.10.1.9.5ARTESANÍA

La creación de figuras del trono de árbol de chonta, son muy llamativas, la realiza el señor Manuel Aimara y extrae su materia prima de la naturaleza pero solo utiliza los árboles caídos o muertos ya que el no causa daño a la naturaleza, estas artesanías son de varios tamaños y diferentes modelos.

Imagen No. 49: Figura de Chonta **Imagen No. 50:** Figura de Chonta



Fuente: El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez



Fuente: El Triunfo
Autor: Andrea Alvarez

2.10.1.10 ATRACTIVOS CULTURALES

CUADRO N° 14: Calendario de Fiestas y Ritos

MES	FIESTA	DESCRIPCIÓN
Enero	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Año nuevo ◆ Santos Reyes/ Corpus Cristi 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Celebración general por recibimiento del nuevo año, misa de acción de gracias. ◆ Los más jóvenes se disfrazan y salen a pedir una contribución económica o algo de alimento de casa en casa y a las personas que se encuentren en el camino.
Febrero	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Carnaval 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Toda la comunidad se reúne para el tradicional juego de carnaval, se acostumbra usar: agua, harina, huevos, etc.
Marzo	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Semana Santa 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Párroco y Hermanas de la parroquia se quedan por la semana completa y organizan un viacrucis con la participación de todos. ◆ En cada uno de los hogares se elabora la fanesca y se acostumbra compartir con los vecinos. ◆ No se permite hacer ruido ni trabajar durante el jueves y viernes.
Abril		
Mayo	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Día de la madre 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Programa en homenaje a las madres de la parroquia, se realizan sainetes, juegos populares, elección de la madre símbolo.
Junio	<ul style="list-style-type: none"> • Aniversario de Parroquialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Duran 8 días empezando el 12 con el pregón de fiestas, es muy importante esta celebración ya que se recuerda el Triunfo de sus antepasados sobre los ricos hacendados para recuperar sus tierras ancestrales.
Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> • Finados 	<ul style="list-style-type: none"> • Celebración de misa para recordar a los seres queridos fallecidos. • Se acostumbra hacer la colada morada y guaguas de pan en horno de leña. • Visita al cementerio con ofrendas florales.
Diciembre	<ul style="list-style-type: none"> • Navidad • Año viejo 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasada del niño. • Novena en las casas de los priostes • Elaboración de buñuelos. • Concurso de años viejos y testamentos • Premio a la mejor viuda (disfrazado) • Baile popular

CAPÍTULO III

DISEÑO Y ACONDICIONAMIENTO DEL SENDERO

3.1 ACONDICIONAMIENTO

El objetivo principal del acondicionamiento del sendero, es establecer el tipo recorrido del sendero y las zonas que lo conformaran a partir del diagnóstico y los atractivos identificados como son:

- Cascada Golondrinas
- Rio de Los Incas
- Santuario de Las Aves
- Cueva de los Incas
- Orquidiario
- Artesanías

Es importante acotar que al ser estos los atractivos más importantes y llamativos para el segmento de mercado se incluirá además dentro de los circuitos a los atractivos de bajo interés para así poder potenciarlos y crear un mayor involucramiento de toda la comunidad con los visitantes, como son:

- Cultivo de Mora
- Cultivo de Tomate
- Ordeño de Vacas
- Quesera
- Iglesia

Dentro de los criterios básicos para el acondicionamiento del sendero para la elaboración de los diferentes circuitos se tomara en cuenta el emplazamiento, zonificación, tipos de recorrido y las modalidades del circuito.

3.1.1. EMPLAZAMIENTO

Los circuitos que se formarán en la Parroquia El Triunfo debido a su recorrido y ubicación han sido categorizados como tipo:

- Sendero Rural debido a que se encuentra dentro de una comunidad rural, donde se resaltan los aspectos históricos, culturales y naturales, representativos de la vida en el campo.
- Sendero en Espacios Naturales ya que se ubica en espacios donde la presencia humana con desarrollo urbano e infraestructura es escaso. Se caracterizan por el acercamiento a los atractivos naturales en estado originario.

3.1.2 ZONIFICACIÓN

Para la readecuación de los senderos es conveniente que se establezca una zonificación básica, la cual nos permitirá identificar los aspectos que facilitarán la estancia del visitante durante su recorrido.

1. *Zona de estacionamiento*: Esta se ubicara al costado de la cancha de tierra cerca del destacamento policial así habrá mayor confianza para los visitantes. De preferencia los carros y autobuses que no se necesiten, deberán quedarse en este lugar.

2. *Zona administrativa y de servicios*: las instalaciones para servicios informativos, de seguridad y sanitarios para los visitantes, se ubicara en las oficinas de la Junta Parroquial ya que se encuentra en un lugar estratégico para el inicio de todos los circuitos. En este espacio se puede ubicar el Centro de Interpretación Ambiental para la correcta explicación de la fauna y flora propia del sector, además de la información complementaria como folletos o afiches de todos los circuitos para una mejor descripción de estos.

3. *Zona de actividades complementarias*: aquí se detallará la existencia de actividades que complementan todos los circuitos haciendo que los visitantes conozcan más de la comunidad y se involucre en sus actividades cotidianas como es: el orquidiario, los cultivos de mora y tomate, la pesca deportiva de truchas, el ordeño de vacas y la fabricación de quesos.

3.1.3 TIPOS DE RECORRIDO

El tipo de recorrido utilizado en el desarrollo de los circuitos dentro de la parroquia El Triunfo es:

- *Sendero cerrado*: En estos recorridos el inicio coincidirá con el final.

3.1.4. MODALIDAD DEL SENDERO INTERPRETATIVO

Para la implementación de los circuitos dentro de la parroquia El Triunfo se identificaron tres tipos o modalidades de utilización de los senderos, a continuación se detallan:

1. Guiados:

- Serán conducidos por un guía nativo
- Se seguirá normalmente la ruta definida
- Se considerará en su adecuación las características del público con una edad promedio de 30 a 45 años, la dificultad del recorrido y el tiempo necesario para recorrerlos.
- Los grupos deberán estar formados de 10 a 15 personas

2. Mixtos:

El sendero además de ser guiado por guías intérpretes de la naturaleza estará equipado con cédulas de información.

3.2 READECUACIÓN DEL SENDERO

Es recomendable que la adecuación del sendero se lo realice en época seca para no tener problemas con la lluvia y el exceso de agua ya que puede dificultar los trabajos.

La primera fase será la preparación del sitio, consiste en hacer una limpieza de malezas a lo largo del sendero, es necesario recordar que se quitara solo lo necesario para evitar impactos negativos al entorno, es posible que parte de los troncos cortados o ramaje cortado se pueda aprovechar durante la obra para evitar la erosión del suelo, acomodación a manera de gradas, para señalización u otro mobiliario.

Es recomendable comenzar la adecuación primero de los elementos que requerirán invertir más tiempo para su terminación por ejemplo puentes, escaleras, miradores, bancas, entre otros. Una vez que se tiene parte de las obras fuertes terminadas se comenzará a colocar una capa de piedras de río o de cualquier sitio donde se pueda recolectar sin causar daños por su extracción, este material pétreo se extenderá en las partes que lo requiera el sendero, con un espesor de 4 cm. aproximadamente, será de mucha ayuda al permitir una rápida filtración de agua evitando encharcamientos.

3.2.1 ESTÁNDARES BÁSICOS DE DISEÑO

El sendero a lo largo de su trazado estará regulado por ciertos parámetros técnicos de diseño, los cuales tienen un grado de flexibilidad en función de la zona donde se lo realice, debido a las diversas situaciones climáticas, topográficas y geomorfológicas presentes.

