



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

“ELABORACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA COMUNIDAD DE  
PACTO LOMA, PARROQUIA DE PACTO, DMQ.”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Ingeniera en Administración de  
Empresas Hoteleras y Turísticas.

Profesor Guía  
Víctor Llughsa

Autor  
Katherine Solange Duchicela Silva

Año  
2017

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

---

Victor Elías Llugsha Guijarro  
Maestro en Gobierno de la Ciudad, con mención en  
Centralidades Urbanas y Áreas Históricas  
C.I.: 1716264419

## **DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR**

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

William Patricio Aguas Días  
Master en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales  
CI: 1717304800

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

---

Katherine Solange Duchicela Silva

CI: 1723302467

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mis padres, por su apoyo incondicional para culminar mi carrera universitaria, que día a día me alienta para perseverar y alcanzar mis metas y objetivos, de igual manera agradezco a aquellas personas que formaron parte de mi vida, de una u otra manera en mi crecimiento profesional.

A mis maestros, principalmente a mi tutor Víctor Llugsha ya que gracias a su formación y enseñanza académica he realizado un excelente trabajo de investigación para la construcción de nuevo proyecto comunitario.

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de titulación principalmente a Dios que con su grandeza me ayudo a seguir y conservar mi fe día a día. A mis padres y hermano, quienes son el motor primordial de mi vida, por cuidarme y brindarme su apoyo incondicional.

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación, se enfoca en la “elaboración de un producto turístico para la comunidad de Pacto Loma, parroquia de Pacto, en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)”.

En el capítulo I se desarrolla un abordaje teórico acerca del turismo comunitario en el Ecuador y a nivel mundial, su importancia en las comunidades, los beneficios que presenta el mismo y el impacto positivo a los pobladores de la comunidad de Pacto Loma, partiendo de la contribución y participación de los mismos para un adecuado desarrollo.

En el capítulo II se realiza una caracterización situacional del territorio, características económicas, socio cultural, infraestructura, accesibilidad y la identificación de los actores locales relacionados con el proyecto.

En el capítulo III se elabora la caracterización del sistema turístico que presenta la comunidad su oferta y la demanda actual y, un diagnóstico que identifica el perfil del turista.

En el capítulo IV se desarrolla la propuesta del proyecto, la elaboración de objetivos, metas y actividades, los cuales se medirán través de indicadores de resultados, conjuntamente con el presupuesto y cronograma propuesto.

Para finalizar, el capítulo V se ejecuta las estrategias de implementación a través de la construcción del producto turístico establecido con la comunidad, responde las necesidades y deseo de los visitantes mediante la identificación del posible impacto ambiental; detalle del financiamiento , seguimiento y evaluación del presente proyecto.

## **ABSTRACT**

The present titling project, is “elaboration of a tourism product for the community of Pacto Loma, located in Pacto, in the Metropolitan District of Quito (DMQ)”.

Chapter I is a theoretical approach on community tourism in Ecuador and globally, its importance in the communities, the benefits they present and the positive impact on the residents of the Pacto Loma community, based on the contribution and participation of the same for an adequate development.

Chapter II is a situational characterization of the territory is carried out, economic characteristics, socio-cultural, infrastructure, accessibility and identification of local actors related to the project.

Chapter III is the characterization of the tourist system that presents the community its offer and the current demand and a diagnosis that identifies the profile of the tourist.

Chapter IV develops the project proposal, the development of the goals and activities, which are measured through the performance indicators, together with the proposed budget and schedule.

Finally, Chapter V will execute the implementation strategies through the construction of the established product with the community and respond to the needs and the desire of the visitors by identifying the possible environmental impact; detail of project financing, monitoring and evaluation of this project.



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
Formulación Del Problema: .....	2
Pregunta principal:.....	2
Preguntas secundarias:.....	2
Objetivos .....	2
Objetivo general .....	2
Objetivos específicos .....	2
Justificación .....	2
Metodología.....	3
Población y Muestra.....	4
Procedimiento .....	4
Delimitación.....	5
Capítulo I. Marco teórico.....	6
Capítulo II. Caracterización situacional del territorio .....	10
2.1 Localización Geográfica .....	10
2.2 Características económicas productivas.....	11
2.3 Características socio culturales.....	12
2.4 Caracterización de la infraestructura, accesibilidad y movilidad.....	12
2.4.1 Infraestructura .....	12
2.4.2 Accesibilidad .....	13
2.5 Identificación de los actores locales, proyectos relacionados. ....	14
Capítulo III. Caracterización del sistema turístico del territorio .....	16
3.1 Análisis de la oferta actual.....	16

3.1.1	Atractivos turísticos culturales y naturales de la comunidad de Pacto Loma- parroquia Pacto.....	17
3.1.2	Servicios de alojamiento y de restauración en la comunidad de Pacto Loma- parroquia Pacto.....	19
3.1.3	Oferta de servicios y actividades de recreación en Pacto-Pacto Loma.....	20
3.2	Análisis de la demanda del territorio .....	20
3.2.1	Demanda Actual .....	22
3.3	Diagnóstico – Problematización .....	27
3.3.1	Identificación de la problemática del territorio.....	27
<b>Capítulo IV. Desarrollo de la propuesta.....</b>		<b>30</b>
4.1.	Duración del proyecto y vida útil .....	30
4.1.1	Beneficiarios.....	30
4.1.2	Objetivos, metas y actividades (Ver anexo B) .....	31
4.1.3	Resultados .....	31
4.1.4	Actividades.....	31
4.1.5	Metas del proyectos/ indicadores de resultados.....	32
4.1.6	Cronograma .....	32
4.1.7	Presupuesto .....	32
<b>Capítulo V. Estrategia de implementación.....</b>		<b>33</b>
5.1	Desarrollo del producto turístico.....	33
5.1.1	Identificación de la imagen del producto turístico. ....	36
5.1.2	Propuesta de itinerario.....	37
5.1.3	Mapa de circuito .....	40
5.1.4	Identificación del precio del producto.....	42
5.1.5	Definición de las estrategias de posicionamiento, promoción y comercialización del producto. ....	46
5.1.6	Identificación de las estrategias de comercialización. ....	47
5.1.7	Identificación del posible impacto ambiental.....	48
5.1.8	Modelo de Gestión.....	49
5.1.9	Financiamiento del Proyecto. ....	51

5.1.10 Seguimiento y Evaluación .....	51
Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones .....	53
6.1 Conclusiones.....	53
6.2 Recomendaciones .....	54
REFERENCIAS .....	55
ANEXOS .....	59

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actores locales vinculados en el territorio. ....	14
Tabla 2. Atractivos turísticos de comunidad de Pacto Loma- Pacto.....	17
Tabla 3. Oferta de servicios de alojamiento y de restauración en comunidad de Pacto- Pacto Loma.....	19
Tabla 2. Perfil del Turista Nacional.....	24
Tabla 5. Perfil de turista extranjero.....	26
Tabla 3. Descripción del producto turístico “Las aves del Paraíso”.....	33
Tabla 8. Identificación de costos de operación base.....	42
Tabla 9. Costos de operación y venta del producto Full Day; “Circuito 1, Circuito 2”.....	44
Tabla 10. Costos de operación y venta del producto 2 DIAS 1 NOCHE; “Circuito 3”.....	45
Tabla 11. Distribución porcentual del financiamiento del proyecto.....	51
Tabla 12. Seguimiento y evaluación de resultados. ....	51

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de ubicación del Acus del DMQ. ....	10
Figura 2. Árbol de problemas .....	28
Figura 3. Árbol de objetivos.....	29
Figura 4. Imagen para el producto turístico Pacto Loma - Turismo Vivencial. .	36
Figura 5. Mapa Circuito 1 Full Day. ....	40
Figura 6. Mapa Circuito 2 Full Day (Avistamiento de Aves). ....	41

## INTRODUCCIÓN

### Antecedentes

Existe desconocimiento de la potencialidad turística de las parroquias del Noroccidente de Quito, debido a que no han sido puestas en valor, por ello se plantea desarrollar un producto turístico comunitario para la comunidad de Pacto Loma, ubicada en el ingreso al Área de Conservación y Uso Sustentable Mashpi, Guaycuyacu y Sahuangal (ACUS - MGS), en la parroquia de Pacto al noroccidente del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), provincia de Pichincha. La parroquia de Pacto cuenta con 4.798 habitantes (INEC, 2010), en tanto que, el número de pobladores del ACUS MGS estaría en los 1.213 habitantes según los datos presentados en el plan de manejo del área, lo cual significa el 25 % de la población de Pacto. (Secretaría de Ambiente del DMQ, 2011).

La parroquia de Pacto, al encontrarse en el Chocó Andino cuenta con una gran diversidad de flora, fauna y su clima privilegiado (cálido –húmedo), lo que permite disponer de atractivos como: cascadas, senderos para caminatas, turismo de naturaleza, y bosque primario lo que deja entrever su potencial turístico (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Pacto, 2012).

Por los motivos identificados anteriormente se genera la necesidad de crear un producto turístico y posicionarlo como oportunidad para impulsar el crecimiento económico, generar fuentes de trabajo, apoyar el cambio de la matriz productiva e incentivar el cuidado al medio ambiente.

Finalmente, se busca dar a conocer los atractivos turísticos de Pacto Loma, identificar y diversificar la oferta turística de la parroquia y de manera particular del ACUS - MGS, adecuado a la demanda de turistas que la visitan, con una óptima viabilidad técnica y cumpliendo las expectativas del proyecto.

**Formulación Del Problema:****Pregunta principal:**

¿Por qué es necesario elaborar un producto turístico en Pacto Loma?

**Preguntas secundarias:**

- ¿Tiene la comunidad de Pacto Loma, la capacidad de elaborar productos turísticos?
- ¿Por qué la parroquia de Pacto Loma ofrece solo atractivos y no productos turísticos?
- ¿La comunidad de Pacto Loma, cuenta con la infraestructura necesaria para recibir turistas nacionales y extranjeros?
- ¿Qué tipo de demanda recibe la oferta turística en Pacto Loma?

**Objetivos****Objetivo general**

Elaborar un producto turístico para la comunidad en Pacto Loma, parroquia de Pacto, DMQ.

**Objetivos específicos**

- Identificar la oferta turística comunitaria y sus encadenamientos a nivel local.
- Establecer el mercado actual y el perfil del visitante a la comunidad de Pacto Loma.
- Determinar la estructura del producto turístico comunitario propuesto.
- Desarrollar una estrategia comunitaria para una adecuada implementación del producto turístico.

**Justificación**

Pacto Loma según lo plantea el GAD Parroquial-Pacto (2012), posee un entorno natural, con escasas intervenciones en el turismo comunitario y varios atractivos turísticos únicos de la parroquia, lo que deja descubrir su potencial turístico y alto valor paisajístico.

La creación de un producto turístico para la zona de Pacto Loma está enfocada principalmente en el objetivo número diez del Plan del Buen Vivir que es: "Impulsar la transformación de la matriz productiva". Y a su política 10.3.g: "Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera" (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013). De igual manera el proyecto se ajusta a la línea de investigación de la Universidad de las Américas: "Sociedad, Comunidad y Cultura" (Universidad de Las Américas, 2015).

Y el lineamiento de la Escuela de Hospital y Turismo: "Gestión y Desarrollo Turístico y de Empresas de Hospitalidad" (Universidad de Las Américas, 2015).

Identificados los aspectos antes citados, este proyecto busca encadenar los atractivos turísticos de la zona para de esta forma elaborar un producto turístico comunitario dentro de la comunidad Pacto Loma, pretendiendo buscar la asociatividad de la comunidad u operadores turísticos de la zona, encaminando a ofrecer a los turistas servicios de ocio, diversión, hospedaje, alimentación y belleza paisajística satisfaciendo así las necesidades de los visitantes.

Por lo tanto, es importante la creación de un producto turístico que impulse y potencialice las actividades turísticas de la zona, para promover la visita de turistas nacionales y extranjeros que dinamicen la economía en Pacto Loma, mejorando la calidad de vida de sus habitantes, conservando la biodiversidad y los ecosistemas; de esta manera obtener un bienestar local, a través de programas de intervención, estrategias y políticas con una adecuada implementación del producto turístico.

### **Metodología**

El presente proyecto de turismo comunitario se debe enfocar en el método cualitativo, que implica desarrollar los siguientes tipos de investigación:



La investigación exploratoria permite preparar el terreno de estudio y definir con precisión un objeto de estudio. A partir de los estudios exploratorios se genera la investigación descriptiva que son las características fundamentales del objeto y describe detalladamente las partes, específicamente de la comunidad de Pacto Loma. Por lo cual se pretende explorar y definir las características, los perfiles de visitantes, comunidades y fenómenos que argumente un análisis, con el propósito de obtener datos de primera mano y un preciso estudio detallado. (Benassini, 2009)

Por otro lado, el estudio del turismo comunitario debe aplicar las siguientes técnicas: sondeo de opinión, entrevistas, evaluación de experiencias personales, interacción de grupos y observación de la vida diaria de la comunidad. (Torres León y Ruiz Ballesteros, 2009)

### **Población y Muestra**

La investigación planteada, carece de datos certeros para determinar la población y muestra, no existe la posibilidad de establecer el universo de visitantes al ACUS Mashpi, por ello se determinó un sondeo de opinión en un período temporal específico.

El sondeo de opinión se basa en realizar de manera sistemática y controlada, preguntas estructuradas, obteniendo de los participantes, respuestas cerradas y precisas del objeto en estudio. (Ruiz O. , 2012)

### **Procedimiento**

Una vez recolectados los datos descriptivos, se utilizó el sondeo de opinión como técnica y la encuesta como su instrumento, de tal manera se determinará el perfil del visitante y la demanda del territorio en Pacto Loma. Realizando un análisis de la proyección de los visitantes del año 2016.

Se aplicará un total de 25 encuestas en el territorio, las mismas que incluyeron a que visitantes nacionales y extranjeros, durante el mes de noviembre en el periodo de feriado por finados.

Además, para el presente trabajo se aplicará también la técnica de la observación, basada en analizar y observar acciones y sucesos que resultan significativos para la investigación, así se evitará la recopilación de información incierta y se presenciaron hechos reales (Benassini, 2009). Como principal instrumento se usará: diario de campo, cámara fotográfica y grabadora de voz. Por último, se usará la técnica de la entrevista, el entrevistador tiene la finalidad de explorar los sentimientos, motivos, actitudes y emociones del participante, para generar conversaciones que brinden confianza al entrevistado y éste a su vez pueda contribuir con información significativa para la investigación (Benassini, 2009).

### **Delimitación**

La comunidad de Pacto Loma está situada en el ingreso al Área de Conservación y Uso Sustentable Mashpi, Guaycuyacu y Sahuangal (ACUS - MGS), “sus límites son: norte: Parroquia García Moreno, Provincia de Imbabura, sur: Cantón San Miguel de los Bancos y Parroquia Gualea, este: Cantón Pedro Vicente Maldonado, parroquia de Pacto al noroccidente de Quito en la provincia de Pichincha” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial, 2012, pág. 1). Para realizar el siguiente proyecto se determinó las siguientes delimitaciones: Se considera factor tiempo debido que las normativas de la Universidad establecen 12 semanas de investigaciones, disponibilidad de recursos económicos para realizar el análisis y levantamiento de información así como equipos y gastos en materiales.

## CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Dentro de este proyecto es necesario revisar la conceptualización del turismo que se define según el Organismo Mundial de Turismo (OMT) como:

“Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales, generando directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados” (Organismo Mundial de Turismo, 2010).

Vale recalcar que el turismo también es propuesto como estrategia para procurar el desarrollo (a nivel local) donde, se busca un ajuste cultural y ambiental de esta actividad, de manera que garantice su sostenibilidad en el tiempo (Ruiz E. , 2008, pág. 14). A su vez, las dinámicas actuales del turismo muestran que existen diferentes tendencias de consumo, relacionadas por la continua expansión y crecimiento económico, en donde los turistas han tenido variaciones en su consumo de viajes y/o turismo, un ejemplo de ello son los enfoques relacionados con la sostenibilidad y turismo vivencial, en ese sentido el turismo, ecoturismo, turismo vivencial con las grandes tendencias de la industria turística, según la OMT buscan promover iniciativas de innovación, pretendiendo fomentar la responsabilidad social de las empresas para así incrementar la competitividad y capitalizar el potencial turístico a nivel global (OMT, 2015).

Por esta razón, el turismo de enfoque rural, caracterizado por una mayor participación comunitaria, se consolida como una de las tendencias que va creciendo a nivel mundial, debido principalmente a que participa e interactúa la comunidad local. Para el caso del Ecuador, este turismo empezó a desarrollarse en la década de los 80 y ha obtenido un crecimiento significativo en las actividades económicas del país, (Ruiz E. , 2007), sin embargo hay que señalar que el turismo en el Ecuador tiene condiciones excepcionales siendo

uno de los países megadiversos de América Latina al poseer una de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas del mundo, varios especialistas como Esteban Ruiz, afirman que Ecuador es el país más biodiverso del planeta. Es precisamente esta diversidad lo que motivó al turismo comunitario, ejemplos de ellos son iniciativas como la desarrollada en la comunidad de 'Agua Blanca', siendo objeto de las primeras investigaciones científicas en el Ecuador sobre un turismo comunitario organizado, a pesar de ello en sus inicios el turismo empezó de una manera convencional (Ruiz E. , 2008).

Las actividades y programas eran diseñados y operados por empresas privadas, sin embargo, a finales del siglo XX las comunidades empiezan a incursionar en la industria del turismo con actividades de operación empírica, con el pasar del tiempo, esta modalidad se ha ido consolidando, resultado de ello la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE], surge como organización de segundo grado en donde se reúnen las diferentes iniciativas turísticas comunitarias del país.

En su defecto, cuando la comunidad y el turismo se entrelazan obtenemos el denominado 'turismo comunitario' por ello, es importante mencionar la "novedosa e inquietante relación de la comunidad con los turistas, desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales que posee la comunidad y la valoración de sus patrimonios para la distribución equitativa de los beneficios generados por el turismo" (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, 2012). Y, sobre todo permite la participación local y la diversificación de actividades productivas.

Como expresa Esteban Ruiz, se necesitan tres elementos para la consolidación del turismo: articulación de la comunidad, un enfoque de participación del mercado y la articulación de la oferta turística, desde esta perspectiva se

persigue, mejorar la calidad de vida, mejora medioambiental y defensa de las minorías étnicas (2007, p. 16), otros elementos a considerar son también: la interacción con la comunidad y respeto a la cultura, identidades y a su patrimonio.

Por su parte, el turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, “que parece encarar con éxito varias de las más acuciantes expectativas del mundo actual” (Ruiz E. , 2008, pág. 13).

Tanto así que, para lograr este cometido es necesario la consolidación de un ‘producto turístico’, entendiéndose como “un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística” (OMT, 2015, pág. 15), a su vez el producto turístico puede incluir diferentes tipos de atractivos como: naturales o hechos por el hombre, actividades culturales, hoteles, resorts, restaurantes, teatros, festividades y eventos. De acuerdo a la OMT, el desarrollo de un producto turístico es un proceso en el que los bienes de un destino en particular se adecuan a las necesidades del mercado (OMT, 2015).

Desde el concepto anterior, para el MINCETUR, todo producto turístico consta de tres componentes principales que son: experimental, emocional y material (2014). El turismo comunitario al igual que otro producto turístico, debería poseer los mismos elementos, un valor experimental relacionado con la oferta comunitaria, calidad y la articulación de los servicios comunitarios, un enfoque emocional, representado en el intercambio cultural entre la población local y el visitante en su hospitalidad y, por último un elemento material que vendría a articularse con la imagen, infraestructura y planta turística del producto organizado.

Evidentemente, para una adecuada consolidación del turismo vivencial para el caso del Ecuador, resulta fundamental que estos elementos se fusionen de una manera adecuada, sin embargo, a nivel local el principal problema es la

inexistencia de producto turístico estructurado, con lo cual los territorios (destinos) de las comunidades o espacios rurales, disminuyen su competitividad respecto a un mercado turístico cada vez más exigente (Ruiz E. , 2007),

Finalmente, se toma el caso de la comunidad de Pacto Loma, ubicada en la parroquia de Pacto al noroccidente del DMQ, en donde pese a poseer un alto potencial turístico, la inexistencia de producto turístico comunitario adecuadamente articulado, ha estancado su posibilidad de posicionamiento en la oferta turística rural, por ello se propone el desarrollo de un producto turístico comunitario, que busca promover las visitas de turistas nacionales y extranjeros, con el fin de mejorar su competitividad y en mediano plazo generar ingresos económicos alternativos a los pobladores de Pacto Loma.

## CAPÍTULO II. CARACTERIZACIÓN SITUACIONAL DEL TERRITORIO

### 2.1 Localización geográfica

La comunidad de Pacto Loma se encuentra en la parroquia de Pacto ubicada en el ingreso al Área de Conservación y Uso Sustentable Mashpi, Guaycuyacu y Sahuangal (ACUS - MGS) en la que comprende 17.156 ha, al noroccidente del DMQ, provincia de Pichincha. Sus altitudes se ven reflejadas desde los 440m.s.n.m., hasta los 1850 m.s.n.m. (GADPP, 2012)

Al encontrarse en el Chocó Andino cuenta con clima privilegiado templado-húmedo y su temperatura oscila entre 18° y 24°C. El área limita al norte con el río Guayllabamba, al sur y al oeste con la micro-cuenca del río Pachijal y, al este con las micro-cuencas de los ríos Anope y Chirapi. (GESTNOVA CÍA. LTDA, 2015)

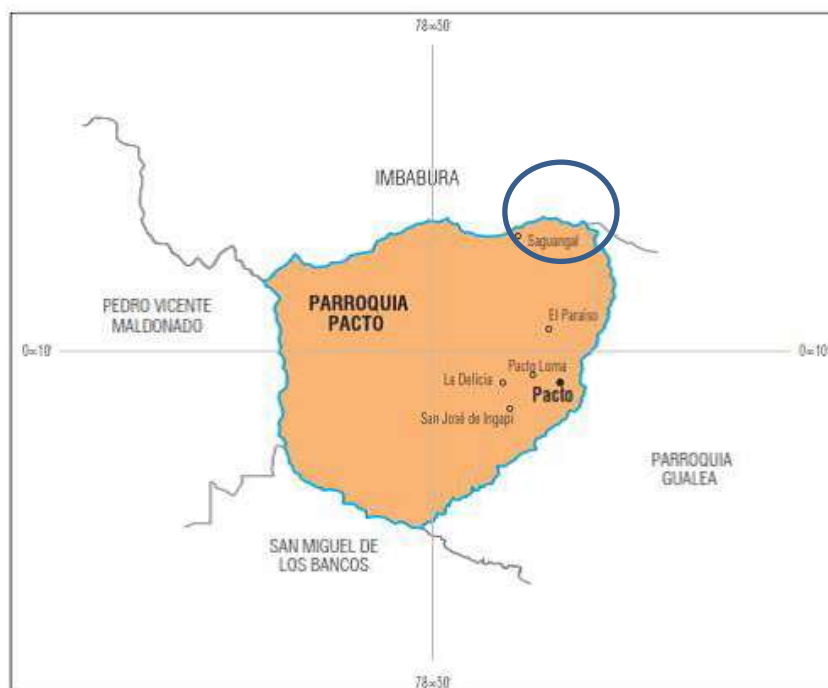


Figura 1. Mapa de ubicación del Acus del DMQ.

Tomado de: Secretaria de Ambiente del Distrito Metropolitano de Quito, 2012

Por lo que permite disponer de un gran potencial para el ecoturismo y la conservación de áreas naturales por su diversa fauna y flora existente en la parroquia.

Por ende Pacto es considerado como una de las parroquias con alto porcentaje de biodiversidad dentro del DMQ. Al recorrer el territorio dispone de bosques primarios, costas litorales, cuevas, espeleología, planicies, cavernas lo que deja entrever su potencial turístico, especialmente en las zonas de quebradas y cumbres de montaña que cubren más del 50 % de bosque, descubriendo su gran variedad de ecosistemas. (GADPP, 2012)

Por otro lado, la potencialidad de desarrollar el turismo de observación de aves, tiene importancia en el futuro de la zona, debido a la gran variedad de aves se ha realizado investigaciones preliminares para el avistamiento de aves, contando con gran biodiversidad de fauna endémica como introducida. (GADPP, 2012)

## **2.2 Características económicas productivas.**

En la comunidad de Pacto Loma existe gran influencia agrícola y ganadera por ello sus habitantes trabajan en fincas y propiedades privadas de la zona, gran parte de las tierras están enfocadas en la comercialización de panela, cultivos de palmito, caña, café, plátano, pitahaya y crianza de ganado para la producción de leche y derivados. Por otra parte, ciertos habitantes están enfocados en otras actividades como: agroturismo, cultivos de cacao orgánico y producción pecuaria. Sin embargo existe un grupo reducido de pobladores que poseen pequeños emprendimientos dedicados al ecoturismo donde ofertan prácticas de turismo comunitario (GESTNOVA CÍA. LTDA, 2015).



### **2.3 Características socio culturales.**

Tras una ocupación irregular marcada por la actividad volcánica, el noroccidente se caracterizó por la presencia de dispersos asentamientos yumbos con importantes vestigios arqueológicos, que evidencia la riqueza cultural e histórica prehispánica del territorio; regidos por una política descentralizada y una economía de autosuficiencia (Ramón, 2001).

Pacto Loma forma parte de vivencias y costumbres particulares que caracterizan a sus habitantes siendo una comunidad alto valor religioso. Por ejemplo la devoción popular a la Virgen del Quinche por lucha del trabajo, la tierra y el reconocimiento social. (Parker, 1993).

Por otro lado, su gastronomía se realiza a base de yuca, gallina criolla, caña, maní, entre otros. La zona también permite a sus pobladores realizar artesanías de guadua, fabricación de chalas, canastas de bejucos, tejidos con cabuya, esculturas de madera, elaborando bisutería, carteras, lámparas, muebles, entre otros (GADPP, 2012).

