



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE
TURISMO Y HOTELERÍA**

CARRERA: GUÍA DE NACIONAL DE TURISMO

TEMA:

**DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE
LA PARROQUIA CALUMA DEL CANTÓN CALUMA
DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR**

**Plan de investigación previo a la obtención del título de
Técnico en Guía Nacional de Turismo**

**Autor: Adriana del Pilar Chicaiza Pambabay
Director: Lcdo. Jorge Quillupangui**

Quito-Ecuador

2014

DEDICATORIA

El siguiente trabajo lo dedico a todos quienes me apoyaron incondicionalmente para alcanzar una meta más en mi vida, en especial a mi madre que siempre con su incentivo y apeo ha sabido fomentar en mí persona el querer superarme día a día y seguir adelante en todo momento sea bueno o malo.

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por siempre cuidarme y bendecirme, al Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Hotelería ITHI por haberme dado la instrucción idónea en mi carrera y en especial al Lic. Jorge Quillupangui por haberme guiado correctamente hasta obtener mi trabajo final de titulación como Guía Nacional de Turismo.

Agradezco a mis padres que me dieron la vida y de los cuales siempre he recibido el apoyo incondicional para seguir adelante. A mis grandes amigos y amigas que de una u otra forma también han formado parte de este capítulo de mi vida.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Adriana del Pilar Chicaiza Pambabay declaro de forma verbal y escrita que este trabajo de monografía/tesis con tema: Diagnóstico Del Potencial Turístico De La Parroquia Caluma Del Cantón Caluma De La Provincia De Bplívar, es de mi estricta autoría y autenticidad.

Responsabilizándome de los conceptos, diagnóstico y opiniones en el documento presentado.

Atentamente,

Adriana del Pilar Chicaiza Pambabay

Quito, 16 de Julio del 2014

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

En el presente documento consta la cesión de derechos de mi trabajo de fin de carrera en conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERO: El Lic. Jorge Quillupangui, por sus propios derechos, en calidad de Director del trabajo de fin de carrera, y la Srta. Adriana del Pilar Chicaiza Pambabay, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo de fin de carrera.

SEGUNDO:

UNO; Adriana del Pilar Chicaiza Pambabay realizó el trabajo de fin de carrera titulado Diagnóstico Del Potencial Turístico De La Parroquia Caluma Del Cantón Caluma De La Provincia De Bolívar, para obtener el título de Guía Nacional de Turismo en el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional “ITHI”, bajo la tutoría del Lic. Jorge Quillupangui.

DOS: Es política del Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional “ITHI”, que los trabajos de fin de carrera se materialice, se difunda y se lo aplique en beneficio de la comunidad y de los estudiantes que conforman el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional “ITHI”.

TERCERO: Comparecen, Lic. Jorge Quillupangui, en calidad de Director del trabajo de fin de carrera, y Adriana del Pilar Chicaiza Pambabay, como autora del

mismo, por medio del presente escrito, tiene a bien ceder de forma gratuita sus derechos en el trabajo de fin de carrera con título: Diagnóstico Del Potencial Turístico De La Parroquia Caluma Del Cantón Caluma De La Provincia De Bolívar; y conceden autorización para que el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional “ITHI”, pueda utilizar este trabajo en beneficio de los estudiantes y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: Las partes involucradas declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente Acta de Cesión de Derechos del Trabajo de Fin de Carrera.

DIRECTOR

Lic. Jorge Quillupangui

AUTOR

Estudiante: Adriana Chicaiza

LIC. JORGE QUILLUPANGI
DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional “ITHI”, de Quito; por lo tanto se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Lic. Jorge Quillupangui

Fecha: Julio 2014

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN	13
INTRODUCCIÓN	14
PRIMERA PARTE – PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Identificación Del Problema De Investigación	15
1.2 Formulación Del Problema	17
1.3 Objetivos	17
1.3.1 Objetivo General	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
1.4 Justificación	18
1.4.1 Relevancia Social	18
SEGUNDA PARTE – MARCO TEÓRICO	19
2.1. Fundamentación Teórica	19
2.2. Marco Teórico	20
1.1 Historia	20
1.1.1 Breve reseña histórica de la parroquia	20
1.2 Ubicación Geográfica De La Parroquia	23
1.2.1 Ubicación	23
1.2.2 Población	23
1.2.3 Límites	24
1.2.4 Temperatura	24
1.2.5 Clima	24
1.2.5 Hidrografía	24
1.3 ASPECTOS GENERALES	25
1.3.1 Flora	25
1.3.2 Fauna	26

1.3.3 Situación económica.....	28
1.3.4 Festividades.....	28
1.3.5 Gastronomía.....	29
2.1 Infraestructura.....	30
2.1.1 Energía Eléctrica.....	30
2.1.2 Agua.....	30
2.1.3 Comunicación.....	31
2.1.4 Recolección y tratamiento de desechos.....	31
2.1.5 Salud.....	31
2.1.6 Vías de acceso.....	32
2.2 Planta Turística.....	32
2.2.1 Sitios de alimentación.....	32
2.2.2 Sitios de alojamiento.....	32
2.2.3 Operadoras de turismo.....	32
2.2.4 Transporte.....	33
2.3 Superestructura Turística.....	33
3.1 Levantamiento Y Clasificación De Atractivos Turísticos.....	34
4.1 Jerarquización de Atractivos Turísticos.....	41
4.1.1 Factores Intrínsecos.....	41
4.1.2 Factores extrínsecos.....	41
4.2 Demanda Turística.....	44
4.2.1 Cliente interno.....	44
4.2.2 Cliente externo.....	44
TERCERA PARTE – METODOLOGÍA.....	45
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	45
3.2 Universo y Muestra.....	45
3.3. Instrumentos Recolección de Datos.....	46
3.4. Descripción del Trabajo de Campo.....	47
3.5. Procesamiento y Análisis.....	47
CUARTA PARTE – PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	49
4.1. Presentación Gráfica de Resultados.....	49
4.2 Análisis e Interpretación de Resultados.....	60
4.2.1 Ficha de Núcleo Poblacional.....	60
4.2.2 Levantamiento de Atractivos Turísticos.....	62

4.2.3 Ficha de Empresa de Actividades	76
4.2.4 Levantamiento de Fichas de Empresas de Gastronomía.....	77
4.4.5 Levantamiento de Fichas de Empresas de Alojamiento	80
4.2.5 Entrevista.	84
4.2.6 Análisis de la Entrevista.....	87
4.2.7 Jerarquización de Atractivos Turísticos	88
4.3 CONCLUSIONES	92
4.4. RECOMENDACIONES.....	93
REFERENCIAS	94
APÉNDICES	95
ANEXOS	101

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 01 FLORA DE LA ZONA.	24
TABLA N° 02 FAUNA DE LA ZONA.	25
TABLA N° 03 CLASIFICACION DE ATRACTIVOS.	33
TABLA N° 04 DESCRIPCION DE LOS PARAMETROS DE EVALUACION.	39
TABLA N° 05 ATRACTIVOS DE CALUMA	41
TABLA N° 06 GENERO DE PERSONAS.	48
TABLA N° 07 EDAD DE PERSONAS.	49
TABLA N° 08 TURISMO.	50
TABLA N° 09 ACTIVIDAD TURÍSTICA	51
TABLA N° 10 POBLADORES CAPACITADOS.	52
TABLA N° 11 ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	53
TABLA N° 12 ATRACTIVOS TURÍSTICOS	53
TABLA N° 13 FRECUENCIA DE VISITA.	54
TABLA N° 14 PROMOCIÓN TURISMO	55
TABLA N° 15 HOSPEDAJE	56
TABLA N° 16 ALIMENTACIÓN	57
TABLA N° 17 AFLUENCIA DE TURISTAS	58
TABLA N° 18 JERARQUIZACIÓN	87
TABLA N° 19 JERARQUIZACIÓN	87
TABLA N° 20 JERARQUIZACIÓN	88
TABLA N° 21 JERARQUIZACIÓN	88
TABLA N° 22 JERARQUIZACIÓN	89
TABLA N° 23 JERARQUIZACIÓN	89
TABLA N° 24 JERARQUIZACIÓN	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 01 TABULACIÓN	73
GRÁFICO N° 02 TABULACIÓN	74
GRÁFICO N° 03 TABULACIÓN PREGUNTA 1.....	75
GRÁFICO N° 04 TABULACIÓN PREGUNTA 2.....	75
GRÁFICO N° 05 TABULACIÓN PREGUNTA 3.....	76
GRÁFICO N° 06 TABULACIÓN PREGUNTA 4.....	76
GRÁFICO N° 07 TABULACIÓN PREGUNTA 4.....	77
GRÁFICO N° 08 TABULACIÓN PREGUNTA 5.....	78
GRÁFICO N° 09 TABULACIÓN PREGUNTA 6.....	79
GRÁFICO N° 10 TABULACIÓN PREGUNTA 7.....	80
GRÁFICO N° 11 TABULACIÓN PREGUNTA 8.....	81
GRÁFICO N° 12 TABULACIÓN PREGUNTA 9.....	82

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y HOTELERÍA
ITHI**

**DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA
CALUMA DEL CANTÓN CALUMA DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR**

Autor: Adriana del Pilar Chicaiza Pambabay

Director: Lic. Jorge Quillupangui

Fecha: Quito, Julio 2014

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó en la parroquia de Caluma del Cantón Caluma de la provincia de Bolívar que actualmente es desconocida pues no posee un inventario de atractivos turísticos que permitan realizar actividades turísticas, poco interés en la gestión turística por parte de las autoridades, falta de inversión por parte del sector privado, escasa difusión de los atractivos existentes y falta de información acerca de la parroquia.

El sondeo se realizó en la parroquia en la Plaza Central y en las zonas donde existe mayor afluencia demográfica, se aplicó diferentes herramientas de estudio como una encuesta a los habitantes de Caluma y una entrevista a una autoridad del lugar con conocimientos sobre el sector turístico de la parroquia y los resultados se obtuvieron utilizando herramientas como el programa de Excel.

Después de analizar e interpretar los resultados obtenidos se llega a la conclusión que la parroquia de Caluma posee el potencial turístico necesario para poder realizar actividades turísticas pues cuenta con atractivos turísticos muy representativos y que pueden incentivar la afluencia de turistas, pero no con la planta ni la infraestructura adecuada.

INTRODUCCIÓN

Al ser el Ecuador un país privilegiado y estar atravesado por el callejón interandino lo hace ser un lugar con características extraordinarias y únicas, pues posee una gran biodiversidad, exquisita flora y fauna.

El turismo en el Ecuador es uno de los sectores más dinámicos y con un gran crecimiento en la economía, en estos últimos años y gracias a las políticas de promoción del Estado se han dado a conocer nuevos recursos turísticos en diferentes provincias y cantones que lamentablemente por falta de conocimiento no se los ha impulsado y promovido como es el caso de la parroquia de Caluma ubicada en el cantón Caluma en la provincia de Bolívar.

Para lo cual se realizará un diagnóstico del potencial turístico en dicha parroquia, que consistirá en el levantamiento y análisis de la planta e infraestructura turística es decir información de los atractivos, lugares de alimentación, alojamiento, agencias de viaje, servicios básicos, telecomunicaciones con los que cuenta el lugar.

El trabajo de investigación estará dividido en cuatro capítulos en los que se parte de la definición del problema, fundamentación teórica con datos de la parroquia, planta e infraestructura turística, el listado de los atractivos recolección y procesamiento de datos obtenidos en el lugar y la jerarquización de los atractivos.

PRIMERA PARTE – PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación Del Problema De Investigación

La parroquia Caluma está ubicada en la provincia de Bolívar. Posee un clima privilegiado y un entorno natural extraordinario, que cuenta con importantes atractivos turísticos como las cascadas del Retiro, la Chorrera, el Santuario de la Virgen del Valle, los bosques de Samama. Sin embargo, existe desconocimiento, poca capacitación y motivación por parte de las autoridades hacia los habitantes para que se convierta en un espacio de gran potencial turístico.

Dentro de las principales razones para que Caluma no se desarrolle turísticamente están la poca inversión del sector público. Es evidente la existencia masiva de hospedaje de segunda categoría, que no cuenta con el debido registro de turismo, además los lugares que ofrecen alimentación, no poseen los correspondientes permisos de funcionamiento, es decir trabajan sin ningún tipo de control.

Es notoria la escasez y descuido en la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia, pues solo se encuentra limitada información en internet y su difusión se hace oralmente por parte de personas que han visitado a la zona. Se evidencia también que no existen operadoras turísticas que oferten al lugar, tanto nacional como internacionalmente, también hay un mal manejo ambiental, el lugar no cuenta con un plan de manipulación de desechos, existen rebocos de aguas servidas debido a un

sistema de alcantarillado mal planificado, la tala indiscriminada de los bosques, y la contaminación de los ríos.