En este sentido se establecen, los siguientes estándares básicos de diseño.

Ancho huella 1.20 a 1.80 m
Ancho faja 4.20 m
Clareo en altura 3.00 m
Pendiente máxima 10 %
Control de erosión 45 - 60°
Por agua con barreras (inclinación)

3.2.2 CONSIDERACIONES TÉCNICAS Y DE CONSERVACIÓN AMBIENTAL EN LA CONSTRUCCIÓN DEL SENDERO.

1. Al ser la erosión un proceso natural, se deberá dar recomendaciones a los senderistas sobre las medidas conservacionistas durante su recorrido.
2. Ya que los senderos son una creación artificial. Cuando se construye o repara un sendero la meta es complementar los procesos y paisajes naturales.
3. Se deberá caminar la totalidad del área de principio a fin.
4. Se Identificara geográficamente en mapas y en el terreno los sitios de interés, así como aquellas áreas restringidas, ya sea por seguridad o información.
5. Se realizara la limpieza de la vegetación a un metro de cada lado del sendero, partiendo desde el centro, sin cortar los árboles o brotes. Sólo se removerá las malezas de los lados. Será necesario salvar la mayoría de reforestación o retoños, ya que si están pequeños se podrían trasplantar.

3.3 CAPACIDAD DE CARGA E IMPACTO AMBIENTAL

La prioridad en el acondicionamiento del sendero es el manejo y aprovechamiento racional de los recursos naturales mediante la conservación de la naturaleza de los alrededores y el aprendizaje de los visitantes sobre está generando así un impacto negativo bajo, promoviendo a su vez la justa distribución de los beneficios económicos que de este se obtengan.

Dos herramientas necesarias para la planeación ambiental en los senderos es establecer la capacidad de carga y el impacto ambiental. A continuación se describen sus características generales.

3.3.1 CAPACIDAD DE CARGA

La capacidad de carga es un concepto relativo que envuelve consideraciones de juicio y científicos, presenta un rango de valores los cuales deben ser asociados a los objetivos de manejo específicos para un área dada.¹

Se refiere al nivel máximo de uso de visitantes e infraestructura correspondiente que un área puede soportar sin que se provoquen efectos en deterioro de los recursos y se disminuya el grado de satisfacción del visitante o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área²

Para poder determinar la capacidad de carga turística del área, es necesario conocer la relación existente entre el manejo del área y el impacto de las actividades a realizarse en la zona. Este valor se obtendrá de la utilización de la formula general:

$$CCF = V/a \times S \times t$$

$1V/a$ = visitantes /área ocupada

S = superficie disponible para uso público

¹ Kuss, F., Graefe, A. and Vaske, J. 1990

² MC Intyre, 1993

t = tiempo necesario para ejecutar visitas

3.3.1.1 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA PARA EL SENDERO

3.3.1.1.1 SANTUARIO DE AVES

Para la determinación se consideró algunos criterios básicos como son: el flujo de visitantes se realiza en un sentido; cada persona ocupa un m² de sendero; el ancho promedio del sendero es de 1.30m.; los grupos son de 15 personas máximo incluyendo un guía; la distancia mínima entre grupos para evitar interferencias es de 100 m.; se requieren mínimo 2 horas para realizar la visita; el horario al público es de 9 a 18 horas; la temporada es todo el año, con la necesidad de usar botas de caucho en invierno; la longitud del sendero es de 2000 m, en total 4000 m., ida y regreso.

Para saber cuál es el espacio disponible se considera que si una persona ocupa 1 m²., y requiere 1 m. de sendero, cada grupo necesitará 15m. del mismo. Si la distancia entre grupos es de 100m. y el ancho del sendero es de 1.30m., se establece que el recorrido total es de 4000 m., donde caben 33 grupos que requieren de 650m. de sendero para estar en él al mismo tiempo, entonces la capacidad de carga física será la distancia de 650m.

Multiplicado por el número de visitas, si el Santuario está abierto 9 horas al día y como cada visita requiere alrededor de 3 horas, entonces cada día una persona podría hacer 3 visitas, de lo que resulta que en el sendero físicamente puede permitir 1485 personas al día, sin interferencias, tomando en cuenta que el flujo de visitantes se realiza en un sentido. Pero se hace necesario evaluar la Capacidad de Carga Real, la cual se evaluó de la siguiente manera.

En el área evaluada se dispone de 12 horas de luz solar 5 a 17horas. Por lo tanto se estableció un horario de visita de 5 a 7am y de 16 a 17pm (7 horas).

Si se considera la distancia de 3 Km para recorrer el sendero, se requiere de 45 minutos. Por lo tanto si el primer grupo que sale a las 4 de la mañana, llegará al final del sendero a las 4:45 y estará de regreso a las 7 del día aproximadamente.

El último grupo saldrá a las 15:00 horas y llegará al final del sendero a las 15:45 y estará de regreso a las 17:45 aproximadamente.

Así la capacidad de carga real será de 2 grupos de hasta 15 personas en un turno en la mañana y otro en la tarde dando como total 30 personas por día 1200 al mes.

3.3.1.1.2CASCADA GOLONDRINAS

Para la determinación se consideró algunos criterios básicos como son: el flujo de visitantes se realiza en un sentido; cada persona ocupa un m2 de sendero;

el ancho promedio del sendero es de 1.30m.; los grupos son de 15 personas máximo incluyendo un guía; la distancia mínima entre grupos para evitar interferencias es de 100 m.; se requieren mínimo 2 horas para realizar la visita; el horario al público es de 9 a 17 horas; la temporada es todo el año, con la necesidad de usar botas de caucho en invierno; la longitud del sendero es de 2000 m, en total 4000 m., ida y regreso.

Para saber cuál es el espacio disponible se considera que si una persona ocupa 1 m²., y requiere 1 m. de sendero, cada grupo necesitará 15m. del mismo. Si la distancia entre grupos es de 100m. y el ancho del sendero es de 1.30m., se establece que el recorrido total es de 4000 m., donde caben 33 grupos que requieren de 650m. de sendero para estar en él al mismo tiempo, entonces la capacidad de carga física será la distancia de 650m.

Una vez evaluada la capacidad de manejo y estimada la capacidad de carga permisible se procedió a determinar la capacidad de carga del estacionamiento para visitantes, de lo que resultó que se requieren 40 espacios de estacionamiento en promedio, cuando la capacidad de manejo sea del 100% y por lo tanto la capacidad de carga real sea igual que la capacidad de carga permisible.

Pero como la capacidad de carga permisible es de 153 visitantes como máximo sólo se requerirán menos de 40 espacios de estacionamiento, considerando que en promedio viajen cuatro personas por automóvil.

3.4 DESARROLLO Y READECUACIÓN DE LOS CIRCUITOS

Para un mejor manejo de los senderos utilizados actualmente en la parroquia El Triunfo se ha creado circuitos con los cuales unir de manera estratégica uno o varios atractivos, así se podrá lograr el impulso de la parroquia y el desarrollo de la misma y de sus pobladores.

Los circuitos planteados dentro de la parroquia El Triunfo integran varios puntos dentro de su ejecución como es: la unión de los atractivos naturales, culturales y de producción propios de la zona, se determinó el tipo de turista y su edad promedio para que los circuitos estén acorde al segmento de mercado al cual están enfocados de esta manera se contribuirá de forma general e integral al desarrollo en conjunto de todos los involucrados.