### **2.4 Caracterización de la infraestructura, accesibilidad y movilidad.**

Para realizar actividades turísticas una de las condiciones prioritarias es poseer una infraestructura primaria conjuntamente con una infraestructura higiénica confortable para facilitar el acceso al producto, creando vínculos entre las necesidades de los pobladores y permitiendo la afluencia de turistas a la zona, con adecuadas prácticas de turismo comunitario siendo la clave de éxito para un turismo agradable. (Boullón, 2006).

#### **2.4.1 Infraestructura**

Pacto posee limitada infraestructura de salud, cuenta con dos centros de salud pública, el más cercano se encuentra a 30 minutos de Pacto Loma. Por otro

lado no dispone de servicios básicos como: agua potable, alcantarillado y recolección de desecho (S. Basantes, comunicador personal, 6 de octubre del 2016). En cuanto a infraestructura educativa solo cuenta con una escuela de instrucción primaria que abaste alrededor de 45 estudiantes. (GADPP, 2012)

En lo referente a turismo, Pacto Loma presenta las siguientes características de la infraestructura y facilidades turísticas:

- Vías de tercer orden que dificultan el ingreso de turistas a la comunidad.
- Reducida capacidad de servicios de alojamiento y de restauración.
- Limitada conectividad de internet y móvil dentro de la comunidad de Pacto Loma.
- Carece de instalaciones para un turismo accesible.

#### **2.4.2 Accesibilidad**

Para poder llegar a la comunidad de Pacto Loma se lo puede hacer por medio del transporte privado o público. Podemos contar con las siguientes opciones desde Quito:

##### **Transporte privado**

- Desde la ciudad de Quito se debe llegar a la Avenida Mariscal Sucre hasta el redondel de El Condado y tomar la Av. Manuel Córdova Galarza en dirección al redondel de la Mitad del Mundo.
- Se avanza por la vía Calacalí – la Independencia- Nanegalito, luego tomar un desvío asfaltado, ubicado a mano derecha de la vía. Avanzar hasta el kilómetro 104, tomar el desvío que indica el acceso a la parroquia Pacto y desde allí tomar la vía lastrada hacia la comunidad de Pacto Loma.
- Desde la plaza principal de Pacto se puede contratar una camioneta hacia la comunidad de Pacto Loma por un costo aproximado de \$ 5 a \$ 10 dólares por persona.

### Transporte público

- Desde la terminal de Carcelén tomar un bus con destino a Pacto se puede escoger las siguientes líneas de autobuses: “Aloag “, “Kennedy” y “San Pedrito”,
- Coop. Otavalo (desde Quito en la calle Asunción y Manuel Larrea),
- Coop. Minas (desde Quito sector Maternidad Isidro Ayora), una vez en Pacto se puede alquilar una camioneta hacia la comunidad de Pacto Loma. (S. Basantes, comunicación personal, 06 de agosto del 2016).

## 2.5 Identificación de los actores locales, proyectos relacionados.

Tabla 1. Actores locales vinculados en el territorio.

ACTOR LOCAL	VINCULO	GESTIÓN
<b>Secretaría Del Ambiente (SA)</b>	La misión principal de SA es apoyar la planificación de estrategias ambientales, salvaguardar los ecosistemas y áreas protegidas en el DMQ mediante la ejecución del Plan Estratégico y operativo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas a través del fortalecimiento de la autoridad ambiental y la participación de otros actores involucrados en el manejo de estas áreas. (Secretaría de Ambiente, 2016)	-Promover un modelo de gestión para las actividades productivas y control ambiental en el noroccidente del DMQ.
<b>Quito Turismo</b>	-Entidad encargada de gestionar y desarrollar la promoción turística del DMQ -Fomenta buenas prácticas de sostenibilidad, innovación y calidad. (Quito Turismo, 2014)	- Impulsar la actividad turística en las parroquias rurales. - Fomentar la creación de productos turísticos en las ACUS.
<b>Gobierno Autónomo Descentralizado de Pacto (G.A.D.)</b>	-Ente encargado de promover un desarrollo solidario y sostenible en la parroquia. -Preservar el patrimonio natural y cultural de la parroquia de Pacto. -Potenciar la organización de la	-Potenciar el desarrollo productivo de la parroquia y fomentar el turismo -Vincular a los actores sociales.

	parroquia, la labor comunitaria, la participación, la vinculación y la equidad de acceso a los recursos. (G.A.D. Parroquial Pacto. , s.f.)	
<b>Universidad de las Américas (UDLA)</b>	-Institución educativa en "formar personas competentes, emprendedoras y con visión internacional-global, comprometidas con la sociedad, y basadas en principios y valores éticos" (Universidad de las Américas [UDLA], 2016)	Desarrollar y ejecutar el proyecto: "Fortalecimiento de las capacidades locales para el fomento del turismo en las Áreas de Conservación y Uso Sustentable del Distrito Metropolitano de Quito (Ocaña, 2016)
<b>Comité de gestión interinstitucional de las ACUS</b>	-Ente regulado por la Sistema de Áreas Protegidas. - Este comité articula a todas los diferentes actores privados, públicos y organizaciones civiles de la zona que se encuentran dentro de la ACUS. (Secretaria de Ambiente, 2016)	Compartiendo la visión de conservación para mejorar el manejo de los recursos naturales y, por tanto, la calidad de vida. Regular la explotación de los ecosistemas Conservar los bosques húmedos del Noroccidente.
<b>Comunidad de Pacto Loma</b>	-Población local que habita en el interior del ACUS -Pretende incrementar un proyecto turístico sostenible, teniendo en cuenta un mejoramiento continuo y protección de la biodiversidad de la zona. (Basantes, 2016)	La comunidad tiene emprendimientos turísticos comunitarios. Preservar los ecosistemas de la zona. Promover un turismo sostenible.

Adaptado de: Basantes, 2016; G.A.D. Parroquial Pacto, s.f.; Quito Turismo, 2014; SA, 2016; y Universidad de las Américas [UDLA], 2016.

Las entidades privadas y públicas relacionadas con la comunidad de Pacto Loma manejan diferentes estrategias de desarrollo, se tiene previsto mejorar las capacidades de oferta turística para potencializar, promover, fortalecer e impulsar la actividad turística de la zona y fomentar un turismo sostenible y responsable, con lo que esperan una participación activa de los pobladores que se involucren a esta actividad.

## **CAPÍTULO III. CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL TERRITORIO**

El movimiento de la actividad turística requiere la interacción de los deseos e interés y preferencias de los viajeros que siempre continúa expresando su amplia gama de motivaciones (demanda turística) y los bienes y servicios turísticos ofertados en un destino (oferta turística). La finalidad de este componente es identificar en los perfiles las cualidades, atributos y exigencias de los principales consumidores que será un factor clave que permitirá diversificar y perfilar correctamente sus expectativas. (Destinos del Perú, 2014), (Embajada de Suiza, 2014), (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos (SECO), 2014), (Ministerio de Comercio exterior y turismo (Mincetur), 2014) y (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, 2014)

### **3.1 Análisis de la oferta actual.**

Oferta turística corresponde al conjunto de bienes y servicios, de recursos tangibles e intangibles disponibles en el mercado, con el objeto de satisfacer las necesidades de los turistas. (Kotler, P., García de Madariaga, J., Flores, J., Bowen, J. & Makens, J., 2011)

Pacto Loma es una comunidad consiente de orientar sus esfuerzo por aquellos valores que han forjado su identidad propia, para poder plantear y posicionar su oferta turística con nuevos valores que satisfaga las experiencias y requerimientos de los visitantes. (GADPP, 2012)

A continuación se detalla una tabla con la oferta turística que comprende atractivos naturales y culturales, alojamiento, recreación y restauración de la comunidad de Pacto Loma- parroquia Pacto.

### 3.1.1 Atractivos turísticos culturales y naturales de la comunidad de Pacto Loma- parroquia Pacto.

Tabla 2. Atractivos turísticos de comunidad de Pacto Loma- Pacto

ATRACTIVO	CARACTERÍSTICAS	ACTIVIDADES
<b>Río Chirapi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sitio natural</li> <li>-Se encuentra ubicado a 10 minutos desde el centro de Pacto.</li> <li>-Río de aguas cristalinas y con poco caudal</li> <li>-Extensión aproximada de 35 kilómetros de largo y su ancho entre 3 y 7 metro.</li> <li>-El agua no es recomendable para el consumo humano.</li> <li>-La vegetación que se encuentra alrededor del rio es riparía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La comunidad puede bañarse.</li> <li>-Actividades acuáticas de recreación.</li> <li>-Observación de flora y fauna</li> <li>-Senderismo</li> <li>-Ecoturismo</li> </ul>
<b>Cascada del Gallo de la Peña</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sitio natural</li> <li>- Se encuentra ubicado a 10 minutos desde el centro de Pacto</li> <li>-Aguas cristalinas, transparentes y limpias</li> <li>-En esta zona existe petroglifos.</li> <li>-La caída del agua es 5 metros de altura y forma una piscina circular de 5.5 metros de diámetro.</li> <li>-Altitud: 1138 m.s.n.m</li> <li>-El nombre de la cascada fue tomada del ave llamada gallo de la peña (<i>Rupicola peruviana</i>) que rodeaba la cascada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ideales para la natación.</li> <li>-Observación de flora y fauna endémica de la zona</li> <li>- Senderismo</li> <li>-Hospedaje y Alimentación. (Burvano, 2016)</li> </ul>
<b>Cascada de Mariposa Azul</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sitio natural</li> <li>-Se encuentran a 20 kilómetros del centro pablado de Pacto.</li> <li>-Ubicada en el rio Sardinas</li> <li>-Aguas cristalinas, transparentes</li> <li>-Destacan variedad de insectos, sobre todo la mariposa azul (<i>Lepidoptera Morpho Azul</i>), motivo por el que lleva dicho nombre.</li> <li>-Altitud: 474 m.s.n.m</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Avistamiento de aves</li> <li>-Senderismo</li> <li>-Observación de flora y fauna endémica de la zona</li> <li>-Natación</li> <li>-Deporte extremos como escalada</li> <li>-Rapel</li> </ul>
<b>La Granja Elsita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manifestación Cultural</li> <li>-Se encuentra ubicado en la comunidad de Pacto Loma</li> <li>-Grandes extensión de cañaverales</li> <li>-Trapiches tradicionales del sector</li> <li>-Elaboración de la panela</li> <li>-Productos orgánicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Turismo comunitario.</li> <li>- Apreciar el laborioso trabajo de la molienda y llevar la caña al trapiche.</li> <li>-Degustar el Guarapo tradicional bebida del país.</li> <li>-Observación de plantas ornamentales y frutales</li> </ul>
<b>Jardín Heliconias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manifestación Cultural</li> <li>- Se encuentra ubicado en la comunidad de Pacto Loma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Observación de flores exóticas y cultivos de frutales.</li> <li>-Turismo comunitario</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Granja Orgánica Eco-turística privada que tiene una área de 2200 metros cuadrados.</li> <li>-Gran variedad de Heliconias una diversidad de 31 especies.</li> <li>- Rescate y cultivo de estas flores exóticas que son características de la zona.</li> <li>-Viveros</li> <li>- Asociada a la agricultura urbana con el Municipio de Quito.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaboración de artesanías</li> <li>-Turismo científico</li> <li>-Tour guiados</li> </ul> (Benavides, 2016)
<b>Reserva “ La Amagusa”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sitio natural</li> <li>- Sus pisos altitudinales varían entre los 1134msnm y los 1508msnm.</li> <li>- Rodeada de exuberante vegetación.</li> <li>-Impresionante recurso florístico y faunístico</li> <li>- Se ha registrado un número de 165 especies de aves agrupadas en 32 familias pertenecientes a 13 órdenes de este total sobre su estado de conservación actual 9 especies se encuentran con algún grado de amenaza a nivel mundial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aviturismo</li> <li>- Turismo de recreación</li> <li>-Senderismo</li> <li>- Observación de aves y fauna.</li> <li>-Turismo Cave (Científico, académico, voluntariado, educativo). (Basantes, 2016)</li> </ul>
<b>Comunidad de Pacto Loma</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manifestación Cultural.</li> <li>-Ubicada en la Comunidad de Pacto Loma.</li> <li>-Conformada por las familias de la comunidad dedicados a la actividad turística comunitaria de la zona.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Turismo vivencial</li> <li>-Turismo comunitario</li> </ul>

Adaptado de: Basantes, 2016; Burvano, 2016 y GAD Parroquial Pacto, 2014.

Los diferentes atractivos turísticos naturales y culturales con los que cuentan la parroquia de Pacto y la comunidad de Pacto Loma, se encuentran vinculados geográficamente, motivo por el cual se detallan los atractivos turísticos de Pacto. La operación turística se realiza en la zona de influencia de estos atractivos.

Los atractivos y recursos turísticos, se encuentran vinculados al río Chirapi, observación de flora y fauna (en especial aviturismo) únicas de la zona y la realización de turismo vivencial o comunitario. Finalmente contar con sitios de alojamiento, restauración que están estructurados en Pacto, ayuda a que la carencia de estos servicios en Pacto Loma permitan la operación turística.

### 3.1.2 Servicios de alojamiento y de restauración en la comunidad de Pacto Loma- parroquia Pacto.

Tabla 3.Oferta de servicios de alojamiento y de restauración en comunidad de Pacto- Pacto Loma.

ESTABLECIMIENTO	OFERTA DE SERVICIOS	RANGO DE PRECIOS
<b>Hostería “ La Cañita “</b>	-Alojamiento tipo hostería -Bar , restaurante -Aforo: 40 personas - Servicio de alimentación comunitaria -Distintivo Q de calidad.	- \$12 USD la noche por persona. - \$ 4 USD Almuerzo -\$ 3 a 5 USD Desayuno - \$ 5 a 7 USD Cena (Revelo, 2016)
<b>Paradero Turístico “Reserva Amagusa”</b>	-Paradero Turístico -Servicio de alimentación comunitaria. -Aforo: 6 personas -Gastronomía típica de la zona	- \$ 2,50 Caldo de Gallina - \$ 1 Ceviche de Palmito - \$ 3 Tilapia Frita - \$ 2,50 Almuerzo (Basantes, 2016)
<b>Comedores Locales</b>	- Servicios de alimentación comunitaria - Gastronomía local de la zona y platos a la carta -Aforo:50 personas	- Desde \$ 2,50 hasta \$ 7,00. (Gonzales, 2016)
<b>Paradero Turístico “Maradona”</b>	- Paradero Turístico -Turismo de recreación -Servicios de alimentación y comunitaria - Gastronomía local de la zona y platos a la carta -Aforo:100 personas	- \$ 4 USD Almuerzo - Platos a la carta desde \$ 4,50 hasta \$ 7,00. (Leiver, 2016)
<b>Finca “San Pablo”</b>	-Paradero Turístico -Servicio de hospedaje y alimentación - Gastronomía local de la zona y platos a la carta -Capacidad restaurante: 40 personas. -Capacidad alojamiento: 7 personas.	- \$ 10 USD la noche por persona -Platos a la carta desde 3,50 hasta \$ 7,00. (Burvano, 2016)
<b>Cabañas “María José”</b>	-Hospedaje tipo cabañas. -Zona de camping -Aforo: 10 personas	\$ 15 USD la noche por persona incluye desayuno y snack. (Basantes, 2016)
<b>Posada “Majagua”</b>	-Hospedaje comunitario. -Ecológico -Jardín de orquídeas -Pesca deportiva -Aforo: 40 personas	\$ 10 USD la noche por persona.

Adaptado de: Basantes, 2016; Burvano, 2016; Gonzales, 2016; Leiver, 2016 y Revelo, 2016.



“La Cañita”, es una hostería que brinda los servicios más adecuados de alojamiento y alimentación a los turistas; al poseer el distintivo Q de calidad. En la tabla, los “Comedores Locales”, de Pacto Loma, es un espacio que integra cinco sitios de alimentos y bebidas que ofertan distintos menús, compartiendo un espacio común para el uso de mesas y sillas; sus clientes, son principalmente, pobladores de la comunidad.

### **3.1.3 Oferta de servicios y actividades de recreación en Pacto-Pacto**

#### **Loma**

- Senderismo
- Observación de flores exóticas como Heliconias y frutales.
- Camping o ciclismo de montaña.
- Actividades recreativas y deportivas extremas en el río como escalda y rapel.
- Elaboración de panela.
- Avistamiento de aves.
- Visitas a granjas comunitarias.
- Observación de fauna.
- Gastronomía local.
- Elaboración de artesanías.

### **3.2 Análisis de la demanda del territorio**

La comparación entre mercados demandantes y flujos turísticos es un punto neurálgico, por ello la demanda turística según la OMT se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. (Organización Mundial de Turismo, 2012).

En la comunidad de Pacto Loma no existen estudios ni registro de la demanda histórica de turistas, no poseen un segmentó de mercado específico y carecen de una adecuada implementación de estrategias para la promoción turística

de la zona. Sin embargo, existen un estudio de factibilidad turística de las Acus Mashpi y Pachijal realizado en el 2014 de Juan Gonzáles T.-dependiente laboral de Quito Turismo.

El estudio contiene datos específicos y claros de la demanda turística de las áreas (ACUS - MGS) recibieron un total de 1.082 visitantes en el 2014; los cuales corresponde al 89% turistas nacionales y el 11% a turistas extranjeros. La mayor cantidad de grupos que visitan la Acus son familias con el 53%, en segundo lugar “amigos” representada el 32% , en tercer lugar “otros” con un 9% dentro de los cuales realizan visitas a entidades u organizaciones y al final proveniente de tours organizados.

Los turistas nacionales de entre 20 y 40 años, son el grupo mayoritario de visitantes con un 45%, seguido por los 17% niños menores de 15 años. En cuanto a los turistas extranjeros, el grupo mayoritario pertenece a edades entre 40 y 60 años, seguidos aquellos entre los 20 y 40 años.

Respecto al lugar de procedencia de los turistas nacionales son de Quito y los turistas extranjeros provienen un 37% de Estados Unidos y Canadá con el 18%. Los turistas que llegan al destino en su mayoría, obtuvieron la información de amigos con un 61%.

El tiempo de permanencia de las personas que visitaron es el 43% que se quedaron entre 5 horas, hasta 1 y 5 días. Sobre las actividades que realizarán o realizaron, confirman los turistas que las ACUS son visitadas por sus atractivos naturales, siendo las actividades principales caminatas y visita a los ríos o cascadas, en tercer lugar comer en restaurantes locales y en cuarto lugar la observación de aves. (Gonzales J. , 2014)

### **3.2.1 Demanda Actual**

El análisis de la demanda que se presenta a continuación se basa en encuestas y entrevistas realizadas en Pacto Loma y Pacto, siendo de gran importancia para identificar el perfil del turista que visita la comunidad, de tal manera se puede comprender los deseos, necesidades, intereses, exigencias y motivaciones de los visitantes. La finalidad de este análisis ayudará a visualizar cual es el mercado turístico preciso al momento de planificar la creación del producto turístico.

#### **3.2.1.1 Turistas nacionales que visitan la comunidad Pacto Loma**

Se realizaron un total de 25 encuestas en varios espacios de la comunidad de Pacto Loma, entre los días 4, 5 y 6 de noviembre del 2016. De los resultados obtenidos, se desprende la siguiente información:

El 84% de turistas que visitan Pacto Loma, son nacionales, principalmente de Quito (76%), y en menor medida de lugares como: Sangolquí (9%), Santa Elena Nanegalito y Pacto, representan el 5%. En las encuestas realizadas, se identificó mayor afluencia el género masculino con el 71%.

El 33% de visitantes tienen una edad que oscila entre los 30-40 años, sin embargo el porcentaje de otros rangos es relativamente similar, puesto que las personas de entre 20-30 años, representan el 29%; y las personas de entre 40-50 años también representan un 29%. Por otra parte, los menores de 19 años, son un grupo minoritario con un 9%.

El tipo de turismo que prefieren los visitantes nacionales es el turismo ecológico (62%), seguido del turismo de aventura (24%), en menor medida se muestra preferencia hacia el turismo vivencial (14%). Los turistas señalaron que su principal motivo de viaje es ocio y vacaciones (65%), el 22% turismo vivencial y

el 13% visita a familiares y amigos. La gran mayoría de turistas llegan en familia (52%), le sigue con amigos el 26% y el 14% en pareja.

El 57% de los encuestados, permanece de entre 2 a 8 horas en el sitio y un 19% señaló que su permanencia será menor a un día. El 24% pernocta en el sector, teniendo permanencia en el territorio, de 2 a 3 días.

El 48% de las actividades que realizó el turista corresponden a la visita del río/cascadas, el 29% caminatas ecológicas, el 9% un grupo pequeño que realizó avistamiento de aves y visitó la comunidad, y el 5% camping.

Tienen un gasto promedio de \$10 a 40 dólares (67%), seguido \$ 40 a 90 dólares (24%) y el restante 9% \$5 a 10 dólares.

El 47% de los entrevistados manifestaron que se enteraron de la existencia de la comunidad por medio de sus amigos, el 20% respondieron a través de sus familiares y el 5% restante entre internet y otros medios.

El tiempo que le tomó al turista nacional organizar su viaje fue de 2 semanas o menos con el 100%, esta respuesta se vio influenciada, por el hecho de que las encuestas se realizaron durante un feriado nacional.

Los visitantes que llegaron a la comunidad califican el servicio como: muy bueno (71%), regular (19%) y el 10 % restante excelente. Para concluir el 90% de los turistas que arribaron desconocen las alternativas actividades turísticas que ofrece Pacto Loma.

Tabla 2. Perfil del Turista Nacional.

<b>Género</b>	<b>Masculino (71%)</b>
<b>Edad</b>	30 a 40 años (33%)
<b>Lugar de residencia</b>	Quito (76%)
<b>Turismo de preferencia</b>	Turismo ecológico (62%)
<b>Motivo de viaje</b>	Ocio/vacaciones (65%)
<b>Grupo de viaje</b>	Familia (52%); amigos (29%)
<b>Periodo de permanencia</b>	Menos de un día (76%)
<b>Actividades realizadas</b>	Visita al río (48%); caminatas ecológicas (29%); avistamiento de aves y visita a la comunidad (18%) y (5%) camping
<b>Gasto Promedio</b>	\$ 10 a 40 dólares (67%)
<b>Medios de información de la comunidad</b>	Amigos (47%); familia (43%)
<b>Conocimiento de las actividades turísticas de Pacto Loma</b>	No (90%); si (10%).

Nota: Encuestas a visitantes de la comunidad de Pacto Loma-Pacto en el mes de noviembre del 2016. Dicha información se encuentra detallada en los anexos A del presente trabajo.

El perfil del turista que visita la comunidad de Pacto Loma es el siguiente: turista nacional, masculino de entre los 30 y 40 años, proveniente de la ciudad de Quito. Prefiere realizar actividades de turismo ecológico, principalmente visitar el río y realizar caminatas ecológicas, que no le toman más de un día. Su principal motivo de viaje, se relaciona con el ocio y las vacaciones y, gasta entre \$10 y \$40 dólares. Identifica el destino Pacto Loma, por medio de referencias de amigos y familiares, pero desconoce los servicios turísticos que se ofertan en la comunidad.

### 3.2.1.2 Turistas extranjeros que visitan la comunidad Pacto Loma

El total de visitantes encuestados en la comunidad fueron 25; de los cuales el 16% representa los turistas extranjeros, principalmente predominan de Colombia (50%); en segundo lugar Estados Unidos (25%) y Francia representa (25%). En las encuestas realizadas, se identificó con mayor afluencia el género masculino con el 75% y el 25% femenino.

Respecto al rango de edades de los visitantes encuestados oscila entre 30-40 años que representa el 50%, seguido 40-50 años (50%).

El tipo de turismo que prefieren los turistas extranjeros es turismo ecológico (75%), en menor medida se muestra preferencia hacia el turismo de aventura (25%). Los turistas extranjeros señalaron que su principal motivo de viaje es ocio y vacaciones (50%), turismo vivencial representa al 25% y el restante (25%) estudios. La gran mayoría de turistas llegan con su familia (50%), le sigue con el 25% amigos y el 14% solo/a.

El 50% de los encuestados, permanecen en la comunidad entre 4-8 horas, el 25 % representa 2-4 horas y el 25% pernocta de 2 a 3 días.

El 33% de las actividades que realizaron los turistas extranjeros corresponden la visita al río/cascadas, el 17% corresponde a las siguientes actividades; avistamiento de aves, visita la comunidad y camping. Por otro lado, un grupo pequeño de turistas realizó visita a las granjas comunitarias (16%).

El gasto promedio de los encuestados corresponde entre \$40 a 90 dólares (50%), seguido \$ 10 a 40 dólares (25%) y el restante 25% más de 100 dólares. El 50% de los entrevistados manifestaron que su principal fuente de información son amigos, el 25% respondieron a través de sus familiares entre internet y otros medios.

El tiempo que le tomó planificar el viaje al turista extranjero es 2 a 4 semanas (50%), le sigue 1 a 2 meses (25%) y el restante más de tres meses

Para finalizar, los turistas extranjeros que llegaron a la comunidad califican el servicio como 100% muy bueno. Por otro lado, el 50% de turistas manifiestan conocer las alternativas actividades turística que ofrece Pacto Loma y el restante 50% no tienen conocimiento.

**Tabla 5. Perfil de turista extranjero.**

<b>Género</b>	<b>Masculino (75%)</b>
<b>Edad</b>	30 a 40 años y 40 a 50 años (50%)
<b>Lugar de residencia</b>	Colombia (50%), Estados Unidos y Canadá (25%)
<b>Turismo de preferencia</b>	Turismo ecológico (75%)
<b>Motivo de viaje</b>	Ocio/vacaciones (50%); Estudios y turismo vivencial (25%)
<b>Modalidad de viaje</b>	Familia (50%); amigos (25%)
<b>Periodo de permanencia</b>	Menos de un día (75%)
<b>Actividades realizadas</b>	Visita al río (33%); avistamiento de aves y visita a la comunidad (17%)
<b>Gasto Promedio</b>	\$ 40 a 90 dólares (50%)
<b>Medios de información de la comunidad</b>	Amigos (50%); familia e internet (25%)
<b>Conocimiento de las actividades turísticas de Pacto Loma</b>	No (50%); si (50%).