Lo mencionado anteriormente ha provocado una serie de consecuencias tales como: subutilización de atractivos y deterioro de los mismos, falta de interés en los pobladores por conocer estos atractivos, pues no hay la motivación suficiente, ni suficiente información que motiven a los pobladores a visitar estos lugares, prefiriendo visitar otros sitios que si son promocionados como el complejo turístico de Balsapamba.

También se han encontrado casos de fuga de talento humano hacia otras provincias, por falta de plazas de trabajo provocando la separación de familias.

Si las autoridades invirtieran y promocionaran el mercado turístico, y no solo se enfocarán en la agricultura del lugar, Caluma podría convertirse en un verdadero potencial turístico y económico.

La calidad de vida de los pobladores mejoraría notablemente, existirían vías de acceso en óptimo estado, así como servicios básicos eficientes, salud y educación de primera.

1.2 Formulación Del Problema

¿Cómo influye la falta de un diagnóstico del potencial turístico en el desarrollo de la parroquia de Caluma?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General.

Diagnosticar el potencial turístico de la parroquia de Caluma en el cantón Caluma de la provincia de Bolívar, mediante el levantamiento de información de los atractivos, planta e infraestructura turística.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Reconocer y diagnosticar la infraestructura y planta turística que posee la parroquia Caluma.
- Realizar el levantamiento de la información sobre los atractivos turísticos de la parroquia.
- Jerarquizar la información obtenida sobre los atractivos turísticos.

1.4 Justificación

1.4.1 Relevancia Social

El campo del turismo en el Ecuador sin dudar fue uno de los más olvidados por los gobiernos en el pasado y a pesar de esto hoy en día gracias a las gestiones del régimen actual se captado mucho espacio a nivel nacional e internacional obteniendo grandes reconocimientos y logros emblemáticos como el premio alcanzado por el Tren Crucero, Mejor Producto Turístico fuera de Europa.

Sin embargo los reconocimientos no han sido para todos y cada uno de los maravillosos lugares que posee Ecuador y esto ha generado que no se descubra el turismo en algunos lugares por falta de información como lo es la parroquia de Caluma, para lo cual se realizará un diagnóstico del potencial turístico del lugar, pues tiene condiciones naturales que la hacen un lugar privilegiado e interesante para ser visitado y que de lograr potencializar estas características se convertirán en fuente de ingresos y generadora de empleo para las familias locales.

SEGUNDA PARTE – MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

El presente trabajo, abordará el tema Diagnóstico del potencial turístico de la parroquia Caluma de la provincia de Bolívar cuyo objetivo general es obtener la información necesaria sobre el sistema turístico a fin de fomentar el turismo en la zona como eje principal del desarrollo económico y social, generando competitividad a través del trabajo participativo y en equipo de los habitantes de dicha parroquia.

Es importante indicar que la investigación se basará en toda la información que se pueda recolectar en el lugar mismo del estudio así como también en las diferentes fuentes secundarias informativas con las que cuenta la parroquia, como lo son trípticos, mapas, videos en donde se promociona el turismo del lugar; también se obtendrán datos de la Guía turística Ecuador del Ministerio de Turismo publicada en el año 2004.

Del documento de Figueroa publicado en el año 1988 en el que se recolecta mucha información acerca de la historia de Caluma desde sus inicios hasta mencionar todos los logros que con el paso del tiempo se han ido consiguiendo y que se reposa en la biblioteca del Parque Central de Caluma, el Plan de desarrollo estratégico cantonal de Caluma en estos se encuentra información sobre su historia, situación es geográfica, festividades, atractivos turísticos y otros.

2.2. Marco Teórico

CAPITULO 1 GENERALIDADES DEL ENTORNO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Historia

1.1.1 Breve reseña histórica de la parroquia.

Existen diferentes versiones del origen y del nombre del cantón, muchas de ellas inciertas, algunas hasta fantasiosas; lo que hasta ahora está claro es que la acepción “Caluma” en el diccionario (Perú) dice textualmente: “Cada una de las gargantas o estructuras de la cordillera de los Andes”. (Palabra y vidas, s.f)

Por lo tanto aquellas versiones de que el nombre de Caluma se debe a los indígenas primitivos de nombre Calumus o la de un árbol de la zona, seguirán siendo únicamente especulaciones. (Garofalo, 2010, pág. 6)

Su historia se remonta a los primeros años de la independencia, cuando al dictarse la Ley de División Territorial de Colombia del 25 de junio de 1824, con el nombre de Caracol fue asignada como parroquia rural del cantón Babahoyo, perteneciente entonces a la provincia del Guayas. (Avilés, 2012)

El 6 de octubre de 1860 -al crear la provincia de Los Ríos-, el Jefe Supremo Dr. Gabriel García Moreno la designó como parroquia rural del cantón Chimbo, al que

perteneció también a partir del 23 de abril de 1884 en que se decretó la creación de la provincia de Bolívar. (Avilés, 2012)

Finalmente, el gobierno del Dr. Rodrigo Borja, mediante decreto ejecutivo, aprobó su cantonización, la misma que consta en el Registro Oficial No. 506 del 23 de agosto de 1980. (Avilés, 2012)

Pero con seguridad sabemos que las primeras familias sedentarias fueron de apellidos Fierro, Guzmán, Gavilanes, Paredes, Bonilla, Recalde, Llanos, Guillin entre otras pioneras de la creación de este pueblo por el año 1820. (Figuroa, 2008, pág. 16)

En 1923, se creó la primera escuela Huayna Capac debido al gran número de niños de edad escolar iniciándose el desarrollo educativo. (Figuroa, 2008, pág. 18)

En 1926, llega el primer vehículo propiedad de Enrique Mackliff, de nombre Pancho Villa, y venía de playas de Ojiva, lugar donde él residía, trayendo productos que eran vendidos en la zona. (Figuroa C. C., 1988, pág. 6)

En 1940, Caluma cuenta con el servicio de correos que permite la comunicación con las demás regiones del país. (Figueroa V. , 2008, pág. 18)

1950 llega el primer sacerdote, padre Pedro Monar y se inaugura la iglesia San Vicente, también se construye el cementerio; y en 1952 se incorpora el servicio telefónico con su primera voluntaria la Srta. María Fierro. (Figueroa V. , 2008, pág. 18)

En 1954, Caluma cuenta con energía eléctrica; se inaugura en 1956 la carretera Guaranda – Caluma – Ricaurte.

Años 1960, se crea la oficina del Registro Civil y el Subcentro de Salud. (Figueroa V. , 2008, pág. 19)

En los años 1970, se crea la cooperativa de transportes Caluma, el Colegio Caluma, la empresa Cítricos de Bolívar; en Julio de 1977 se inaugura el Servicio de Agua Potable, cuya captación es del Estero de Cacuayacu. Y el 1 de Abril de 1978 se funda la Asociación de Artesanos Caluma. (Figueroa V. , 2008, pág. 20)

De los años 1980 a la fecha se siguen realizando obras a favor del progreso de Caluma y sus habitantes.

1.2 Ubicación Geográfica De La Parroquia

1.2.1 Ubicación

Se encuentra situado en la parte meridional y al occidente de la Provincia de Bolívar, al terminar las estribaciones del ramal de la Hoya del Río Chimbo, el mismo como un desprendimiento de la Cordillera Occidental de los Andes. Así mientras se adentra en las costas, su terreno se vuelve más regular hasta unirse a territorios de la hermana Provincia de Los Ríos; se halla a los 79°18'22'' de longitud oeste y a s 12°36'19'' de latitud sur. A 57 kilómetros de la capital provincial, Guaranda, y a 150 kilómetros de Guayaquil, el puerto principal del Ecuador. (Garofalo, 2010, pág. 8)

1.2.2 Población

El cantón Caluma tiene una población total de 13.129 habitantes según el Censo de Población y Vivienda del 2010. El 52,3% de esta población vive en el área rural y 47,7% en el área urbana, de los cuales 49,6% son hombres y 50,4% son mujeres. (INEC, 2010)

1.2.3 Límites

Limita al Norte con el Cantón Echandía, al Sur la parroquia de Telimbela (cantón Chimbo), al Este el cantón Guaranda y Chimbo y al Oeste la provincia de los Ríos. (Garofalo, 2010)

1.2.4 Temperatura

Posee temperaturas que varían entre los 19 a 24°C durante los meses de Mayo a Septiembre y 24 a 28 °C durante los meses de Octubre a Abril; 22.2°C promedio. (Garofalo, 2010)

1.2.5 Clima

El clima es subtropical templado. La precipitación media anual es de 500mm, humedad producida por corrientes de aire húmedo que provienen de la región costera que se condensan en las estribaciones montañosas de la cordillera occidental de los Andes. (Garofalo, 2010)

1.2.5 Hidrografía

El principal río es el Caluma que irriga el territorio del cantón, que aguas abajo toma el nombre de río Pita, un afluente del río Babahoyo, que se forma de la confluencia de los ríos Tablas y Escaleras. A los ríos antes mencionados afluyen una serie de esteros y quebradas menores que conforman pequeños subsistemas e irrigan toda la zona,

entre los principales están el río Charquiyacu afluente del Tablas, río San Antonio, Churipungo afluentes del Escaleras. (Figueroa C. C., 1988)

1.3 ASPECTOS GENERALES

1.3.1 Flora.

La vegetación de Caluma se caracteriza por la presencia de bosque virgen, abundante vegetación arbórea, densas y tupidas epífitas;

Tabla N°01 Flora de la zona

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Helecho Arbóreo	Cythaea sp.
Caoba	Platymiscium pinnatum
Colorado	Pouteria sp.
Laurel	Cordia alliodora
Cedro	Cedrela sp.
Nogal	Juglans neotrópica
Lechero	Euphorbia latazii
Arrayán	Eugenia sp.
Caña Guadúa	Guadua angustifolia
Pambil	Iriartea corneto
Real	Inesa colenda
Chirimoya	Rollinia mucosa
Cacao	Herrania balensis
Cacao de Monte	Herranía sp.
Achiote	Bixa Orellana
Paja Toquilla	Carludovia palmata
Platanillo	Heliconia sp.
Romerillo	Podocarpus sp.

Matapalos	Del género(Ficus)
------------------	-------------------

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: (Cañadas, 1983)

1.3.2 Fauna.

De la fauna se tienen muy pocos registros, y la información se ha recopilado de los propios moradores del lugar y de la observación de diferentes especies de animales como:

Tabla N°02 Fauna de la zona

MAMÍFEROS	
NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Armadillos o cachicambo	<i>Dasyus novemcinctus</i>
Cusumbos	<i>Potos Flavus</i>
Guatusas	<i>Dasyprocta punctata</i>
Guantas	<i>Cuniculus paca</i>
Raposas o zarigüeyas	<i>Caluromys derbianus</i>
Mono aullador	<i>Alouatta palliata</i>
Gato de monte	<i>Oncifelis colocolo</i>
Ardilla	<i>Siurus stramineus</i>
AVES	
Pava de monte	<i>Penelope montagnii</i>
Gavilan dorsigris y plumizo	<i>Leucopternis occidentalis y plumbea</i>
Gallinazo negro	<i>Coragyps atratus</i>
Halcón peregrino	<i>Falco peregrinus</i>
Tucán	<i>Pteroglossus erythrogyious</i>
Loro real	<i>Amazona farinosa</i>
Papagayo	<i>Ara ararauna</i>
Garza blanca	<i>Egretta alba</i>

Quinde monja blanca	<i>Amazilia franicae</i>
Quinde real	<i>Colibrí coruscans</i>
PECES	
Pez ratón	<i>Leporinus ecuadoriensis</i>
Bocachico	<i>Ichthyolephas humeralis</i>
Campeche	<i>Chaetostoma fischeri</i>
Dama	<i>Brycon alburnus</i>
Chillo o bagre	<i>Pimelodella modestus</i>
Cachuela	<i>Astyanax festae</i>
Sabaleta	<i>Rhoadsia altipinna</i>
Roncador	<i>Saccodon wagneri</i>
Lenguado rayado	<i>Achirus scutum</i>
Anguila	<i>Trichomycterus dispar</i>
Raspabalsa	<i>Isorineloricaria sp.</i>
Tilapia	<i>Oreochromis niloticus</i>
ANFIBIOS	
Salamandras	<i>Bolitoglossa equatoriana, palmata y chica</i>
Sapo diablito	<i>Dendrobates sylvaticus</i>
Sapo bufo	<i>Bufo marinus</i>
Ranita marsupial	<i>Gastrotheca pseustes</i>
Rana de casco	<i>Hemiphractus sp.</i>
REPTILES	
Víbora	<i>Prothidium nasutum</i>
Víbora Guacama o verrugosa	<i>Lachesis muta</i>
Corales	<i>Micrucus</i>
Boa constrictor	<i>Boa constrictor</i>
Culebrita	<i>Dipsas gracilis</i>

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: (Cañadas, 1983)

1.3.3 Situación económica.

El cantón Caluma se caracteriza por ser una población cuya economía está basada en la agro-producción y en menor proporción a la ganadería.