Para el rediseño de los senderos y la elaboración de los circuitos es necesario implementar señalización acorde con el sector y que no dañe el entorno natural en el que se encuentra, para esto es importante cumplir con los parámetros y reglamentos impuestos por el Ministerio de Turismo para estas áreas.

Se ha planteado la elaboración de 5 rutas con exigencias y duración diferentes, todas estas poseen una mezcla de atractivos naturales y culturales los cuales hacen más interesante las rutas evitando así el desgaste y maltrato de los diferentes atractivos; entre estas se encuentra:

MAPA GENERAL

Ilustración No. 5 Mapa General



Autor: Andrea Alvarez

3.4.1 1ra RUTA

Río Plata – Río Muyo – Santuario de las Aves – Extracción de leche

Tipo de Circuito: Cerrado

Duración: total de 4 horas

Lugar de Salida y Llegada: Parque Central de la Parroquia El Triunfo y termina aquí

Dificultad del Recorrido: tiene una exigencia media ya que todo el trayecto se lo realiza a pie.

Tipo de Circuito: este recorrido se debe realizar con un guía especializado el cual ayudara a un mejor desarrollo de la actividad

Tipo de Segmento: este recorrido lo pueden realizar personas de cualquier tipo de edad que le guste la caminata y la observación de aves.

Restricción: El recorrido no es apto para personas con problemas para caminar o realizar esfuerzo físico.

Altura: 2490 msnm aprox.

Temperatura: 13C° aprox.

Costo: 19,00 USD por persona en grupo de 5

Tabla 5: Costo por persona de Circuito 1

Servicio	Valor individual	Grupo desde 5
Alojamiento	8,00	8,00
Alimentación	3,00	3,00
Guianza	10,00	2,00
Transporte	0,00	0,00
Extracción Leche	1,00	1,00
Subtotal	22,00	14,00
Ganancia	30%	30%
Total x pax	27,60	18,20

Autor: Andrea Alvarez

El recorrido empieza desde el centro de la parroquia, a las 4am comienza la caminata hacia el Santuario de las Aves, atravesando el Rio Plata donde se podrá disfrutar de su belleza ya que en la mañana el rio es más cristalino y las aves se acercan a las orillas de este rio para pescar, y el Rio Muyo en el cual se podrá observar truchas y aves ya que al acercarse al santuario de las aves, después de 30 minutos llegaran al santuario en donde se podrá observar gran variedad de estas pero hay que ir en completo silencio para que no se asusten

y no escapen; aquí podrán ver azulejos, tucanes, pavas hediondas, patos silvestres, golondrinas, entre otras.

Luego de esto se caminará a la extracción de leche pura, aquí podrán practicar su habilidad con esta técnica, regresarán al pueblo con esta leche fresca para un rico desayuno.

1.4.1.1 GUIÓN RUTA #1

El sendero interpretativo “Santuario de las Aves – El Triunfo” tiene una extensión total de 2000 m, y contará con cinco paradas establecidas con interpretación sobre las características más importantes de flora, fauna y características específicas del sendero para que los visitantes conozcan y disfruten.

Parada No.1: Centro de la Parroquia El Triunfo

Los pobladores de la parroquia El Triunfo provienen de las comunidades de Patehurco y Poatug los cuales invadieron estas tierras y después de una lucha con el Sr. Marcos Restrepo lograron apropiarse en 1959, 13 años mas tarde lograron su parroquialización en 1972, estas tierras eran muy apetecidas por la madera que extraían,por tal motivo lo declararon Parque Nacional Llanganates en 1996.

El Parque Nacional Llanganatesse ubica en las provincias de Tungurahua, Napo y Pastaza, el parque comprende 219.707 hectareas, con una altura desde los 2.600m.s.n.m. hasta los 4.576m.s.n.m, posee una temperatura dependiendo su altura de 3 a 24°C, fue declarada como Parque Nacional el 18

de enero de 1996. Esta Reserva natural es un maravilloso refugio de vida silvestre, además de ser depósito de agua, banco genético y concentración de biodiversidad. Este parque alberga alrededor del 12% de las aves existentes en la parte continental del país, en los páramos y bosques altos se han identificado el 47.8% de la especies de mamíferos presentes en la zona norte del Ecuador; la fauna más representativa del parque son: el oso de anteojos, venado, cervicabra, mono machín, tapir, jagua, puma, puerco espín y oso hormiguero; especies de aves como el pato, gaviota andina, curiquingue, condor, congos, pico real, y los colibríes real, bunga y pico espada.

Varias rutas de ingreso a este Parque Nacional parten desde Patate, principalmente desde el sector el Triunfo.

Este lugar está marcado por la leyenda del tesoro inca oculto en sus montañas y por las varias expediciones perdidas en su busca. Según la leyenda, en esta zona está escondido el tesoro del Reino de Quito el cual fue enterrado para alejar de la codicia a los conquistadores. Es por ello que desde la época de la Colonia, personas aventureras y expedicionarios han ido a buscar el mítico tesoro de Atahualpa.

Parada No.2: Rio Plata

El Rio plata se localiza a 2394msnm, el rio es caudaloso de agua cristalina, está rodeado de vegetación arbórea como el Quisuar, Sangre de drago, Pumamaqui, entre otras, entre la fauna que se puede encontrar esta la pava de monte y el pato silvestre.

El quishuar es un árbol maderable este usaban los Incas para el tallado por ser muy duro y resistente, los indígenas lo consideraban un árbol sagrado y lo llaman “árbol de Dios” o “árbol andino”, como medicina sus hojas tostadas con mentol ayuda en las lesiones y en infusión ayuda contra el sarpullido; El Sangre de Drago sangre de drago es un arbusto de 5-6m de altura, de este se extrae una resina de color rojizo al cual se le atribuye poderes curativos de cicatrización, antiviral y desinflamante; pumamaqui mide entre 5 y 12m de altura, se encuentra entre los 2500 y 3500msnm, su nombre se debe a que sus hojas poseen una forma similar a la mano de un puma, su madera es muy útil para la realización de cucharas, bateas y juguetes de madera; las hojas tienen poderes medicinales contra las heridas, sarpullidos y otros; se considera a este árbol como un indicador ya que es muy representativo de los bosques andinos.

Parada No.3: Rio Muyo

El Rio Muyo se encuentra a 2476msnm, es un rio caudaloso y libre de contaminación constituyéndose uno de los sistemas hídricos mas importantes de la región, proviene de las entrañas del Parque Llanganates y en la parroquia se une al rio Aluleo el cual le da mayor tamaño; es un lugar ideal para la pesca aquí se encuentra truchas en abundancia, además varias especies arbustivas siendo la mas representativa el sigse, quishuar, entre otros y entre la fauna la pava de monte y pato silvestre.

El sigse por ser flexible y liviano se utiliza para realiza cometas, y para hilar lana con los tejedores de mantas y ponchos, antiguamente se utilizaba para la elaboración de techos y paredes. La pava de monte es un ave grande de 90cm, son aves monógamas, colocan sus huevos en los árboles de 10m de altura, prefieren colocarlos en árboles tupidos o en zonas sucias para que sean difíciles de encontrar.

Parada No.4: Santuario de las Aves

El Santuario de las Aves se encuentra a 2487msnm, el santuario es un mirador de tipo natural, en este lugar se encuentra varias especies arbóreas y arbustivas como son el pumamaqui, laurel, balsa, quishuar,, entre otras y entre la fauna se encuentra la pava de monte, mirlo, pibibes, azulejos, tucán y ardillas silvestres, entre otras.