Nota: Encuestas a visitantes de la comunidad de Pacto Loma-Pacto en el mes de noviembre del 2016. Dicha información se encuentra detallada en los anexos del presente trabajo.

Si bien la cantidad de encuestas realizadas, no permite realizar un perfil de turista extranjero que refleje totalmente la realidad de Pacto Loma, este breve sondeo de opinión, plantea un panorama general que ayuda a comprender el comportamiento de este tipo de turistas.

En la tabla 5, el perfil del turista extranjero que visitan la comunidad de Pacto Loma es el siguiente: el género masculino predomina entre 30 a 50 años, proviene de Colombia y le sigue Estados Unidos y Canadá.

Prefiere realizar actividades de turismo ecológico, principalmente visita al río, avistamiento de aves y visita a la comunidad, permanecen menos de un día con un gasto promedio de \$40 a 90 dólares. Las vacaciones son el principal motivo de viaje, seguido por estudios y por último turismo comunitario. Identifica el destino Pacto Loma, por medio de referencias de amigos y familiares, la mitad de turistas tiene conocimiento de los servicios turísticos que se ofertan en la comunidad.

### **3.3 Diagnóstico – Problematización**

#### **3.3.1 Identificación de la problemática del territorio**

##### **3.3.1.1 Análisis Árbol de Problemas**

En el siguiente diagrama de flujo se presenta una visión general e integrada de los principales problemas del presente proyecto, cuyo propósito es identificar las principales relaciones de causa y efecto vinculadas entre sí y las dificultades de dicha situación, que obstaculiza el desarrollo del mismo. (Castro, 2009).

A continuación se presenta el árbol de problemas de la Comunidad de Pacto Loma.



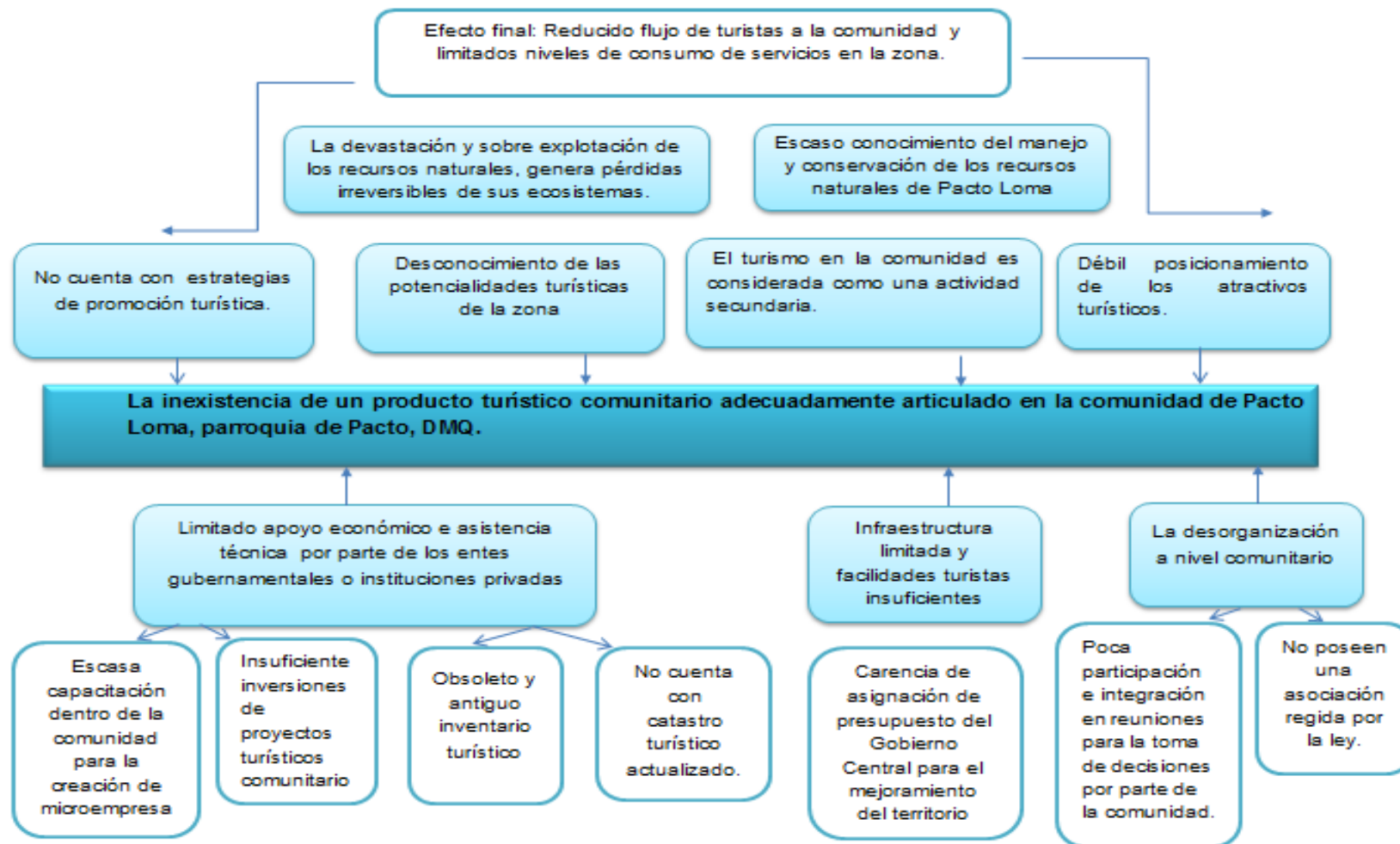


Figura 2. Árbol de problemas

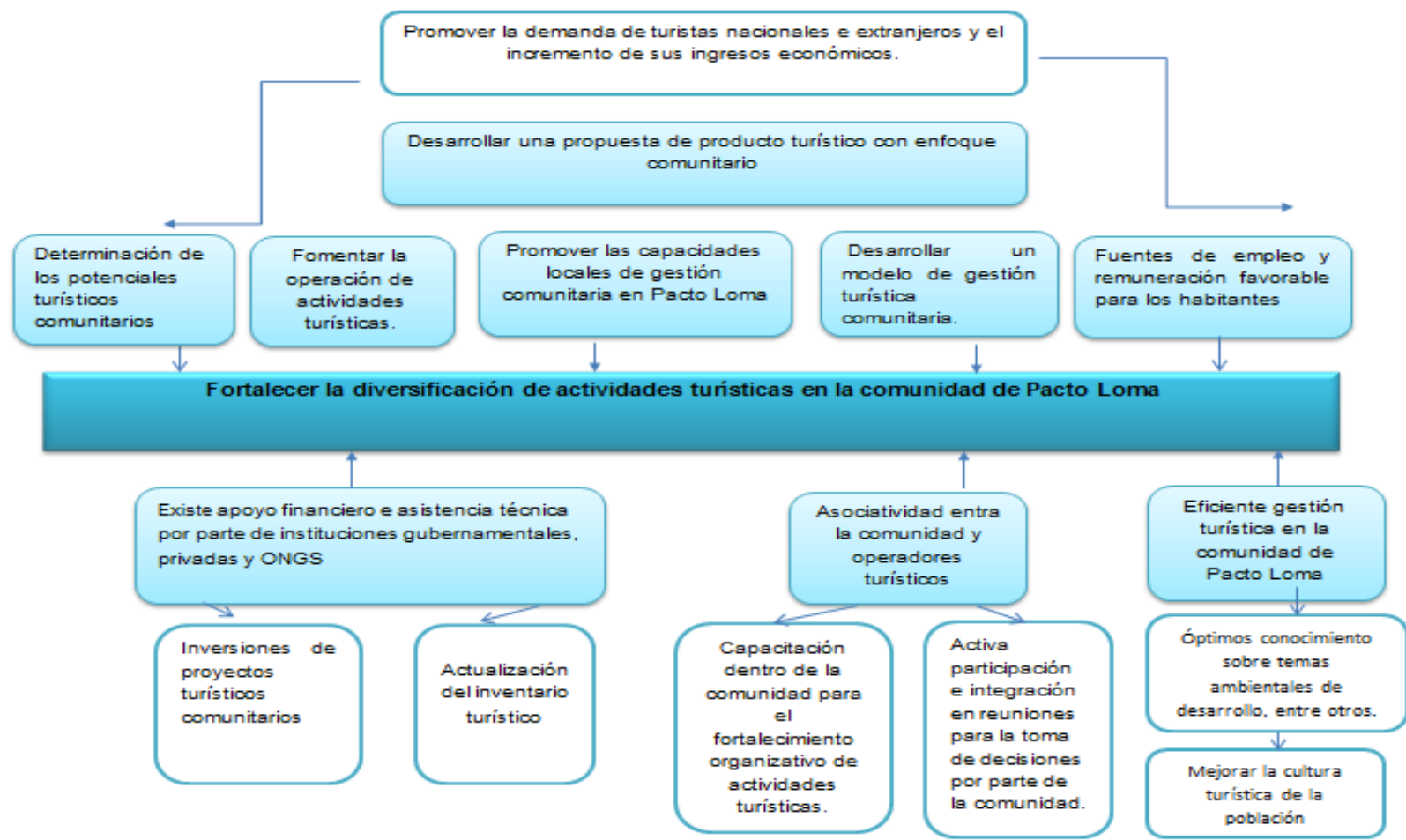


Figura 3. Árbol de objetivos

## **CAPÍTULO IV. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **4.1 Duración del proyecto y vida útil**

Elaboración de un producto turístico para la comunidad de Pacto Loma que se presenta en el presente proyecto, tiene una duración de 12 meses y, el período de vida útil es de 24 meses.

#### **4.1.1 Beneficiarios**

Se identificó los siguientes beneficiarios directos e indirectos en el desarrollo del proyecto, a continuación se detallará:

##### **4.1.1.1 Beneficiarios directos**

Los beneficiarios directos del proyecto son la comunidad de Pacto Loma, especialmente pequeños emprendimientos turísticos, la comunidad no poseen una asociación de turismo comunitario rediga por la ley. Sin embargo existe 7 familias asociadas con proveedores turísticos, siendo el principal contacto el Señor Sergio Basantantes dueño de la reserva “La Amagusa”, quienes se verán beneficiados mediante la implementación de estrategias para fomentar el turismo en la zona, se generará un aumento de turistas nacionales y extranjeros con una adecuada promoción turística.

##### **4.1.1.2 Beneficiarios indirectos**

EL 80% de los habitantes de la comunidad de Pacto Loma. Por otro lado, los habitantes de las ACUS Mashpi-Guaycuyacu-Saguangal que oscilan entre 1.213 personas, esto se debe a la zona de influencia próxima, son los beneficiarios indirectos del presente trabajo.

## **4.1.2 Objetivos, metas y actividades (Ver anexo B)**

### **4.1.2.1 Objetivo de desarrollo**

Fortalecer la diversificación de actividades turísticas en la comunidad de Pacto Loma, para promover la demanda de turistas nacionales e extranjeros y el incremento de sus ingresos económicos.

### **4.1.3 Resultados**

1. Desarrollar una propuesta de producto turístico con enfoque comunitario.
2. Fomentar la operación turística de la zona y las capacidades locales de gestión comunitaria en Pacto Loma.
3. Desarrollar un modelo de gestión turística comunitaria.

### **4.1.4 Actividades**

- 1.1. Determinación de los potenciales turísticos comunitarios
- 1.2. Establecer costo de operación, itinerarios y recorridos.
- 1.3. Definición y desarrollo del producto turístico comunitario en Pacto Loma.
- 2.1. Desarrollo de talleres para evaluar sus actividades turísticas y un programa de formación comunitaria.
- 2.2. Viajes para familiarizar el producto comunitario en el mercado turístico.
- 2.3. Establecer talleres de fortalecimiento organizativo para las actividades turísticas en la comunidad.
- 3.1. Desarrollo e implementación de estrategias de marketing.
- 3.2. Posicionamiento y promoción turística del producto comunitario
- 3.3. Evaluación de la viabilidad del proyecto.
- 3.4. Seguimiento y monitoreo del proyecto.

#### **4.1.5 Metas del proyectos/ indicadores de resultados.**

##### **4.1.5.1 Propósito del proyecto**

Consolidar la estructura de un producto turístico comunitario como principal actividad en la comunidad de Pacto Loma.

##### **4.1.5.2 Indicadores de resultados**

- Al finalizar el proyecto de intervención la comunidad de Pacto Loma cuenta con un producto turístico estructurado.
- Intervención de buenas prácticas de un turismo vivencial al finalizar el proyecto de intervención
- Al menos el 75% de los pobladores de la comunidad ha participado activamente en los procesos de formación turista.
- Los miembros de la comunidad se encuentra vinculados con las iniciativas turísticas comunitarias al culminar el proyecto de intervención.
- Incremento del 10% anual de los visitas de la comunidad al finalizar el proyecto de intervención.

##### **4.1.6 Cronograma**

El cronograma de actividades del presente trabajo se encuentra en el anexo C.

##### **4.1.7 Presupuesto**

La tabla presupuestaria del presente proyecto la podemos observar en el anexo D

## CAPÍTULO V. ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

### 5.1 Desarrollo del producto turístico

La propuesta para estructurar un producto turístico comunitario está enfocado hacia el turismo vivencial, articulando con actividades específicas como: caminatas ecológicas, aviturismo, turismo vivencial, ecoturismo y observación de flora exótica de la zona y fauna. Por ende, se desarrolló la siguiente tabla descriptiva del producto turístico.

Tabla 3. Descripción del producto turístico “Las aves del Paraíso”

NOMBRE DEL PRODUCTO TURÍSTICO		Las aves del Paraíso	
Identificación del producto turístico	Nuevo	Reestructurado	
	X	N/A	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO			
<b>Eje Temático:</b>	Turismo vivencial, rural comunitario producción socio económico, popular y solidario.		
<b>Diagnostico turístico comunitario</b>	<p>En base a las encuestas realizadas en la comunidad de Pacto Loma, se identificó las características principales de los visitantes que llegan al territorio.</p> <p>La gran mayoría de los visitantes llegan por motivo de vacaciones/ocio, caminatas ecológicas y recreación familiar. Así también no se puede dejar de lado, al turismo vivencial y estudios que consta de profesionales, dedicados al levantamiento de información e investigación de flora y fauna endémica del territorio.</p> <p>Por otra parte coinciden señalar que, el aviturismo es la actividad más importante de la parroquia de Pacto, adicionalmente el turismo de aventura, el ciclismo, ecoturismo y el turismo cultural, que genera un gran impacto socio económico en la comunidad. (GADPP, 2012).</p>		
FUNDAMENTACIÓN(Importancia y contribución a las condiciones actuales)			
La propuesta de valor para el desarrollo de las potencialidades turísticas locales, contribuye al fortalecimiento de la organización a nivel comunitario por medio de productos turísticos y una			

<p>adecuada gestión de los actores locales del territorio. Por lo cual, permitirá mejorar sus capacidades y la competitividad de Pacto Loma como un núcleo turístico en el DMQ.</p>	
<p><b>CALIDAD NECESARIA EN INFRAESTRUCTURA</b></p>	
<p><b>Infraestructura turística</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de servicios básicos tales como: agua potable, recolección de basura, alcantarillado educación y servicios de salud.</li> <li>• Limitada conectividad de telefonía móvil , fija e internet</li> <li>• Escasa y limitada señalética normativa, informática y turística</li> <li>• Adecuación de facilidades turísticas como estacionamientos, parqueaderos de bicicletas, miradores, lugares de información turística, rampas para discapacitados, etc.</li> </ul>
<p><b>Actividades turísticas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear guiones básicos de operación turística.</li> <li>• Capacitación a la comunidad para una adecuada operación turística.</li> <li>• Crear actividades de recreación turística.</li> <li>• Capacitación al personal sobre buenas prácticas de servicios de alojamiento, A y B, guianza y operación .</li> </ul>
<p><b>Planta turística</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear suficientes espacios de alojamiento y alimentación para abastecer la demanda turística.</li> <li>• Implementar una adecuada señalización al interior de los atractivos turísticos.</li> <li>• Espacios destinados para hospedaje de turistas, se encuentran deteriorados y sin mantenimiento.</li> </ul>
<p><b>Accesibilidad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vías de tercer orden que dificultan el ingreso de turistas a la comunidad.</li> </ul>
<p><b>Recursos y atractivos turísticos</b></p>	<p>Los diferentes atractivos turísticos naturales y culturales con los que cuentan la parroquia de Pacto y la comunidad de Pacto Loma, se encuentran vinculados geográficamente, motivo por el cual se detallan los atractivos turísticos de Pacto.</p> <p>De acuerdo al MINTUR las fichas de valoración de atractivos turísticos que fueron recaudadas en la parroquia de Pacto y la comunidad de Pacto Loma son los siguientes:</p> <p><b>Atractivo</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rio Chirapi</li> <li>• Cascada gallo de la Peña</li> <li>• Cascada Mariposa Azul</li> <li>• La Granja Elsita</li> <li>• Jardín Heliconias</li> <li>• Reserva La Amagusa</li> <li>• Comunidad de Pacto Loma</li> </ul>
<b>CALIDAD NECESARIA EN EL SERVICIO</b>	
<b>Seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear cartas de descargo en caso de pérdidas y objetos de valor olvidados.</li> <li>• Es importante implementar reglamentos de protocolo para una adecuada operación turística.</li> <li>• Establecer niveles de restricciones en actividades acuáticas y deportivas.</li> <li>• Es indispensable contar con un código ético, fomentado el turismo vivencial; manejó responsable y la sostenibilidad del proyecto.</li> </ul>
<b>Gestión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es importante contar con manuales de operación turística, estándares de calidad, A y B, procedimientos, entre otros.</li> <li>• Establecer capacitaciones y talleres sobre las tecnologías amigables con el ambiente, conservación y uso sustentable del territorio.</li> <li>• Es indispensable contar con programas constantes de capacitación en sostenibilidad.</li> <li>• Finalmente. La población percibe que la mayoría de instituciones generan falsas expectativas, y, finalmente, los trámites para conseguir apoyo son demasiado burocráticos, lo que desincentiva su gestión. (GADPP, 2012).</li> </ul>
<b>Recursos humanos</b>	Generar constates programas de capacitación, es una herramienta para fomentar la organización comunitaria e incrementar la competencia laboral en la comunidad de Pacto Loma.
<b>Tecnología</b>	Carente acceso a tecnologías de información y comunicación (TICS), para el desarrollar de una difusión masiva de promoción y comercialización del producto turístico comunitario en Pacto Loma.



### 5.1.1 Identificación de la imagen del producto turístico.

El logo de comercialización del producto turístico se determinó y elaboró con el siguiente propósito: que se identifique tanto dentro de la comunidad y con los visitantes, sea fácil de recordar y entre en las mentes de los consumidores. En tal sentido el logo constituye una identidad alrededor del turismo vivencial en la comunidad de Pacto Loma.



Figura 4. Imagen para el producto turístico Pacto Loma - Turismo Vivencial.

Tomado de: (Banegas, 2016).

Está compuesto por tres tipografías distintas: la primera Bakery, que es una tipografía manuscrita con formas orgánicas para denotar naturalidad. La segunda una tipografía sin serifa para contrastar con la primera, además de aportar seriedad al logotipo. Un isotipo de silueta de un ave, por el contexto y la finalidad del logotipo se identifique con la comunidad y sea fácil recordar para los turistas. El nombre de logo se identifica de la siguiente manera: “Las aves del paraíso” proviene de una familia de Heliconias siendo una flor exótica y endémica de la comunidad de Pacto Loma, como cierre, la descripción o funcionalidad hacia dónde va dirigido el logotipo. Este cierre se encuentra en mayúsculas y una tipografía sin serifa para contrastar los elementos utilizados en la primera y segunda parte de la construcción del mismo.

Colores verde en dos tonos diferentes, para denotar naturaleza y frescura. El color negro en el cierre es para aportar seriedad al logo sin que se pierda lo orgánico del mismo.

### 5.1.2 Propuesta de itinerario

Los siguientes itinerarios se establecieron en base a un seguimiento riguroso de los deseos, necesidades y preferencias encontradas en los turistas que visitan la comunidad de Pacto Loma, por lo que se ha desarrollado tres paquetes turísticos que puedan satisfacer las expectativas de los clientes, como de la comunidad.

Tabla 7. Itinerarios para la comunidad de Pacto Loma 2- full Day- 2 Días, 1 noche.

Tipo	Itinerario	Incluye	Importante	Recomendaciones
<b>Circuito Nº 1</b> <b>Full Day</b>	<p><b>7:00</b> Salida de Quito</p> <p><b>8:30</b> Desayuno “ Puma Sacha”</p> <p><b>10:00</b> Llegada A Pacto</p> <p>Visita a la cascada “ Gallo de la Peña”</p> <p><b>13:00</b> Almuerzo “ La Cañita</p> <p><b>14:30</b> Hacia la comunidad de Pacto Loma</p> <p>Visita a Granjas Eco-turísticas (Granja integral Elsita , Jardín de Heliconias (incluye snack)</p> <p><b>18:00</b> Retorno hacia Quito</p>	<p>:Transporte Quito – Pacto Loma</p> <p>: Un desayuno tipo americano o tradicional en Puma Sacha.</p> <p>:Llegada a Pacto</p> <p>Actividad: Caminata ecológica hacia la “ Cascada Gallo de la Pena”</p> <p>:Almuerzo básico en la parroquia de Pacto “ La Cañita” (sopa del día, plato fuerte y bebida)</p> <p>:Actividades en las granjas Eco-turísticas :</p> <p>Granja integral Elsita: Recorrido por la granja, visita a la molienda, breve explicación de la</p>	<p>No incluye seguro médico</p> <p>No incluye comidas y bebidas extras.</p> <p>Al finalizar las vistas a las granjas Eco turísticas puede comprar los productos.</p>	<p>Se recomienda usar ropa ligera de manga larga por su clima cálido húmedo.</p> <p>Uso de bloqueador solar y repelente.</p> <p>Llevar terno de baño.</p> <p>Uso de botas de caucho e impermeable durante período de lluvias.</p> <p>Limitada señal telefónica móvil.</p> <p>Informar al guía si requiere medicación especial (llevar a la mano).</p> <p>Se recomienda llevar cámara fotográfica</p>

	<p><b>20:30</b> Llegada a Quito</p>	<p>elaboración de panela, observación de las plantas, frutales y flores exóticas de la zona.</p> <p>Jardín Heliconias ; Recorrido por el jardín ,se observara el rescate de plantas exóticas como Heliconias , cultivo de frutales y artesanías</p> <p>:Transporte de Pacto Loma –Quito</p>		
<p><b>Circuito 2 Full Day (Avistamiento de aves)</b></p>	<p><b>7:00</b> Salida de Quito</p> <p><b>8:30</b> Llegada a Pacto Desayuno “Puma Sacha”</p> <p><b>10:00</b> Vista al Río Chirapi.</p> <p><b>11:30</b> Salida a la comunidad de Pacto Loma</p> <p><b>12:00</b> Recorrido – Avistamiento de aves Reserva “La Amaguasa”</p> <p><b>14:30</b> Almuerzo comedores “Pacto Loma”</p> <p><b>15:30</b> Visita a Granjas Eco turísticas ( una granja de elección: Jardín de Heliconias, Granja integral Elsita )</p> <p><b>18:00</b> Salida a Quito</p> <p><b>20:30</b> Llegada a Quito</p>	<p>Transporte Quito – Pacto Loma</p> <p>Un desayuno tipo tradicional o americano en “La cañita.</p> <p>:Llegada a Pacto Actividad de recreación: Visita al Río.</p> <p>Llegada a la Reserva “La Amaguasa”; avistamiento de aves y observación de flora y fauna.</p> <p>:Almuerzo básico en la comunidad de Pacto Loma (sopa del día, plato fuerte y bebida)</p> <p>:Actividades en las granjas Eco-turísticas debe seleccionar una:</p> <p>-Granja integral Elsita: Recorrido por la granja, visita a la molienda, breve explicación de la elaboración de panela, observación de las plantas, frutales y flores exóticas de la zona</p> <p>-Jardín Heliconias ;</p>	<p>No incluye seguro médico</p> <p>Comidas y bebidas extras.</p> <p>Al finalizar las vistas a las granjas Eco turísticas puede comprar los productos.</p>	<p>Se recomienda usar ropa ligera de manga larga por su clima cálido húmedo.</p> <p>Llevar terno de Baño.</p> <p>Uso de binoculares o larga vistas.</p> <p>Uso de bloqueador solar y repelente.</p> <p>Uso de botas de caucho e impermeable durante período de lluvias.</p> <p>Llevar cámara fotográfica.</p> <p>Limitada señal telefónica móvil.</p> <p>Informar al guía si requiere medicación especial (llevar a la mano).</p>

		Recorrido por el jardín , donde se observara rescate plantas exóticas como Heliconias , cultivo de frutales y artesanías		
		Transporte Pacto Loma-Quito.		
<b>Circuito 3 2 Días 1 noche</b>	<b>Día 1</b> <b>7:00</b> Salida desde Quito. <b>8:30</b> Desayuno Puma Sacha <b>10:00</b> Llegada a Pacto Visita al Río Chirapi y caminata ecológica hacia la Cascada “Gallo de la Peña” <b>14:00</b> Almuerzo en “La Cañita”. <b>15:30</b> Visita a las granjas eco turísticas “ Granja integral Elsita Jardín Heliconias. <b>18:00</b> Distribución de habitaciones en “ Cabañas María José” <b>19:00</b> Cena <b>20:00</b> Actividad Libre <b>Día 2</b> <b>6:00</b> Desayuno “Cabañas “María José” <b>8:00</b> Visita a la Reserva “La Amagusa”	<b>Día 1</b> : Transporte Quito – Pacto Loma. Desayuno americano o tradicional en “ Puma sachá” : Caminata Ecológica en el Río Chirapi y actividades recreativas. :Almuerzo básico en la parroquia de Pacto “ La Cañita” (sopa del día, plato fuerte y bebida) :Actividades en las granjas Eco-turísticas: -Granja integral Elsita: Recorrido por la granja, visita a la molienda, breve explicación de la elaboración de panela, observación de las plantas, frutales y flores exóticas de la zona. -Jardín Heliconias ; Recorrido por el jardín , donde se observara rescate plantas exóticas como Heliconias , cultivo de frutales y artesanías :Cena en las cabañas “María José”( sopa del día, plato fuerte y bebida)	No incluye seguro médico  No incluye comidas y bebidas (alcohólicas) o extras.  Al finalizar las vistas a las granjas Eco turísticas puede comprar los productos.	Se recomienda usar ropa ligera de manga larga por su clima cálido húmedo.  Uso de bloqueador solar y repelente.  Llevar terno de baño.  Uso de botas de caucho e impermeable durante periodo de lluvias.  Uso de binoculares o larga vistas.  Limitada señal telefónica móvil.  Informar al guía si requiere medicación especial (llevar a la mano).  Se recomienda llevar cámara fotográfica

	<p><b>10:00</b> Cascada Mariposa Azul</p> <p><b>13:00</b> Almuerzo “La Cañita”</p> <p><b>14:30</b> Regreso a Quito</p> <p><b>17:00</b> Llega a Quito</p>	<p><b>Día 2</b></p> <p>: Visita a la reserva “La Amagusa” avistamiento de aves, observación de flora y fauna.</p> <p>:Caminata Ecológica “Cascada Mariposa Azul”</p> <p>: Almuerzo básico en la parroquia de Pacto “La Cañita” (sopa del día, plato fuerte y bebida).</p> <p>:Transporte Pacto Loma-Quito</p>		
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

### 5.1.3 Mapa de circuito

#### 5.1.3.1 Circuito 1 Full Day.

El siguiente mapa se refiere al circuito 1 Full Day Pacto Loma vivencial, con su respectiva simbología y las paradas que se realiza en el recorrido establecido.