La naranja es el producto que mayor ingreso aporta y aunque de manera indirecta, abastece a los mercados de las provincias de Guayas, Manabí, Pichincha, Azuay y en general a todo el país. Se cultiva además, yuca, maíz, plátano, naranja, papaya, melón, café, cacao, caña de azúcar, orito, guineo, arazá, limón, toronja.

Sin embargo, Caluma tiene un desarrollo agrícola y ganadero mucho más bajo que el resto de los cantones de la provincia de Bolívar.

1.3.4 Festividades

En Caluma una de sus principales festividades es el Carnaval que se caracteriza por su colorido festejo, sus grandes desfiles en donde propios y extraños disfrutan de la fiesta y la alegría de sus habitantes.

Cada 3 de septiembre, con verdadero júbilo sus habitantes celebran la “Fiesta de la Naranja”, preparando eventos artísticos, así como la exposición de sus variados productos agrícolas, entre los que se destaca la naranjas -de la cual es la mayor productora del país-, limones, toronjas, mandarinas, pomelos, etc.

También tiene su fiesta de cantonización y una fiesta religiosa muy importante que se en honor a la virgen del Valle.

1.3.5 Gastronomía

Son tradicionales en Caluma los Chigüiles en carnaval, el aguado de gallina criolla y la fritada.

CAPÍTULO 2 SISTEMA TURÍSTICO DE LA ZONA

2.1 Infraestructura

2.1.1 Energía Eléctrica.

Se dio comienzo a las instalaciones de servicio eléctrico por el año de 1973.

(Figueroa C. C., 1988, pág. 11)

Hoy en día Caluma cuenta con una subestación que provee de este servicio a los moradores. Y según el Ministerio de Coordinador de Sectores Estratégicos, en coordinación con el Ministerio de Electricidad y Energías Renovables, se prevé la construcción de una mini central eléctrica Caluma–Pasagua–Tigreurco.

(Sectores Estratégicos, 2014)

2.1.2 Agua.

Este servicio fue inaugurado el mes de Julio de 1977. La captación se realiza del Estero Cacauyacu, debido a que los estudios realizados arrojaron que era el más apto para el consumo humano; pasa por el tanque de aireación, tanque de filtración, tanque de purificación y finalmente al tanque de distribución situado en una colina de la población. (Figueroa C. C., 1988)

2.1.3 Comunicación.

Este servicio se inicio por el año de 1952 con la empresa IETEL. Hoy en día cuentan con servicio telefonía fija por parte de CNT y telefonía móvil por parte de las tres operadoras existentes en el país CNT, Movistar y Claro.

Existen dos canales de televisión propios del lugar Cónдор Visión y TvCoral, además de televisión satelital e internet.

2.1.4 Recolección y tratamiento de desechos.

Caluma cuenta con el servicio de recolección de basura, pero lamentablemente el tratamiento de desechos simplemente quedo en proyecto por la salida del alcalde anterior, los calumeños esperan que las nuevas autoridades continúen con el proyecto y lo hagan realidad.

2.1.5 Salud.

El lugar en el cual se está realizando la investigación si cuenta con centros de atención hospitalaria, pero comentan sus habitantes que la atención que reciben en el centro de salud no es de calidad ya que muchas de las veces deben esperar mucho tiempo para ser atendidos y algunas veces las medicinas son escasas.

2.1.6 Vías de acceso.

Caluma cuenta con vías de acceso de primer orden, una de las principales es la vía Guaranda-La Esmeralda-Caluma, y la vía hacia el Litoral.

2.2 Planta Turística

2.2.1 Sitios de alimentación.

Caluma cuenta con algunos lugares en donde se brinda alimentación pero lamentablemente ninguno cuenta con los permisos adecuados de funcionamiento, así como también la categoría de estos es muy baja como para llevar a turistas nacionales y extranjeros.

2.2.2 Sitios de alojamiento.

La parroquia cuenta con dos lugares en los que se podría hospedar a los turistas, de los cuales Madera Fina es la Hostería que si cuenta con los permisos de funcionamiento y el servicio que se da es de mucha calidad.

2.2.3 Operadoras de turismo.

Caluma no cuenta con ninguna operadora de turismo, nadie se ha preocupado por manejar el turismo en el lugar.

2.2.4 Transporte.

Tienen muchos medios de transporte como los taxis, cooperativa de camionetas, rancheras, buses interprovinciales.

2.3 Superestructura Turística

Penosamente en Caluma no existe ninguna institución pública o privada que se preocupe por optimizar los recursos turísticos de la zona, incluso el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Bolívar y el Municipio de Caluma no se han preocupado por crear un departamento que se empodere del tema turismo.

CAPÍTULO 3 LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

3.1 Levantamiento Y Clasificación De Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos se clasificaran según la siguiente tabla:

Tabla N°03 Clasificación de los Atractivos Turísticos

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
1. SITIOS NATURALES	1.1 Montañas	-Altas montañas -Cordilleras -Nudos -Volcanes -Desfiladeros -Colinas -Glaciares
	1.2 Planicies	-Costeros -Salitrales -Valles -Mesetas
	1.3 Desiertos	-Costeros -De interior -Dunas
	1.4 Ambientes lacustres	-Lagos -Lagunas -Ciénegas -Pozas -Cochas -Pantanos -Chacras estacionales
	1.5 Ríos	

		<ul style="list-style-type: none"> -Manantiales o fuente -Riachuelo o arroyo -Rápidos o raudales -Cascadas o cataratas -Riveras -Deltas -Meandros -Vados -Remansos -Paramo -Ceja de selva oriental -Ceja de selva occidental -Nublado Oriental -Nublado occidental -Montano bajo oriental -Montano bajo occidental -Húmedo tropical amazónico -Húmedo tropical occidental -Manglar -Seco tropical -Seco interandino -Petrificado -Aguas termales -Aguas Minerales -Aguas sulfurosas -Cuevas -Cavernas
	1.6 Bosques	
	1.7 Aguas subterráneas	<ul style="list-style-type: none"> -Ríos subterráneos -Cráteres -Calderas
	1.8 Fenómenos espeleológicos	<ul style="list-style-type: none"> -Flujos de lava -Tubos de lava

	<p>1.12 Tierras Insulares</p> <p>1.13 Sistemas de áreas protegidas</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Archipiélagos -Islotes -Rocas -Parque nacional -Reserva ecológica -Refugio de vida silvestres -Área nacional de recreación -Reserva de reproducción faunística -Área de caza y pesca -Bosque protector -Reserva geobotánica
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
2. MANIFESTACIONES CULTURALES	2.1 Histórica	<ul style="list-style-type: none"> -Arquitectura Civil Religiosa Militar -Zonas históricas Ciudades Sectores Conjuntos parciales -Minas antiguas -Sitios Arqueológicos Zonas arqueológicas Conjuntos aislados -Museos Religiosos Coloniales Arqueológicos Históricos Técnicos Artísticos Generales

	<p>2.2 Etnografía</p>	<p>Etnográficos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Colecciones particulares -Grupos étnicos -Arquitectura vernácula -Manifestaciones Religiosas Tradiciones Creencias populares -Música y Danza -Artesanías Instrumentos musicales Tejidos, indumentaria Mascara Alfarería Metales Cuero, pieles Madera Piedra Tejidos en paja Objetos rituales Pintura Imaginería Armas -Ferias y mercados -Comidas y bebidas típicas -Chamanismo -Explotaciones mineras -Explotaciones agropecuarias -Explotaciones industriales -Obras técnicas -Centros científicos Y técnicos Zoológicos y acuarios Jardines botánicos Bibliotecas
	<p>2.3 Realizaciones técnicas y científicas</p>	

		<ul style="list-style-type: none"> -Viveros Orquidearios Explotación piscícolas -Museos -Obras de arte -Pintura -Escultura -Galerías -Artísticos Música Danza Teatro Festivales de cine Exposiciones -Fiestas religiosas Concursos Corridos de toros Carnavales -Vida nocturna -Gastronomía -Rodeos -Ferias y congresos -Eventos deportivos -Pelear de gallos
	<p>2.4 Realizaciones artísticas contemporáneas</p>	
	<p>2.5 Acontecimientos programados</p>	

FUENTE: Gerencia Regional Frontera Sur del Ministerio de Turismo

Los atractivos encontrados en la zona fueron:

Tabla N° 4 Listado de Atractivos de Caluma

ATRACTIVO	TIPO	SUBTIPO
Cascada la Chorrera	Ríos	Cascada
Cascada de Plomovado	Ríos	Cascada
Cascada las Tres Pailas	Ríos	Cascada
Bosque Protector Samama	Bosque	Bosque
Bosque Protector Naranjapata	Bosque	Bosque
Santuario del Valle	Etnográfico	Religiosas
Carnaval	Etnográfico	Tradiciones

Elaborado por: Adriana Chicaiza

CAPÍTULO 4 JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA

4.1 Jerarquización de Atractivos Turísticos

4.1.1 Factores Intrínsecos.

Significa en si el valor del atractivo de acuerdo a su naturaleza; es decir escénico, científico, artístico, cultural, etc.

4.1.2 Factores extrínsecos.

Es el valor convencional en un atractivo; esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad, o por hecho o factor circunstancial o accidental (como es el caso de los bienes históricos). Para el caso de sitios naturales se debe valorar en función a los usos y en la medida de su exclusividad o variedad.

4.1.3 Evaluación de los atractivos.

Evaluar un conjunto de atractivos significa establecer una relación de orden, en base a la descripción contenida en los formularios de registro de la información.”

Tabla N°05 Descripción de los Parámetros de Evaluación

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	Valor intrínseco	15
	Valor extrínseco	15
	Entorno	10
	Estado de conservación (y/o organización)	10
		50
APOYO	Acceso	10
	Servicios	10
	Asociación con otros atractivos	5
		25
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	4
	Nacional	7
	Internacional	12
	TOTAL	25
	100	

Fuente: Gerencia Nacional de Recurso Turístico 2004

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo.

Los rangos son:

- 1 a 25 puntos: Jerarquía I
- 26 a 50 puntos: Jerarquía II
- 51 a 75 puntos: Jerarquía III
- 76 a 100 puntos: Jerarquía IV
- **Jerarquía I**

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el

desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

- **Jerarquía II**

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales.

- **Jerarquía III**

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

- **Jerarquía IV**

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

4.2 Demanda Turística

La demanda turística es la cantidad de un producto o un servicio que está disponible y que se desea adquirir, éste puede ser obtenido individual o colectivamente en condiciones determinadas. (Iglesias, 2000, pág. 36)

4.2.1 Cliente interno.

Es aquel que pertenece a la organización y que no por no estar en ella deja de requerir de la prestación del servicio por parte de los demás empleados, sea cual sea el cargo que desempeñen, pues en algún momento ellos podrán convertirse en clientes externos que adquieran el producto o servicio que la empresa venda.

4.2.2 Cliente externo.

Es aquella persona que no pertenece a la organización, sin embargo, es a quien la atención está dirigida, ofreciéndole un producto o servicio. Normalmente se lo conoce como “consumidor” o “cliente”. (Scherer, 2009, pág. 115)

En todo caso los dos son muy importantes pues son quienes hacen que la empresa u organización funcionen adecuadamente.

4.2.3 Oferta Turística.

Son todos aquellos servicios efectivamente puestos en el mercado para satisfacer la potencial demanda turística.

TERCERA PARTE – METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

En el presente trabajo se usó una metodología descriptiva que consistió en recolectar información y datos que ayudaron a puntualizar antecedentes que reflejaron la realidad de la zona en cuanto a turismo se refiere.

El diseño de la investigación fue cuantitativo y cualitativo pues contó con datos reales obtenidos a través de la encuesta, la entrevista y la observación directa.