Los azulejos miden alrededor de 18cm, anidan en cavidades, se alimentan de moscas e insectos, las hebras ponen de 4 a 5 huevos y los cuidan hasta los 20díasdespues de salir del cascaron, suelen tener dos nidadas al año y generalmente en invierno forman grupos.

El Laurel es un arbusto de hasta 15m de alto, sus hojas se lo usa como condimento en la cocina y de manera medicinal como tónico estomacal, como tratamiento inflamatorio en lesiones osteoarticulares, el consumo de gran cantidad de laurel puede ser toxico. La balsa es un árbol siempre verde con hojas grandes y flores blancas tiene una altura de 20m de alto y un diámetro de

90cm, es muy liviano y se utiliza para el tallado y para la elaboración de embarcaciones pequeñas, entre otras.

Parada No.5: Ordeño de Vacas

Para la extracción de leche se debe lavar previamente las ubres de la vaca y se procede a la extracción manual de este alimento, se lo puede tomar recién ordeñada o se realiza un proceso de pasteurización para evitar cualquier bacteria.

3.4.2 2da RUTA

Cueva de Los Incas – Rio de Los Incas – Pesca Deportiva

Tipo de Circuito: Cerrado

Duración: 3 horas 30 minutos

Lugar de Salida y Llegada: Parque Central de la Parroquia El Triunfo y termina aquí

Dificultad del Recorrido: tiene una exigencia baja ya que todo el trayecto se lo realiza en transporte.

Tipo de Circuito: este recorrido se debe realizar con un guía especializado el cual ayudara a una mayor explicación de los atractivos y a un mejor desarrollo de la actividad

Tipo de Segmento: Lo pueden realizar personas de cualquier tipo de edad y capacidad, que le guste los atractivos naturales y la práctica de este deporte.

Restricción: Ninguna.

Altura: 2621 msnm aprox.

Temperatura: 13C° aprox.

Costo: 10 USD por persona

Tabla 6: Costo por persona de Circuito 2

Servicio	Valor individual	Grupo desde 5
Alojamiento	0,00	0,00
Alimentación	3,00	3,00
Guianza	10,00	2,00
Transporte	5,00	1,00
Pesca de Trucha	2,50	2,50
Subtotal	20,50	8,50
Ganancia	30%	30%
Total x pax	26,15	9,35

Autor: Andrea Alvarez

El recorrido empieza desde el centro de la parroquia El Triunfo donde se debe tomar un transporte rumbo a la Cueva de los Incas aquí se podrá admirar la flora y fauna propia de este lugar como es el pumamaqui, el aliso, la balsa, heliconias, musgo, entre otras y como aves encontrarán golondrinas, azulejos, tucanes, entre otros; de aquí mediante una caminata al Rio de los Incas, este es un rio muy lindo por el cual se puede atravesar y en el cual se pueden lograr fotos fantásticas, luego se volverá a tomar el transporte y se dirigirán a disfrutar de la pesca deportiva en donde demostrarán las destrezas para este deporte. Luego regresarán a la parroquia para disfrutar de un rico almuerzo con platos típicos.

3.4.2.1 GUIÓN RUTA #2

El circuito interpretativo “Cueva de los Incas - Rio de los Incas - Pesca Deportiva” tiene una extensión total de 2500 m, y contará con tres paradas establecidas con interpretación sobre las características más importantes de flora, fauna y características específicas del sendero para que los visitantes conozcan y disfruten.

Parada No.1: Centro de la Parroquia El Triunfo

Los pobladores de la parroquia El Triunfo provienen de las comunidades de Patehurco y Poatug los cuales invadieron estas tierras y después de una lucha con el Sr. Marcos Restrepo lograron apropiarse en 1959, 13 años más tarde lograron su parroquialización en 1972, estas tierras eran muy apetecidas por la madera que extraían, por tal motivo lo declararon Parque Nacional Llanganates en 1996.

El Parque Nacional Llanganatesse ubica en las provincias de Tungurahua, Napo y Pastaza, el parque comprende 219.707 hectareas, con una altura desde los 2.600m.s.n.m. hasta los 4.576m.s.n.m, posee una temperatura dependiendo su altura de 3 a 24°C, fue declarada como Parque Nacional el 18 de enero de 1996. Esta Reserva natural es un maravilloso refugio de vida silvestre, además de ser depósito de agua, banco genético y concentración de biodiversidad. Este parque alberga alrededor del 12% de las aves existentes en la parte continental del país, en los páramos y bosques altos se han identificado el 47.8% de la especies de mamíferos presentes en la zona norte del Ecuador; la fauna más representativa del parque son: el oso de anteojos,

venado, cervicabra, mono machín, tapir, jagua, puma, puerco espín y oso hormiguero; especies de aves como el pato, gaviota andina, curiingue, condor, congos, pico real, y los colibríes real, bunga y pico espada.

Varias rutas de ingreso a este Parque Nacional parten desde Patate, principalmente desde el sector el Triunfo.

Este lugar está marcado por la leyenda del tesoro inca oculto en sus montañas y por las varias expediciones perdidas en su busca. Según la leyenda, en esta zona está escondido el tesoro del Reino de Quito el cual fue enterrado para alejar de la codicia a los conquistadores. Es por ello que desde la época de la Colonia, personas aventureras y expedicionarios han ido a buscar el mítico tesoro de Atahualpa.

Parada No. 1 Cueva de Los Incas

La cueva de los incas se encuentra localizado a 2621msnm, la cueva está formada por una gran roca de origen sedimentario que después de un ciclo litológico ha generado una caverna en su interior, mide alrededor de 40m de alto y 80m de diametro; aquí se puede encontrar especies como helechos, líquenes y musgo, pumamaqui, romerillo, pantza, quishua, entre otros; en los alrededores se puede observar aves como el tucán predicador, golondrinas, azulejos, mirlos, entre otros.

El árbol polylepis, también conocido como Pantza, Colorado o árbol de papel, es famoso por su fina corteza que constantemente se quita para evitar que los organismos parásitos, como musgos y líquenes, se adhieran a sus ramas.

Según la leyenda esta cueva era utilizada por los Incas después de atravesar el Parque Llanganates rumbo a Quito.

Parada No.2: Rio de los Incas

El rio de los incas se encuentra a 2615msnm, este rio es de aguas cristalinas donde se puede realizar deportes acuáticos, gracias a su buena conservación se puede encontrar truchas las cuales se adaptaron a esta zona y donde se puede realizar pesca deportiva; la vegetación que rodea al rio en su mayoría es arbórea con especies como el pumamaqui, romerillo, quishuar y algunas especies de bromelias.

De las diecinueve especies de tucanes que viven en el Ecuador, cinco corresponden al grupo de los grandes tucanes del género *Ramphastos*, entre los cuales se encuentra el popular diostedé, muy apreciado entre los campesinos de la Costa por sus dones de presagio. Este vistoso tucán anuncia con su característico canto —dios-te-dé, dios-te-dé— la concesión de buenos deseos y la buena suerte para quien lo escucha. Además de su peculiar llamado, se destacan sus pecheras blancas o amarillas brillantes, que de tan inmaculadas parecen baberos recién puestos sobre el plumaje negro del resto del cuerpo.

A las siguientes seis especies se las conoce como arasarís y pertenecen al género *Pteroglossus*. Una de ellas, el “arasari pico pálido” o “pili” (*Pteroglossus erythropygius*) habita únicamente en la Costa del Ecuador. Estos tucanes, más pequeños y estilizados, viven en grupos compactos de pocos individuos que

bien pueden moverse bulliciosamente por las copas de los árboles o permanecer inmóviles, casi imperceptibles, dentro del follaje del bosque.