Figura 5. Mapa Circuito 1 Full Day.

Adaptado de: (Banegas, 2016) (Google, Datos de mapas, 2016)

### 5.1.3.2 Circuito 2 Full Day (Avistamiento de Aves)

El siguiente mapa se refiere al circuito 2 Full Day Avistamiento de Aves, con su respectiva simbología y las paradas que se realiza en el recorrido establecido.



Figura 6. Mapa Circuito 2 Full Day (Avistamiento de Aves).

Adaptado de: (Banegas, 2016) (Google, Datos de mapas, 2016)

### 5.1.3.3 Circuito 3 Dos días una noche

El siguiente mapa se refiere al circuito 3, dos días una noche, con su respectiva simbología y las paradas que se realiza en el recorrido establecido.



Figura 1. Mapa Circuito 3 Dos días una noche (Pacto Loma Vivencial).

Adaptado de: (Banegas, 2016) (Google, Datos de mapas, 2016)

#### 5.1.4 Identificación del precio del producto

Los precios que se establecieron para la operación son de forma directa con los proveedores de la comunidad, es posible establecer costos de alojamiento, servicios, alimentación, transporte y operación comunitaria.

Tabla 8. Identificación de costos de operación base.

IDENTIFICACIÓN DE COSTOS DE OPERACIÓN BASE		
COSTOS	PRECIOS UNITARIOS USD	OBSERVACIONES
<b>TRANSPORTE</b>		
Furgoneta 1-5 personas	\$ 160,00	Costo variable; El costo individual varía dependiendo del número del pax.
Furgoneta 10-20 personas	\$ 180,00	
Bus Quito-Pacto Loma 20 personas	\$ 200,00	
Bus Quito-Pacto Loma 20-30 personas	\$ 250,00	
<b>HOSPEDAJE COMUNITARIO</b>		
Cabañas "María José"	\$ 15,00	Costo fijo
Posada "Majagua"	\$ 10,00	

ALIMENTACIÓN		
Desayuno Puma Sacha ( Tradicional)	\$ 4,00	Costo fijo
Desayuno La Cañita	\$ 3,00	
Almuerzo La Cañita	\$ 3,50	
Almuerzo " Comedores Locales"	\$ 3,50	
Cena " Cabañas María José"	\$ 4,00	
<b>VISTAS : GRANJAS ECO TURÍSTICAS / RESERVA</b>		
Granja Integral Elsita	\$ 2,00	Costo fijo
Jardín Heliconias	\$ 2,00	
Reserva La Amagusa	\$ 4,00	
<b>OPERACIÓN DE GUÍA</b>		
Guía (máximo 15 personas)	\$ 70 * día	Costo variable; El costo individual varía dependiendo del número del pax.

Los costos de operación base de los servicios ofertados por la comunidad de Pacto Loma, corresponde a: alimentación, alojamiento, ingresos a instalaciones, transporte y guianza, los cuales se debe incluir costos de gestión como: utilidad (15%), gastos administrativos (10%), imprevistos (5%) e IVA (12%), la suma de dichos costos se obtendrá como resultado el valor de venta al público.



Tabla 9. Costos de operación y venta del producto Full Day; "Circuito 1, Circuito 2".

Servicios	PAX	10 PAX	15 PAX	20 PAX	25 PAX	30 PAX	1 PAX	5						
	Precio Ref.	Categoría:	Precio Ref.	Categoría:	Precio Ref.	Categoría:	Precio Ref.	Categoría:						
		ADT	ADT	ADT	ADT	ADT	ADT	ADT						
Transporte 7h00	180,00	18,00	180,00	12,00	200,00	10,00	220,00	8,80	220,00	7,33	160,00	160,00	160,00	32,00
Entradas todas	40,00	4,00	60,00	4,00	80,00	4,00	100,00	4,00	120,00	4,00	4,00	4,00	20,00	4,00
Guía acompañante	70,00	7,00	70,00	4,67	140,00	7,00	140,00	5,60	140,00	4,67	70,00	70,00	70,00	14,00
Desayuno	40,00	4,00	60,00	4,00	80,00	4,00	100,00	4,00	120,00	4,00	4,40	4,40	22,00	4,40
Almuerzo	35,00	3,50	52,50	3,50	70,00	3,50	87,50	3,50	105,00	3,50	3,85	3,85	19,25	3,85
Refrigerio	15,00	1,50	22,50	1,50	30,00	1,50	37,50	1,50	45,00	1,50	1,50	1,50	7,50	1,50
Viáticos alimentación guía 1-2	10,00	1,30	10,00	0,67	20,00	1,00	20,00	0,80	20,00	0,67	10,00	10,00	10,00	2,00
Viáticos alimentación chofer	10,00	1,00	10,00	0,67	10,00	0,50	10,00	0,40	10,00	0,33	10,00	10,00	10,00	2,00
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>400,00</b>	<b>40,30</b>	<b>465,00</b>	<b>31,00</b>	<b>630,00</b>	<b>31,50</b>	<b>715,00</b>	<b>28,60</b>	<b>780,00</b>	<b>26,00</b>	<b>263,75</b>	<b>263,75</b>	<b>318,75</b>	<b>63,75</b>

Gastos administrativos (10%)	40,00	4,03	46,50	3,10	63,00	3,15	71,50	2,86	78,00	2,60	26,38	26,38	31,88	6,38
Utilidad (15%)	60,00	6,05	69,75	4,65	94,50	4,73	107,25	4,29	117,00	3,90	39,56	39,56	47,81	9,56
Imprevistos (5%)	20,00	2,02	23,25	1,55	31,50	1,58	35,75	1,43	39,00	1,30	13,19	13,19	15,94	3,19
Impuesto a la renta (10%)	52,00	5,23	60,45	4,03	81,90	4,10	92,95	3,72	101,40	3,38	34,29	34,29	41,44	
<b>SUBTOTAL COSTOS 1 + COSTOS 2</b>	<b>520,00</b>	<b>52,39</b>	<b>604,50</b>	<b>40,30</b>	<b>819,00</b>	<b>40,95</b>	<b>929,50</b>	<b>37,18</b>	<b>1.014,00</b>	<b>33,80</b>	<b>342,88</b>	<b>342,88</b>	<b>414,38</b>	<b>82,88</b>
IVA 14%	72,80	7,33	84,63	5,64	114,66	5,73	130,13	5,21	141,96	4,73	48,00	48,00	58,01	9,95
<b>P.V.P</b>	<b>592,80</b>	<b>59,72</b>	<b>689,13</b>	<b>45,94</b>	<b>933,66</b>	<b>46,68</b>	<b>1.059,63</b>	<b>42,39</b>	<b>1.155,96</b>	<b>38,53</b>	<b>390,88</b>	<b>390,88</b>	<b>472,39</b>	<b>92,82</b>

<b>Ganancia estimada</b>	<b>60,00</b>		<b>69,75</b>		<b>94,50</b>		<b>107,25</b>		<b>117,00</b>		<b>39,56</b>		<b>47,81</b>	
--------------------------	--------------	--	--------------	--	--------------	--	---------------	--	---------------	--	--------------	--	--------------	--

Tabla 10. Costos de operación y venta del producto 2 DIAS 1 NOCHE; "Circuito 3".

Servicios	GRUPOS PEQUEÑOS						GRUPOS GRANDES					
	1			2			4		8		20	
	Precio Ref.	Acomodación		Precio Ref.	Acomodación		Precio Ref.	Acomodación	Precio Ref.	Acomodación	Precio Ref.	Acomodación
		CBÑ	CBÑM		CBÑ	CBÑM						
Transporte	80,00	80,00	80,00	80,00	40,00	40,00	80,00	20,00	100,00	12,50	180,00	12,50
Alojamiento	15,00	15,00	10,00	30,00	15,00	10,00	60,00	15,00	120,00	15,00	300,00	15,00
Desayuno	4,00	4,00	4,00	8,00	4,00	4,00	16,00	4,00	32,00	4,00	80,00	4,00
Almuerzo	3,50	3,50	3,50	7,00	3,50	3,50	14,00	3,50	28,00	3,50	70,00	3,50
Cena	4,00	4,00	4,00	8,00	4,00	4,00	16,00	4,00	32,00	4,00	80,00	4,00
Entradas	8,00	8,00	8,00	16,00	8,00	8,00	32,00	8,00	64,00	8,00	160,00	8,00
Viáticos alimentación y alojamiento guía	30,00	30,00	30,00	30,00	15,00	15,00	30,00	7,50	30,00	3,75	60,00	3,00
Viáticos alimentación y alojamineto chofer	30,00	30,00	30,00	30,00	15,00	15,00	30,00	7,50	30,00	3,75	30,00	1,50
Guía X 2 días	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	280,00	14,00
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>405,50</b>	<b>405,50</b>	<b>400,50</b>	<b>451,00</b>	<b>295,50</b>	<b>290,50</b>	<b>542,00</b>	<b>240,50</b>	<b>764,00</b>	<b>218,00</b>	<b>1.640,00</b>	<b>89,00</b>
Gastos administrativos (10%)	40,55	40,55	40,05	45,10	29,55	29,05	54,20	24,05	76,40	21,80	164,00	8,90
Utilidad (15%)	60,83	60,83	60,08	67,65	44,33	43,58	81,30	36,08	114,60	32,70	246,00	13,35
Imprevistos (5%)	20,28	20,28	20,03	22,55	14,78	14,53	27,10	12,03	38,20	10,90	82,00	4,45
<b>SUBTOTAL COSTOS 1 + COSTOS 2</b>	<b>527,15</b>	<b>527,15</b>	<b>520,65</b>	<b>586,30</b>	<b>384,15</b>	<b>377,65</b>	<b>704,60</b>	<b>312,65</b>	<b>993,20</b>	<b>283,40</b>	<b>2.132,00</b>	<b>115,70</b>
IVA 14%	73,80	73,80	72,89	82,08	53,78	52,87	98,64	43,77	139,05	39,68	298,48	16,20
<b>P.V.P</b>	<b>600,95</b>	<b>600,95</b>	<b>593,54</b>	<b>668,38</b>	<b>437,93</b>	<b>430,52</b>	<b>803,24</b>	<b>356,42</b>	<b>1.132,25</b>	<b>323,08</b>	<b>2.430,48</b>	<b>131,90</b>
<b>Ganancia estimada</b>	<b>60,83</b>			<b>67,65</b>			<b>81,30</b>		<b>114,60</b>		<b>246,00</b>	

Simbología:

\* CBÑ : Cabaña Maria José

\*CBÑM: Cabañas Majagua

### **5.1.5 Definición de las estrategias de posicionamiento, promoción y comercialización del producto.**

#### **5.1.5.1 Identificación de las estrategias de posicionamiento.**

Para impulsar el desarrollo, posicionamiento, promoción y comercialización del producto turístico propuesto, es necesario generar deseo en el cliente y exista la motivación para adquirir el producto turístico ofrecido; a través de intermediarios especializados en difundir la venta de estos productos.

Las principales estrategias de posicionamiento son:

- Garantizar al consumidor un producto turístico que ofrece servicios comunitarios de calidad.
- La imagen del producto turístico ofrecido busca un adecuado nivel de complementariedad con la comunidad mejorando su economía, ámbito social, calidad de vida, desarrollo comunitario, mediante el uso racional y responsable de sus recursos naturales.
- Los paquetes turísticos diseñados sean atractivos tanto en costo como en singularidad de esta manera puedan ser posicionados dentro de agencias o tour operadores locales.
- Articular a los pobladores locales mediante cadenas de valor en el producto turístico comunitario tales como: fincas, restaurantes, granjas y hosterías, los cuales ofrecen sus servicios comunitarios orientados a un perfil de turista específico.

#### **5.1.5.2 Identificación de las estrategias de promoción.**

La promoción y fortalecimiento de iniciativas turísticas comunitarias en el país es vital para mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales y garantizar el manejo adecuado de la calidad y sostenibilidad de los proyectos de turismo comunitario de las nacionalidades y pueblos del Ecuador. La FEPTCE busca promover y fortalecer estas experiencias. (FEPTCE, 2011)

Por lo tanto, la comunidad de Pacto Loma es propicio para la promoción turística gracias al entorno característico de la su zona rural, con una inmensa riqueza natural y de biodiversidad, que le confiere zonas de alto valor paisajístico y presencia de reservas ecológicas que favorecen notablemente a la actividad turística. (GADPP, 2012). A continuación se detalla las estrategias de promoción:

- Promover diferentes actividades turísticas para el turista nacional o extranjero.
- Dar conocer los atractivos turísticos y servicios comunitarios que posee Pacto Loma.
- Preparar programas y eventos culturales para fortalecer la promoción del producto turístico.
- Realizar convenios y alianzas estratégicas con agencias de viajes mayoristas y minorista, que comercialicen el turismo vivencial.
- Aprovechar las TIC's como espacios para obtener, transmitir promoción y contenidos que benefician directamente a las comunidad de Pacto Loma.
- Difundir en redes sociales para la promoción del producto turístico comunitario a nivel local e internacional.
- Establecer un logo original, creativo, único y acorde con la comunidad; despierte deseo e interés de los turistas y se diferencie con la competencia.

#### **5.1.6 Identificación de las estrategias de comercialización.**

El desarrollo del proyecto se concentró en la ejecución de productos turísticos comunitarios, lo mismo que son gestionados, operados y comercializados directamente por la comunidad de Pacto Loma; sin embargo las estrategias de comercialización para la comunidad cuenta con dos tipos de canales de distribución:

Comercialización directa:

- La participación frecuente en ferias, eventos y programas de turismo a nivel local e internacional.
- La intervención en redes sociales y páginas web, siendo una estrategia económica y fácil de promoción.

Comercialización indirecta:

- Establecer convenios, alianzas estratégicas con agencias de viajes que operan un turismo vivencial en el país.
- Buscar el apoyo de proyectos comunitarios para realizar acuerdos con fundaciones o empresas que buscan iniciativas productivas para las comunidades locales.

### **5.1.7 Identificación del posible impacto ambiental.**

En el presente proyecto se identificó un posible impacto ambiental al considerar el desarrollo de inversiones en infraestructura turística para la ejecución del producto turístico comunitario; sin embargo, aunque el turismo es incipiente en la zona, existe afectaciones por un crecimiento desordenado del turismo, especialmente en la visita al río, por cual el incremento de turistas produce efectos ambientales secundarios siendo una posible amenaza a la integridad de sus ecosistemas.

Por ello, la Secretaria de Ambiente, diseñó un Plan de Monitoreo, Control y Vigilancia Ambiental aplicada a las ACUS en el DMQ que busca como objetivos: contribuir a la educación ambiental de los habitantes y visitantes, evaluar el grado de impacto de las principales afectaciones y amenazas determinadas, generar información confiable sobre el estado de los ecosistemas naturales de las Acus y contar con un sistema de información sobre la normativa ambiental vigente para facilitar la denuncia de ilícitos ambientales. (Secretaría de Ambiente, 2015)

### 5.1.8 Modelo de Gestión

Los actores involucrados del presente proyecto son los siguientes: la comunidad de Pacto Loma como principal actor, Quito Turismo, Secretaria del Ambiente, GAD Parroquial de Pacto y la UDLA como actores estratégicos.

- Comunidad de Pacto Loma. Se encarga del control, operación turística, vigilancia de las actividades turísticas, que se desarrollan en el territorio, implementación del proyecto, convoca a los pobladores de la comunidad, logística para la participación de talleres y capacitaciones.
- Quito Turismo. Sus principales responsabilidades es la promoción y posicionamiento de los productos turísticos comunitarios de las ACUS, implementación de señalética normativa, informativa y turística, control y regulación de las actividades que se desarrollan en la zona, apoyo técnico y económico en proyectos turísticos comunitarios.
- Secretaría de Ambiente del DMQ. Es una institución municipal que estará encargada de coordinar, controlar, monitoreo, regular y la gestión de Áreas Naturales Protegidas del DMQ, evaluación de los impactos ambientales en las Acus y el apoyo en proyectos de inversión que promuevan el equilibrio social, económico y ambiente con un enfoque sustentable en las ACUS.
- GAD Parroquial de Pacto. Fortalecimiento y formación de las capacidades locales para la desarrollo de un turismo comunitario, vínculos estratégicos con empresas privadas o públicas, consolidación de la imagen del producto de la comunidad, apoyo para la implementación de proyectos comunitarios y la promoción del destino.
- UDLA. Acompañamiento continuo a la comunidad en el desarrollo del producto turístico, asistencia técnica en temas relaciones con la hospitalidad y turismo, capacitación y talleres para fortalecer la estructura de las actividades turísticas y fortalecimiento organizativo de la comunidad.

Para una adecuada implementación del modelo de gestión es importante que los actores mantenga una constante comunicación, cada uno debe dividir y designar responsabilidades en el territorio y tener en cuenta los requerimientos de la comunidad especialmente en el tema del turismo.

A continuación, se detallara el modelo de gestión para la comunidad de Pacto Loma:

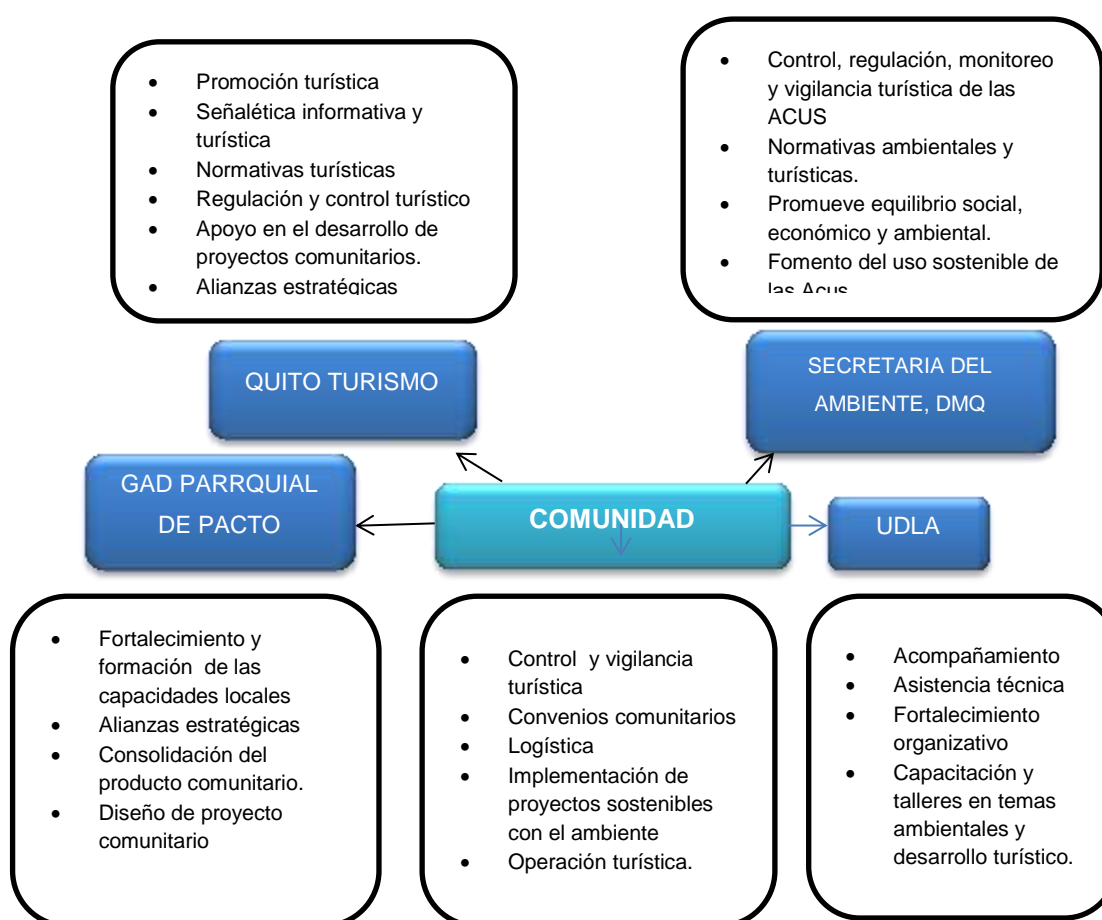


Figura 7. Modelo de gestión para el plan estratégico de promoción turística de la comunidad de Pacto Loma.

### 5.1.9 Financiamiento del Proyecto.

El desarrollo de un producto turístico comunitario se implementara en la comunidad de Pacto Loma tiene un costo total de: \$ 22.464,50, a continuación se detalla la distribución porcentual del proyecto:

Tabla 11. Distribución porcentual del financiamiento del proyecto.

<b>Cofinanciamiento 1</b>	<b>GAD, Organismos Internacionales, ONG</b>	<b>\$ 13.478,70</b>	60%
<b>Cofinanciamiento 2</b>	<b>UDLA</b>	<b>\$ 5.616,13</b>	25%
<b>Cofinanciamiento 3</b>	<b>Comunidad</b>	<b>\$ 3.369,67</b>	15%
<b>Total</b>		<b>\$ 22.464,50</b>	100%

Nota: En el anexo C, se observa la distribución porcentual del proyecto a nivel de resultados y actividades.

### 5.1.10 Seguimiento y Evaluación

Tabla 12. Seguimiento y evaluación de resultados.

<b>INDICADORES DE RESULTADOS</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>FRECUENCIA DE EVALUACIÓN</b>
<b>1.1 Determinación de los potenciales turísticos comunitarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe técnico</li> <li>Fichas de registro.</li> <li>Fotografías</li> <li>Verificación de campo</li> </ul>	Al empezar el primer trimestre del proyecto.
<b>1.2. Establecer itinerarios, recorridos y costo de operación.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe de seguimiento</li> <li>Informe técnico y económico final.</li> <li>Documentos de estructuración de itinerarios y costo de operación</li> </ul>	Al término del primer trimestre del proyecto
<b>1.3 Definición y desarrollo del producto turístico comunitario de Pacto Loma.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Talleres participativos</li> <li>Fichas de registro de participantes</li> <li>Acta de reuniones</li> <li>Informe técnico para la comunidad.</li> </ul>	Al finalizar el primer trimestre del proyecto



<b>2.1 Desarrollo de talleres para evaluar sus actividades turísticas y un programa de formación comunitaria.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones y acuerdos con la comunidad</li> <li>• Lista de asistentes.</li> <li>• Fotografías</li> <li>• Certificado de participación</li> </ul>	Al término del segundo trimestre del proyecto.
<b>2.2 Viajes para familiarizar el producto comunitario en el mercado turístico.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas estratégicas</li> <li>• Actas de acuerdos con instituciones cooperadoras</li> <li>• Invitar a operadores turísticos</li> </ul>	Al término del segundo trimestre de implementación del proyecto.
<b>2.3 Establecer talleres de fortalecimiento organizativo para las actividades turísticas en la comunidad.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones y acuerdos con la comunidad</li> <li>• Lista de asistentes.</li> <li>• Fotografías</li> <li>• Certificado de participación</li> </ul>	Al finalizar el segundo trimestre del proyecto
<b>3.1 Desarrollo e implementación de estrategias de marketing.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de ejecución físico y financiero</li> <li>• Desarrollo de estrategias de comercialización</li> <li>• Fotografías</li> </ul>	Al término del tercer trimestre de implementación del proyecto.
<b>3.2 Posicionamiento y promoción turística del producto comunitario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de comunicación en medios radiales, televisivos y web.</li> <li>• Material de difusión.</li> <li>• Alianzas estrategias</li> </ul>	Al término del tercer trimestre de implementación del proyecto.
<b>3.3 Evaluación de la viabilidad del proyecto.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe económico aprobado.</li> <li>• Registro de visitantes</li> </ul>	Al Finalizar el cuarto trimestre de implementación del proyecto
<b>3.4 Seguimiento y monitoreo del proyecto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe final técnico y económico</li> <li>• Informe de seguimiento y monitoreo</li> </ul>	Al Finalizar el proyecto.

## CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 Conclusiones

El turismo vivencial hoy en día es una tendencia de los turistas para aislarse del casco urbano y encontrarse con la naturaleza lo cual, representa para la comunidad de Pacto Loma una ventaja al implementar productos turísticos comunitarios en su territorio.