3.2 Universo y Muestra

Según los datos proporcionados por el último Censo Poblacional realizado por el INEC en el 2010 la parroquia de Caluma cuenta con una población de 13.129 habitantes, hombres y mujeres sin tomar en cuenta su edad. (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

La fórmula de Kanavos fue la herramienta utilizada para poder obtener la muestra objeto de este estudio.

$$n = \frac{N \times p \times q}{N - 1 \left(\frac{E}{K}\right)^2 + (p \times q)}$$

n= muestra

N= población muestra

pq= probabilidad

p= 0.50 positivas

q= 0.50 negativas

e= 0.05 error

k = 2 = Confianza

$$n = \frac{13.129 \times 0.50 \times 0.50}{13.129 - 1 \left(\frac{0.05}{2}\right)^2 + (0.50 \times 0.50)}$$

$$n = \frac{3.282,25}{13.128 (0,000625) + (0.25)}$$

$$n = \frac{3.282,25}{8,455}$$

$$n = 388,20$$

n = 388 Encuestas

3.3. Instrumentos Recolección de Datos

Para la realización del levantamiento y recopilación de información se utilizó las siguientes herramientas de trabajo:

La Encuesta que se usó constó de 9 preguntas tanto cerradas como de opción múltiple, las cuales proporcionaron datos sobre el potencial turístico de la parroquia (Véase el Apéndice A).

La Entrevista Estructurada constó de 9 preguntas dirigidas a la Srta. Roxana Abril, Relacionista pública del Municipio de Caluma. (Véase apéndice B).

Y también en la observación de campo se usó fichas proporcionadas por el Ministerio de Turismo para el levantamiento de atractivos turísticos. (Véase Anexos)

3.4. Descripción del Trabajo de Campo

Se realizó un reconocimiento previo de la parroquia de Caluma, se procedió al levantamiento de toda la información con el material de apoyo, y se continuó con la aplicación de la encuesta a sus habitantes en el mes de Mayo en 2 días indefinidos a la semana y los días sábado y domingo que son los días en los que los habitantes realizan vida social.

La entrevista estructurada se la realizó a la Relacionista Pública del Municipio de Caluma en un día laboral de una semana del mes de mayo de 2014, esta entrevista no duró más de 20 minutos.

3.5. Procesamiento y Análisis

Una vez recolectada la información se procedió a la tabulación, clasificación y creación de tablas y gráficos utilizando una hoja Excel, para finalmente proceder a la

interpretación de los resultados obtenidos, presentando datos porcentuales y promediales.

CUARTA PARTE – PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación Gráfica de Resultados

Sexo:

Masculino o femenino

Tabla N°06 Genero personas

SEXO		
GÉNERO	F	%
MASCULINO	182	47%
FEMENINO	206	53%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

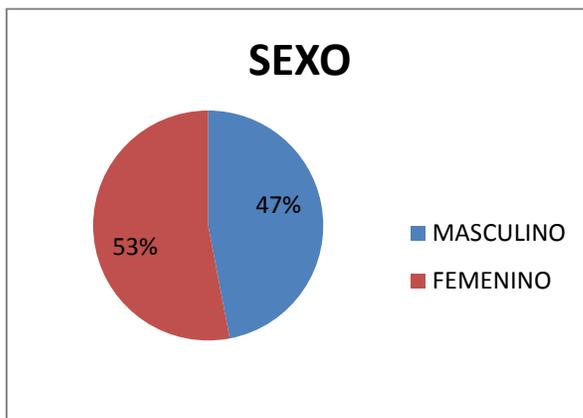


Gráfico N°01 Género personas
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- Se comprueba que en Caluma se realizó la encuesta a 182 hombres que representan el 47% y a 206 mujeres que son el 53%.

Edad:

Tabla N°07 Edad de personas

EDAD	F	%
Menos de 18 años	55	14%
de 18 a 25 años	182	47%
de 26 a 35 años	88	23%
de 36 a 65 años	48	12%
Mayores 65 años	15	4%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

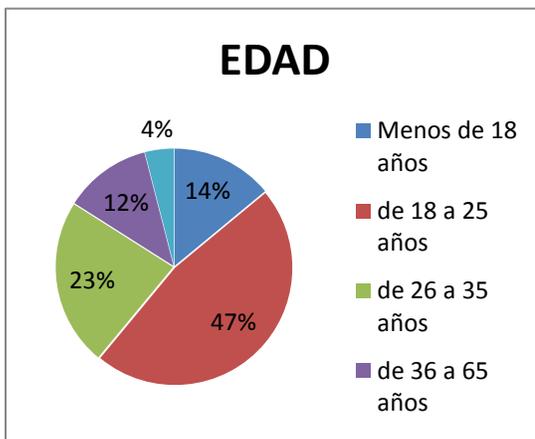


Gráfico N°02 Edad de personas
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- Se constató que contestaron un 47% de personas entre 18 y 25 años, 12% entre 36 a 65 años, 4% mayores de 65 años; es decir Caluma es hogar en su mayoría de personas jóvenes y en minoría de personas de la tercera edad.

1.- ¿Sabe usted que es el turismo?

Tabla N°08 Turismo

TURISMO		
	F	%
SI	297	77%
NO	91	23%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

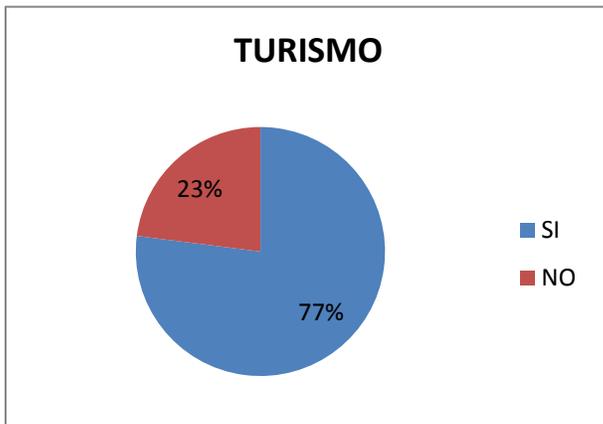


Figura N°03 Turismo
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- Los pobladores en su mayoría con un 77% han mencionado que si conocen lo que es el turismo, mientras el 23% indica que no tienen conocimiento sobre el tema.

2.- ¿Cree usted que en su parroquia se puede realizar turismo?

Tabla N°09 Actividad turística

ACTIVIDAD TURÍSTICA		
	F	%
SI	305	79%
NO	83	21%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

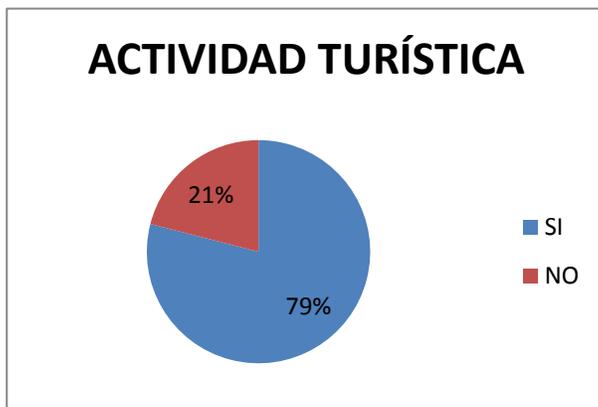


Figura N°04 Actividad Turística
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- En Caluma el 79% de encuestados cree que el lugar si cuenta con potencial para realizar turismo, mientras que el 21% de encuestados menciona que no hay posibilidades de realizar turismo en el lugar.

3.- ¿Piensa usted que los pobladores de Caluma están capacitados para desarrollar actividades turísticas?

Tabla N°10 Pobladores capacitados

POBLADORES CAPACITADOS		
	F	%
SI	73	19%
NO	315	81%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

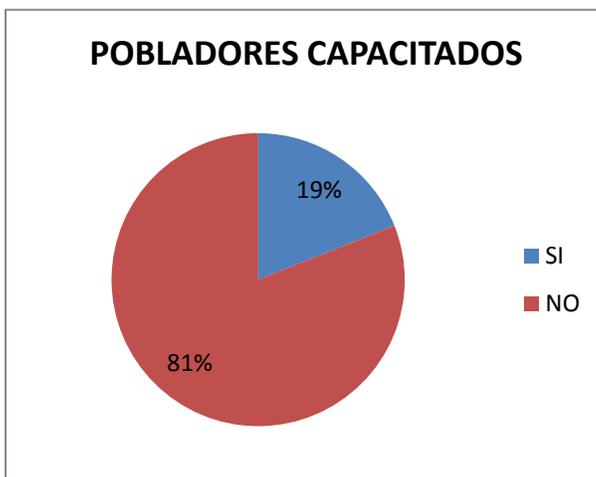


Figura N°05 Pobladores capacitados
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- Se puede interpretar que el 81% de las personas encuestadas sienten que no están capacitadas en áreas de turismo por ende es muy difícil para ellos brindar este servicio en el lugar.

4.- ¿Piensa usted que la parroquia posee atractivos turísticos? Mencione 2 principales.

Tabla N°11 Atractivos turísticos

ATRATIVOS TURÍSTICOS		
	F	%
SI	294	76%
NO	94	24%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

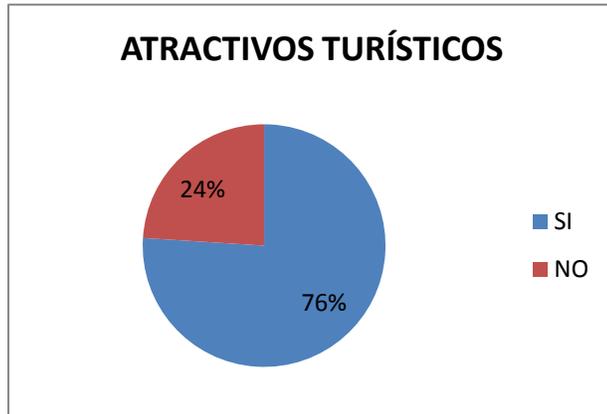


Figura N°06 Atractivos turísticos
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Tabla N°12 Atractivos turísticos

ATRATIVOS TURÍSTICOS		
	F	%
CASCADAS	196	67%
CARNAVAL	98	33%
TOTAL	294	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

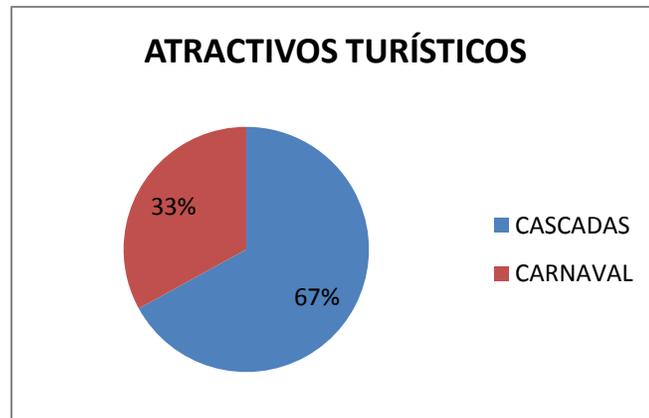


Figura N°07 Atractivos turísticos
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- De las personas encuestadas se ha obtenido que el 67% está de acuerdo en que Caluma posee atractivos turísticos y que las cascadas con el principal atractivo del lugar.

5.- ¿Con que frecuencia usted visita los atractivos turísticos de su parroquia?

Tabla N°13 Frecuencia de visita

FRECUENCIA DE VISITA		
	F	%
Siempre	43	15%
A veces	185	63%
Nunca	66	22%
TOTAL	294	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

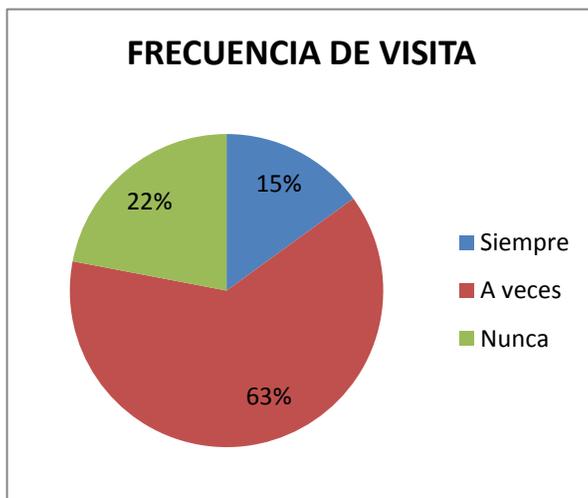


Figura N°08 Frecuencia de visita
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- Lamentablemente a pesar de que los pobladores mencionan que Caluma si cuenta con atractivos turísticos, solo un 63% de los encuestados mencionan visitar estos lugares a veces y un 22% de encuestados nunca los visitan.

6.- ¿Cree usted que las autoridades de la parroquia se han preocupado por promocionar el turismo de la parroquia?