Las restantes ocho especies corresponden a tres grupos menos conocidos, pero no por ello menos atractivos. Tres de ellas pertenecen al grupo de los tucanetes esmeralda del género *Aulacorhynchus*. Éstos viven en los bosques subtropicales y nublados, al igual que el siguiente grupo de tres especies: los tucanes andinos del género *Andigena*. Estos espectaculares tucanes azules, con vivos colores rojos y amarillos alrededor de la cola y picos coloridos y llamativos, pueden encontrarse incluso cerca del páramo. También se los puede ver en los pocos remanentes de bosque andino que quedan en los valles cercanos a Cuenca y Loja. Finalmente están los tucancillos del género *Selenidera*, con dos especies en el Ecuador. Estos habitantes exclusivos de los bosques tropicales sin mayor alteración, constituyen el grupo menos conocido entre los tucanes.

Parada No.3: Pesca Deportiva

Las truchas se encuentran normalmente en aguas frías y limpias de ríos y lagos, La mayoría de las truchas sólo se encuentran en agua dulce, pero unas pocas, como la cabeza de acero pasan su vida adulta en el océano y vuelven, para desovar, al río donde nacieron.

La primera camada de truchas se la adquiere de 1cm a 2cm de largo, se las coloca en piscinas separadas dependiendo el tamaño y el tiempo, en estas

piscinas es necesario tener una limpieza antes de colocar los nuevos peces para evitar el contagio de enfermedades; es necesario una piscina para peces de hasta 2 meses, otra de hasta 5 meses y la última para 6 meses y más, después de esto la trucha esta lista para la pesca dando 4 en kilo.

3.4.3 3ra RUTA

Cascada las Golondrinas - Orquidiario – Quesera – Iglesia – Cultivo de Mora

Tipo de Circuito: Cerrado

Duración: 3 horas 30 minutos

Lugar de Salida y Llegada: Parque Central de la Parroquia El Triunfo y termina en el cultivo de mora.

Dificultad del Recorrido: tiene una exigencia media alta ya que todo el trayecto se lo realiza a pie.

Tipo de Circuito: este recorrido se debe realizar con un guía especializado el cual ayudara a una mayor explicación de los atractivos y a un mejor desarrollo de la actividad

Tipo de Segmento: Lo pueden realizar personas de cualquier tipo de edad y capacidad, que le guste los atractivos naturales, culturales y artesanales.

Restricción: Problemas para caminar en terreno irregular.

Altura: 2679 msnm aprox.

Temperatura: 13C° aprox.

Costo: 10 USD por persona

Tabla 7: Costo por persona de Circuito 3

Servicio	Valor individual	Grupo desde 5
Alojamiento	0,00	0,00
Alimentación	3,00	3,00
Guianza	10,00	2,00
Transporte	0,00	0,00
Entrada Mora	1,00	1,00
Entrada Quesera	1,00	1,00
Subtotal	15,00	7,00
Ganancia	30%	30%
Total x pax	19,50	9,10

Autor: Andrea Alvarez

Este recorrido comienza con una caminata desde el centro de la parroquia El Triunfo hacia la cascada Las Golondrinas, en el cual se podrá observar gran variedad de avifauna y plantas típicas de la zona terminando el recorrido con la vista de la espectacular caída de agua, de regreso a la parroquia se visitará el Orquidiario, aquí observarán gran variedad de orquídeas las cuales se encuentran decoradas con figuras hechas en el tronco del árbol de chonta, aquí se podrá comprar estas artesanías muy llamativas, luego continuara el recorrido hacia la quesera, esta es una fábrica que recolecta la leche de todos los productores del sector, se podrá observar el proceso de fabricación y degustarán de un delicioso queso, además se podrá comprar para disfrutarlo en casa, continuael recorrido hacia la iglesia donde observará una demostración de fe con la decoración de este templo, el recorrido continuara hacia la producción de mora donde se nos indicara el proceso para obtener la mora y podrán degustar y disfrutar de esta deliciosa fruta.

3.4.3.1 GUIÓN RUTA #3

El sendero interpretativo “Cascada Las Golondrinas- Orquideario – Quesera – Iglesia – Cultivo de Mora” tiene una extensión total de 2000 m, y contará con cinco paradas establecidas con interpretación sobre las características más importantes de flora, fauna y características específicas del sendero para que los visitantes conozcan y disfruten.

Parada No.1: Centro de la Parroquia El Triunfo

Los pobladores de la parroquia El Triunfo provienen de las comunidades de Patehurco y Poatug los cuales invadieron estas tierras y después de una lucha con el Sr. Marcos Restrepo lograron apropiarse en 1959, 13 años más tarde lograron su parroquialización en 1972, estas tierras eran muy apetecidas por la madera que extraían, por tal motivo lo declararon Parque Nacional Llanganates en 1996.

El Parque Nacional Llanganates se ubica en las provincias de Tungurahua, Napo y Pastaza, el parque comprende 219.707 hectáreas, con una altura desde los 2.600m.s.n.m. hasta los 4.576m.s.n.m, posee una temperatura dependiendo su altura de 3 a 24°C, fue declarada como Parque Nacional el 18 de enero de 1996. Esta Reserva natural es un maravilloso refugio de vida silvestre, además de ser depósito de agua, banco genético y concentración de biodiversidad. Este parque alberga alrededor del 12% de las aves existentes en la parte continental del país, en los páramos y bosques altos se han identificado el 47.8% de la especies de mamíferos presentes en la zona norte del Ecuador; la fauna más representativa del parque son: el oso de anteojos,

venado, cervicabra, mono machín, tapir, jagua, puma, puerco espín y oso hormiguero; especies de aves como el pato, gaviota andina, curiingue, condor, congos, pico real, y los colibríes real, bunga y pico espada.

Varias rutas de ingreso a este Parque Nacional parten desde Patate, principalmente desde el sector el Triunfo.

Este lugar está marcado por la leyenda del tesoro inca oculto en sus montañas y por las varias expediciones perdidas en su busca. Según la leyenda, en esta zona está escondido el tesoro del Reino de Quito el cual fue enterrado para alejar de la codicia a los conquistadores. Es por ello que desde la época de la Colonia, personas aventureras y expedicionarios han ido a buscar el mítico tesoro de Atahualpa.

Parada No.2: Cascada Las Golondrinas

La cascada se localiza a 2679msnm, posee dos saltos de agua uno de 10m de altura y otro de 6 m, su agua es cristalina y con presencia de truchas, la cascada toma el nombre debido a que las golondrinas hacen de este sitio su lugar de anidación y en ocasiones se las puede observar entrando y saliendo de la cascada; está rodeado de pumamaqui, romerillo, pantza, uishuar y algunos helechos.

Las golondrinas es una de las aves migratorias más conocidas del mundo. Tiene un admirable sentido de la orientación y recuerda los lugares de un modo sorprendente, siendo capaz de encontrar su nido del año anterior. Se alimenta de insectos que captura en el aire. Puede llegar a medir hasta 19 cm de largo.

Posee un pico corto, y alas fuertes y largas en proporción al cuerpo. Su cuerpo aerodinámico está adaptado para vuelos rápidos y de largo recorrido. Sus alas estrechas y su cola ahorquillada le permiten maniobrar con facilidad: puede dar rápidos giros para perseguir a su presa. El color es negro azulado brillante en la cabeza, el lomo, las alas y la cola; rojo herrumboso en la frente y el cuello; y blanco amarillento en el pecho y el vientre. Construye su nido con barro y hierba, y suele fijarlo a vigas de madera y paredes. La puesta y la cría la realiza en el hemisferio norte. Una vez que reencuentra su nido, si es necesario lo reconstruye o hace uno nuevo, donde pone sus huevos y cría sus polluelos.

Parada No.3: Orquideario

Un **Orquideario** es un jardín botánico, especializado en cultivo, preservación y exposición de plantas de orquídeas pertenecientes a la familia botánica de las Orchidaceae. Normalmente requieren unas condiciones muy específicas de temperatura y humedad, por lo cual se cultivan en invernaderos donde tienen estos parámetros controlados.

Las orquídeas obtienen su nombre del griego **ὄρχις** que significa testículo, por la apariencia de los tubérculos subterráneos en algunas especies terrestres.

El orquideario de Manuel Aimara tiene alrededor de 30 especies diferentes de orquídeas, Manueltalla el tronco del árbol de chonta dándole forma de animales con los cuales decora las orquideas, aquí se puede adquirir estas artesanías originales y únicas.

Parada No.4: Quesera

La producción láctea es una actividad característica del sector, hace poco existía una microempresa de producción de quesos, pero en la actualidad se ha modernizado, esta capta gran cantidad de leche del sector, los quesos son muy apetecidos por su sabor, se puede utilizar pastillas de cuajo para su elaboración

Parada No.5: Cultivo de Mora

El principal producto en la parroquia es la mora, casi el 80% de la población se dedica a su cultivo, esta planta alcanza su madurez al año dando una producción total de una planta por caja; luego del año se realiza la cosecha cada semana, existen varias clases como son la de castilla: pequeña y produce un jugo espeso, la colombiana: es grande de un color menos intenso y produce un jugo más ligero y la mora sin espina que favorece al momento de su cosecha además de producir una mora con sabor diferente.

3.5 TABLA DE MEDICIÓN DE TIEMPOS

Tabla 8. Medición de tiempos

Distancias y Tiempos del Recorrido			
Tiempo referencial desde el centro de la parroquia			
Tramo del Circuito	Distancia en Km	Tiempo aproximado del traslado	Tiempo de Visita
Santuario de Aves	2Km	35 minutos	40 minutos
Rio Muyo	100m	12 minutos	10 minutos
Rio Plata	100 m	10 minutos	10 min

Ordeño de Leche	500 km	30 minutos	1 hora
Laguna de la Torre	3km	55 minutos	20 minutos
Cultivo de Mora	100m	5 minutos	20 minutos
Cultivo de Tomate	500m	15 minutos	20 minutos
Cascada Las Golondrinas	2Km	45 minutos	20 minutos
Cueva de Los Incas	2km	10 minutos	10 minutos
Rio de Los Incas	2km	10 minutos	15 minutos
Pesca Deportiva	1km	6 minutos	40 minutos
Orquidiario	150m	5 minutos	15 minutos
Quesera	100m	5 minutos	20 minutos

Elaborado: Andrea Alvarez D.

3.6 DISEÑO DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA EL CIRCUITO

Para el desarrollo e implementación del circuito es necesario utilizar señalización para poder dirigir al conductor o transeúnte a lo largo de su recorrido proporcionándole información sobre destinos turísticos, servicios y distancias; por tal motivo se utilizara la señalización reglamentaria impuesta por el Ministerio de Turismo en el Manual de Señalización Turística del 2011; dentro de esta señalización se utilizara la orientativas como es mapas para distinguir la ubicación, informativas ya que estas dan información acerca de

todas las facilidades turísticas que posee la parroquia, además la señalización poseerá pictogramas con los cuales se podrá distinguir de mejor manera mediante símbolos los atractivos naturales, culturales, las actividades que se pueden realizar y orientar sobre los servicios y destinos turísticos al igual que los lugares de peligro para evitar cualquier accidente.

Las señales turísticas a implementarse serán rectangulares o cuadradas dependiendo del tipo de señal establecida en su clasificación.

Los pictogramas pueden convertirse en señales preventivas o de aproximación. Para este caso existirá una variación de tamaño de 200 mm en la parte inferior, espacio en el cual se colocará la distancia hasta el sitio de interés turístico. Esta distancia puede estar indicada en kilómetros o metros.

De igual manera la mayoría de señales turísticas y de servicios pueden convertirse en señales restrictivas temporal o definitivamente de acuerdo a la necesidad o circunstancia.

Estos elementos se colocarán a lo largo de la vía, en lugares que garanticen buena visibilidad y no confundan al visitante o turista. Un avance de indicación de un atractivo, servicio o destino turístico debe normalmente darse, colocando una señal de aproximación o ejecutiva de destino sobre el lado derecho de la vía, no menos de 300 m antes del mismo, indicando la proximidad al sitio de interés turístico. Se deberá proveer de una segunda señal confirmativa al ingreso o junto al atractivo o servicio turístico.

3.6.1 SEÑALIZACIÓN TÉCNICA

Para que un pictograma sea legible, se lo debe dar a conocer y se lo debe emplear consciente y universalmente. Para eso es necesario tener en cuenta algunas recomendaciones.

1. El Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1,3 y 4. Establece los parámetros y normativas que se aplicarán y que se encuentran vigentes en el territorio nacional.
2. Se debe prever la instalación de señalización encaminada a brindar facilidades a las personas con discapacidad en el país. Y cumplir con el RTE INEN 042 Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico.

Las señalizaciones deben tener material retroreflectivo los cuales deben cumplir como mínimo el Tipo III, de la Norma ASTM 4956; dependiendo de las condiciones climáticas predominantes, la intensidad de la retroreflectividad deben ser incrementada.

3.6.1.1 SISTEMA DE SEÑALES

Las dimensiones de las señales deben mantener su tamaño normalizado, adicionando para la ubicación de la Marca País en las señales turísticas en la parte superior 1/4 de dicha medida, cuya retroreflectividad debe ser tipo I. Los instrumentos específicos de circulación, pueden ser rectangulares o flechas, se las llama también ejecutivas de destino. “Señalización para el turista”. Miden 2,40 m x 0,60 m para los dos modelos que se presentan.

Pueden ser rectangulares o troqueladas con forma de la flecha en el sentido que indica, en el segundo caso llevará un sólo pictograma al extremo contrario, a esta señal se la denomina “Ejecutiva”.

SEÑALES TURÍSTICAS DE APROXIMACIÓN - MEDIDA: 2,40 M X 0,60 M



Ilustración 6: Señalización Turística

APLICACIÓN



Ilustración 7: Aplicación Señalización Turística

3.6.1.2 PICTOGRAMA CON POSTE

Medida: 600 mm X 600 mm

750 mm X 750 mm

900 mm X 900 mm

Son aquellas que sirven para dirigir al conductor o transeúnte a lo largo de su itinerario, proporcionándole información sobre direcciones, sitios de interés y destino turístico, servicios y distancias.

Se clasificarán en turísticas (IT) y de servicios (IS).

Turísticas (IT).

Agrupar toda la información relacionada con atractivos y recursos turísticos.

- Pictogramas de atractivos naturales.

Representan la riqueza biodiversa de un lugar, una región y un país.

- Pictogramas de atractivos turísticos culturales.

Son símbolos representativos de nuestra cultura que identifican este tipo de bienes.

- Pictogramas de actividades turísticas.