La viabilidad de un proyecto turístico comunitario depende en gran medida del equilibrio que se deba manejar de dicho territorio, el uso adecuado de sus recursos no solo naturales, beneficiarán a la conservación de los potenciales turísticos que posee Pacto Loma, mejorando la calidad de vida de sus pobladores.

Al intervenir activamente en los procesos participativos con los habitantes de la comunidad de Pacto Loma, se identificó que existen ciertas falencias en la organización comunitaria; no poseen una asociación de turismo regida por la ley.

Sin embargo, es importante resaltar que hay continuos progresos de desarrollo en actividades turísticas comunitarias y el compromiso que tiene sus miembros, con la elaboración de productos turísticos comunitarios con iniciativas sostenibles; por ende se pretende obtener resultados positivos al finalizar el proyecto de intervención.

Respecto al análisis de la actividad turística en la comunidad, se logró identificar el perfil de turista de Pacto Loma y detallar las actividades principales que oferta el territorio; además, permitió generar estrategias adecuadas de promoción turística.

Para concluir, el desarrollo del producto turístico comunitario, se logró a través de la creación de objetivos específicos con la implementación de estos, se

logra producir impactos positivos en la comunidad; activará la economía del territorio y genera nuevas fuentes de ingresos económicos.

## **6.2 Recomendaciones**

Se recomienda a la Secretaría del Ambiente, DMQ realizar periódicamente monitoreo, control y regularice los posibles impactos ambientales en la ACUS, configurando normativas que incentiven al manejo de un destino turístico sostenible.

Se sugiere mejorar la infraestructura, oferta turística y su entorno; por lo que se recomienda realizar alianzas estratégicas que incentiven la inversión privada, pública y comunitaria, proporcionado un producto turístico comunitario de calidad y competitivo.

Quito Turismo como institución pública, es necesario que sea el principal ente difusor de la comercialización, promoción y posicionamiento de los productos turísticos comunitarios de las ACUS del DMQ, e implementar señalética normativa, informativa y turística en la comunidad.

Como parte de la asistencia técnica la Universidad de las Américas "Udla" deberá brindar el apoyo técnico y seguimiento en los procesos establecidos para la implementación del producto de desarrollo turístico comunitario en Pacto Loma, fortalecer las capacidades locales de la comunidad y contribuir con una adecuada capacitación e inducción de talleres para la formación de un turismo vivencial.

Por último, se recomienda a la comunidad de Pacto Loma, implementar el presente proyecto de desarrollo para incentivar sus potenciales turísticos, mediante la coordinación de responsabilidades y fiscalizar las actividades turísticas realizadas; consolidar y posicionar el producto turístico comunitario direccionándolo a sus potenciales clientes.

## REFERENCIAS

- Banegas, A. (2016). Imagen del Producto Turístico Pacto Loma. Quito.
- Basantés, S. (2016). Comunidad de Pacto Loma. (D. Monje, Entrevistador) Distrito Metropolitano de Quito (Parroquia de Pacto).
- Benassini, M. (2009). Introducción a la Investigación de Mercados. México: Pearson Educación.
- Benavides, M. (2016). Jardín Heliconias. (S. Duchicela, Entrevistador) Distrito Metropolitano de Quito (Parroquia de Pacto).
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico* (cuarta ed.). México : Trillas.
- Burvano, J. (2016). Servicios Turísticos. (S. Duchicela, Entrevistador) Distrito Metropolitano de Quito (Parroquia de Pacto).
- Castro, H. (2009). *Diseño de proyectos de inversión con el enfoque*. Guatemala: M'ks Comunicación.
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Lima.
- Destinos del Perú. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Lima, Perú.
- Embajada de Suiza. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Lima.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2012). *CCONDEM* . Recuperado el 17 de 06 de 2016, de <http://www.ccondem.org.ec/martinpescador.php?c=795>
- FEPTCE. (2011). *Promoción, difusión y comercialización del turismo comunitario del Ecuador*. Recuperado el 2016, de <http://www.infodesarrollo.ec/promocidifusi-comercializacielturismo-comunitario-del-ecuador/>
- G.A.D. Parroquial Pacto. . (s.f.). *Misión*. Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de <http://pacto.gob.ec/index.php/ct-menu-item-3/ct-menu-item-11>
- GADPP. (2012). Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Pacto 2012-2025. Pichincha, Ecuador .

- GADPP. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Pacto 2012-2025*. Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de <https://drive.google.com/drive/folders/0B9hU47NifOWPeGxrR3dNaFUtd1k>
- GESTNOVA CÍA. LTDA. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Pacto*. Recuperado el 08 de noviembre de 2016, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1768128260001\\_GESTNOVA\\_PDyOT\\_PACTOFINAL\\_30-10-2015\\_20-27-52.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1768128260001_GESTNOVA_PDyOT_PACTOFINAL_30-10-2015_20-27-52.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Pacto. (2012). *Datos geográficos*. Recuperado el 11 de mayo de 2016, de <http://pacto.gob.ec/index.php/ct-menu-item-13/ct-menu-item-29>
- Gonzales, J. (2014). *Análisis y estudio de Mercado ACUS 2014*. Quito: Quito Turismo.
- Gonzales, R. (2016). Servicios de Alimentación Pacto Loma. (S. Duchicela, Entrevistador) Distrito Metropolitano de Quito (Parroquia de Pacto).
- Google, Datos de mapas. (2016). *Ubicacion de la Parroquia de Pacto*. Recuperado el 12 de mayo de 2016, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Nanegalito/@0.062176,-78.6842107,17z/data=!4m5!3m4!1s0x8e2a80c63dc144b5:0x2b136185adf44bc3!8m2!3d0.062176!4d-78.682022>
- Kotler, P., García de Madariaga, J., Flores, J., Bowen, J. & Makens, J. (2011). *Marketing Turístico* (5ª edición ed.). España: Pearson Educación.
- Leiver, C. (2016). Servicios de Alojamiento. (S. Duchicela, Entrevistador) Distrito Metropolitano de Quito (Parroquia de Pacto).
- Ministerio de Comercio exterior y turismo (Mincetur). (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Lima.
- Ocaña, W. (2016). Proyecto: Fortalecimiento de las capacidades locales para el fomento del turismo en las Áreas de Conservación y Uso Sustentable del Distrito Metropolitano de Quito. *Universidad de las Américas, Escuela de Hospitalidad y Turismo*. Quito: Universidad de las Américas.

- Organizacion Mundial de Turismo. (2012). *Demanda Turística*. Recuperado el 08 de noviembre de 2016, de <http://www.utntyh.com/alumnos/wp-content/uploads/2015/03/Demanda-oferta-y-mercado-tur%C3%ADstico-Unidad-2.pdf>
- Parker, C. (1993). Otra lógica en América Latina. *Fondo de Cultura Económica*. Chile.
- Quito Turismo. (2014). *Quienes somos: Quito Turismo*. Recuperado el 23 de 10 de 2016, de <http://www.quito-turismo.gob.ec/lainstitucion/quienes-somos>
- Ramón, G. (2001). La gente, la tierra y la sociedad de Nanegal desde los tiempos aborígenes. *Tendiendo Puentes entre los Paisajes Humanos y Naturales*. quito.
- Revelo, G. (2016). Servicios de Alojamiento. (S. Duchicela, Entrevistador) Distrito Metropolitano de Quito (Parroquia de Pacto).
- Ruiz, E. (2007). Turismo Comunitario en Ecuador. En *Turismo Comunitario en Ecuador* (pág. 16). Quito-Ecuador: Abya-Yala.
- Ruiz, E. (2008). Agua Blanca. En *Comunidad y turismo en el Pacífico ecuatorial*. Quito: Abya-Yala.
- Ruiz, O. (2012). Metodología de Investigación Cualitativa ; Universidad de Deusto.
- Secretaría de Ambiente. (2015). Plan de Monitoreo, Control y Vigilancia Ambiental en las ACUS Mashpi-Guaycuyacu-Sahuangal y Sistema Hidrico y Arqueológico Pachijal, Distrito Metropolitano de Quito. Quito, Ecuador.
- Secretaría de Ambiente. (2016). *Patrimonio Natural: Secretaría de Ambiente del Municipio del Distrito Metropolitano Quito*. Recuperado el 18 de noviembre de 2016, de <http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/patrimonio-natural>
- Secretaria de Ambiente. (2016). *Turismo en ACUS*. Recuperado el 14 de 11 de 2016, de <http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/patrimonio-natural/subsistema-metropolitano-de-areas-naturales-protegidas-del-distrito-metropolitano-de-quito-smanp/turismo-acus>

- Secretaria de Ambiente del DMQ. (2011). *Datos geográficos*. Recuperado el 11 de mayo de 2016, de <http://pacto.gob.ec/index.php/ct-menu-item-13/ct-menu-item-29>
- Secretaria de Estado para Asuntos Económicos (SECO). (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Lima.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva*. Recuperado el 13 de 04 de 2016, de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva#tabs2>
- Torres León y Ruiz Ballesteros. (2009). *Cultura, Comunidad y Turismo*. En *Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador* (pág. 28). Quito, Ecuador: Abya Yala.
- Universidad de las Américas [UDLA]. (2016). *Acerca de nosotros: Universidad de las Américas*. Recuperado el 23 de octubre de 2016, de <http://www.udla.edu.ec/la-udla/acerca-de-nosotros/>
- Universidad de Las Americas. (2015). *Líneas de investigación*. Recuperado el 12 de abril de 2016, de <http://www.udla.edu.ec/investigaciones/>

## **ANEXOS**



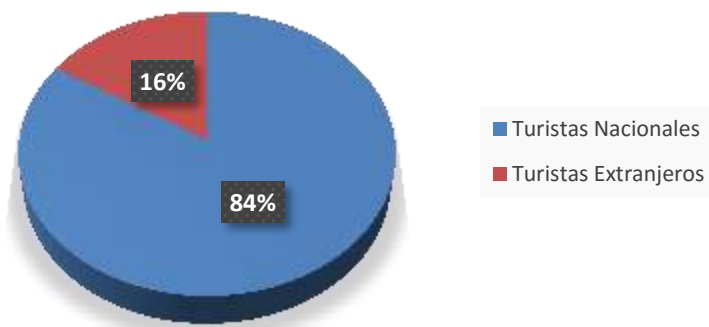
**Anexo A. Formato de entrevista para la identificación del perfil de turista que llega a la comunidad de Pacto Loma.**

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE SERVICIOS	
<p><b>Estimado turista.</b> Esta encuesta tiene como objetivo mejorar la oferta turística de la comunidad, por ello solicitamos de su tiempo, es de gran importancia para nosotros conocer las observaciones y experiencia recibida durante su visita.</p> <p><b>IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL DE TURISTA</b></p> <p>Marque con una sola x la respuesta de su preferencia.</p>	
<p><b>1.- Sexo:</b></p> <p>F <input type="radio"/> M <input type="radio"/></p>	<p><b>10.- Número de horas de su visita.</b></p> <p>2 a 4 horas <input type="radio"/></p> <p>4 a 8 horas <input type="radio"/></p> <p>Menos de 1 día <input type="radio"/></p> <p>2 a 3 días <input type="radio"/></p> <p>4 a 6 días <input type="radio"/></p> <p>Más de 8 días <input type="radio"/></p>
<p><b>2.- Nacionalidad:</b></p> <p>.....</p>	<p><b>11.- Actividades que realizó.</b></p> <p>Visita al río/ cascadas <input type="radio"/></p> <p>Avistamiento de aves <input type="radio"/></p> <p>Visita a la comunidad <input type="radio"/></p> <p>Visita a las granjas comunitarias <input type="radio"/></p> <p>Caminatas ecológicas <input type="radio"/></p> <p>Observación de flora y fauna <input type="radio"/></p> <p>Camping <input type="radio"/></p> <p>Otros <input type="radio"/></p>
<p><b>3.- Lugar de residencia/País:</b></p> <p>.....</p>	
<p><b>4.- Ocupación.</b></p> <p>Estudiante <input type="radio"/></p> <p>Profesional <input type="radio"/></p> <p>Jubilado <input type="radio"/></p> <p>Desempleado <input type="radio"/></p>	<p><b>12.- Gasto promedio de su visita.</b></p> <p>5 a 10 dólares <input type="radio"/></p> <p>10 a 40 dólares <input type="radio"/></p> <p>40 a 90 dólares <input type="radio"/></p> <p>Más de 100 dólares <input type="radio"/></p>
<p><b>5.- Edad.</b></p> <p>Menor 19 <input type="radio"/></p> <p>20- 30 <input type="radio"/></p> <p>30- 40 <input type="radio"/></p> <p>40- 50 <input type="radio"/></p> <p>Mayor de 50 <input type="radio"/></p>	<p><b>13.- ¿Cómo se enteró de la existencia de la comunidad?</b></p> <p>Internet-web <input type="radio"/></p> <p>Televisión <input type="radio"/></p> <p>Amigos <input type="radio"/></p> <p>Agencia de viajes <input type="radio"/></p> <p>Familiares <input type="radio"/></p> <p>Revistas/ prensa <input type="radio"/></p> <p>Otros <input type="radio"/></p>
<p><b>6.- ¿Qué tipo de turismo prefiere?</b></p> <p>Turismo ecológico <input type="radio"/></p> <p>Turismo de aventura <input type="radio"/></p> <p>Turismo vivencial <input type="radio"/></p> <p>Turismo deportivo <input type="radio"/></p>	<p><b>14.- ¿Con cuánto tiempo de anticipación organiza su viaje?</b></p> <p>2 semanas o menos <input type="radio"/></p> <p>2 a 4 semanas <input type="radio"/></p> <p>1 a 2 meses <input type="radio"/></p> <p>Más de 3 meses <input type="radio"/></p>
<p><b>7.- Especifique su motivo de viaje.</b></p> <p>Ocio / vacaciones <input type="radio"/></p> <p>Turismo vivencial <input type="radio"/></p> <p>Negocios <input type="radio"/></p> <p>Estudios <input type="radio"/></p> <p>Visita a familiares o amigos <input type="radio"/></p> <p>Otro <input type="radio"/></p>	<p><b>15.- Califique el tipo de servicio recibido.</b></p> <p>Excelente <input type="radio"/></p> <p>Muy bueno <input type="radio"/></p> <p>Regular <input type="radio"/></p> <p>Malos <input type="radio"/></p>
<p><b>8.- ¿Con quién viaja?</b></p> <p>Solo/a <input type="radio"/></p> <p>Pareja <input type="radio"/></p> <p>Amigos <input type="radio"/></p> <p>Familia <input type="radio"/></p>	<p><b>16.- ¿Conoce usted las alternativas de actividades turísticas que ofrece Pacto Loma?</b></p> <p>Sí <input type="radio"/></p> <p>No <input type="radio"/></p> <p>¿Cuáles? .....</p>
<p><b>9.- ¿Número de personas que viajan?</b></p> <p>Solo/a <input type="radio"/></p> <p>1 a 3 personas <input type="radio"/></p> <p>3 a 6 personas <input type="radio"/></p> <p>6 a 10 personas <input type="radio"/></p> <p>Más de 10 personas <input type="radio"/></p>	

## Anexo B. Resultados de encuestas realizadas a visitantes nacionales y extranjeros en la comunidad de Pacto Loma.

Se realizaron un total de 25 encuestas en varios espacios de la comunidad de Pacto Loma, entre los días 4, 5 y 6 de noviembre del 2016. De los resultados obtenidos, se desprende la siguiente información:

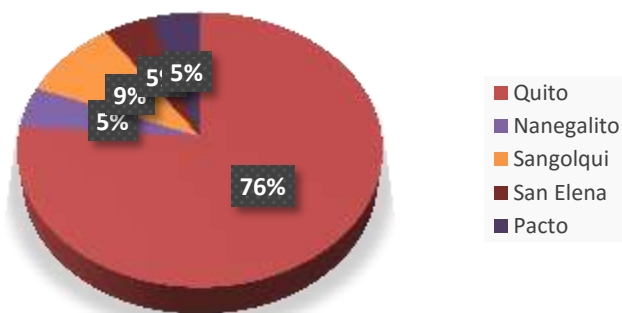
Se determinó que el 84% son turistas nacionales y el 16% turistas extranjeros. En la figura 8 se puede apreciar el porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la comunidad.



### Tipo turista

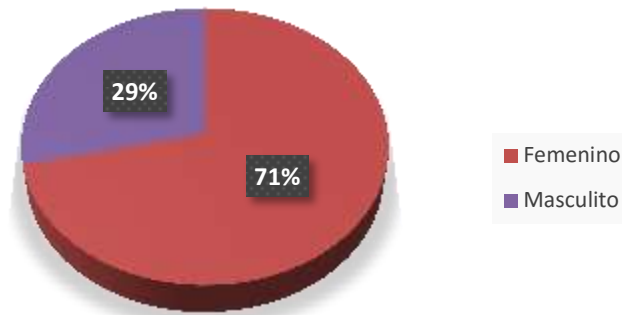
#### Turistas nacionales que visitan la comunidad de Pacto Loma-Pacto

En la figura 9, el 84% de turistas que visitan Pacto Loma, son nacionales, principalmente de Quito (76%), y en menor medida de lugares como: Sangolquí (9%), Santa Elena Nanegalito y Pacto, representan el 5%.



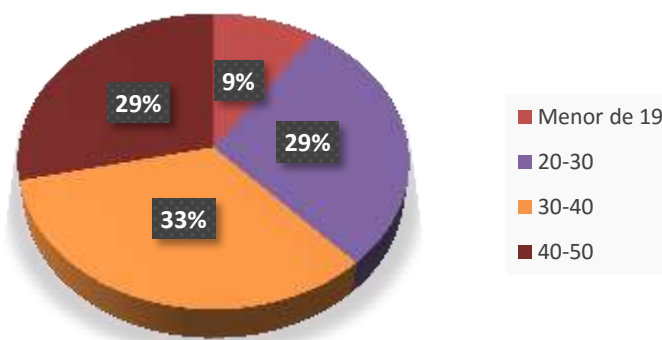
### Lugar residencia

En cuanto a la distribución porcentual que representa la figura 10, podemos visualizar que los turistas nacionales con mayor afluencia el género masculino representado por 71% y el 29% femenino.



### **Género turista nacional**

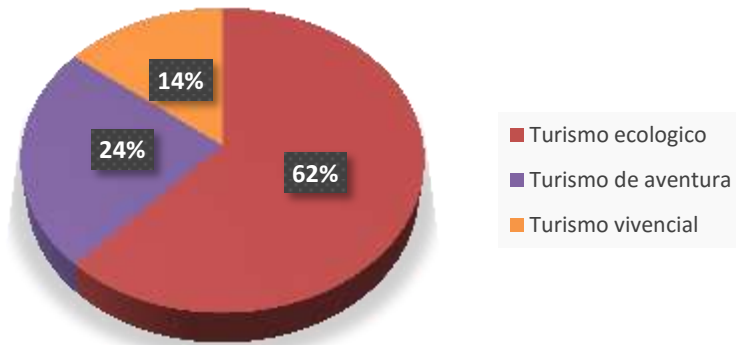
En la figura 11, se observa el rango de edad que visita la comunidad de Pacto Loma. El 33% de visitantes tienen una edad que oscila entre los 30-40 años, sin embargo el porcentaje de otros rangos es relativamente similar, puesto que las personas de entre 20-30 años, representan el 29%; y las personas de entre 40-50 años también representan un 29%. Por otra parte, los menores de 19 años, son un grupo minoritario con un 9%.



### **Edad de los visitantes nacionales**

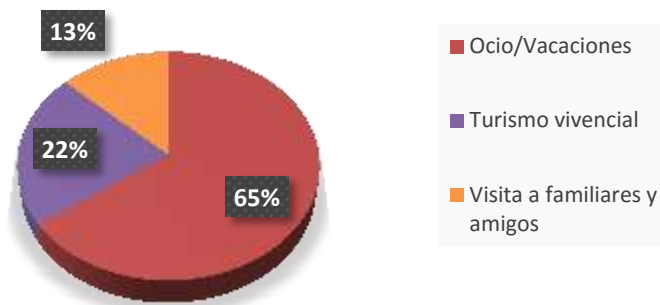
En la figura 12 podemos observar, en la figura 7 se podemos observar, el tipo de turismo que prefieren los visitantes nacionales es el turismo ecológico

(62%), seguido del turismo de aventura (24%), en menor medida se muestra preferencia hacia el turismo vivencial (14%).



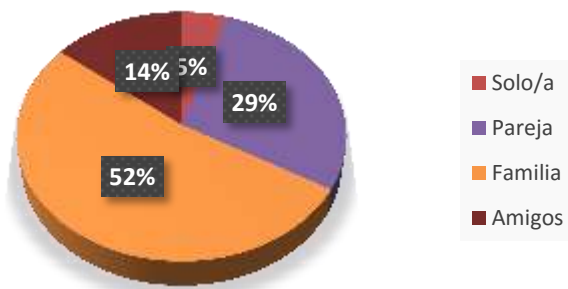
### Tipo de turismo que prefiere el visitante nacional

Se puede visualizar la respuesta porcentual en la figura 13, el motivo de visita a la comunidad, más de la mitad de los turistas señalaron que su principal motivo de viaje es ocio y vacaciones (65%), el 22% turismo vivencial y el 13% visita a familiares y amigos.



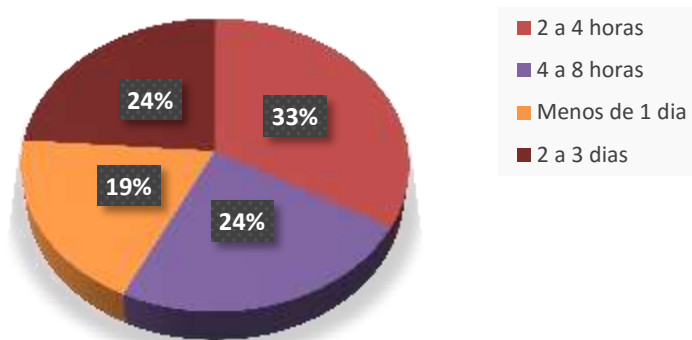
### Tipo de turismo que prefiere el visitante nacional

Los resultados en la figura 14 muestra, que el tipo de grupo conformados por familias representa el 52% que llegan a la comunidad, le sigue con amigos el 26% y el 14% en pareja.



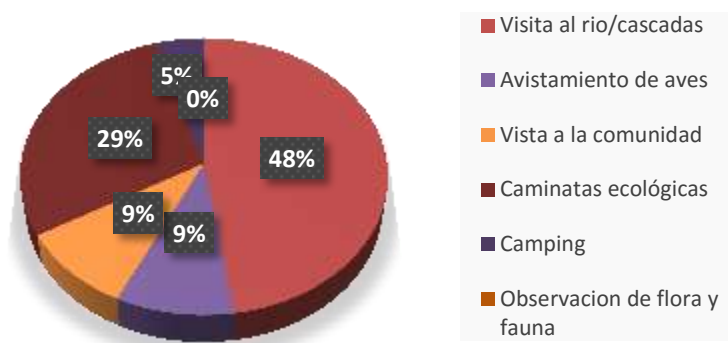
### Tipo de turismo que prefiere el visitante nacional

En la figura 15, el 57% de los encuestados, permanece de entre 2 a 8 horas en el sitio y un 19% señaló que su permanencia será menor a un día. El 24% pernocta en el sector, teniendo permanencia en el territorio, de 2 a 3 días.



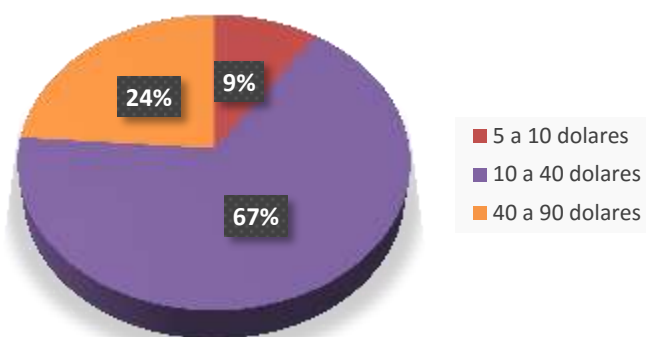
### Tiempo de estadía de los turistas nacionales

Las actividades que realizaron los turistas nacionales durante la visita a la comunidad, la figura 16 muestra el 48% de las actividades corresponde la visita al río/cascadas, el 29% a caminatas ecológicas, un grupo pequeño correspondiente al 9% realizó avistamiento de aves y visito la comunidad, y el 5% se dedicó al camping.



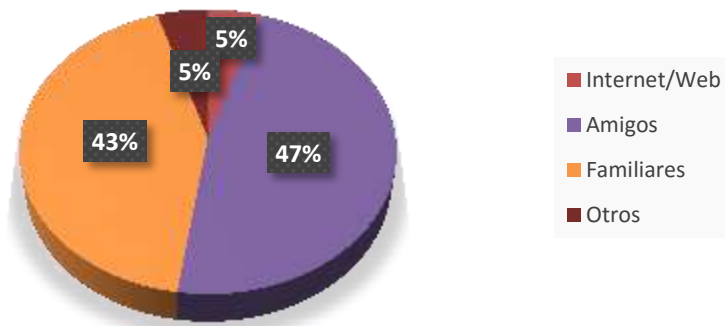
### Actividades turísticas durante la visita de los turistas nacionales

Respecto al gasto promedio de los turistas nacionales que visitaron la comunidad de Pacto se puede visualizar en la figura 17, de \$10 a 40 dólares representa el 67%, seguido \$ 40 a 90 dólares (24%) y el restante 9% \$5 a 10 dólares.



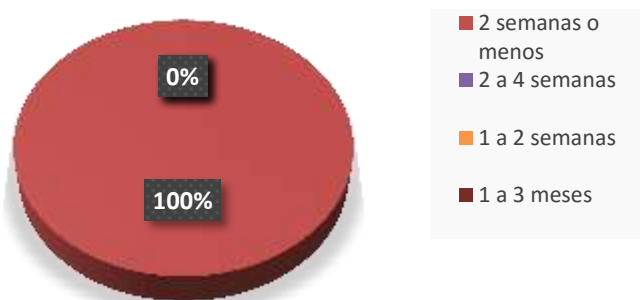
### Gasto promedio de los turistas nacionales

El 47% de los entrevistados manifestaron que se enteraron de la existencia de la comunidad por medio de sus amigos, el 20% respondieron a través de sus familiares y el 5% restante entre internet y otros, como representa la figura 18.



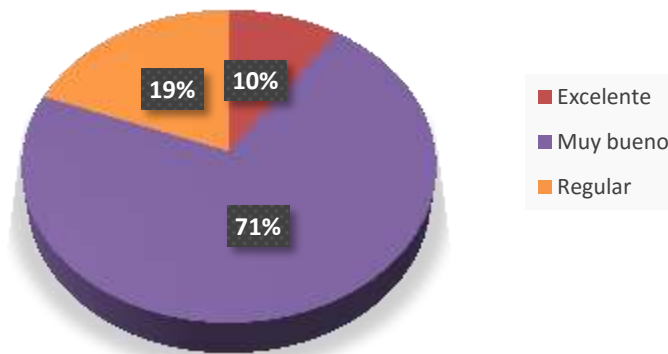
### Fuentes de información sobre la comunidad de Pacto Loma

En la figura 19. El tiempo que le tomó al turista nacional organizar su viaje fue de 2 semanas o menos con el 100%, esta respuesta se vio influenciada, por el hecho de que las encuestas se realizaron durante un feriado nacional.



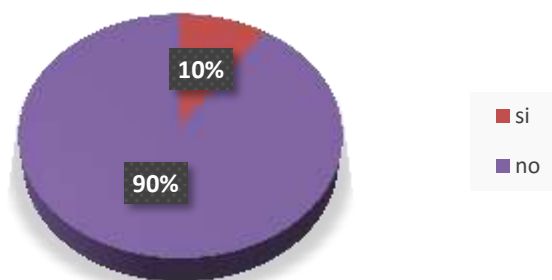
### Tiempo de organización de su visita a Pacto Loma

En lo referente al tipo de servicio que ofreció la comunidad a los turistas nacionales que visitaron la comunidad fue calificado como: muy bueno (71%), regular (19%) y el 10 % restante excelente, se detalla en la figura 20.



### Tipo de servicio que ofreció la comunidad a los turistas nacionales

Para concluir, en la figura 21 se observa que el 90% de los turistas que arribaron desconocen las alternativas actividades turísticas que ofrece Pacto Loma y un 10% tienen conocimiento.

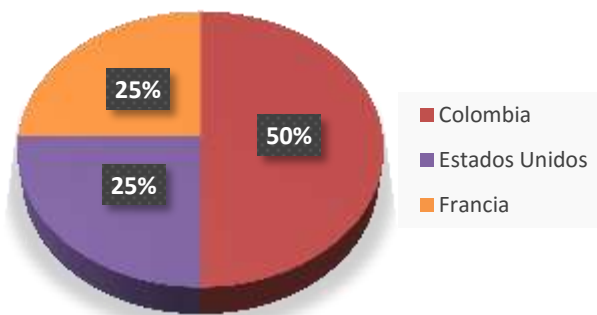


### Conocimiento de las actividades turísticas que ofrece Pacto Loma

#### Turistas extranjeros que visitan la comunidad Pacto Loma

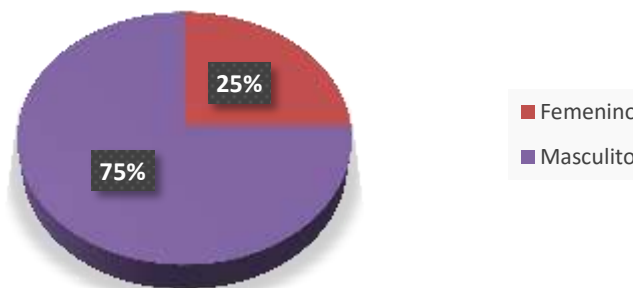
En la figura 22, se puede observar que del total de turistas extranjeros que representa 16%, el país que predomina en la comunidad son Colombia con el 50%; en segundo lugar Estados Unidos (25%) y el otro 25 % provienen de Francia.





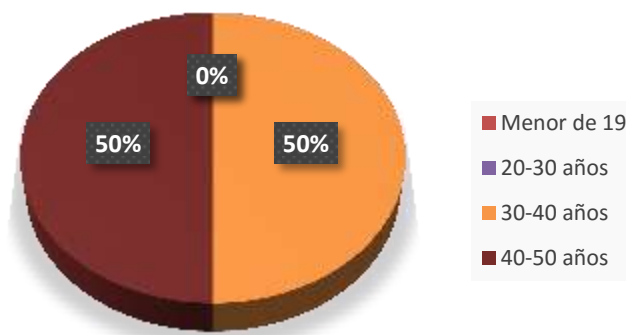
### Lugar de residencia de los turistas extranjeros

Respecto al género que predomina en los turistas extranjeros que visitan la comunidad de Pacto Loma. El género masculino abarca más de la mitad de turistas encuestados con el 75% y el 25% representa al género femenino, como se observa en la figura 23.



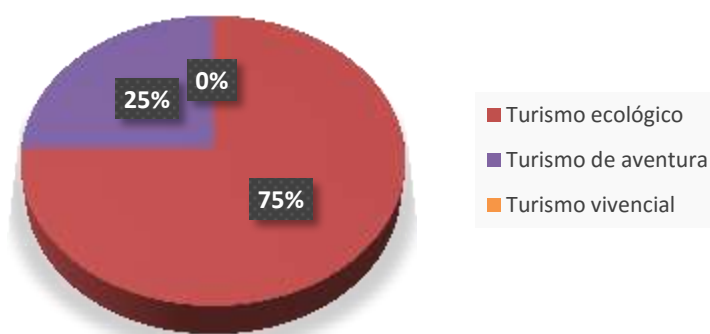
### Genero de los turistas extranjeros

En la figura 24, podemos visualizar el rango de edades oscilan los visitantes encuestados de la comunidad está entre 30-40 años que representa el 50%, seguido 40-50 años (50%).



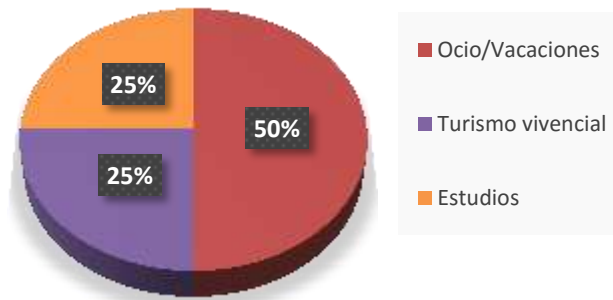
### Edad de los turistas extranjeros

En cuanto a la distribución porcentual que representa la figura 25, el turismo de preferencia de los visitantes extranjeros; 75% turismo ecológico y segundo lugar turismo de aventura (25%).



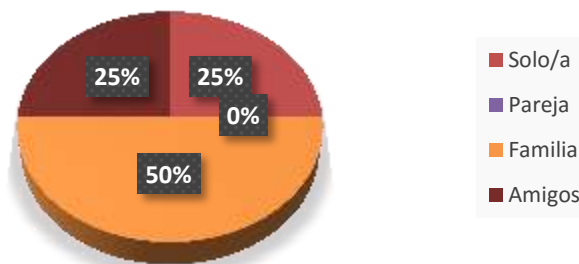
### Tipo de turismo que prefiere el visitante extranjero.

La figura 26, se puede visualizar el motivo principal de los turistas extranjeros que visitan la comunidad señalaron es ocio y vacaciones (50%), turismo vivencial representa al 25% y el restante (25%) estudios.



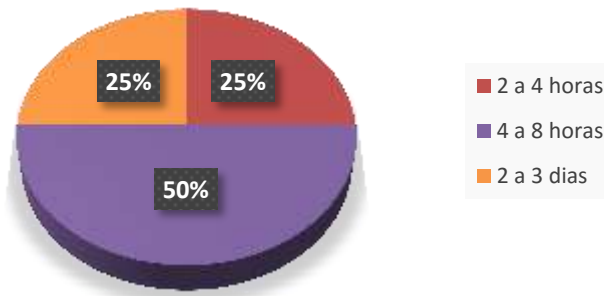
### Motivo de viaje de los turistas extranjeros

En cuanto a los acompañantes de los turistas extranjeros, el 50 % viajan con su familia a la comunidad, le sigue con el 25% amigos y el 14% solo/a. En detalle de las respuestas se puede apreciar en la figura 27.



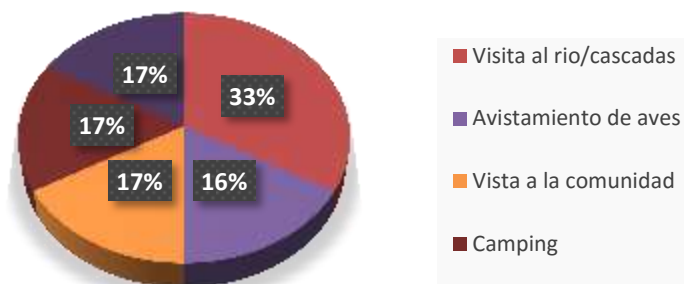
### Acompañante de viaje de los turistas extranjeros

El tiempo de permanencia de los turistas extranjeros, el 50% representa a 4-8 horas, se puede observar en la figura 28, mientras que el 25 % representa 2-4 horas su visita en la comunidad de Pacto Loma y el 25% restante de los turistas 2 a 3 días pernocta en la comunidad.



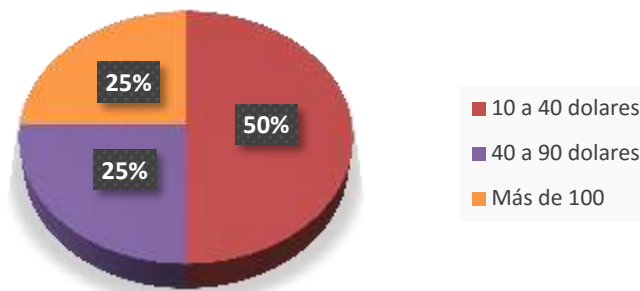
### Tiempo de estadía de los turistas extranjeros

El 33% de las actividades que realizó el turista corresponde la visita al río/cascadas, el 17% corresponde a las siguientes actividades; avistamiento de aves, visita la comunidad y camping, un grupo pequeño con el 16% realizó visita a las granjas comunitarias. Los detalles podemos visualizar en la figura 29.



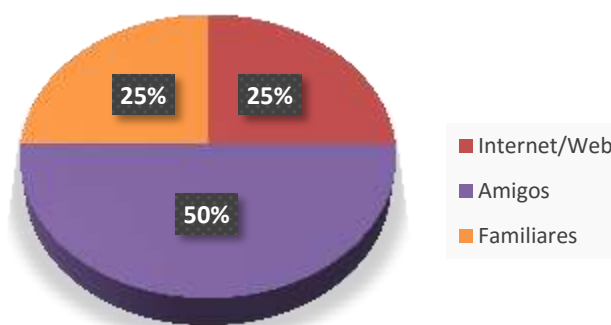
### Actividades turísticas de los turistas extranjeros

En la figura 30. El gasto promedio corresponde a la mitad de encuestados (50%) de \$40 a 90 dólares, seguido \$ 10 a 40 dólares (25%) y el restante 25% más de 100 dólares.



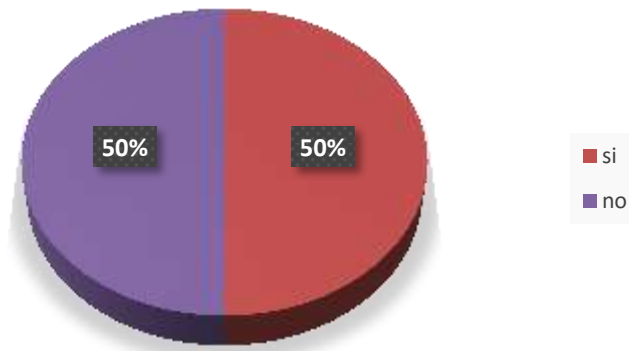
### Gasto promedio de los turistas extranjeros

El 50% de los entrevistados manifestaron que se enteraron de la existencia de la comunidad por medio de sus amigos, el 25% respondieron a través de sus familiares, internet y otros, lo cual podemos apreciar en la figura número 31.



### Fuentes de información sobre la comunidad de Pacto Loma de los turistas extranjeros

Finalmente en la figura 32, podemos observar que la mitad de turistas que arribaron manifiestan conocer las alternativas actividades turística que ofrece Pacto Loma (50%) y el restante 50% no tienen conocimiento alguno, manifestaron que era su primera vez en la comunidad de Pacto Loma.



**Conocimiento de las actividades turísticas de Pacto Loma**

## ANEXO C. Matriz de marco lógico.

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	ELABORACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA COMUNIDAD DE PACTO LOMA, PARROQUIA DE PACTO, DMQ				
<b>Duración del proyecto</b>	12 meses				<b>Vida útil del proyecto:</b> 1 año
<b>OBJETIVO GENERAL/FIN</b>			<b>BENEFICIARIOS DIRECTOS</b>		
Fortalecer la diversificación de actividades turísticas en la comunidad de Pacto Loma, para promover la demanda de turistas nacionales & extranjeros y el incremento de sus ingresos económicos.			Al finalizar el proyecto al menos 6 familias de la comunidad de Pacto Loma, han incrementado sus ingresos económicos, por medio de la implementación del turismo vivencial.		
<b>PROPOSITO</b>			<b>TEMPORALIDAD</b>		
Consolidar la estructura del producto turístico comunitario como principal actividad en la comunidad de Pacto Loma			Al finalizar el primer año de intervención, la comunidad cuenta con un proyecto turístico comunitario estructurado, implementado y ejecutándose. Incremento del 10% de flujo de turistas a la comunidad.		
<b>RESULTADO/COMPONENTE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>TAREAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACION</b>	<b>SUPUESTOS DE RIESGOS</b>
1.Desarrollar una propuesta de producto turístico con enfoque comunitario	1.1 Determinación de los potenciales turísticos comunitarios	Fichas de levantamiento de atractivos turísticos. Visita al territorio.	Se desarrolla un producto turístico al finalizar el proyecto de intervención.	Informe Técnico.	Existe interés por varios entes privados y públicos en la comunidad para fomentar el desarrollo de un turismo vivencial.  Vínculo entre la comunidad y los actores locales principales para establecer estrategias de promoción turística.  Fenómenos naturales
	1.2. Establecer itinerarios, recorridos y costo de operación	Reuniones y talleres de sensibilización sobre el turismo vivencial. Contrato de diseñador. Reuniones para validar el producto con la comunidad.		Documentos de la estructura del proyecto y del producto turístico que se determinara.	
	1.3 Definición y desarrollo del producto turístico comunitario de Pacto Loma.	Talleres participativos con los actores locales. Reuniones con la comunidad para el desarrollo del producto,		Fotografías Verificación en campo  Acta de reuniones Informes de seguimiento físico y financiero  Ordenes de servicio	
<b>Temporalidad</b>	Al término del I trimestre se desarrollara una propuesta de producto turístico con enfoque comunitario en la comunidad de Pacto Loma.				

RESULTADO/COMPONENTE	ACTIVIDADES	TAREAS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS/RIESGOS
2. Fomentar la operación turística de la zona y las capacidades locales de gestión comunitaria en Pacto Loma	2.1 Desarrollo de talleres para evaluar sus actividades turísticas y un programa de formación comunitaria.	Reuniones y acuerdos con la comunidad	Facilitador.  Llevar un registro de asistencias.	Informe técnico  Lista de asistentes a talleres y reuniones. Invitación de los operadores turísticos.	La devastación y sobre explotación de los recursos naturales estratégicos genera pérdidas irreversibles de sus ecosistemas, afecta el turismo en la zona. El cambio a la matriz productiva fomenta el turismo rural y local.
	2.2 Viajes para familiarizar el producto comunitario en el mercado turístico.	Invitar a operadores turísticos.  Coordinar viajes con instituciones privados o públicos	Coordinador de viajes.  Reuniones. Fotografía.  Intervención de buenas prácticas de turismo vivencial al finalizar el proyecto	Fotografías Acta de reuniones  Informes de seguimiento físico y financiero  Acta de alianzas estratégicas.	
	2.3 Establecer talleres de fortalecimiento organizativo para las actividades turísticas en la comunidad.	Reuniones y talleres de fortalecimiento organizativo en las actividades turísticas.			
<b>Temporalidad</b>	Al término del II trimestre se fomentará la operación turística y III trimestre las capacidades locales de gestión comunitaria en la comunidad de Pacto Loma.				



RESULTADO/COMPONENTE	ACTIVIDADES	TAREAS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS RIESGOS
3. Desarrollar un modelo de gestión turística comunitaria	3.1 Desarrollo e implementación de estrategias de marketing.	Definición y evaluación de las estrategias de marketing. Aplicación de estrategias.	Incremento del 10% anual de las visitas de la comunidad.	Informe técnico. Desarrollo de estrategias de comercialización.	Aumento de la demanda turística en la zona de Pacto Loma. Ineficiente modelo de gestión. Consolidación de nuevos productos turísticos. Poca aceptación del producto. Fenómenos naturales
	3.2 Posicionamiento y promoción turística del producto comunitario	Contratar un profesional. Manejo de redes sociales. Incremento de posicionamiento.	Reuniones con personal capacitado de marketing. Manejo de redes sociales.	Plan de comunicación en medios radiales, televisivos y web. Material de difusión. Fotografía.	
		Promoción en medios de comunicación masivos.	Reportajes radiales y televisivos.	Informes de seguimiento	
	3.3 Evaluación de la viabilidad del proyecto.	Reuniones con la comunidad y actores locales. Seguimiento del proyecto. Análisis de viabilidad	Fotografía.	Alianzas estrategias. Informe económico aprobado.	
	3.4 Seguimiento y monitoreo del proyecto	Desarrollo de un plan de monitoreo y seguimiento			
<b>Temporalidad</b>	Al finalizar el proyecto se desarrollara un modelo de gestión turística comunitaria en Pacto Loma				

## Anexo D. Cronograma

PLAN OPERATIVO														
CÓDIGO	ACTIVIDADES/TAREAS	DURACION												RESPONSABLE
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
10000	<b>1. Desarrollar una propuesta de producto turístico con enfoque comunitario.</b>													Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
10100	1.1. Determinación de los potenciales turísticos comunitarios													Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
10200	1.2. Establecer costo de operación, itinerarios y recorridos.													Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
10300	1.3. Definición y desarrollo del producto turístico comunitario en Pacto Loma													Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
20000	<b>2. Fomentar la operación turística de la zona y las capacidades locales de gestión comunitaria en Pacto Loma.</b>													Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
20100	2.1. Desarrollo de talleres para evaluar sus actividades turísticas y un programa de formación comunitaria.													Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
20200	2.2. Viajes para familiarizar el producto comunitario en el													Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela

	mercado turístico.																		
20300	2.3. Establecer talleres de fortalecimiento organizativo para las actividades turísticas en la comunidad																		Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
30000	<b>3. Desarrollar un modelo de gestión turística comunitaria.</b>																		Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
30100	3.1. Desarrollo e implementación de estrategias de marketing.																		Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
30200	3.2. Posicionamiento y promoción turística del producto comunitario																		Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
30300	3.3. Evaluación de la viabilidad del proyecto.																		Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela
30400	3.4. Seguimiento y monitoreo del proyecto																		Coordinadora del proyecto: Solange Duchicela

## Anexo E. Presupuesto

PRESUPUESTO DEL PROYECTO								
CÓDIGO (A)	ACTIVIDADES (B)	UNIDAD DE MEDIDA (D)	CALCULO	COSTO USD (F)	FINANCIAMIENTO (G)			TOTALES USD (H)
					RECURSO PROPIOS	FINANCISTA	COMUNIDAD	
10000	<b>RESULTADO 1.Desarrollar una propuesta de producto turístico con enfoque comunitario</b>			\$ 7.101,50	\$ 5.470,00	\$ 1.600,00	\$ 31,50	\$ 7.101,50
10100	<b>1.1Determinación de los potenciales turísticos comunitarios.</b>			\$ 4.650,00	\$ 4.600,00	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 4.650,00
10101	Viáticos y subsistencias	Viáticos	20*día* 10 meses	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.200,00
10102	Movilización	Traslados	60 USD mes x 10 meses	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 600,00
10103	Alquiler de equipos	Equipos	1 alquiler de equipos * 300	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 300,00
10104	Materiales Varios	Materiales	Materiales *50 USD	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 50,00
10105	Coordinador general del proyecto	Horarios	6 meses	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00			\$ 2.500,00
10200	<b>1.2. Establecer costo de operación, itinerarios y recorridos.</b>			\$ 1.981,50	\$ 450,00	\$ 1.500,00	\$ 31,50	\$ 1.981,50
10201	Asesoría Técnica	Horarios	1 consultoría *1500	\$ 1.500,00	\$ 0,00	\$ 1.500,00	\$ 0,00	\$ 1.500,00
10202	Diseño de rutas/mapas	Horarios	3 mapas x 150	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 450,00

10203	Refrigerios de talleres	Refrigerios	Participantes 7 *3 talleres *1.50	\$ 31,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 31,50	\$ 31,50
10300	<b>1.3. Definición y desarrollo del producto turístico comunitario en Pacto Loma.</b>			<b>\$ 470,00</b>	<b>\$ 420,00</b>	<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 470,00</b>
10301	Facilitador de talleres	Facilitación	horas de facilitación 12*35 USD	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 420,00
10302	Materiales Varios (Reuniones, talleres)	Materiales	Materiales *50 USD	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 50,00

20000	<b>Resultado 2. Fomentar la operación turística de la zona y las capacidades locales de gestión comunitaria en Pacto Loma.</b>			<b>\$ 4.563,00</b>	<b>\$ 1.950,00</b>	<b>\$ 2.550,00</b>	<b>\$ 63,00</b>	<b>\$ 4.563,00</b>
20100	<b>2.1 Desarrollo de talleres para evaluar sus actividades turísticas y un programa de formación comunitaria.</b>			<b>\$ 2.001,50</b>	<b>\$ 1.170,00</b>	<b>\$ 800,00</b>	<b>\$ 31,50</b>	<b>\$ 2.001,50</b>
20101	Facilitador	Horarios	horas de facilitación 12*35 USD	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 420,00
20102	Refrigerios de talleres	Refrigerios	Participantes 7 *3 talleres *1.50	\$ 31,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 31,50	\$ 31,50
20103	Diseño de un programa de capacitación	Horarios	1 consultoría *1500	\$ 1.500,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 0,00	\$ 1.500,00
20104	Materiales Varios (Reuniones, talleres)	Materiales	Materiales *50 USD	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 50,00
20200	<b>2.2. Viajes para familiarizar el producto comunitario en el mercado turístico.</b>			<b>\$ 1.880,00</b>	<b>\$ 180,00</b>	<b>\$ 1.700,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 1.880,00</b>
20201	Organizador de viajes	Honorarios	3 viajes*60 USD	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 180,00
20202	Circuito 1: Full Day caminata ecológica-visita a la comunidad	Circuito	55 USD * 30	\$ 1.650,00	\$ 0,00	\$ 1.650,00	\$ 0,00	\$ 1.650,00
20203	Materiales Varios	Materiales	Materiales *50 USD	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 50,00
20300	<b>2.3. Establecer talleres de fortalecimiento organizativo para las actividades turísticas en la comunidad</b>			<b>\$ 681,50</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 31,50</b>	<b>\$ 681,50</b>
20301	Facilitador	Honorarios	horas de facilitación 12*35 USD	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 420,00
20302	Alquiler de equipos	Equipos	horas de facilitación 12*15 USD	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 180,00
20303	Refrigerios de talleres	Refrigerios	Participantes 7 *3 talleres *1.50	\$ 31,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 31,50	\$ 31,50
20304	Materiales Varios (Reuniones, talleres)	Materiales	Materiales *50 USD	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 50,00

30000	<b>Resultado 3. Desarrollar un modelo de gestión turística comunitaria</b>			<b>\$ 10.800,00</b>	<b>\$ 9.800,00</b>	<b>\$ 400,00</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 10.800,00</b>
30100	<b>3.1. Desarrollo e implementación de estrategias de marketing</b>			<b>\$ 1.600,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 1.600,00</b>
30101	Asesoría Técnica	Honorarios	1 consultoría *1500	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.500,00
30102	Materiales Varios	Materiales	Materiales * 100 USD	\$ 100,00	\$ 0,00	\$ 100,00	\$ 0,00	\$ 100,00
30200	<b>3.2. Posicionamiento y promoción turística del producto comunitario</b>			<b>\$ 3.300,00</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 300,00</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 3.300,00</b>
30201	Material Promocional	Materiales	materiales*400	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 0,00	\$ 600,00
30202	Asesoría Técnica en Marketing	Honorarios	1 consultoría *1500	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.500,00
30203	Publicaciones en revista/prensa	Publicaciones	3 publicaciones*400	\$ 1.200,00	\$ 600,00	\$ 0,00	\$ 600,00	\$ 1.200,00
30300	<b>3.3. Evaluación de la viabilidad del proyecto.</b>			<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 1.500,00</b>
30301	Asesoría Técnica	Honorarios	1 consultoría *1500	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.500,00
30400	<b>3.4. Seguimiento y monitoreo del proyecto.</b>			<b>\$ 4.400,00</b>	<b>\$ 4.400,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 4.400,00</b>
30401	Informes de seguimiento y monitoreo del proyecto	Informes	Informes trimestrales de gestión 4 *350 USD	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.400,00
30402	Consultoría de la evaluación final	Consultoría	1 consultoría *1500	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.500,00
30403	Gastos Generales(servicios básicos, Internet)	Gasto Generales	Pago de servicios 10 meses *150 USD	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.500,00
Total de proyecto				<b>\$ 22.464,50</b>	<b>\$ 17.220,00</b>	<b>\$ 4.550,00</b>	<b>\$ 694,50</b>	<b>\$ 22.464,50</b>
Porcentajes de distribución presupuestaria				100%	25%	60%	15%	100%

## Anexo F. Fichas de inventario turístico (MINTUR)

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1. NOMBRE</b> <p style="text-align: center;"><b>CASCADA “GALLO DE LA PEÑA”</b></p>	<b>2.FICHA Nº</b> <p style="text-align: center;"><b>001</b></p>	<b>3. FICHAS ASOCIADAS :</b>	
<b>4. CATEGORÍA</b> Sitios Naturales	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Caída de Agua		
<b>6. UBICACIÓN:</b> <b>Provincia:</b> Pichincha <b>Cantón:</b> Quito <b>Parroquia:</b> Pacto <b>Comunidad:</b> Pacto	<b>Latitud:</b> <hr/> <b>Longitud:</b> <hr/> <b>Altitud:</b> 1138 m.s.n.m.		
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde:</b>	<b>9.Vía, tipo y estado:</b>	<b>10.Medio de acceso:</b>	<b>11.Tiempo:</b>
Quito - Pacto	Av. Córdova Galarza, Vía Calacalí –Nagelito-Via La Delicia- Pacto/1er y 2do Orden y carretero/ Buen estado	Bus Auto Propio o de alquiler	4 horas y 10 min. 3 horas y 45 min.
Pacto	Sendero	Caminata	25 a 30 minutos.
<b>12. DESCRIPCIÓN</b>			
La caída de agua tiene aproximadamente unos 5 metros de altura y forma una piscina circular de 5.5 metros de diámetro.			
El nombre de la cascada fue tomada del ave llamada Gallo de la Peña que rodeaba la cascada.			
El sendero para el ingreso a la cascada es de gran			



belleza muestra gran variedad en flora y con sombra en su mayor parte.

### 13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES

En el lugar actualmente realizan visitas a cargo de la Fundación Sembrando Vida, fundación de turismo comunitario en la localidad con un perfil de turistas estudiantiles.

La cascada está incluida en paquetes turísticos de un día y dos que es la propuesta de la fundación.

### 14. HORARIOS

Durante el día

### 15. PRECIOS

\$ 1

### 16. PROPIETARIO

### 17. PERSONA DE CONTACTO

George Uvideo  
0999772924

### 18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE

Turista:	Semana:	Fin de Semana:	Feridos Largos	Vacaciones
Turista Nacional	✓	✓	✓	-
Turista Extranjero			✓	-

### 19. EMPRESAS QUE OPERAN

### 20. ACTIVIDAD

### 21. CÓDIGO

### 22. SERVICIOS:

	Estacionamiento:	✓	<b>Servicios Higiénicos</b>
✓	<b>Alimentación: un local de venta de comida</b>		Seguridad
✓	<b>Alojamiento: Finca San Pablo / Hostal comunitario</b>		Mantenimiento
✓	<b>Visitas Guiadas:</b>		Alquiler de material para realizar actividades
	Talleres		Venta de souvenir
	Rutas autoguiadas		Información sobre el recurso
	Señalización para llegar		Folletos informativos:

✓	<b>Señalización interna: sendero</b>	Teléfono público
	Limpieza y Recogida de basuras	Pago con tarjeta de crédito
	Otros:	

### 23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA

Por el momento ninguno identificable solo la falta de organización en aspecto de limpieza y recolección de basura crearía problemas. El impacto en la flora y fauna provocado por la visita de turistas

### 24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS

GAD Parroquial de Pacto.

George Uviedo (Propietario de la Finca San Pablo).

### 25. OBSERVACIONES

- Los propietarios de la finca tienen la iniciativa de re-adequar el sendero.
- Escasa señalética interpretativa.
- No existen un control de visitas al atractivo
- Mal manejo de desechos orgánicos.

#### SUGERENCIAS

- Solicitar un sistema de recolección de basura.
- Instalar señalética interpretativa.
- Mejorar el rotulo de la entrada del atractivo.
- Llevar un control de cuantos turistas visitan el atractivo turístico.

**26. Ficha realizada por** Solange Duchicela

**Revisado por** Victor Llugsa

**27.Fecha** 06/11/201

**FICHA DE ATRACTIVOS**

<b>1. NOMBRE</b> CASCADA “MARIPOSA AZUL”	<b>2. FICHA N°</b> 002	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b> :
<b>4. CATEGORÍA</b> SITIO NATURAL	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Cascada/ Caída de agua	

<b>6. UBICACIÓN:</b> <b>Provincia:</b> Pichincha <b>Cantón:</b> Quito <b>Parroquia:</b> Pacto <b>Sector:</b> Amagusa y la Esperanza	<b>Latitud:</b>
	<b>Longitud:</b>
	<b>Altitud:</b> 474 m.s.n.m

**7. ACCESO**

8. Desde:	9. Vía, tipo y estado:	10. Medio de acceso:	11. Tiempo:
Quito-Pacto	Av. Córdova Galarza, Vía Calacalí –Nagelito-Vía La Delicia- Pacto/1er y 2do Orden y carretero/ Buen estado	Bus Vehículo particular	4 hora y 10 minutos 3 horas y 45 min
Pacto-Amagusa	Sendero	Caminata	30 minutos.

**12. DESCRIPCIÓN**

En este lugar se destacan además la variedad de insectos, sobresaliendo la Mariposa Azul, singular especie de mariposa con alas azules con filos negros, motivo por el que la cascada lleva su nombre

Es ideal para quienes gustan de la caminata y del deporte extremo, después de atravesar por unos cuantos sembríos, inicia el bosque secundario hasta llegar a la cascada. En el sitio se puede observar una diversidad de flores que conducen hacia la caída de agua de 50 metros sobre roca, apta para practicar deportes como la escalada y el rappel; otra alternativa es el canyoning

**13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES**

- Actualmente se realizan visitas guiadas para conocer la flora y fauna del sector.
- Realizar caminatas ecológicas.
- Deportes extremos como rappel o escalada.

**14. HORARIOS**

Atención  
Permanente

**15. PRECIOS****16. PROPIETARIO****17. PERSONA DE CONTACTO****18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

<b>Turista:</b>	<b>Semana:</b>	<b>Fin de Semana:</b>	<b>Feridos Largos</b>	<b>Vacaciones</b>
Turista Nacional	✓	✓	✓	-
Turista Extranjero	-	✓	✓	-

**19. EMPRESAS QUE OPERAN****20. ACTIVIDAD****21. CÓDIGO**

Ninguna

**22. SERVICIOS:**

✓	<b>Estacionamiento: parqueadero</b>	<b>pequeño</b>	Servicios Higiénicos
	Alimentación		Seguridad
	Alojamiento:		Mantenimiento
✓	<b>Visitas Guiadas:</b>		Alquiler de material para realizar actividades
	Talleres		Venta de souvenir
✓	<b>Rutas auto guiadas</b>		Información sobre el recurso
	Señalización para llegar		Folletos informativos:
	Señalización interna		Teléfono público
	Limpieza y Recogida de basuras		Pago con tarjeta de crédito
	Otros:		

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

La contaminación por los inadecuados procesos de eliminación de desechos tóxicos.

Impactos socioculturales y naturales.

Contaminación del aire, agua y suelo.

Impacto paisajístico por malas y excesivas construcciones, por falta de control.

**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

GAD parroquial de Pacto

**25. OBSERVACIONES**

- Es necesario mejorar las vía de acceso al rio
- Mal manejo de los desechos orgánicos
- No existe ningún sendero trazado.
- Falta promoción turística
- Existe predisposición para la actividad turística por parte del propietario de los predios.

**SUGERENCIAS**

- Implementar señalética en los senderos.
- Implementar servicios de alimentación.
- Es fundamental crear un centro de información.
- Medir la huella ecológica
- Colocar basureros.

**26.Ficha realizada por** Solange Duchicela

**Revisado por** Víctor Llugsha

**27.Fecha** 08/11/2016

<b>1. NOMBRE</b> COMUNIDAD DE PACTO LOMA		<b>2. FICHA N°</b> 003	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b> :
<b>4. CATEGORÍA</b> Manifestación Cultural		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Histórica/Comunidad	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia: Pichincha Cantón: Quito Parroquia: Pacto Sector: Pacto Loma		<b>Latitud:</b>	
		<b>Longitud:</b>	
		<b>Altitud:</b>	
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde:</b>	<b>9. Vía, tipo y estado:</b>	<b>10. Medio de acceso:</b>	<b>11. Tiempo:</b>
Quito-Pacto	Av. Córdova Galarza, Vía Calacalí –Nagelito-Via La Delicia- Pacto/1er y 2do Orden y carretero/ Buen estado	Bus Vehículo particular	4 hora y 10 minutos 3 horas y 45 minutos
Pacto-Pacto Loma	Lastrada	Vehículo particular /alqui	10 minutos.
<b>12. DESCRIPCIÓN</b>			
<p>Conformada por las familias de la comunidad dedicados a la actividad turística comunitaria de la zona.</p> <p>Realizan ferias de agro-turismo para realzar el turismo en su comunidad y ofrecen productos de su zona.</p>			
<b>13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualmente se realizan visitas guiadas para conocer la flora y fauna del sector.</li> <li>• Realizar caminatas ecológicas.</li> <li>• Estudios científicos para estudiar el comportamiento de las 22 aves endémicas de la</li> </ul>			

franja del Chocó.

**14. HORARIOS**

Atención Permanente

**15. PRECIOS****16. PROPIETARIO****17. PERSONA DE CONTACTO****18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

<b>Turista:</b>	<b>Semana:</b>	<b>Fin de Semana:</b>	<b>Feriados Largos</b>	<b>Vacaciones</b>
Turista Nacional	✓	✓	✓	-
Turista Extranjero	✓	✓	✓	-

**19. EMPRESAS QUE OPERAN****20. ACTIVIDAD****21. CÓDIGO**

Ninguna

**22. SERVICIOS:**

✓	<b>Estacionamiento:</b> parqueadero	pequeño	✓	<b>Servicios Higiénicos</b>
✓	<b>Alimentación</b>			Seguridad
	Alojamiento:			Mantenimiento
✓	<b>Visitas Guiadas:</b>			Alquiler de material para realizar actividades
	Talleres			Venta de souvenir
✓	<b>Rutas autoguiadas</b>			Información sobre el recurso
✓	<b>Señalización para llegar</b>			Folletos informativos:
	Señalización interna			Teléfono público
	Limpieza y Recogida de basuras			Pago con tarjeta de crédito
	Otros:			

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

La contaminación por los inadecuados procesos de eliminación de desechos tóxicos.

Impactos socioculturales y naturales.

Contaminación del aire, agua y suelo.



**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Sergio Basantes

**25. OBSERVACIONES**

- Falta promoción turística.
- Cuenta con baños públicos.
- Medir la huella ecológica.
- Existe predisposición para la actividad turística por parte de la comunidad o de los predios.
- No cuenta con una asociación de turismo comunitario rediga por la ley.

**SUGERENCIAS****1. NOMBRE** necesario mejorar la vía de acceso.**2. FICHA N°****3.FICHAS**

- Implementar señalética informativa y turística.
- Implementar servicios de alimentación.
- Colocar basureros.
- Generar mayor infraestructura y planta turística.

**26.Ficha realizada por** Solange Duchicela**Revisado por** Víctor Llugsha**27.Fecha** 08/11/2016

RIO CHIRAPI		005	ASOCIADAS :
<b>4. CATEGORÍA</b> SITIO NATURAL		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> RIO/ RIACHUELO	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia: Pichincha Cantón: Quito Parroquia: Pacto Sector: Pacto norte		<b>Latitud:</b> <b>Longitud:</b> <b>Altitud:</b>	
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde:</b>	<b>9. Vía, tipo y estado:</b>	<b>10. Medio de acceso:</b>	<b>11. Tiempo:</b>
Quito-Pacto	Av. Córdova Galarza, Vía Calacalí –Nagelito-Via La Delicia- Pacto/1er y 2do Orden y carretero/ Buen estado	Bus Vehículo particular	4 hora y 10 r 3 horas y 45 min
Pacto	Sendero	Caminata	5 a 10 minut
<b>12. DESCRIPCIÓN</b>			
<p>La toponimia de la palabra Chirapi, proviene del vocablo “Chira” que es el nombre de la planta nativa que predomina la zona, y “pi” que significa río, es decir “río de chiras”.</p> <p>Este río nace de las vertientes y quebradas de la loma de Chontillas, bañando una distancia de 24 kilómetros, con dirección norte hasta desembocar en el río Guayllabamba, tiene un ancho de 5 metros y una profundidad aproximada de 60 cm.; las propiedades del agua son: cristalina, limpia y transparente y su temperatura varía según su recorrido.</p>			
<b>13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Actualmente se realizan visitas guiadas para conocer la flora y fauna del sector, los</li> </ul>			

turistas al inicio de su recorrido se les entrega una funda para que ellos recojan las frutas que deseen y al final del recorrido pagan por las frutas que cosecharon. Especialmente los visitantes son estudiantes de colegio y escuelas.

<b>14. HORARIOS</b> Atención Permanente	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>	<b>17. PERSONA DE CONTACTO</b>
--------------------------------------------	--------------------	------------------------	--------------------------------

<b>18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE</b>				
<b>Turista:</b>	<b>Semana:</b>	<b>Fin de Semana:</b>	<b>Feriados Largos</b>	<b>Vacaciones</b>
Turista Nacional	✓	✓	✓	-
Turista Extranjero	-	✓	✓	-

<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20. ACTIVIDAD</b>
<b>21. CÓDIGO</b> Ninguna	

<b>22. SERVICIOS:</b>			
✓	<b>Estacionamiento:</b> parqueadero	pequeño	✓ <b>Servicios Higiénicos</b>
✓	<b>Alimentación</b>		Seguridad
✓	<b>Alojamiento:</b>		Mantenimiento
	Visitas Guiadas:		Alquiler de material para realizar actividades
	Talleres		Venta de souvenir
	Rutas autoguiadas		Información sobre el recurso
✓	<b>Señalización para llegar</b>		Folletos informativos:
	Señalización interna		Teléfono público
	Limpieza y Recogida de basuras		Pago con tarjeta de. crédito
	Otros:		

<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b> La contaminación por los inadecuados procesos de eliminación de desechos tóxicos. Impactos socioculturales y naturales.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS

GAD parroquial de Pacto

## 25. OBSERVACIONES

- Es fundamental crear un centro de información
- Mal manejo de los desechos orgánicos y no orgánicos.
- No existe ningún sendero trazado.
- Falta promoción turística
- Medir la huella ecológica.
- Carece de servicios de alimentación.
- Existe predisposición para la actividad turística por parte del propietario de los predios.

## SUGERENCIAS

- Es necesario mejorar la vía de acceso al río.
- Implementar señalética en los senderos.
- Implementar servicios de alimentación.
- Establecer un espacio óptimo para estacionamiento de vehículos.
- Desarrollar estrategias de promoción turística.

26.Ficha realizada por Solange Duchicela

Revisado por Víctor Llugsha

27.Fecha 08/11/2016

<b>1. NOMBRE</b>  JARDIN HELICONIAS	<b>2. FICHA Nº</b>  007	<b>3.FICHAS</b> <b>ASOCIADAS :</b>

<b>4. CATEGORÍA</b> Manifestación Cultural		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Granja Orgánica Eco-turística	
<b>6. UBICACIÓN:</b> <b>Provincia:</b> Pichincha <b>Cantón:</b> Quito <b>Parroquia:</b> Pacto <b>Sector:</b> Pacto Loma		<b>Latitud:</b>	
		<b>Longitud:</b> 2200 metros	
		<b>Altitud:</b>	
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde:</b>	<b>9. Vía, tipo y estado:</b>	<b>10. Medio de acceso:</b>	<b>11. Tiempo:</b>
Quito-Pacto	Av. Córdova Galarza, Vía Calacalí -Armenia- Pacto-Sahuangal /1er y 2do Orden y carretero/ Buen estado	Bus Vehículo particular	3 horas 2 hora y 30 minutos
Pacto-Pacto Loma	Lastrada	Vehículo propio o de alquiler	10-14 minutos
<b>12. DESCRIPCIÓN</b>			
<p>Es una Granja Orgánica Eco-turística privada que tiene una área de 2200 metros cuadrados, es muy productiva, generalmente se puede observar una gran variedad de Heliconias una diversidad de 31 especies.</p> <p>Su propietario realiza el rescate y cultivo de estas flores exóticas que son características de la zona.</p> <p>En la actualidad está asociada a la agricultura urbana con el Municipio de Quito. Ofrecen circuitos turísticos e incluyen una visita y recorrido por la granja.</p>		 	
<b>13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Actualmente se realizan visitas guiadas para conocer la flora sector, los turistas al inicio de su recorrido se les entrega una funda para que ellos recojan las frutas que deseen y al</li> </ul>			

final del recorrido pagan por las frutas que cosecharon. Especialmente los visitantes son estudiantes de colegio y escuelas.

<b>14. HORARIOS</b> Atención Permanente	<b>15. PRECIOS</b> \$2 la vista a la granja	<b>16. PROPIETARIO</b> Milton Benavides	<b>17. PERSONA DE CONTACTO</b> Milton Benavides 0994286014
--------------------------------------------	------------------------------------------------	--------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

**18. TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE**

Turista:	Semana:	Fin de Semana:	Feridos Largos	Vacaciones
Turista Nacional	✓	✓	✓	-
Turista Extranjero	-	✓	-	-

**19. EMPRESAS QUE OPERAN**

**20. ACTIVIDAD**

**21. CÓDIGO**

Municipio de Quito

Agricultura urban

**22. SERVICIOS:**

✓	<b>Estacionamiento: parqueadero</b>	pequeño	✓	<b>Servicios Higiénicos</b>
	Alimentación			Seguridad
	Alojamiento:			Mantenimiento
	<b>Visitas Guiadas:</b>			Alquiler de material para realizar actividades
	Talleres			Venta de souvenir
✓	<b>Rutas autoguiadas</b>			Información sobre el recurso
	Señalización para llegar		✓	<b>Folletos informativos:</b>
✓	<b>Señalización interna</b>			Teléfono público
	Limpieza y Recogida de basuras			Pago con tarjeta de crédito
	Otros:			

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

La contaminación por los inadecuados procesos de eliminación de desechos tóxicos.  
Impactos socioculturales y naturales.

**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Milton Benavides propietario del lugar.

**25. OBSERVACIONES**

- Es necesario mejorar las vías de acceso, ya que la granja se encuentra en una vía lastrada.
- No existe ningún sendero trazado.
- Falta promoción turística
- Existe predisposición para la actividad turística por parte del propietario para impulsar el turismo comunitario en Pacto Loma.
- Primer lugar en el rescate de Heliconias, con el mayor número de variedades en Ecuador.

**SUGERENCIAS**


- Implementar señalética en los senderos
- Crear un centro de información.
- Establecer horarios de atención fijos.
- Desarrollar estrategias de promoción.
- Llevar un control adecuado de los desechos orgánicos y no orgánicos.

**26. Ficha realizada por** Solange Duchicela

**Revisado por** Víctor Llugsha

**27. Fecha** 2016/11/08



<b>1. NOMBRE</b> Granja Integral "Elsita"		<b>2. FICHA Nº</b> 006	<b>3.FICHAS ASOCIADAS :</b>
<b>4. CATEGORÍA</b> Relaciones Culturales, artísticas		<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> Granja ecológica	
<b>6. UBICACIÓN:</b> Provincia: Pichincha Cantón: Quito Parroquia: Pacto Sector: Pacto Loma		<b>Latitud:</b>	
		<b>Longitud:</b>	
		<b>Altitud:</b>	
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde:</b>	<b>9. Vía, tipo y estado:</b>	<b>10.Medio de acceso:</b>	<b>11.Tiempo:</b>
Quito-Pacto	Av. Córdova Galarza, Vía C Armenia- Pacto-Sahuangal/1e Orden y carretero/ Buen estado	Bus vehículo particular	3 horas 2 hora y 30 m
Pacto-Pacto Loma	Lastrada	Vehículo propio o de alquiler	10-15 minutos
<b>12. DESCRIPCIÓN</b>			
<p>Es una finca privada que tiene 15 hectáreas, es muy productiva, generalmente se puede observar una gran variedad de frutales, flora y fauna de la zona. No existe organización en el cultivo de estas plantas.</p> <p>Esta finca es privada, trabajan en la elaboración de panela, en el sector es muy conocida por esta actividad, esta microempresa funciona desde hace 8 años, la panela que se produce se comercializa para el sector y para otras zonas del país. Ofrecen circuitos turísticos e incluyen una visita a la</p>			

moliendas y recorrido por la granja integral.

### 13. ACTIVIDADES TURISTICAS/RECREATIVAS ACTUALES

- Actualmente se realizan visitas guiadas para conocer la flora y fauna del sector.
- Los turistas pueden observar los procesos de elaboración de la panela en barra o polvo.
- Especialmente los visitantes son estudiantes de colegio, escuelas y universidades.

### 14. HORARIOS

Atención Permanente

### 15. PRECIOS

\$1 la visita a la granja

\$ 5 extranjeros

\$ 12 incluye almuerzo

### 16.

#### PROPIETARIO

Sra. Elsa María

Zoria Rosero

### 17. PERSONA DE

#### CONTACTO

Sra. Elsa María Zoria

Rosero

0994434037

### 18.TIPO DE PUBLICO/CLIENTE/VISITANTE

Turista:	Semana:	Fin de Semana:	Feridos Largos	Vacaciones
Turista Nacional	✓	✓	✓	-
Turista Extranjero	-	✓	-	-

### 19. EMPRESAS QUE OPERAN

### 21. CÓDIGO

Ninguna

### 20.ACTIVIDAD

**22.SERVICIOS:**

✓	<b>Estacionamiento:</b> parqueadero	pequeño	✓	<b>Servicios Higiénicos</b>
✓	<b>Alimentación</b>			Seguridad
✓	<b>Alojamiento:</b>			Mantenimiento
✓	<b>Visitas Guiadas:</b>			Alquiler de material para realizar actividades
	Talleres			Venta de souvenir
	Rutas autoguiadas			Información sobre el recurso
	Señalización para llegar			Folletos informativos:
✓	<b>Señalización interna</b>			Teléfono público
✓	<b>Limpieza y Recogida de basuras</b>			Pago con tarjeta de crédito
	Otros:			

**23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA**

La contaminación por los inadecuados procesos de eliminación de desechos tóxicos, así como los diferentes impactos socioculturales y naturales.

La presencia de masivos de turistas dentro de la granja integral puede ocasionar accidentes o perturbación para los empleados al momento de la elaboración de la panela puesto que se necesita de un espacio muy amplio.

**24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

Sra. Elsa Maria Zoria Rosero

**25. OBSERVACIONES**

- Es necesario mejorar las vías de acceso.
- Mal manejo de desechos orgánicos y no orgánicos
- No existe ningún sendero trazado.
- Falta promoción de la granja integral.
- Existe predisposición para la actividad turística por parte de la propietaria.

**SUGERENCIAS**

- Hace falta implementar señalética en los senderos.

- Colocar una rotulo con el nombre de la propiedad.
- Es fundamental crear un centro de información.
- Colocar basureros para un manejo de desechos.
- Establecer estrategias de publicidad y promoción turística.

**26.Ficha realizada por** Solange Duchicela

**27.Fecha** 06/11/16

**Revisado por** Víctor Llugsha

### EMPRESAS DE ALOJAMIENTO

<b>1.NOMBRE</b> CABAÑAS DE “ MARIA JOSE”		<b>2.FICHA Nº</b> 008	<b>3.FICHAS ASOCIADA</b>
<b>4. UBICACIÓN:</b>			
<b>Provincia:</b> Pichincha	<b>Cantón :</b> Quito	<b>Parroquia:</b> Pacto	<b>Hacienda:</b>
<b>5. TELÉFONO</b> María José 086887832/ 091637758	<b>6. WEB/E-MAIL</b>	<b>7. DIRECCIÓN:</b> Vía La Delicia	
<b>7. OPERA DESDE:</b> Hace 1 año aproximadamente.		<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Cabañas ecológicas	
<b>9. UBICACIÓN :</b>			
<input type="checkbox"/>	Aislado	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Núcleo de población</b>
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Carretera
<b>10. TIPO DE EDIFICIO:</b>			
<input type="checkbox"/>	Edificio histórico	<input type="checkbox"/>	Edificio con estilo tradicional
<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Edificio moderno</b>

**11.CAPACIDAD**

Capacidad Alojamiento					Capacidad Restaurante	Capacidad Salones
	Dobles	Otras (múltiples)	Total habitaciones	Total pax	25 personas	
<b>Con baño</b>	<b>4</b>			<b>11</b>		
<b>Con ducha</b>						
<b>Sin baño</b>		<b>1</b>				

**12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:**

✓	<b>Restaurante Especialidades locales: comida típica</b>	✓	<b>Jardines, terrazas para uso clientes</b>
	Restaurante Cocina internacional:	✓	<b>Salones para reuniones</b>
	Bar		Piscina
✓	<b>Estacionamiento:</b>	✓	<b>Juegos para niños</b>
✓	<b>Comida para llevar</b>		Primeros auxilios:
	Vehículo/s para el traslado de pasajeros	✓	<b>Formas de pago: Efectivo</b>
✓	<b>Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas</b>		
✓	<b>Actividades recreativas para clientes con medios propios:</b>		
	Otros:		

**13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

2 personas entre semana; 2 personas fines de semana. Reciben capacitación del Hotel Mashipi

**14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

Turista:	Semana:	Fin de Semana:	Feridos	Navidad	Verano
Nacional	✓	✓	✓	-	-
Extranjero	-	-	✓	-	-

**15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES:** 2 días máximo

**16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA**

Visita al Rio Chirapi.  
Caminatas ecológicas  
Comedores de Aves

**17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

✓	<b>Boca oreja</b>	✓	<b>Reservan con anticipación</b>
	A través de operadora:	✓	<b>Reservan por teléfono</b>
	A través de hoteles y hosterías		Reservan por Internet
✓	<b>Promoción directa propia</b>		Otros
	Página Web:		Medio de transporte

**18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

✓	<b>Todo el año</b>		Temporal
---	--------------------	--	----------

**19. PRECIOS**

\$ 15 por noche incluye desayuno y snack.

**20. OBSERVACIONES (permisos, registros y/o licencias)**

- En el sector de Pacto la mayoría de estas empresas no poseen permiso, licencias o registro alguno para su funcionamiento.
- Falta publicidad.
- Se encuentra fuera del centro poblado de Pacto.

**SUGERENCIAS**

- Colocar un nuevo rotulo en la entrada de la cabañas.
- Manejo adecuado de los desechos orgánicos y no orgánicos.
- Implementar señalética informativa y turística.

## 21. FOTOGRAFÍAS



**22. Ficha realizada por** Solange Duchicela

**Revisado por** Víctor Llugsha

**23. Fecha:** 2016/11/06

### EMPRESAS DE GASTRONOMIA

**1.NOMBRE**

“COMEDORES LOCALES-PACTO LOMA”

**2.FICHA Nº**

009

**3.FICHAS ASOCIADA**

**4. UBICACIÓN:**

<b>Provincia:</b> Pichincha	<b>Cantón :</b> Quito	<b>Parroquia:</b> Pacto	<b>Hacienda:</b>
-----------------------------	-----------------------	-------------------------	------------------

**5. TELÉFONO**

Gloria Verónica  
Soria  
0981693811

**6. WEB/E-MAIL**

**7. DIRECCIÓN:**

Vía. La delicia

**7. OPERA DESDE:**

Hace 6 meses

**8. TIPO Y CATEGORÍA**

Paradero Turístico

**9. UBICACIÓN :**

<input type="checkbox"/>	Aislado	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Núcleo de población</b>	<input type="checkbox"/>	Carretera
--------------------------	---------	-------------------------------------	----------------------------	--------------------------	-----------

**10. TIPO DE EDIFICIO:**

<input type="checkbox"/>	Edificio histórico	<input type="checkbox"/>	Edificio con estilo tradicional	<input checked="" type="checkbox"/>	Edificio moderno
--------------------------	--------------------	--------------------------	---------------------------------	-------------------------------------	------------------

**11.CAPACIDAD**

Capacidad Restaurante	Capacidad Salones	Capacidad Terrazas
1 mesa, 10 plazas		

**12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:**

✓	<b>Restaurante Especialidades locales: comida típica</b>		Jardines, terrazas para uso clientes
	Restaurante Cocina internacional:		Salones para reuniones
	Bar		Piscina
	Estacionamiento:		Juegos para niños
✓	<b>Comida para llevar</b>		Primeros auxilios:
	Vehículo/s para el traslado de pasajeros	✓	<b>Formas de pago: Efectivo</b>
	Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas		
	Actividades recreativas para clientes con medios propios:		
	Otros:		

**13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

2 personas fines de semana sábado y domingo.

Capacitación del Hotel Mashpi: Servicio al cliente, manipulación de alimentos

**14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

Turista:	Semana:	Fin de Semana:	Feridos	Navidad	Verano
Nacional	-	✓	✓	-	-
Extranjero	-	-	✓	-	-

**15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

✓	<b>Boca oreja</b>	✓	<b>Reservan con anticipación</b>
	A través de operadora:	✓	<b>Reservan por teléfono</b>
	A través de hoteles y hosterías		Reservan por Internet



✓	Promoción directa propia		Otros
	Página Web:		Medio de transporte

#### 16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:

	Todo el año	✓	Temporal : Sábado y Domingo
--	-------------	---	-----------------------------

#### 17. PRECIOS

\$ 2,50 – Almuerzo

\$ 3,00-Merienda

#### 18. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/o licencias)

##### Observaciones

- En el sector de Pacto Loma la mayoría de estas empresas no poseen permiso, licencias o registro alguno para su funcionamiento.
- No cuenta con baños privados.
- Estacionamiento en la calle.
- Su horario de atención al público no es frecuente.
- Falta publicidad.

##### Sugerencias

- Establecer estrategias de promoción turística.
- Manejar buenas prácticas de manipulación de alimentos.
- Establecer un nombre comercial para el comedor comunitario.
- Contar con una carta de menú.
- Capacitar al personal frecuentemente.
- Llevar un mandil y guates para la preparación de los alimentos.

#### 19. FOTOGRAFIAS



**20. Ficha realizada por** Solange Duchicela  
**Revisado por** Víctor Llugsha

**21. Fecha:** 2016/11/08

### EMPRESAS DE GASTRONOMIA

<b>1.NOMBRE</b> "Comedores Locales-Pacto Loma"	<b>2.FICHA Nº</b> 010	<b>3.FICHAS ASOCIADA</b>
---------------------------------------------------	--------------------------	--------------------------

<b>4. UBICACIÓN:</b>			
<b>Provincia:</b> Pichincha	<b>Cantón :</b> Quito	<b>Parroquia:</b> Pacto	<b>Hacienda:</b>

<b>5. TELÉFONO</b> Gloria Verónica Soria 0981693811	<b>6. WEB/E-MAIL</b>	<b>7. DIRECCIÓN:</b> Vía. La Delicia
--------------------------------------------------------------	----------------------	-----------------------------------------

<b>7. OPERA DESDE:</b> Hace 6 meses	<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Paradero Turístico
----------------------------------------	--------------------------------------------------

<b>9. UBICACIÓN :</b>			
<input type="checkbox"/> Aislado	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Núcleo de población</b>	<input type="checkbox"/> Carretera

<b>10. TIPO DE EDIFICIO:</b>			
<input type="checkbox"/> Edificio histórico	<input type="checkbox"/> Edificio con estilo	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Edificio moderno</b>

			tradicional		
--	--	--	-------------	--	--

### 11. CAPACIDAD

Capacidad Restaurante	Capacidad Salones	Capacidad Terrazas
1 mesa, 10 plazas		

### 12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:

✓	<b>Restaurante Especialidades locales: comida típica</b>		Jardines, terrazas para uso clientes
	Restaurante Cocina internacional:		Salones para reuniones
	Bar		Piscina
	Estacionamiento:		Juegos para niños
✓	<b>Comida para llevar</b>		Primeros auxilios:
	Vehículo/s para el traslado de pasajeros	✓	<b>Formas de pago: Efectivo</b>
	Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas		
	Actividades recreativas para clientes con medios propios:		
	Otros:		

### 13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:

2 personas fines de semana; sábado y domingo

Capacitación del Hotel Mashpi sobre: servicio al cliente y manipulación de alimentos.

### 14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE

Turista:	Semana:	Fin de Semana:	Feridos	Navidad	Verano
Nacional	-	✓	✓	-	-
Extranjero	-	-	✓	-	-

**15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Boca oreja</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Reservan con anticipación</b>
	A través de operadora:	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Reservan por teléfono</b>
	A través de hoteles y hosterías		Reservan por Internet
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Promoción directa propia</b>		Otros
	Página Web:		Medio de transporte

**16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

<input type="checkbox"/>	Todo el año	<input checked="" type="checkbox"/>	Temporal : Sábado y Domingo
--------------------------	-------------	-------------------------------------	-----------------------------

**17. PRECIOS**

\$ 2,50 – Almuerzo

\$ 3,00-Merienda

**18. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/o licencias)****OBSERVACIONES**

- En el sector de Pacto Loma la mayoría de estas empresas no poseen permiso, licencias o registro alguno para su funcionamiento.
- No cuenta con baños privados.
- Falta de estacionamiento.
- Su horario de atención al público no es frecuente.
- Falta publicidad.

**SUGERENCIAS**

- Establecer un nombre comercial.
- Crear una carta de menú.
- Promocionar el lugar con adecuadas estrategias de promoción turística.
- Capacitación del personal frecuente.
- Manejar adecuadamente la manipulación de alimentos.
- Vestir un mandil y guates para la preparación de los alimentos.

**19. FOTOGRAFIAS**

**20. Ficha realizada por** Solange Duchicela

**Revisado por** Víctor Llugsha

**21. Fecha:** 2016/11/08

<b>EMPRESAS DE GASTRONOMIA</b>			
<b>1.NOMBRE</b> "COMEDORES LOCALES-PACTO LOMA"	<b>2.FICHA Nº</b> 011	<b>3.FICHAS ASOCIADA</b>	
<b>4. UBICACIÓN:</b>			
Provincia: Pichincha	Cantón : Quito	Parroquia: Pacto	Hacienda:
<b>5. TELÉFONO</b> Rosa Gonzales 0985988572	<b>6. WEB/E-MAIL</b>	<b>7. DIRECCIÓN:</b> Vía. La Delicia	
<b>7. OPERA DESDE:</b> Hace 2 años aproximadamente		<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Paradero Turístico	
<b>9. UBICACIÓN :</b>			
<input type="checkbox"/>	Aislado	<input checked="" type="checkbox"/>	Núcleo de población
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Carretera
<b>10. TIPO DE EDIFICIO:</b>			
<input type="checkbox"/>	Edificio histórico	<input checked="" type="checkbox"/>	Edificio con estilo tradicional
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Edificio moderno

✓

✓

**11.CAPACIDAD**

Capacidad Restaurante	Capacidad Salones	Capacidad Terrazas
1 mesa, 10 plazas		

**12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:**

✓	<b>Restaurante Especialidades locales: comida típica</b>		Jardines, terrazas para uso clientes
	Restaurante Cocina internacional:		Salones para reuniones
	Bar		Piscina
	Estacionamiento:		Juegos para niños
✓	<b>Comida para llevar</b>		Primeros auxilios:
	Vehículo/s para el traslado de pasajeros	✓	<b>Formas de pago: Efectivo</b>
	Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas		
	Actividades recreativas para clientes con medios propios:		
	Otros:		

**13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

2 personas los días lunes, sábado y domingo.

Capacitación del Hotel Mashpi sobre servicio al cliente y manipulación de alimentos.

**14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

Turista:	Semana:	Fin de Semana:	Feridos	Navidad	Verano
Nacional	-	✓	✓	-	-
Extranjero	-	-	✓	-	-

**15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

✓	<b>Boca oreja</b>	✓	<b>Reservan con anticipación</b>
	A través de operadora:	✓	<b>Reservan por teléfono</b>
	A través de hoteles y hosterías		Reservan por Internet

<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Promoción directa propia</b>		Otros
	Página Web:		Medio de transporte

**16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

<input type="checkbox"/>	Todo el año	<input checked="" type="checkbox"/>	Temporal : Sábado , Domingo y Lunes
--------------------------	-------------	-------------------------------------	-------------------------------------

**17. PRECIOS**

\$ 2,50 – Almuerzo

\$ 3,00-Merienda

**18. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/o licencias)**

**OBSERVACIONES**

- En el sector de Pacto Loma la mayoría de estas empresas no poseen permiso, licencias o registro alguno para su funcionamiento.
- No cuenta con baños privados.
- Estacionamiento en la calle.
- Su horario de atención al público no es frecuente.
- Falta publicidad.

**SUGERENCIAS**

- Establecer estrategias de promoción turística.
- Manejar buenas prácticas de manipulación de alimentos.
- Establecer un nombre comercial para el comedor comunitario.
- Contar con una carta de menú.
- Capacitar al personal frecuentemente.
- Colocarse un mandil y guates para la preparación de los alimentos.

**19. FOTOGRAFIAS**



**20. Ficha realizada por** Solange Duchicela  
**Revisado por** Víctor Llugsha

**21. Fecha:** 2016/11/08

**EMPRESAS DE ALOJAMIENTO**

<b>1.NOMBRE</b>  FINCA SAN PABLO		<b>2.FICHA N°</b>  012	<b>3.FICHAS ASOCIADA</b>
<b>4. UBICACIÓN:</b>			
<b>Provincia:</b> Pichincha	<b>Cantón :</b> Quito	<b>Parroquia:</b> Pacto	<b>Hacienda:</b>
<b>5. TELÉFONO</b>  George Uviedo 0999772924	<b>6. WEB/E-MAIL</b>	<b>7. DIRECCIÓN:</b>  Vía La Delicia	
<b>7. OPERA DESDE:</b>  Hace 13 años.		<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b>  Paradero Turístico	
<b>9. UBICACIÓN :</b>			
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Aislado</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Núcleo de población</b>
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<b>Carretera</b>



**10. TIPO DE EDIFICIO:**

<input type="checkbox"/>	Edificio histórico	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Edificio con estilo tradicional</b>	<input type="checkbox"/>	Edificio moderno
--------------------------	--------------------	-------------------------------------	----------------------------------------	--------------------------	------------------

**11. CAPACIDAD**

Capacidad Alojamiento					Capacidad Restaurante	Capacidad Salones
	Dobles	Otras (múltiples)	Total habitaciones	Total pax	40 personas	
<b>Con baño</b>	2			7		
<b>Con ducha</b>						
<b>Sin baño</b>		2				

**12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:**

<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Restaurante Especialidades locales: comida típica</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Jardines, terrazas para uso clientes</b>
<input type="checkbox"/>	Restaurante Cocina internacional:	<input type="checkbox"/>	Salones para reuniones
<input type="checkbox"/>	Bar	<input type="checkbox"/>	Piscina
<input type="checkbox"/>	Estacionamiento:	<input type="checkbox"/>	Juegos para niños
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Comida para llevar</b>	<input type="checkbox"/>	Primeros auxilios:
<input type="checkbox"/>	Vehículo/s para el traslado de pasajeros	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Formas de pago: Efectivo</b>
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas</b>		
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Actividades recreativas para clientes con medios propios:</b>		
<input type="checkbox"/>	Otros:		

**13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

2 personas entre semana; 3 personas fines de semana; No reciben capacitación.

**14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

<b>Turista:</b>	<b>Semana:</b>	<b>Fin de</b>	<b>Feridos</b>	<b>Navidad</b>	<b>Verano</b>
-----------------	----------------	---------------	----------------	----------------	---------------

		<b>Semana:</b>			
Nacional	✓	✓	✓	-	-
Extranjero	-	-	✓	-	-

**15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES:** 2 días máximo

**16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA**

Visita a la cascada Gallo de la Peña.

Cabalgatas

Caminatas ecológicas

**17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

✓	<b>Boca oreja</b>	✓	<b>Reservan con anticipación</b>
	A través de operadora:	✓	<b>Reservan por teléfono</b>
	A través de hoteles y hosterías		Reservan por Internet
✓	<b>Promoción directa propia</b>		Otros
	Página Web:		Medio de transporte

**18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

✓	<b>Todo el año</b>		Temporal
---	--------------------	--	----------

**19. PRECIOS**

\$ 10 por noche

Zona de camping \$3 USD

**20. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/o licencias)**

**OBSERVACIONES**

- En el sector de Pacto la mayoría de estas empresas no poseen permiso, licencias o registro alguno para su funcionamiento.
- Falta publicidad.
- Se encuentra fuera del centro poblado de Pacto.

## SUGERENCIAS

- Señalética informativa y turística
- Estrategias de promoción turística
- Mejorar el acceso a la finca.
- Mejorar el rotulo del nombre “Cascada de la Peña” que se encuentra en la entrada principal.
- Establecer alianzas estratégicas para recibir capacitación.
- Contar con una carta de menú estructurado.

## 21. FOTOGRAFIAS



**22. Ficha realizada por** Solange Duchicela  
**Revisado por** Víctor Llugsha

**23. Fecha:** 2016/11/06

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
<b>1.NOMBRE</b> “ La Cañita”	<b>2.FICHA N°</b> 013	<b>3.FICHAS ASOCIADA</b>	
<b>4. UBICACIÓN:</b>			
<b>Provincia:</b> Pichincha	<b>Cantón :</b> Quito	<b>Parroquia:</b> Pacto	<b>Hacienda:</b>
<b>5. TELÉFONO</b>	<b>6. WEB/E-MAIL</b>	<b>7. DIRECCIÓN:</b>	

Sra. Gloria Revelo: 0992260951		Av. 27 Marzo y España				
<b>7. OPERA DESDE:</b> Hace 15 año aproximadamente			<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Hostería			
<b>9. UBICACIÓN :</b>						
<input type="checkbox"/>	Aislado	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Núcleo de población</b>	<input type="checkbox"/>	Carretera	
<b>10. TIPO DE EDIFICIO:</b>						
<input type="checkbox"/>	Edificio histórico	<input type="checkbox"/>	Edificio con estilo tradicional	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Edificio moderno</b>	
<b>11.CAPACIDAD</b>						
<b>Capacidad Alojamiento</b>					<b>Capacidad Restaurante</b>	<b>Capacidad Salones</b>
	Simples	Otras (Dobles )	Total habitaciones	Total pax	50 personas	
<b>Con baño</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>12</b>		
<b>Con ducha</b>						
<b>Sin baño</b>						
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>						
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Restaurante Especialidades locales: comida típica</b>			Jardines, terrazas para uso clientes		
	Restaurante Cocina internacional:			Salones para reuniones		
	Bar			Piscina		
	Estacionamiento:			Juegos para niños		
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Comida para llevar</b>			Primeros auxilios:		
	Vehículo/s para el traslado de pasajeros		<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Formas de pago: Efectivo</b>		
	Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas					
	Actividades recreativas para clientes con medios propios:					

Otros:
--------

**13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

2 personas entre semana; 5 personas fines de semana; No reciben capacitación.

**14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

Turista:	Semana:	Fin de Semana:	Feridos	Navidad	Verano
Nacional	✓	✓	✓	-	-
Extranjero	-	-	✓	-	-

**15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES:** 2 días máximo**16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA****17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

✓	<b>Boca oreja</b>	✓	<b>Reservan con anticipación</b>
	A través de operadora:	✓	<b>Reservan por teléfono</b>
	A través de hoteles y hosterías		Reservan por Internet
✓	<b>Promoción directa propia</b>		Otros
	Página Web:		Medio de transporte

**18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

✓	<b>Todo el año</b>		Temporal
---	--------------------	--	----------

**19. PRECIOS**

\$ 10 – \$ 12 incluye desayuno.

## 20. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/o licencias)

- En el sector de Pacto la mayoría de éstas empresas no poseen permiso, sin embargo la hostería cuenta con el distintivo “Q” de calidad turística.
- Falta publicidad.

## SUGERENCIAS

- Crear una página Web para la promoción y publicidad de la hostería.
- Instaurar un espacio para el estacionamiento de vehículos.
- Manejar estrategias de comercialización para generar mayor llegada de turistas.
- Capacitar a su personal frecuentemente.

## 21. FOTOGRAFIAS



**22. Ficha realizada por** Solange Duchicela  
**Revisado por** Víctor Llugsha

**23. Fecha:** 07/11/2016

**EMPRESAS DE GASTRONOMIA**

<b>1.NOMBRE</b> Paradero Turístico Maradona		<b>2.FICHA Nº</b> 014	<b>3.FICHAS ASOCIADA</b>
<b>4. UBICACIÓN:</b>			
<b>Provincia:</b> Pichincha	<b>Cantón :</b> Quito	<b>Parroquia:</b> Pacto	<b>Hacienda:</b>
<b>5. TELÉFONO</b> Clever Leiver 0980455936	<b>6. WEB/E-MAIL</b>	<b>7. DIRECCIÓN:</b> Vía. La Delicia	
<b>7. OPERA DESDE:</b> Hace 1 años aproximadamente		<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b> Paradero Turístico	
<b>9. UBICACIÓN :</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Aislado</b>		Núcleo de población	Carretera
<b>10. TIPO DE EDIFICIO:</b>			
<input type="checkbox"/> Edificio histórico	<input checked="" type="checkbox"/> <b>Edificio con estilo tradicional</b>	<input type="checkbox"/> Edificio moderno	
<b>11.CAPACIDAD</b>			
<b>Capacidad Restaurante</b>	<b>Capacidad Salones</b>	<b>Capacidad Terrazas</b>	
10 mesa, 100 plazas			
<b>12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Restaurante Especialidades locales: comida típica</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Jardines, terrazas para uso clientes</b>	
Restaurante Cocina internacional:		Salones para reuniones	
Bar		Piscina	
Estacionamiento:		Juegos para niños	
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Comida para llevar</b>		Primeros auxilios:	
Vehículo/s para el traslado de pasajeros	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Formas de pago: Efectivo</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Actividades recreativas para clientes con medios propios:</b>			

Otros:
--------

**13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

2 personas entre semanas y 4 fines de semana; No tiene capacitación

**14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE**

Turista:	Semana:	Fin de Semana:	Feridos	Navidad	Verano
Nacional	✓	✓	✓	-	-
Extranjero	-	-	✓	-	-

**15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:**

✓	<b>Boca oreja</b>	✓	<b>Reservan con anticipación</b>
	A través de operadora:	✓	<b>Reservan por teléfono</b>
	A través de hoteles y hosterías		Reservan por Internet
✓	<b>Promoción directa propia</b>		Otros
	Página Web:		Medio de transporte

**16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:**

✓	<b>Todo el año</b>		Temporal
---	--------------------	--	----------

**17. PRECIOS**

\$ 1 – Entrada al Paradero Turístico

\$ 4 - Almuerzo

\$ 4 - Merienda

\$6- 8 dólares varían los platos a la carta.

**18. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/o licencias)****OBSERVACIONES**

- En el sector de la mayoría de estas empresas no poseen permiso, licencias o registro alguno para su funcionamiento.
- Escasa señalética informativa y turística.
- Limitada publicidad.



## SUGERENCIAS

- Realizar promoción turística y publicidad.
- Colocar señalética informática y turistas.
- Instalar basureros amigables con el medio ambiente : orgánicos y no orgánico

## 19. FOTOGRAFIAS



20. Ficha realizada por Solange Duchicela  
Revisado por Víctor Llugsha

21. Fecha: 2016/11/08

## EMPRESAS DE ALOJAMIENTO

<b>1.NOMBRE</b>  "MAJAGUA"	<b>2.FICHA N°</b>  014	<b>3.FICHAS ASOCIADA</b>	
<b>4. UBICACIÓN:</b>			
<b>Provincia:</b> Pichincha	<b>Cantón :</b> Quito	<b>Parroquia:</b> Pacto	<b>Hacienda:</b>
<b>5. TELÉFONO</b>  Señora Viteli 0969668972	<b>6. WEB/E-MAIL</b>	<b>7. DIRECCIÓN:</b>  Vía. La Delicia/ Calle San Lorenzo	
<b>7. OPERA DESDE:</b>		<b>8. TIPO Y CATEGORÍA</b>	

Hace 15 años aproximadamente.	Casa comunitaria / familiar
-------------------------------	-----------------------------

**9. UBICACIÓN :**

<input type="checkbox"/>	Aislado	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Núcleo de población</b>	<input type="checkbox"/>	Carretera
--------------------------	---------	-------------------------------------	----------------------------	--------------------------	-----------

**10. TIPO DE EDIFICIO:**

<input type="checkbox"/>	Edificio histórico	<input type="checkbox"/>	Edificio con estilo tradicional	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Edificio moderno</b>
--------------------------	--------------------	--------------------------	---------------------------------	-------------------------------------	-------------------------

**11.CAPACIDAD**

Capacidad Alojamiento					Capacidad Restaurante	Capacidad Salones
	Dobles	Otras (múltiples)	Total habitaciones	Total pax	30 personas	
<b>Con baño</b>	5			40		
<b>Con ducha</b>						
<b>Sin baño</b>		5				

**12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:**

<input type="checkbox"/>	Restaurante Especialidades locales: comida típica	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Jardines, terrazas para uso clientes</b>
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Restaurante Cocina internacional:</b>	<input type="checkbox"/>	Salones para reuniones
<input type="checkbox"/>	Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Piscina</b>
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Estacionamiento:</b>	<input type="checkbox"/>	Juegos para niños
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Comida para llevar</b>	<input type="checkbox"/>	Primeros auxilios:
<input type="checkbox"/>	Vehículo/s para el traslado de pasajeros	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Formas de pago: Efectivo</b>
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Actividades recreativas para clientes subcontratando a otras empresas</b>		
<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Actividades recreativas para clientes con medios propios:</b>		
<input checked="" type="checkbox"/>	Otros: <b>Pesca deportiva</b>		

**13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:**

3 personas entre semana; 3 personas fines de semana.

Reciben capacitación del Hotel Mashpi

#### 14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE

Turista:	Semana:	Fin de Semana:	Feridos	Navidad	Verano
Nacional	✓	✓	✓	-	-
Extranjero	-	-	✓	-	-

15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES: 2 días máximo

#### 16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA

#### 17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:

✓	Boca oreja	✓	Reservan con anticipación
	A través de operadora:	✓	Reservan por teléfono
	A través de hoteles y hosterías		Reservan por Internet
✓	Promoción directa propia		Otros
	Página Web:		Medio de transporte

#### 18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:

✓	Todo el año		Temporal
---	-------------	--	----------

#### 19. PRECIOS

\$ 8 a 10 por noche.

#### 20. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/o licencias)

##### OBSERVACIONES

- En el sector de Pacto la mayoría de estas empresas no poseen permiso, licencias o registro alguno para su funcionamiento.
- Falta publicidad.
- 100 % Ecológico.
- Limitado espacio para estacionar los vehículos.

## SUGERENCIAS

- Crear promoción turística y publicidad.
- Mejorar el acceso o la entrada y el rotulo de bienvenida a la cabañas.
- Establecer un espacio óptimo para el estacionamiento de vehículos.
- Capacitación a los empleados del lugar.
- Manejar un turismo sostenible con el medio ambiente.

## 21. FOTOGRAFIAS



22. Ficha realizada por Solange Duchicela  
Revisado por Víctor Llugsha

23. Fecha: 2016/11/06

## Anexo G. Fotografías de la identificación del tipo de turistas.





**Fotografía 2. Principales actividades turísticas**

**Anexo H. Fotografías de la identificación del logo y validación de los productos.**



**Fotografía 3. Validación del logo y circuitos turístico para el producto turístico comunitario de Pacto Loma.**