Tabla N°14 Promoción turismo

PROMOCIÓN TURISMO		
	F	%
SI	56	14%
NO	332	86%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma



Figura N°09 Promoción turismo
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- El 86% de las personas mencionan que las autoridades del lugar no se han preocupado por promocionar el turismo en Caluma y tan solo un 14% piensan que si se ha promocionado el turismo en el lugar.

7.- ¿Según usted, cree que la parroquia cuenta con lugares de hospedaje adecuados para la recepción de turistas?

Tabla N°15 Hospedaje

HOSPEDAJE		
	F	%
SI	65	17%
NO	323	83%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

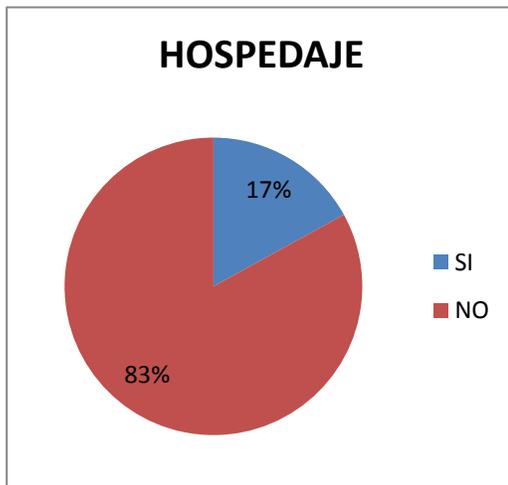


Figura N°10 Hospedaje
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- De acuerdo a lo encuestado, sólo el 17% mencionaron que si existen dos lugares que pueden brindar alojamiento turístico adecuado a los visitantes; y el 83% creen que no existen lugares adecuados para hospedar turistas.

8.- ¿Cree que la parroquia posee restaurantes adecuados que brinden gastronomía típica de Caluma?

Tabla N°16 Alimentación

ALIMENTACIÓN		
	F	%
SI	61	16%
NO	327	84%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

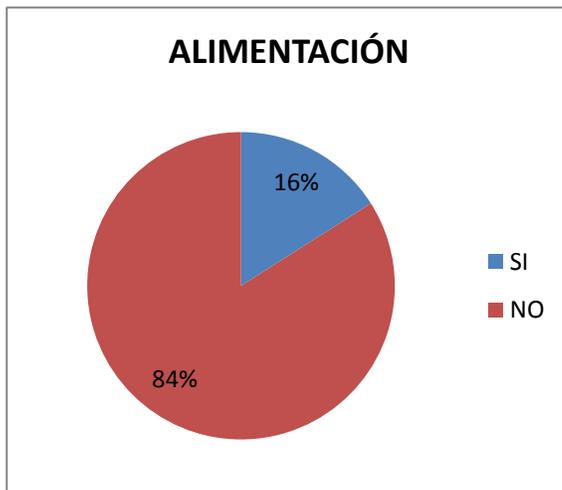


Figura N°11 Alimentación
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- El 84% de encuestados opinan que no existen lugares que brinden la gastronomía típica de Caluma, y sólo el 16% creen que si existen estos lugares.

9.- ¿En qué meses del año ha visto usted que hay más afluencia de turistas que visitan los atractivos turísticos?

Tabla N°17 Afluencia de turistas

AFLUENCIA DE TURISTAS		
	F	%
Enero-abril	98	25%
Mayo-agosto	255	66%
Septiembre-diciembre	35	9%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

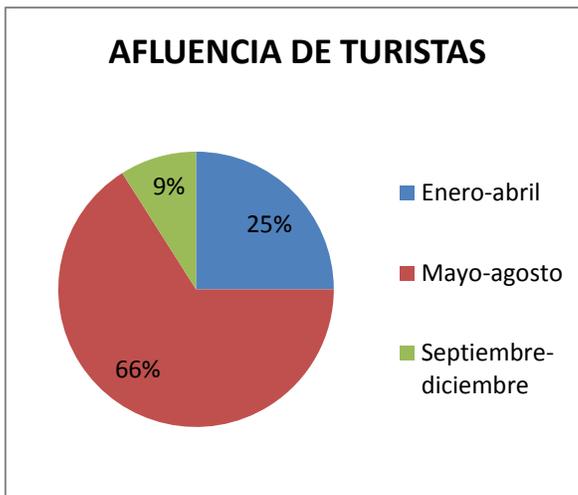


Figura N°12 Afluencia de turistas
Elaborado por: Adriana Chicaiza
Fuente: Encuestados Caluma

Interpretación.- Según los encuestados se puede comprobar que la temporada en las que más se visitan los atractivos turísticos con un 66% es en los meses de mayo a agosto y la temporada en la que menos visitantes hay es de septiembre a diciembre con el 9%.

4.2 Análisis e Interpretación de Resultados

4.2.1 Ficha de Núcleo Poblacional.

FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL		
1. LOCALIDAD: Parroquia Caluma	2. FICHA N° 1	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna
4. ACCESO: Libre 5. Desde: Guaranda 6. Vía: Excelente tipo y estado: Muy buena 7. tiempo y medio de transporte: 2 horas desde Guaranda transporte público		
8. BREVE DESCRIPCIÓN: Caluma, parroquia ubicada en la parte meridional y al occidente de la Provincia de Bolívar, a 57 km. de Guaranda y a 150 km. de Guayaquil, poseedora de un clima subtropical, diversa flora y fauna. Su población con un total de 13.129 habitantes es gente hospitalaria y amable. Limita al Norte con Echandía, al Sur con Telimbela, al Este con Guaranda y Chimbo, al Oeste con la provincia de Los Ríos.		
9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS		
Categoría	Tipo	Subtipo
R. Naturales	Ríos	Cascadas
R. Culturales	Etnografía	Tradiciones
10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Transporte públicos (Si) • Gasolineras (Si) • Teléfono Público (Si) • Oficina bancaria (Si) • Cajero (Si) • Centro de salud (Si) • Primeros auxilios (Si) • Farmacia (Si) • Seguridad (Si) • Centros escolares(Si) • Centros culturales (No) • Centros deportivos (Si) • Espacios recreativos (Si) • Otros (Si) 		
11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO		
Alojamiento	Si	Tipo
Restaurantes	Si	Tipo
Otros lugares de comida	Si	Tipo: picanterías
Empresas de actividades recreativas	No	Tipo
Empresas receptivo	No	Tipo
Otros	No	Tipo
12. OFICINA ITUR MAS PROXIMA: No existe	Fechas de apertura: No aplica	Horarios: No aplica

13. PRINCIPALES PROBLEMAS <ul style="list-style-type: none"> • Señalización • Accesos • Información • Conservación urbana • Saneamiento • Circulación • Limpieza y recogida de basura • Seguridad • Otros 	Si Si Si Si No No No No No	
14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS: Documentos, videos y reportes sobre la ciudad y la parroquia de Caluma.		
15. Realizado por: Adriana Chicaiza	Fecha: 14-Mayo-2014	

4.2.2 Levantamiento de Atractivos Turísticos

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE: Cascada la Chorrera	2. FICHA N° 1	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna	
4. CATEGORÍA: :Sitio Natural			
5. TIPO: Ríos		SUBTIPO: Cascada	
6.UBICACIÓN: Provincia de Bolívar, Cantón Caluma, El Triunfo			
7. ACCESO: Libre	8. DESDE: Parque central	9.VÍA, TIPO Y ESTADO: Muy buena	
10. MEDIO DE ACCESO: Público y privado	11. TIEMPO: 15 minutos		
12. DESCRIPCIÓN: La cascada es una hermosa caída de agua de aproximadamente unos 40 metros de altura, rodeada de fastuosos paisajes, con vegetación típica del lugar, variedad de aves, mariposas, insectos.			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: Caminatas			
14. HORARIOS Tiempo indefinido	15. PRECIOS Ninguno	16. PROPIETARIO Sr. Figueroa	17. PERSONA CONTACTO Ninguna
18. TIPO DE PUBLICO Semana (X) Fin de semana (X) Feriados Largos Vacaciones (X)			
19. EMPRESAS QUE OPERAN Ninguna	20. ACTIVIDAD Ninguna	21. CÓDIGO Ninguno	

22. SERVICIOS	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento: No ○ Comida: No ○ Alojamiento: No ○ Visitas guiadas: No ○ Talleres: No ○ Rutas autoguiadas: No ○ Señalización para llegar: No ○ Señalización interna: No ○ Limpieza y recogida de basura: No ○ Servicios higiénicos: No ○ Seguridad y Manteniendo: No ○ Alquiler de material para realizar actividades: No ○ Venta de souvenir, información sobre el recurso: No ○ Folletos: No ○ Teléfono público: No ○ Pago con tarjetas de crédito : No ○ otros : No 	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA	
Falta de información sobre el lugar	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS	
Observación directa	
25. OBSERVACIONES: Mayor control en cuanto a sanidad se refiere.	
26. REALIZADA POR: Adriana Chicaiza	FECHA: 08-Mayo.2014

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE: Cascada de Plomovado		2. FICHA N° 2	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna
4. CATEGORÍA: :Sitio Natural			
5. TIPO: Ríos		SUBTIPO: Cascada	
6. UBICACIÓN: Provincia de Bolívar, Cantón Caluma			
7. ACCESO: Libre		8. Desde: Parque central	9. Vía, tipo y estado: Muy buena
10. Medio de acceso: Público y privado		11. Tiempo: 45 minutos	
12. DESCRIPCIÓN: La cascada cuenta con dos caídas de agua, una de 20 metros y la otra de unos 70 metros aproximadamente.			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: Caminatas			
14. HORARIOS Tiempo indefinido	15. PRECIOS Ninguno	16. PROPIETARIO Sr. Wilson Yépez	17. PERSONA CONTACTO Ninguna
18. TIPO DE PUBLICO Semana (X) Fin de semana (X) Feriados Largos Vacaciones (X)			
19. EMPRESAS QUE OPERAN Ninguna	20. ACTIVIDAD Ninguna	21. CÓDIGO Ninguno	
22. SERVICIOS			

<ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento: No ○ Comida: No ○ Alojamiento: No ○ Visitas guiadas: No ○ Talleres: No ○ Rutas autoguiadas: No ○ Señalización para llegar: No ○ Señalización interna: No ○ Limpieza y recogida de basura: No ○ Servicios higiénicos: No ○ Seguridad y Manteniendo: No ○ Alquiler de material para realizar actividades: No ○ Venta de souvenir, información sobre el recurso: No ○ Folletos: No ○ Teléfono público: No ○ Pago con tarjetas de crédito : No ○ otros : No 	
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</p> <p>Contaminación del agua por falta de control de los visitantes</p>	
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</p> <p>Observación directa</p>	
<p>25. OBSERVACIONES: Mantenimiento del lugar.</p>	
<p>26. Realizada Por: Adriana Chicaiza</p>	<p>Fecha: 08-Mayo.2014</p>

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE: Cascada las Tres Pailas		2. FICHA N° 3	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna
4. CATEGORÍA: :Sitio Natural			
5. TIPO: Ríos		SUBTIPO: Cascada	
6. UBICACIÓN: Provincia de Bolívar, Cantón Caluma			
7. ACCESO: Libre		8. Desde: Parque central	9. Vía, tipo y estado: Muy buena
10. Medio de acceso: Público y privado		11. Tiempo: 50 minutos	
12. DESCRIPCIÓN: En el lugar encontramos la cascada de 40 metros de altura que cuenta con tres piscinas naturales.			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: Caminatas			
14. HORARIOS Tiempo indefinido	15. PRECIOS Ninguno	16. PROPIETARIO Sr. Holger Lara y Sr. Iván Camacho	17. PERSONA CONTACTO Ninguna
18. TIPO DE PUBLICO Semana (X) Fin de semana (X) Feriados Largos Vacaciones (X)			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20. ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	