Representan acciones de interés turístico y/o recreativas.

- Pictogramas de apoyo a los servicios turísticos.

Son símbolos de apoyo a los atractivos turísticos que permiten orientar al visitante al momento de acceder al uso de los servicios turísticos.

De servicios (IS).

Agrupar toda aquella información que orienta el acceso a los servicios públicos de salud: hospitales, Cruz Roja, etc. De comunicación: teléfono, oficinas de correo, fax, Internet, etc. Varios: hoteles, restaurantes, iglesias, vulcanizadoras, auxilio mecánico, estaciones de servicios, ayuda a discapacitados, etc.

Forma.

Las señales turísticas y de servicios a utilizarse deben ser rectangulares, estas a su vez pueden ser señales preventivas o de anticipación. Para este caso existirá una variación de tamaño de 20 cm. en la parte inferior, espacio en el cual se colocará la distancia hasta el sitio de interés turístico. Esta distancia puede estar indicada en kilómetros o metros.

Color

Las palabras, símbolos y orlas de las señales turísticas y de servicios serán de color blanco, las (coordenadas) sobre fondo azul (coordenadas). Para el caso de señales turísticas o de servicios que restringe una actividad, se utilizará un círculo con una diagonal roja en el pictograma.

Ubicación.

Estos elementos se colocarán a lo largo de la vía, en lugares que garanticen buena visibilidad y no confundan al visitante o turista. Un avance de indicación de un atractivo o servicio turístico debe normalmente darse, colocando una

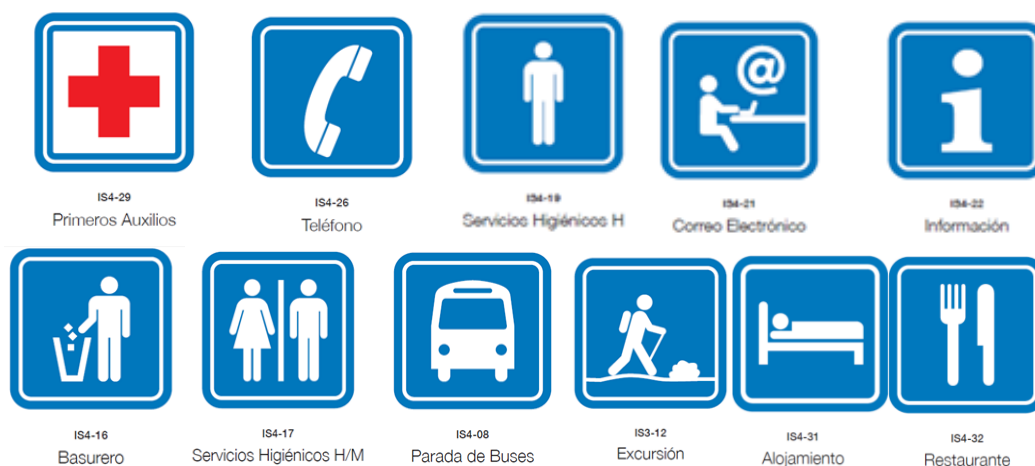
señal anticipada sobre el lado derecho de la vía, no menos de 300 m antes del mismo, indicando la proximidad al sitio de interés turístico.

Se deberá proveer de una segunda señal confirmativa al ingreso o junto al atractivo o servicio turístico. En el caso de coincidir una señal turística o de servicios con una señal de tránsito, prevalecerá esta última y para su colocación.

Se utilizará la una placa complementaria con texto en la parte inferior del pictograma si fuera necesario. La medida de la placa es de 200 mm de alto.

Los pictogramas que se utilizaran en la parroquia El Triunfo de acuerdo a cada actividad que se realizara dentro de los atractivos que conforman el circuito así como para la información de servicios que prestara la mismas en los cuales se puede indicar los siguientes:

Pictogramas de Servicios de Apoyo



Pictogramas de Atractivos Naturales



Pictogramas de Actividades Culturales



Pictogramas Restrictivos



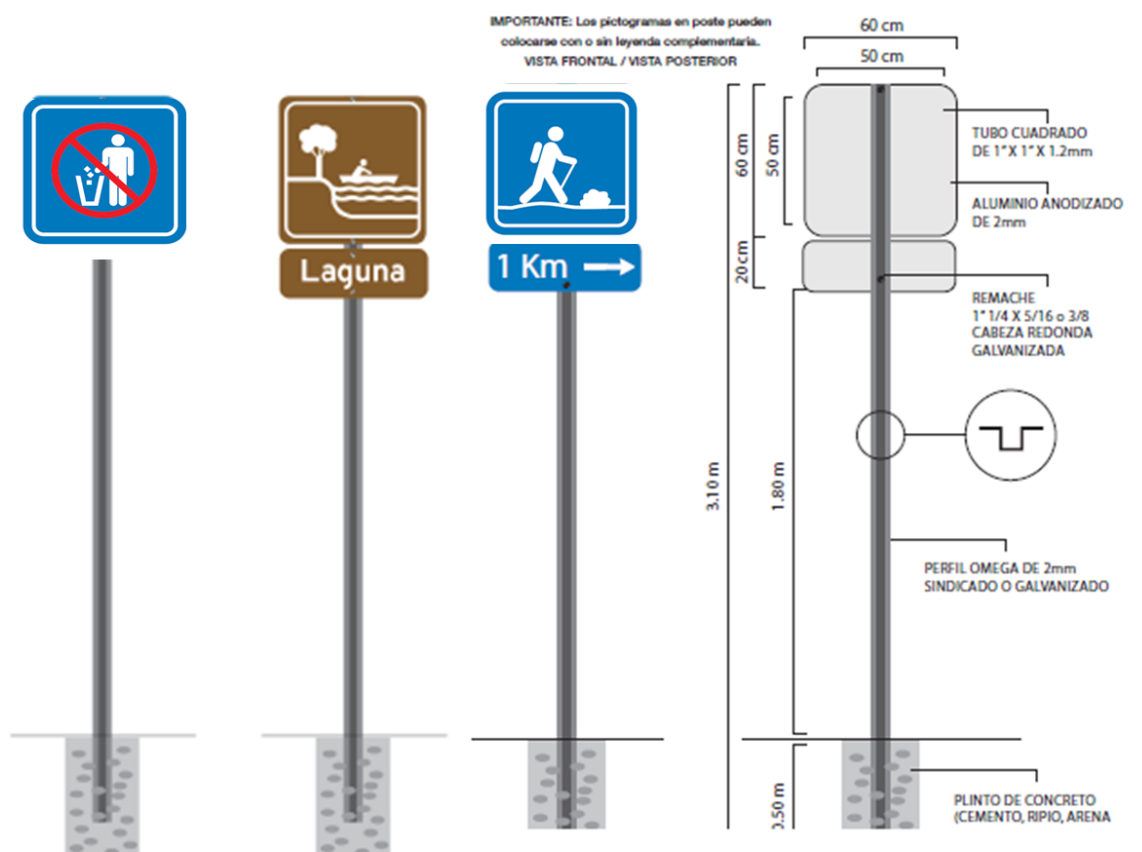


Ilustración 8: Aplicación Pictograma

3.6.2 APLICACIÓN DE SEÑAL ÉTICA EN LOS CIRCUITOS

Se utilizara las señales ejecutivas al ingreso a la parroquia y se utilizaran pictogramas en todos los atractivos, servicios de apoyo y restricciones; estas deben estar a 300m del atractivo y no deben interrumpir la visibilidad del

mismo, estos se ubicaran en todos los atractivos en cada uno de los circuitos tal como lo indica el reglamento del Ministerio de Turismo.

3.6.3 MATERIALES UTILIZADOS

Especificaciones técnicas

- **Plintos o fundición a piso**

- **Columnas o postes**

- **Pantallas.**

Sustrato:

- El elemento sobre el que se adherirá el material retroreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de las dimensiones que se requiera.

Plintos:

- Serán cubos de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio una vez que se hayan nivelado los postes, tendrán las siguientes dimensiones:
- Para soporte de pictogramas 300 mm x 300 mm x 500 mm
- Para soporte de señales de aproximación y vallas informativas de destinos 300 mm x 300 mm x 1000 mm.
- Estas especificaciones dependerán del coeficiente y resistencia del suelo, el contratista deberá presentar una propuesta en caso de haber complicaciones en la instalación.

Postes o parantes:

- Para el Pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 2,54 x 2,54 cm (1" x 1") y 1.2 mm de espesor.
- Para el caso de los otros letreros serán 2, dispuestos uno a cada lado de la señal. En tubo cuadrado de 5.08 x 2 mm (2" x 2 mm) de espesor, de 5,00 m de longitud, galvanizados.
- Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2,20 m.
- El oferente podrá presentar la opción de acabado niquelado.

Pantallas:

- Para las pantallas de las señales de aproximación y vallas informativas de destinos Tendrán 2 componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 5.08 x 1,5 mm (2" x 1.5 mm), sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; ésta 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.
- 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 5,08 cm x 1.27 cm (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.

Imagen 51: Mapa con Señalización Técnica



Autor: Andrea Alvarez D.

3.6.4 COSTOS DE LA SEÑALIZACIÓN PARA LOS CIRCUITOS

Tabla 9: Presupuesto de Señalización Ética

PRESUPUESTO DE SEÑALIZACIÓN ÉTICA PARA LA PARROQUIA DE EL TRIUNFO				
Señalización	Medidas	Costo U.	Cantidad	Costo Total
Destino	2.40m x 1.20m	3.000,00	1	3.000,00
Cultural/Artesanal				
Pictograma	0.90m x 0.60m	500,00	13	7.500,00
TOTAL		3.500,00		10.500,00

Autor: Andrea Alvarez D.

CAPÍTULO VI

4.1 CONCLUSIONES

Finalizada la investigación y sintetizando los resultados que se han expuesto se concluye:

- Al realizar la evaluación de las dimensiones de la parroquia El Triunfo se logró actualizar los datos de la parroquia para el presente y futuros proyectos. Dentro del aspecto político se observa un orden ya que posee una Junta Parroquial la cual cuenta con el apoyo del Municipio de Patate; el aspecto económico identificó que la mayor parte de la población se dedica a la agricultura y el comercio de la misma siendo los productos de mayor demanda la mora y el tomate de árbol.
- En lo social se observó una parroquia que consta con todos los servicios básicos, como son luz eléctrica en un 95% de cobertura sobre la parroquia, recolección de basura se realiza una vez a la semana, la parroquia no consta con el servicio de agua potable ya que utilizan agua entubada de los ríos Plata y Calzoncillo, y alcantarillado; además la parroquia posee con un subcentro de salud completamente equipado, un destacamento policial en el centro de la parroquia, vías de acceso de primer orden y transporte de bus urbano el cual tiene turnos cada hora.

- En el aspecto ecológico se pudo observar que la parroquia posee gran cantidad de avifauna la cual hace más llamativa e interesante a la parroquia, entre otros encontramos: azulejos, golondrinas y papagayos; se identificó atractivos llamativos y de jerarquía III como es el santuario de las aves, cascada las golondrinas y el río y cueva de los incas.
- Luego de constatar el estado actual de los atractivos turísticos de la parroquia El Triunfo se concluyó que los atractivos naturales necesitan mantenimiento continuo para evitar el daño o pérdida del mismo, entre estos existe: el santuario de aves, cascada las golondrinas, laguna de la torre, cueva y río de los incas y el río Muyo y Plata; el atractivo cultural que posee la parroquia se encuentran en mal estado, para esto es necesario realizar una restauración en la iglesia.
- A través de la utilización de la encuesta realizada se pudo determinar el segmento de mercado al que se enfocara los circuitos, sus opiniones y preferencias por los atractivos turísticos naturales y con menor interés los culturales y de producción que posee la parroquia; el perfil de la demanda se ubica en el segmento adulto joven, soltero, extranjero y nacional y de nivel económico medio.
- Con el estudio de la oferta se identificó la presencia de facilidades turísticas en la parroquia como son las hospederías comunitarias, restaurantes, bares,

vías de acceso, entre otras, es necesario además la mejora y readecuación de estas para brindar al visitante un lugar cómodo y confortable.

- Se realizará la implementación de circuitos en donde se incluya atractivos naturales, culturales y de producción para la consecuente potencialización de todos estos, los circuitos serán conducidos por guías nativos para fomentar de esta manera el interés por el turismo de los pobladores de la parroquia. La señalización dentro de los circuitos es importante por eso se decidió utilizar señales turísticas de aproximación y pictogramas de atractivos y de facilidades turísticas los cuales servirán para la orientación de los visitantes y la identificación de los mismos.
- Se presentará un mapa de señalización turística y vial de la parroquia El Triunfo en donde se identificará la ubicación de los atractivos, facilidades turísticas y poblaciones cercanas de esta manera se fomentará el interés para visitarlos.
- Después de la investigación realizada se puede concluir que la implementación de los Circuitos de Turismo Comunitario daría paso al emprendimiento micro-empresarial turístico en el sector, a más de convertirse un una alternativa económica para sus pobladores, mejorando sus ingresos y calidad de vida al ejecutar dicha actividad con un enfoque de sustentabilidad, dando así un mejor servicio y más llamativo a los turistas

4.2 RECOMENDACIONES

Después de analizar las conclusiones que se obtuvieron del presente proyecto se expone como recomendaciones a considerar en las diferentes etapas de planeación, readecuación y operación de los circuitos.

- La implementación de los circuitos planteados, el rediseño y mantenimiento continuo a los senderos que conducen a los diferentes atractivos turísticos de la región incorporando sistemas de señalética adecuados y los respectivos estudios de capacidad de carga harán que la parroquia El Triunfo logre el impulso turístico y económico deseado.
- Mantener en buen estado, limpio y ordenado las vías de acceso, senderos, atractivos y la parroquia en sí para de esta manera permitir la afluencia de turistas hacia un lugar limpio y ordenado.
- Mantener la señalización estandarizada por el Ministerio de Turismo para la correcta identificación y ubicación de cada uno de los atractivos incluidos dentro de los circuitos.
- El trabajo conjunto de la comunidad con el municipio cantonal de Patate en el desarrollo de un programa de promoción y difusión de los atractivos turísticos de este cantón en donde se incluya a la parroquia El Triunfo especialmente en la ciudades de donde proviene el segmento de mercado al cual se enfoca este proyecto para lograr así el éxito deseado.

- Anexar los circuitos planteados a la Ruta de Los Volcanes elaborada por el Ministerio de Turismo para una mejor difusión de estos y captar un mayor porcentaje de turismo hacia la parroquia no solo nacional sino también internacional mediante el apoyo de esta entidad.
- Brindar una capacitación sobre el manejo del turismo comunitario a los pobladores por parte del departamento de turismo del cantón Patate para así asegurar el correcto desempeño y funcionalidad de estos circuitos en el crecimiento turístico de la parroquia.