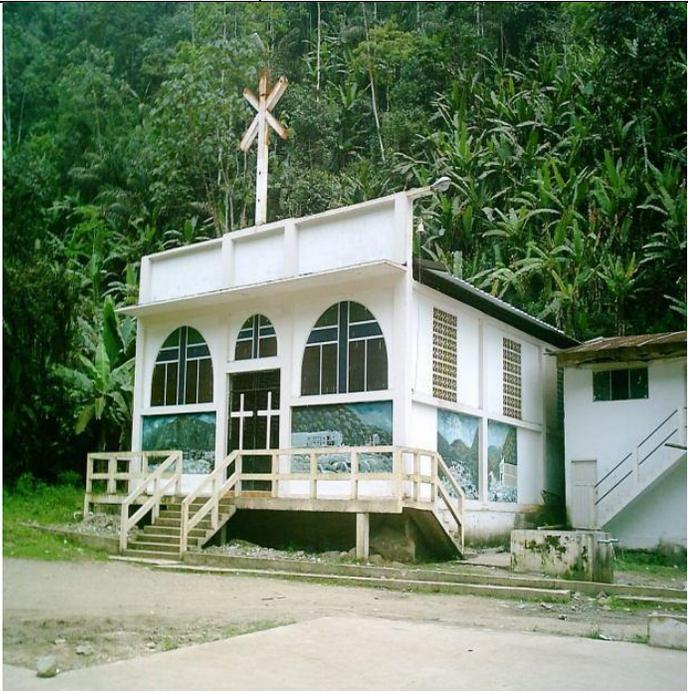
Ninguna	Ninguna	Ninguno
22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento: No ○ Comida: No ○ Alojamiento: No ○ Visitas guiadas: No ○ Talleres: No ○ Rutas autoguiadas: No ○ Señalización para llegar: No ○ Señalización interna: No ○ Limpieza y recogida de basura: No ○ Servicios higiénicos: Si ○ Seguridad y Manteniendo: No ○ Alquiler de material para realizar actividades: No ○ Venta de souvenir, información sobre el recurso: No ○ Folletos: No ○ Teléfono público: No ○ Pago con tarjetas de crédito : No ○ otros : No 		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA Impacto ambiental por presencia de basura.		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Observación directa		
25. OBSERVACIONES: No hay promoción del lugar.		
26. Realizada Por: Adriana Chicaiza		Fecha: 08-Mayo.2014

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE: Bosque Protector Samama		2. FICHA N° 5	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna
4. CATEGORÍA: :Sitio Natural			
5. TIPO: Bosque		SUBTIPO: Bosque	
6. UBICACIÓN: Provincia de Bolívar, Cantón Caluma			
7. ACCESO: Libre 6km Tercer orden		8. Desde: Parque central	9. Vía, tipo y estado: 22 Km Primer orden, 11. Tiempo: 35 minutos
10. Medio de acceso: Público y privado			
12. DESCRIPCIÓN: Este bosque protector es un espacio biodiverso en donde se puede observar una variedad de flora y fauna, con una superficie de 3.101,60 hectáreas.			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: Caminatas			
14. HORARIOS Tiempo indefinido	15. PRECIOS Ninguno	16. PROPIETARIO Ninguno	17. PERSONA CONTACTO Ninguna
18. TIPO DE PUBLICO Semana (X) Fin de semana (X) Feriados Largos Vacaciones (X)			
19. EMPRESAS QUE OPERAN Ninguna	20. ACTIVIDAD Ninguna	21. CÓDIGO Ninguno	
22. SERVICIOS			

<ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento: No ○ Comida: No ○ Alojamiento: No ○ Visitas guiadas: No ○ Talleres: No ○ Rutas autoguiadas: No ○ Señalización para llegar: No ○ Señalización interna: No ○ Limpieza y recogida de basura: No ○ Servicios higiénicos: No ○ Seguridad y Manteniendo: No ○ Alquiler de material para realizar actividades: No ○ Venta de souvenir, información sobre el recurso: No ○ Folletos: No ○ Teléfono público: No ○ Pago con tarjetas de crédito : No ○ otros : No 	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA	
Daño en la naturaleza por mal manejo del lugar.	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS	
Observación directa	
25. OBSERVACIONES: No hay promoción del lugar.	
26. Realizada Por: Adriana Chicaiza	Fecha: 08-Mayo.2014

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE: Bosque Protector Naranjapata		2. FICHA N° 6	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna
4. CATEGORÍA: :Sitio Natural			
5. TIPO: Bosque		SUBTIPO: Bosque	
6. UBICACIÓN: Provincia de Bolívar, Cantón Caluma			
7. ACCESO: Libre		8. Desde: Parque central	9. Vía, tipo y estado: 35 Km Primer orden, 15 km Tercer orden
		10. Medio de acceso: Público y privado	11. Tiempo: 1h10min
12. DESCRIPCIÓN: El área que tiene este bosque es de 58 hectáreas, se encuentra sobre la Cordillera Andina por lo tanto su relieve es montañoso y escarpado.			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: Caminatas			
14. HORARIOS Tiempo indefinido	15. PRECIOS Ninguno	16. PROPIETARIO Ninguno	17. PERSONA CONTACTO Ninguna
18. TIPO DE PUBLICO Semana (X) Fin de semana (X) Feriados Largos Vacaciones (X)			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20. ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	

Ninguna	Ninguna	Ninguno
22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento: No ○ Comida: No ○ Alojamiento: No ○ Visitas guiadas: No ○ Talleres: No ○ Rutas autoguiadas: No ○ Señalización para llegar: No ○ Señalización interna: No ○ Limpieza y recogida de basura: No ○ Servicios higiénicos: No ○ Seguridad y Manteniendo: No ○ Alquiler de material para realizar actividades: No ○ Venta de souvenir, información sobre el recurso: No ○ Folletos: No ○ Teléfono público: No ○ Pago con tarjetas de crédito : No ○ otros : No 		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA Contaminación por que no existe un manejo de desechos.		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Observación directa		
25. OBSERVACIONES: No hay promoción del lugar.		
26. Realizada Por: Adriana Chicaiza		Fecha: 08-Mayo.2014

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE: Complejo Santuario del Valle	2. FICHA N° 7	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna	
4. CATEGORÍA: :Manifestación cultural			
5. TIPO: Etnográfica	SUBTIPO:		
6. UBICACIÓN: Provincia de Bolívar, Cantón Caluma			
7. ACCESO: Libre	8. Desde: Parque central	9. Vía, tipo y estado: Muy buena	10.
Medio de acceso: Público y privado	11. Tiempo: 20 minutos		
12. DESCRIPCIÓN: El recinto y Santuario, es todo un complejo turístico que cuenta con una iglesia en donde cada 24 de septiembre se venera a la Virgen María. Fue construida con el esfuerzo de todos los moradores del lugar y cuenta con diferentes áreas de recreación.			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: Romerías, excursiones, natación.			
14. HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO	17. PERSONA CONTACTO
Tiempo indefinido	Desde 3,00 USD en el complejo	Ninguno	Ninguna
18. TIPO DE PUBLICO			
Semana (X)			
Fin de semana (X)			
Feriados Largos			
Vacaciones (X)			

19. EMPRESAS QUE OPERAN	20. ACTIVIDAD	21. CÓDIGO
Ninguna	Ninguna	Ninguno
22. SERVICIOS <ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento: Si ○ Comida: Si ○ Alojamiento: No ○ Visitas guiadas: No ○ Talleres: No ○ Rutas autoguiadas: No ○ Señalización para llegar: Si ○ Señalización interna: Parcial ○ Limpieza y recogida de basura: Si ○ Servicios higiénicos: Si ○ Seguridad y Manteniendo: Si ○ Alquiler de material para realizar actividades: No ○ Venta de souvenir, información sobre el recurso: No ○ Folletos: No ○ Teléfono público: Si ○ Pago con tarjetas de crédito : No ○ otros : Áreas recreativas 		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA Impacto ambiental por la construcción e la carretera.		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Observación directa		
25. OBSERVACIONES: No hay promoción del lugar.		
26. Realizada Por: Adriana Chicaiza		Fecha: 08-Mayo.2014

FICHA DE ATRACTIVOS			
1. NOMBRE: Carnaval	2. FICHA N° 8	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna	
4. CATEGORÍA: Manifestación cultural			
5. TIPO: Etnográfica	SUBTIPO: Tradiciones		
6. UBICACIÓN: Provincia de Bolívar, Cantón Caluma			
7. ACCESO: Libre	8. Desde: Parque central	9. Vía, tipo y estado: Muy buena	10. Medio de acceso: Público y privado
11. Tiempo:			
12. DESCRIPCIÓN:			
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: Recreación cultural de la fiesta tradicional del Carnaval de Caluma			
14. HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIO	17. PERSONA CONTACTO
Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna
18. TIPO DE PUBLICO			
Semana (X)			
Fin de semana (X)			
Feriados Largos			
Vacaciones			
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20. ACTIVIDAD	21. CÓDIGO	
Ninguna	Ninguna	Ninguno	
22. SERVICIOS			
<ul style="list-style-type: none"> ○ Estacionamiento: Si, público ○ Comida: Si ○ Alojamiento: Si ○ Visitas guiadas: No 			

<ul style="list-style-type: none"> ○ Talleres: No ○ Rutas autoguiadas: No ○ Señalización para llegar: No ○ Señalización interna: No ○ Limpieza y recogida de basura: Si ○ Servicios higiénicos: Si ○ Seguridad y Manteniendo: Parcial ○ Alquiler de material para realizar actividades: Si ○ Venta de souvenir, información sobre el recurso: No ○ Folletos: No ○ Teléfono público: Si ○ Pago con tarjetas de crédito : No ○ otros : No 	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA: ninguno	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: Publicidad boca – oído	
25. OBSERVACIONES: Ninguna	
26. Realizada Por: Adriana Chicaiza	Fecha: 08-Mayo.2014

4.2.3 Ficha de Empresa de Actividades

FICHAS DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES		
1. NOMBRE Y DIRECCION: "Mi Rancho" Av. De la Naranja	2. FICHA N°1	3.FICHAS ASOCIADAS: ninguna
4. TELEFONO: 03 297 4066	5. e-mail: Ninguno	6.web: ninguno
7. OPERA DESDE:		
8. LUGARES QUE OPERAN EN EL ÁREA: Comedor, áreas libres, bar		
9. ACTIVIDADES QUE OFRECE: realización de toda clase de eventos de pequeña y grande escala.		
10. MEDIOS PROPIOS QUE DISPONE: <ul style="list-style-type: none"> • Equipos propios para las actividades: Si • Oficina: Si • Vehículo para traslado y consumo de alimentos: No • Equipo de primeros auxilios: Si • Radio: Si • Otros: Si • Formas de pago: Efectivo y tarjetas de crédito. 		
11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTANEA: 70 a 80 personas (interior) / 200 personas (exterior)		
12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: personal contratado por evento a realizar		
13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> • Fin de semana: (X) • Semana: () • Semana Santa: () • Feriados: () • Navidad: () • Verano: () 		
14. NUMERO ESTIMADO DE CLIENTES/ Año: 1000 personas alrededor por año		
15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <ul style="list-style-type: none"> • Boca oreja: (X) • A través de operadora(cuales): () • De los hoteles y hosterías: () • Promoción directa propia: (X) • Página Web: () • Reserva con anticipación: () • Reserva: (X) teléfono: (X) Internet: (X) • Otros: (X) 		
16. Realizado por: Adriana Chicaiza	Fecha: 12-Mayo-2014	

4.2.4 Levantamiento de Fichas de Empresas de Gastronomía

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA	
1.NOMBRE Y DIRECCIÓN: "La Gran Marisquería" Av. La Naranja	
2.FICHA N°: 1	
3.FICHAS ASOCIADAS: Ninguna	
4.TELÉFONO: 0991657739	
5.E-mail: ninguno 6. Web: ninguno	
7.OPERA DESDE: Ninguno	
8. TIPO Y CATEGORIA: comedor	
9. UBICACIÓN: Aislado: () Núcleo Poblacional: (x) Carretera: ()	
10. TIPO DE EDIFICIO Histórico: () Tradicional: (x) Moderno: ()	
11. CAPACIDAD: Restaurante :32 personas Salones: Terrazas:	
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante con especialidades locales: Si Restaurante cocina internacional: No Bar: No Comida para llevar: Si Vehículos/ para el traslado de pasajeros: No Estacionamiento: No Jardines/terrazas para uso de clientes: No Actividades recreativas para clientes con medios propios: No Actividades para clientes subcontratados a otras empresas : No Piscina: No Salones para reuniones: No Juegos para niños: No Primeros auxilios: No Formas de pago: Efectivo Otros: No	
13.PERSONAL Y CAPACIDAD: 2 empleados	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES : Nacionales Fines de Semana:(x) Feriados: (x) Días normales: (x)	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES Boca oreja: (x) A través de operadora: () De los hoteles y hosterías: () Promoción directa propia: () Página Web: () Reserva con anticipación: Reserva: () Teléfono: () Internet: () Otros: ()	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: Todo el año: (x) Temporal: ()	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: no cuenta con los permisos de funcionamiento.	
20. Realizado por: Adriana Chicaiza	Fecha: 07-Mayo-2014

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA	
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN: "La Fritada de Teresita" Av. La Naranja y Calle 21	
2. FICHA N°: 2	
3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna	
4. TELÉFONO: 03 2975 061	
5. E-mail: ninguno 6. Web: ninguno	
7. OPERA DESDE: 1995	
8. TIPO Y CATEGORIA: comedor	
9. UBICACIÓN: Aislado: () Núcleo Poblacional: (x) Carretera: ()	
10. TIPO DE EDIFICIO Histórico: () Tradicional: (x) Moderno: ()	
11. CAPACIDAD: Restaurante :18 personas Salones: Terrazas:	
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante con especialidades locales: Si Restaurante cocina internacional: No Bar: No Comida para llevar: Si Vehículos/ para el traslado de pasajeros: No Estacionamiento: No Jardines/terrazas para uso de clientes: No Actividades recreativas para clientes con medios propios: No Actividades para clientes subcontratados a otras empresas : No Piscina: No Salones para reuniones: No Juegos para niños: No Primeros auxilios: No Formas de pago: Efectivo Otros: No	
13. PERSONAL Y CAPACIDAD: 2 empleados	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES : Nacionales Fines de Semana: (x) Feriados: (x) Días normales: (x)	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES Boca oreja: (x) A través de operadora: () De los hoteles y hosterías: () Promoción directa propia: () Página Web: () Reserva con anticipación: Reserva: () Teléfono: () Internet: () Otros: ()	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: Todo el año: (x) Temporal: ()	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: no cuenta con los permisos de funcionamiento.	
20. Realizado por: Adriana Chicaiza	Fecha: 07-Mayo-2014

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA	
1.NOMBRE Y DIRECCIÓN: “Aydita” Av. La Naranja	
2.FICHA N°: 3	
3.FICHAS ASOCIADAS: Ninguna	
4.TELÉFONO: 03 2974 143	
5.E-mail: ninguno 6. Web: ninguno	
7.OPERA DESDE: 2004	
8. TIPO Y CATEGORIA: comedor	
9. UBICACIÓN: Aislado:() Núcleo Poblacional: (x) Carretera: ()	
10. TIPO DE EDIFICIO Histórico: () Tradicional: (x) Moderno:()	
11. CAPACIDAD: Restaurante :48 personas Salones: Terrazas:	
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante con especialidades locales: No Restaurante cocina internacional: No Bar: No Comida para llevar: Si Vehículos/ para el traslado de pasajeros: No Estacionamiento: No Jardines/terrazas para uso de clientes: No Actividades recreativas para clientes con medios propios: No Actividades para clientes subcontratados a otras empresas : No Piscina: No Salones para reuniones: No Juegos para niños: No Primeros auxilios: No Formas de pago: Efectivo Otros: No	
13.PERSONAL Y CAPACIDAD: 3 empleados	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES : Nacionales Fines de Semana:(x) Feriados: (x) Días normales: (x)	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES Boca oreja: (x) A través de operadora: () De los hoteles y hosterías: () Promoción directa propia: () Página Web: () Reserva con anticipación: Reserva: () Teléfono: () Internet: () Otros: ()	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: Todo el año: (x) Temporal: ()	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES: no cuenta con los permisos de funcionamiento.	
20. Realizado por: Adriana Chicaiza	Fecha: 07-Mayo-2014

4.4.5 Levantamiento de Fichas de Empresas de Alojamiento

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN: “Hotel Panorama” Av. De la Naranja y Celestino Sosa	2. FICHA N° 1	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna
4. TELÉFONO: 03 2974 121	5. Email: Ninguno	6. WEB: Ninguna
7. OPERA DESDE: 1995		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Hotel / segunda categoría		
9. UBICACIÓN: Aislado Núcleo poblacional (X) Carretera		
10 TIPO DE EDIFICIO: Edificio histórico Edificio Tradicional(X) Edificio Moderno		
11 CAPACIDAD: 70 plazas		
TIPO	con baño	sin baño
Sencillas	5	5
Dobles	30	0
Triples	0	0
Total	35	5
OTROS	No	
Capacidad Restaurante	No	
Capacidad salones	No	
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Restaurante con especialidades locales: No ○ Restaurante cocina internacional: No ○ Bar: No ○ Comida para llevar: No ○ Vehículos/ para el traslado de pasajeros: No ○ Estacionamiento: No ○ Jardines/ terrazas para uso de clientes: No ○ Actividades recreativas para clientes con medios propios: No ○ Actividades para clientes subcontratados a otras empresas: No ○ Piscina: No ○ Salones para reuniones: No ○ Juegos para niños: No ○ Primeros auxilios: No ○ Formas de pago: Efectivo ○ Otros: No 		
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:		
14. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Fines de semana (X) 		

<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Semana (X) <input type="radio"/> Semana Santa <input type="radio"/> Feriados (X) <input type="radio"/> Navidad <input type="radio"/> Verano 	
15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Boca oreja (X) <input type="radio"/> A través de operadora(cuales) <input type="radio"/> De los hoteles y hosterías <input type="radio"/> Promoción directa propia <input type="radio"/> Página Web <input type="radio"/> Reserva con anticipación <input type="radio"/> Reserva teléfono (X) Internet <input type="radio"/> Otros <input type="radio"/> Medios de transporte 	
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Todo el año (X) <input type="radio"/> temporal (indicar época) 	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES No cuenta con los registros de funcionamiento	
18. Realizada por: Adriana Chicaiza	Fecha: 08-Mayo-2014

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN: "Madera Fina" Av. De la Naranja	2. FICHA N° 2	3. FICHAS ASOCIADAS: Ninguna
4. TELÉFONO: 03 2975 088	5. Email: hosteríamaderafina@gmail.com	6. WEB: http://hosteriaencaluma.com/
7. OPERA DESDE: 2007		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Hotel / Hostería / segunda categoría		
9. UBICACIÓN: Aislado Núcleo poblacional Carretera (X)		
10 TIPO DE EDIFICIO: Edificio histórico Edificio Tradicional(X) Edificio Moderno		
11 CAPACIDAD: 35 plazas		
	TIPO	con baño
		sin baño
Sencillas	2	0
Dobles	4	1
Triples	2	1
Quintuple	1	0
Sextuple	2	0
Total	11	2
OTROS	No	
Capacidad Restaurante	40 Pax	
Capacidad salones	No	
18. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Restaurante con especialidades locales: Si ○ Restaurante cocina internacional: No ○ Bar: Si ○ Comida para llevar: No ○ Vehículos/ para el traslado de pasajeros: No ○ Estacionamiento: Si ○ Jardines/ terrazas para uso de clientes: Si ○ Actividades recreativas para clientes con medios propios: Si ○ Actividades para clientes subcontratados a otras empresas: No ○ Piscina: Si ○ Salones para reuniones: No ○ Juegos para niños: Si ○ Primeros auxilios: Si ○ Formas de pago: Efectivo y tarjeta ○ Otros: No 		
19. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:		
20. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Fines de semana (X) 		

<ul style="list-style-type: none"> ○ Semana (X) ○ Semana Santa ○ Feriados (X) ○ Navidad ○ Verano 	
<p>21. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Boca oreja (X) ○ A través de operadora(cuales) ○ De los hoteles y hosterías ○ Promoción directa propia ○ Página Web (X) ○ Reserva con anticipación (X) ○ Reserva (X) teléfono (X) Internet (X) ○ Otros ○ Medios de transporte (X) 	
<p>22. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Todo el año (X) ○ temporal (indicar época) 	
<p>23. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES Si cuenta con los registros de funcionamiento</p>	
18. Realizada por: Adriana Chicaiza	Fecha: 08-Mayo-2014

4.2.5 Entrevista.

Entrevistado(a): Roxana Abril

Entrevistador: Adriana Chicaiza

Fecha: 08 – Mayo – 2014

Cargo: Relacionista Pública del Municipio de Caluma

1. ¿Cree usted que la parroquia cuenta con potencial turístico, que se pueda aprovechar?

Si, efectivamente Caluma cuenta con un gran potencial turístico, pero lamentablemente no se lo ha sabido aprovechar.

2. ¿Cómo ha visto usted el desarrollo del turismo en la parroquia?

Poco, muy poco se ha desarrollado, falta mucho por explotar los atractivos turísticos que existen en Caluma.

3. ¿Piensa usted que existe la correcta información turística acerca de la parroquia, para quienes la deseen visitar?

No, no hay la debida información ni tampoco la debida señalización que facilite la visita a los atractivos por parte de los visitantes.

4. ¿Ha habido algún tipo de apoyo por parte del gobierno en cuanto a la difusión del turismo en la parroquia se refiere?

Bueno, había un proyecto en el que el Municipio trabajaba conjuntamente con el Ministerio de turismo, en el cual se rehabilito los senderos de las cascadas, pero lastimosamente la no cultura de la gente los destruyo y el proyecto ya no siguió adelante.

5. ¿Ha existido algún tipo de proyecto o proyectos turísticos en la parroquia que se han querido implementar?

Creo que no ha habido ninguno de estos proyectos que fomenten el turismo en Caluma, solo el que le mencione anteriormente, en el que se quiso dar mantenimiento a los senderos, pero que no sirvió de nada.

6. ¿Cree usted que a los habitantes de la parroquia estarían dispuestos a ser capacitados en áreas de turismo?

Claro que si los habitantes se quisiesen capacitar en turismo porque sería una fuente más de ingresos para la economía de cada uno y de toda Caluma.

7. ¿Qué áreas de capacitación piensa usted que serían las más importantes a desarrollarse con el fin de incentivar el turismo en el lugar?

Pienso que las principales áreas sería atención al cliente, sanidad en los lugares que visitan los turistas y otros programas que ayuden a promocionar al lugar y tener mayor número de visitantes.

8. ¿Cómo cree usted que se podría promocionar a Caluma turísticamente?

Bueno para poder promocionar a Caluma turísticamente primero deberíamos capacitar a los pobladores para que den un servicio de calidad y luego se podría dar a conocer a través de la televisión, el internet y otros medios de comunicación.

9. ¿Usted como habitante de la parroquia Caluma, que propondría hacer para que a la parroquia se la considere como destino turístico?

Primero se debería pedir que el Ministerio de turismo nos apoye con material promocional en el que se pueda mostrar los atractivos turísticos que tiene Caluma y luego se incentivaría a los habitantes para que colaboren con la buena atención a los visitantes que los impulsen a volver con más personas.

4.2.6 Análisis de la Entrevista.

Después de haber realizado la entrevista a la Srta. Roxana Abril, Relacionista Pública del Municipio de Caluma y analizar sus nueve respuestas, consideramos que Caluma tiene un gran potencial turístico pero por falta de apoyo del gobierno y la colaboración de los mismos habitantes, no se ha podido desarrollar ni promocionar turísticamente.

Además son muy pocos los estudios sobre turismo que se han realizado en el lugar y por eso hay desconocimiento y falta de información sobre los atractivos turísticos.

Si hubiese incentivación y colaboración por parte del gobierno en promocionar al lugar y capacitar a sus habitantes para poder aprovechar todo lo que posee la zona, la economía de Caluma podría mejorar notablemente.

4.2.7 Jerarquización de Atractivos Turísticos

Tabla N°18 Atractivo: Cascada la Chorrera

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10
	VALOR EXTRINSECO	10
	ENTORNO	7
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	5
APOYO	ACCESO	6
	SERVICIOS	1
	ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	1
SIGNIFICADO	LOCAL	2
	PROVINCIAL	1
	NACIONAL	1
	INTERNACIONAL	0
TOTAL		44
JERARQUIA		II

Elaborado por: Adriana Chicaiza

Tabla N°19 Atractivo: Cascada de Plomovado

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10
	VALOR EXTRINSECO	10
	ENTORNO	7
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	5
APOYO	ACCESO	6
	SERVICIOS	1
	ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	1
SIGNIFICADO	LOCAL	2
	PROVINCIAL	1
	NACIONAL	1
	INTERNACIONAL	0
TOTAL		44
JERARQUIA		II

Elaborado por: Adriana Chicaiza

Tabla N° 20 Atractivo: Cascada las Tres Pailas

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10
	VALOR EXTRINSECO	10
	ENTORNO	7
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	7
APOYO	ACCESO	6
	SERVICIOS	3
	ASOCIACION CON OTROS	1
	ATRATIVOS	
SIGNIFICADO	LOCAL	2
	PROVINCIAL	1
	NACIONAL	1
	INTERNACIONAL	0
TOTAL		48
JERARQUIA		II

Elaborado por: Adriana Chicaiza

Tabla N° 21 Atractivo: Bosque Protector Samama

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10
	VALOR EXTRINSECO	10
	ENTORNO	7
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	5
APOYO	ACCESO	6
	SERVICIOS	1
	ASOCIACION CON OTROS	1
	ATRATIVOS	
SIGNIFICADO	LOCAL	2
	PROVINCIAL	1
	NACIONAL	1
	INTERNACIONAL	0
TOTAL		44
JERARQUIA		II

Elaborado por: Adriana Chicaiza

Tabla N° 22 Atractivo: Bosque Protector Naranjapata

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10
	VALOR EXTRINSECO	10
	ENTORNO	7
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	5
APOYO	ACCESO	6
	SERVICIOS	1
	ASOCIACION CON OTROS	1
	ATRATIVOS	
SIGNIFICADO	LOCAL	2
	PROVINCIAL	1
	NACIONAL	1
	INTERNACIONAL	0
TOTAL		44
JERARQUIA		II

Elaborado por: Adriana Chicaiza

Tabla N° 23 Atractivo: Santuario del Valle

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10
	VALOR EXTRINSECO	10
	ENTORNO	7
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	7
APOYO	ACCESO	6
	SERVICIOS	4
	ASOCIACION CON OTROS	2
	ATRATIVOS	
SIGNIFICADO	LOCAL	2
	PROVINCIAL	1
	NACIONAL	1
	INTERNACIONAL	0
TOTAL		50
JERARQUIA		II

Elaborado por: Adriana Chicaiza

Tabla N° 24 Atractivo: Carnaval

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10
	VALOR EXTRINSECO	10
	ENTORNO	7
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	7
APOYO	ACCESO	7
	SERVICIOS	5
	ASOCIACION CON OTROS	5
	ATRACTIVOS	5
SIGNIFICADO	LOCAL	2
	PROVINCIAL	3
	NACIONAL	3
	INTERNACIONAL	0
TOTAL		59
JERARQUIA		III

Elaborado por: Adriana Chicaiza

4.3 CONCLUSIONES

Después de haber finalizado el presente trabajo y haber aplicado las debidas pautas y herramientas de estudio se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- La parroquia de Caluma posee un potencial turístico de muy buen nivel pues tiene atractivos turísticos muy hermosos e interesantes que todos deberían conocer, y sus habitantes tienen gran interés por que su parroquia se promocióne y se dé a conocer a nivel nacional.
- Caluma posee un solo lugar de alojamiento turístico con las condiciones y permisos necesarios para funcionar, por lo tanto no se puede dar un servicio de calidad a turistas nacionales y extranjeros.

Los lugares gastronómicos no están aptos para brindar un servicio eficaz al turista, sin embargo si existen locales de comida en donde las personas pueden gustar de comida típica del lugar.
- La falta de apoyo gubernamental ha hecho que los atractivos que existen en el lugar no tengan un manejo adecuado y tampoco se encuentre información turística adecuada en los diferentes medios de promoción, ni en Caluma mismo.

4.4. RECOMENDACIONES

Después de analizar los resultados y las conclusiones se ha determinado exteriorizar algunas recomendaciones que serán un gran aporte para la parroquia de Caluma.

- Realizar un programa de capacitación en el tema de manejo turístico de manera que se pueda aprovechar los recursos que posee la parroquia.
- Proponer un acuerdo en el que autoridades y moradores se comprometan a mejorar y desarrollar todas las instalaciones de los lugares gastronómicos y de alojamiento para así poder brindar un servicio de excelente calidad a los turistas.
- Conjuntamente con el Municipio y pobladores plantear la recuperación de espacios con la adecuación de senderos y señalética que permita acceder al atractivo sin inconvenientes y también constituir un centro de información turística en donde todos puedan obtener la información adecuada del lugar.

REFERENCIAS

- Avilés, E. (2012). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de <http://www.encyclopediadelecuador.com/default.php>
- Cañadas, L. (1983). *El mapa bioclimático y ecológico del Ecuador*. Quito: MAG-PRONAREG.
- Figueroa, C. C. (1988). *Historia de la pro-cantonización de Caluma*.
- Figueroa, V. (2008). *Plan de desarrollo estratégico cantón Caluma* .
- Garofalo, L. (2010). Reseña histórica del cantón Caluma. *Caluma capital citrícola del Ecuador*, 6.
- Iglesias, R. (2000). *Comercialización de producos y servicios turísticos*. España: Síntesis S.A.
- INEC. (2010). <http://www.sni.gob.ec/documents/10156/4201ee8d-687c-43dd-9a53-36eb3d984baa>. Obtenido de <http://www.sni.gob.ec/documents/10156/4201ee8d-687c-43dd-9a53-36eb3d984baa>
- INEC. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Palabra y vidas*. (s.f). Obtenido de <http://palabrasyvidas.com/la-palabra-caluma-significa.html>
- Scherer, O. (2009). *El cliente y la calidad en el servicio*. México: Trillas.
- Sectores Estratégicos*. (2014). Obtenido de <http://www.sectoresestrategicos.gob.ec/la-provincia-de-bolivar-mejora-la-calidad-del-servicio-electrico/>

Si___ no___

5. ¿Con que frecuencia usted visita los atractivos turísticos de su parroquia?

Siempre___ a veces___ nunca___

6. ¿Cree usted que las autoridades de la parroquia se han preocupado por promocionar el turismo de la parroquia?

Si___ no___

7. ¿Según usted, cree que la parroquia cuenta con lugares de hospedaje adecuados para la recepción de turistas?

Si___ no___

8. ¿Cree que la parroquia posee restaurantes adecuados que brinden gastronomía típica de Caluma?

Si___ no___

9. ¿En qué meses del año ha visto usted que hay más afluencia de turistas?

Enero-abril __ Mayo-agosto __ Septiembre-Diciembre __

APENDICE B MODELO DE LA ENTREVISTA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y HOTELERIA

Entrevistado:.....

Entrevistador:.....

Fecha:.....

Cargo:.....

1. ¿Cree usted que la parroquia cuenta con potencial turístico, que se pueda aprovechar?
2. ¿Cómo ha visto usted el desarrollo del turismo en la parroquia?
3. ¿Piensa usted que existe la correcta información turística acerca de la parroquia, para quienes la deseen visitar?
4. ¿Ha habido algún tipo de apoyo por parte del gobierno en cuanto a la difusión del turismo en la parroquia se refiere?
5. ¿Ha existido algún tipo de proyecto o proyectos turísticos en la parroquia que se han querido implementar?
6. ¿Cree usted que a los habitantes de la parroquia estarían dispuestos a ser capacitados en áreas de turismo?
7. ¿Qué áreas de capacitación piensa usted que serían las más importantes a desarrollarse con el fin de incentivar el turismo en el lugar?

8. ¿Cómo cree usted que se podría promocionar a Caluma turísticamente?
9. ¿Usted como nueva autoridad de la parroquia Caluma, que propondría hacer para que a la parroquia se la considere como destino turístico?

APÉNDICE C



Fotografía N°1 Parque Central de Caluma
Elaborado por: Adriana Chicaiza

APÉNDICE D



Fotografía N°2 Plantación de plátano
Elaborado por: Adriana Chicaiza

APÉNDICE E



Fotografía N°3 Plantación de naranja
Elaborado por: Adriana Chicaiza

APÉNDICE F



Fotografía N°3 Plantación de cacao
Elaborado por: Adriana Chicaiza

13. PRINCIPALES PROBLEMAS <ul style="list-style-type: none"> • Señalización • Accesos • Información • Conservación urbana • Saneamiento • Circulación • Limpieza y recogida de basura • Seguridad • Otros 		
14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS		
15. Realizado por:	Fecha:	

ANEXO 2

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE:	2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS:
4. CATEGORÍA:	Imagen	
5. TIPO Y SUBTIPO		
TIPO:	SUBTIPO:	
7. ACCESO: libre 8. Desde: 9. Vía: tipo y estado: 10 Medio de acceso: 11 Tiempo:		
12. DESCRIPCIÓN:		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:		
14. HORARIOS:	15. PRECIOS:	16. PROPIETARIO: 17. PERSONA CONTACTO:
18. TIPO DE PUBLICO Semana () Fin de semana () Feriados Largos () Vacaciones ()		
19. EMPRESAS QUE OPERAN:	20 ACTIVIDAD:	21 CÓDIGO: n
22. SERVICIOS <input type="checkbox"/> Estacionamiento: <input type="checkbox"/> Comida: <input type="checkbox"/> Alojamiento: <input type="checkbox"/> Visitas guiadas: <input type="checkbox"/> Talleres: <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas: <input type="checkbox"/> Señalización para llegar: <input type="checkbox"/> Señalización interna: <input type="checkbox"/> Limpieza y recogida de basura: <input type="checkbox"/> Servicios higiénicos: <input type="checkbox"/> Seguridad y Manteniendo: <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades: <input type="checkbox"/> venta de suvenir, información sobre el recurso: <input type="checkbox"/> Folletos: <input type="checkbox"/> Teléfono público: <input type="checkbox"/> Pago con tarjetas de crédito: <input type="checkbox"/> otros:		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA:		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS:		
25. OBSERVACIONES:		
26. Realizada Por:		Fecha:

ANEXO 3

Ficha de empresas de actividades (Empresas que oferta actividades turísticas en el área, no alojamiento o gastronómicas)

FICHAS DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES		
1. NOMBRE Y DIRECCION	2. FICHA N	3.FICHAS ASOCIADAS
4. TELEFONO	5. e-mail	6.web
7. OPERA DESDE:		
8. LUGARES QUE OPERAN EN EL ÁREA:		
9. ACTIVIDADES QUE OFRECE.		
10. MEDIOS PROPIOS QUE DISPONE: <ul style="list-style-type: none"> • Equipos propios para las actividades • Oficina • Vehículo para traslado y consumo de alimentos • Equipo de primeros auxilios • Radio • Otros • Formas de pago 		
11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTANEA		
12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN		
13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> • Fin de semana • Semana • Semana Santa • Feriados • Navidad • Verano 		
14. NUMERO ESTIMADO DE CLIENTES/ Año		
15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES: <ul style="list-style-type: none"> • Boca oreja • A través de operadora(cuales) • De los hoteles y hosterías • Promoción directa propia • Página Web • Reserva con anticipación • Reserva teléfono Internet • Otros 		
16. Realizado por:	Fecha:	

ANEXO 4

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA	
1.NOMBRE Y DIRECCIÓN:	
2.FICHA N°:	
3.FICHAS ASOCIADAS:	
4.TELÉFONO:	
5.E-mail:	
6-WEB:	
7.OPERA DESDE:	
8. TIPO Y CATEGORIA:	
9. UBICACIÓN: Aislado:() Núcleo Poblacional: () Carretera: ()	
10. TIPO DE EDIFICIO Histórico: () Tradicional: () Moderno:()	
11. CAPACIDAD: Restaurante : Salones: Terrazas:	
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante con especialidades locales: () Restaurante cocina internacional: () Bar: () Comida para llevar: () Vehículos/ para el traslado de pasajeros Estacionamiento: () Jardines/terrazas para uso de clientes:() Actividades recreativas para clientes con medios propios: () Actividades para clientes subcontratados a otras empresas : () Piscina: () Salones para reuniones: () Juegos para niños: () Primeros auxilios () Formas de pago: () Otros: ()	
13.PERSONAL Y CAPACIDAD:	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES : Fines de Semana:() Feriados: () Días normales: ()	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES Boca oreja: () A través de operadora: () De los hoteles y hosterías: () Promoción directa propia: () Página Web: () Reserva con anticipación: Reserva: () Teléfono: () Internet: () Otros: ()	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO: Todo el año: () Temporal: ()	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES:	
20. Realizado por:	Fecha:

ANEXO 5

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN:	2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS:
4. TELÉFONO:	5. Email:	6. WEB:
7. OPERA DESDE:		
8. TIPO Y CATEGORÍA:		
9. UBICACIÓN: Aislado Núcleo poblacional Carretera		
10 TIPO DE EDIFICIO: Edificio histórico Edificio Tradicional Edificio Moderno		
11 CAPACIDAD:		
TIPO	con baño	sin baño
Sencillas		
Dobles		
Total		
OTROS		
Capacidad Restaurante		
Capacidad salones		
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante con especialidades locales: Restaurante cocina internacional: Bar: Comida para llevar: Estacionamiento: Jardines/ terrazas para uso de clientes: Actividades recreativas para clientes con medios propios: Actividades para clientes subcontratados a otras empresas: Piscina: Salones para reuniones: Juegos para niños: Primeros auxilios: Formas de pago: Otros:		
PERSONAL Y CAPACITACIÓN:		
FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE		
Fines de semana		
Semana		
Feriados		
COMO LLEGAN SUS CLIENTES:		
Boca oreja		
A través de operadora(cuales)		
De los hoteles y hosterías		
Promoción directa propia		
Página Web		
Reserva con anticipación		
Reserva teléfono Internet		
Otro		
Medios de transporte		
PERIODO DE FUNCIONAMIENTO		
Todo el año temporal (indicar época)		
SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES		
18. Realizada por:		Fecha: