



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

TESIS DE GRADO

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO DEL
CANTÓN MOCACHE, PROVINCIA DE LOS RÍOS.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA EN ECOTURISMO

AUTORA:
YURI JASMIN NÚÑEZ CRUZ

DIRECTORA DE TESIS:
BLGA. ANA NOEMI MORENO VERA, M.Sc.

QUEVEDO - ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Yuri Jasmín Núñez Cruz, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Yuri Jasmín Núñez Cruz.
C.I. 120585403-5

CERTIFICACIÓN

La suscrita, Blga. Ana Noemí Moreno Vera M.Sc; Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada Yuri Jasmín Núñez Cruz, realizó la tesis de grado titulada: **“ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO DEL CANTÓN MOCACHE, PROVINCIA DE LOS RÍOS”**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Ecoturismo; bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Blga. Ana Noemí Moreno Vera, M.Sc.
Directora de Tesis



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

TESIS DE GRADO:

**“ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO
DEL CANTÓN MOCACHE, PROVINCIA DE LOS RÍOS”.**

Presentado al Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Ambientales como requisito previo a la obtención del título de:

Ingeniera en Ecoturismo.

APROBADO POR:

Ing. José Luis Muñoz, M.sc.
Presidente del Tribunal de Tesis

Ing. Pedro Suantunce Cunuhay, M.sc.
Miembro del Tribunal de Tesis

Ing. Edwin Jimenez Romero, M.sc.
Miembro del Tribunal de Tesis

QUEVEDO - ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Ante todo quiero dar las gracias a Dios por haberme otorgado la salud y la fuerza necesaria para no desmayar y permitirme culminar esta etapa importante en mi vida.

A los miembros que integran la Facultad de Ciencias Ambientales quienes contribuyeron significativamente con mi formación profesional.

A mi Directora de tesis Blga. Ana Moreno Vera, quien me apoyo incondicionalmente para la culminación de esta investigación.

Gracias a mis queridos Padres por su apoyo y comprensión por haber hecho de mí lo que soy, a mis hermanos y a mis cuñadas que de una u otra forma me brindaron su apoyo, también quiero agradecer a Junior por todo el apoyo que me brinda y por toda su comprensión y confianza.

A mis amigas y compañeras de curso por haber pasado y disfrutado tanto tiempo juntas. En especial a Mayra Camba, Lady Padilla, Katherine Flores, Jessenia Pineda y Johanna Villacrés.

DEDICATORIA

A Dios por ser mi creador y por todas la bendiciones que he recibido, a mis Padres por ser mis guías y a mi más grande amor mi sobrina Angélica porque ha sido mi lucha y mi fuerza para poder terminar esta etapa importante en mi vida, ya que ella es y será el motivo y la razón para este caminar por la vida, a mis hermanos, también quiero dar las gracias a mis cuñadas que de una u otra forma me han brindado su apoyo en los momentos más difíciles de este proceso. A Junior, que también ha sido parte de esta etapa.

También quiero dedicar esta tesis a todas las personas que me han brindado su amistad y apoyo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
DUBLIN CORE (ESQUEMAS DE CODIFICACION)	xiii
RESUMEN	xiv
CAPÍTULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción	2
1.2. Objetivos	3
1.2.1. Objetivo General	3
1.2.2. Objetivos Específicos.....	3
1.3. Hipótesis	4
1.3.1. Hipótesis Alternativa	4
1.3.2. Hipótesis Nula	4
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. Fundamentación Teórica	6
2.1.1. Turismo	6
2.1.1.1. Turismo Rural	6
2.1.1.2. Modalidades del Turismo Rural	7
2.1.2. Inventario de Atractivos Turísticos	7
2.1.2.1. Etapas del inventario.....	8
2.1.2.2. Atractivos Naturales	8
2.1.2.3. Atractivos Culturales	8
2.1.3. Etapas para la elaboración del inventario de atractivos	9
2.1.3.1. Trabajo de Campo	9
2.1.3.2. Clasificación de los Atractivos.....	9
2.1.4. Evaluación y Jerarquización	10
2.1.4.1. Definición de las Variables y Factores	11

2.1.5.	Patrimonio	13
2.1.5.1.	Patrimonio Histórico	13
2.1.5.2.	Patrimonio Cultural.....	13
2.1.5.3.	Patrimonio Natural	14
2.1.6.	Análisis FODA.....	14
2.1.6.1.	Análisis Externo	15
2.1.6.2.	Oportunidades	15
2.1.6.3.	Amenazas	16
2.1.6.4.	Análisis Interno	16
2.1.6.5.	Fortalezas	16
2.1.6.6.	Debilidades	17
2.1.7.	Matriz FODA	17
2.1.8.	Promoción Turística	17
2.1.8.1.	La promoción como elemento del marketing mix.....	18
2.1.8.2.	Instrumentos de promoción.....	18
2.1.8.3.	Otros elementos de marketing turístico.....	19
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		21
3.1.	Materiales y Métodos	22
3.1.1.	Localización	22
3.1.2.	Materiales	22
3.1.3.	Equipos	23
3.1.2.	Métodos de investigación.....	23
3.1.2.1.	Deductivo	23
3.1.2.2.	Inductivo.....	23
3.1.2.3.	Analítico	24
3.2.	Tipo de Investigación	24
3.2.1.	Investigación Descriptiva	24
3.2.1.1.	Investigación de Campo.....	24
3.2.1.2.	Investigación Documental	24
3.3.	Diseño de Investigación	24
3.3.1.	Encuestas	24
3.3.2.	Observación.....	25
3.3.3.	Software	25
3.4.	Población y Muestra.....	25
3.4.1.	Población	25
3.4.2.	Muestra	25

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	27
4.1. Resultados	28
4.1.1. Inventario de los Atractivos Turísticos Naturales y Culturales del cantón Mocache.....	28
4.1.1.1. Inventario de Atractivos Naturales	28
4.1.1.2. Inventario de Atractivos Culturales.....	42
4.1.2. Análisis FODA sobre las características del cantón y sus atractivos turísticos.....	50
4.1.2.1. Matriz FODA	50
4.1.3. Plan de promoción turístico del cantón Mocache.....	51
4.1.3.1. Estudio de Mercado	51
4.1.3.1.1. Análisis de la Demanda	51
4.1.3.1.2. Resultados de las Encuestas	52
4.1.4. Propuesta del plan de promoción	62
4.1.4.1. Justificación de la propuesta.....	62
4.1.4.2. Objetivos de la propuesta	63
4.1.4.3. Análisis de la evaluación turística	63
4.1.5. Plan de promoción	64
4.2. Discusión	73
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	74
5.1. Conclusiones	75
5.2. Recomendaciones	76
CAPITULO VI. BIBLIOGRAFÍA	77
6.1. Literatura citada	78
CAPITULO VII. ANEXOS	80

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Valoración del “Rancho La Evidencia”	31
Cuadro 2. Valoración del “Bosque Estrella Grande”	35
Cuadro 3. Valoración de la Finca Agroturística “La Johanita”	38
Cuadro 4. Valoración del “Río Mocache”	42
Cuadro 5. Matriz FODA	50
Cuadro 6. Edad de los encuestados.....	52
Cuadro 7. Género de los encuestados.	53
Cuadro 8. Ocupación de los encuestados	53
Cuadro 9. Conocimiento de sitios turísticos en Mocache	54
Cuadro 10. Frecuencia de visita a los lugares turísticos del cantón Mocache..	55
Cuadro 11. Tipo de acompañante para conocer lugares turísticos en el cantón Mocache.....	56
Cuadro 12. Intencionalidad con respecto a visitar sitios turísticos en Mocache	57
Cuadro 13. Medios de información sobre destinos turísticos.....	57
Cuadro 14. Difusión de sitios turísticos del cantón Mocache.....	58
Cuadro 15. Tipo de contribución al conocer sitios turísticos del cantón Mocache	59
Cuadro 16. Visita de los lugares turísticos por medio de la promoción.....	60
Cuadro 17. Valor diario a gastar para conocer los sitios turísticos en el cantón Mocache	61
Cuadro 18. Demanda Objetiva.....	65
Cuadro 19. Preferencias según segmentos de mercado	65
Cuadro 20. Medios Informativos	68
Cuadro 21. Presupuesto de Medios Informativos	68
Cuadro 22. Descripción de los Medios Divulgativos	72
Cuadro 23. Presupuesto de Medios Divulgativos	72
Cuadro 24. Presupuesto de Total del proyecto.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa del cantón Mocache	22
Figura 2. Edad de los encuestados.....	52
Figura 3. Distribución porcentual del género de los turistas extranjeros.	53
Figura 4. Ocupación de los encuestados	54
Figura 5. Conocimiento de sitios turísticos en Mocache	54
Figura 6. Frecuencia de visita a los lugares turísticos del cantón Mocache....	55
Figura 7. Tipo de acompañante para conocer lugares turísticos en el cantón Mocache.	56
Figura 8. Intencionalidad con respecto a visitar sitios turísticos en Mocache .	57
Figura 9. Medios de información sobre destinos turísticos.	58
Figura 10. Difusión de sitios turísticos del cantón Mocache.	59
Figura 11. Tipo de contribución al conocer sitios turísticos del cantón Mocache	60
Figura 12. Visita de los lugares turísticos por medio de la promoción	61
Figura 13. Valor diario a gastar para conocer los sitios turísticos en el cantón Mocache	62
Figura 14. Logotipo para promocionar el cantón Mocache	67
Figura 15. Tríptico para promocionar el cantón Mocache	70
Figura 16. Hojas volantes para promocionar el cantón Mocache	71
Figura 17. Vallas publicitarias para promocionar el cantón Mocache	71

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Ficha para inventario de atractivos turísticos.....	81
Anexo 2. Formato de la encuesta	83
Anexo 3. Clasificación para el Inventario de Atractivos Turísticos	85
Anexo 4. Parámetros de Valoración de las Fichas de Inventarios Turísticos ...	88
Anexo 5. Catastro Turístico del cantón Mocache del Año 2012.....	89
Anexo 6. Mapa de los atractivos turísticos, naturales y culturales.	90

DUBLIN CORE (ESQUEMAS DE CODIFICACION)

1.	Título /Title	M	“Elaboración de un plan de promoción turístico del cantón Mocache, Provincia de los Ríos.”
2.	Creador /Creator	M	Yuri Nuñez Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3.	Materia /Subject	M	Plan de Promoción Turístico
4.	Descripción /Description	M	El proyecto se realizó haciendo salidas de campo hacia los diferentes atractivos turísticos del cantón los mismos que se encuentran distribuidos en diferentes zonas rurales. Siendo el objetivo principal Elaborar el Plan de Promoción de los Atractivos turísticos del cantón Mocache, Provincia de los Ríos.
5.	Editor /Publiser	M	FACAMB: Carrera de Ingeniería en Ecoturismo, Nuñez, Yuri
6.	Colaborador /Contributor	O	Blga. Ana Moreno Vera M.Sc.
7.	Fecha /Date	M	Mayo 2015
8.	Tipo /Type	M	Tesis de Grado; Artículo
9.	Formato /Format	R	.docx MS Word 2010
10.	Identificador /Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11.	Fuente /Source	O	Investigación turística
12.	Lenguaje /Lenguaje	M	Español
13.	Relación /Relation	O	Ninguno
14.	Cobertura /Coverage	O	Localización: Ecoturismo.
15.	Derechos /Rights	M	Ninguno
16.	Audiencia /Audience	O	Tesis de Pregrado/Bachelor Thesis

RESUMEN

Este proyecto, tiene como objetivo elaborar el plan de promoción de los atractivos turístico del cantón Mocache, provincia de Los Ríos. En la presente investigación para determinar el estudio de mercado se empleó el muestreo aleatorio simple, con la fórmula de Nel Quezada dando un número de 377 personas a ser encuestadas, las encuestas fueron realizadas en el sector urbano y rural del cantón. El análisis FODA se realizó para determinar cada uno de los puntos que se pueden aprovechar y las cosas que se desean mejorar en el siguiente proyecto. En la promoción y difusión de los atractivos se hizo publicidad por medio de trípticos, hojas volantes, spots televisivos, cuñas y espacios publicitarios en radios y periódicos de la localidad. Con la elaboración de este proyecto se pretende que el cantón Mocache tenga la oportunidad de fomentar e impulsar el turismo y a la vez de integrar a todas las personas del sector con lo que respecta a restauración, alojamientos y servicios de bares. De esta manera se podrá posicionar al cantón como uno de los mejores destinos agroturísticos de la región.

ABSTRACT

This project aims to develop a plan to promote the tourist attractions of Canton Mocache province of Los Rios. In this research to determine the market survey simple random sampling, with Nel Quezada formula was used giving a total of 377 people to be interviewed, surveys were conducted in urban and rural areas of the county. The SWOT analysis was performed to determine each of the points that can be exploited and the things that you want to improve in the next project. In the promotion and dissemination of attractive advertising it was through brochures, leaflets, TV spots, spots and advertising on radio and newspapers of the town. With the development of this project is intended that the canton Mocache have the opportunity to promote and boost tourism and also to integrate everyone in the industry with regard to restoration, bars accommodations and services. This way you can position the Canton as one of the best rural tourism destinations in the region.

CAPÍTULO I.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

El turismo es uno de los mercados más grandes en la actualidad, el cual cubre un sin número de beneficios, entre los que se puede destacar la satisfacción de la necesidad de recrearse conociendo o visitando lugares naturales y culturales, así mismo se lo puede considerar como una fuente de ingresos para miles de personas que representan una determinada zona. En Ecuador, según el INEC (2014), el mercado del turismo generó USD 1.487 millones contribuyendo a la balanza comercial y mejorando la situación económica de este país.

La Provincia de Los Ríos, es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, localizada en la región Litoral del país. Su capital es la ciudad de Babahoyo, uno de los cantones de esta provincia es el Cantón Mocache, que se encuentra ubicado al sur de la provincia con un número de 38.362 habitantes, su extensión es de 572 km² y la altitud de 56msnm, (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mocache, 2008)

El cantón Mocache se caracteriza por ser una zona totalmente reconocida como agrícola y ganadera, cuenta con diferentes atractivos turísticos naturales y culturales como son el Río; Rancho La Evidencia; El bosque Estrella Grande; Finca Agroturística la Johanita; los mismos que no están registrados y evaluados en cuanto a su potencial turístico, esto ha permitido que exista un desarrollo turístico incipiente.

Se considera como factor de potencialización de los atractivos la promoción de los mismos a una demanda potencial, es por ello que la presente tesis busca realizar el inventario de los atractivos turísticos Naturales y Culturales del cantón y establecer un plan de promoción turístico que permita direccionar acciones más asertivas del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mocache en el tema de desarrollo turístico.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

- Elaborar el plan de promoción de los atractivos turísticos del cantón Mocache, provincia de Los Ríos.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Inventariar los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Mocache.
- Realizar un análisis FODA sobre las características del cantón y sus atractivos turísticos.
- Realizar el plan de promoción turístico del cantón Mocache.

1.3. Hipótesis

1.3.1. Hipótesis Alternativa

- El plan de promoción turístico del cantón Mocache permitirá impulsar las actividades de turismo posicionándolo como un destino dentro del mercado local y nacional.

1.3.2. Hipótesis Nula

- El plan de promoción turístico del cantón Mocache permitirá impulsar las actividades de turismo posicionándolo como un destino dentro del mercado local y nacional.

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Turismo

Bormman (1930) define el turismo como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Hunziker & Krapf (1942) es el conjunto de relaciones y fenómenos que derivan del viaje y de la estancia de los no residentes, en tanto esta estancia no se prolonga hasta dotarla de identidad o se inserte en una estructura lucrativa.

De La Torre (2012), define al turismo como un fenómeno social que consiste en el movimiento voluntario y temporal de personas o grupos de personas que por diferentes motivos ya sea por recreación, descanso, cultura o salud, se desplazan de su lugar de origen/residencia a otro con la finalidad de generar múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

2.1.1.1. Turismo Rural

Según Barrera (2006), el turismo rural es aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local.

Según Cabrini (2002), el termino turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos de turismo rural es el deseo de ofrecer a los habitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradicionales y estilos de vida de la población local

2.1.1.2. Modalidades del Turismo Rural

Según Barrera (2006), el turismo rural se puede caracterizar por el ámbito en el que se desenvuelve la actividad incluyendo, el contacto con la población local y el respeto por la naturaleza.

Algunas de las modalidades que puede asumir el turismo rural son:

- Agroturismo
- Ecoturismo
- Turismo cultural
- Turismo de aventura
- Turismo deportivo
- Turismo científico
- Turismo educativo
- Turismo de eventos
- Turismo salud
- Turismo gastronómico
- Turismo étnico
- Turismo en pueblos rurales (Barrera, 2006).

2.1.2. Inventario de Atractivos Turísticos

Según el MINTUR (2004), los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Los atractivos turísticos son aquellos elementos sin los cuales es imposible la realización de la actividad turística, los cuales pueden ser tanto de carácter. **Natural** (propios de la naturaleza) como **Cultural** (patrimonio humano).

Según EUNED (2010), los atractivos turísticos son justamente aquello que motiva y genera el desplazamiento de las personas hacia un lugar, son considerados la materia prima del turismo.

2.1.2.1. Etapas del inventario

Para realizar la etapa del inventario de los atractivos turísticos se inventariarían los atractivos naturales y culturales.

2.1.2.2. Atractivos Naturales

Los atractivos naturales deben ser considerados como un recurso natural, es decir, como un elemento de la Naturaleza que satisface una necesidad humana, que el hombre puede separar de otros componentes de aquella y utilizarlo, (Seoanez & Angulo, 1997).

Son propios de la naturaleza se les da la categoría de Sitios Naturales y se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambiente lacustre, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Fenómenos geológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, sistema de Áreas Protegidas, etc (MINTUR, 2004).

2.1.2.3. Atractivos Culturales

Tienen que ver con participación humana. Su categoría es de Manifestaciones Culturales y se reconoce los tipos: Histórico, Etnográficos, Realizaciones técnicas, científicas y artísticas, Acontecimientos Programados, Folklor, Arquitectura, vestimenta, gastronomía, música y danzas, tradiciones, ceremonias, festividades, formas de vida, etc. Los atractivos turísticos de acuerdo a su grado pueden clasificarse en tres categorías básicas, (MINTUR, 2004).

2.1.3. Etapas para la elaboración del inventario de atractivos

2.1.3.1. Trabajo de Campo

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo. El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, (MINTUR, 2004).

2.1.3.2. Clasificación de los Atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. Los atractivos se clasifican en dos grupos: SITIOS NATURALES (Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas) y MANIFESTACIONES CULTURALES (históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados). Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos, (MINTUR, 2004).

(Díaz, 2004) clasifica los atractivos turísticos de esta manera: zonas de playa, lugares de interés ecológico o paisajístico, fiestas populares, romerías y tradiciones locales, patrimonio histórico-artístico, actividades culturales, actividades deportivas.

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

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

3) Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos, (MINTUR, 2004).

2.1.4. Evaluación y Jerarquización

La jerarquización consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores signados 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
- Para cada uno de los atractivos tiene una jerarquía con el siguiente significado:

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.

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 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, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

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.

- Para obtener un puntaje ponderado por jerarquía a nivel de provincia se procede de la siguiente manera: (i) se desagrega los atractivos por categoría (Sitios naturales y Manifestaciones Culturales); (ii) los atractivos con jerarquía 4 se multiplican por 88, los atractivos con jerarquía 3 se multiplican por 63, los atractivos con jerarquía 2 se multiplican por 38 y los atractivos con jerarquía 1 se multiplican por 13. La suma de los puntos por provincia se presenta, (MINTUR, 2004).

2.1.4.1. Definición de las Variables y Factores

Según el MINTUR (2004), los parámetros de valoración para las fichas de inventarios turísticos son los siguientes:

- **Calidad**

Es la medida de interés de un atractivo, inherente a sí mismo. Las características que hacen único o relativamente único al atractivo y que motiva la visita de corrientes turísticas.

a) Valor intrínseco: Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a su naturaleza; es decir escénico, científico, artístico, cultural, etc.

b) Valor extrínseco: Es el valor convencional en un atractivo, esto e 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 de los usos y en la medida de su exclusividad y variedad.

c) Estado de conservación y/u organización: Significa el grado de integridad física en que se encuentra un atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original o inicial como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo. Para el caso de Acontecimientos Programados, se considera la organización, programación y cumplimiento del evento.

d) Entorno: Se refiere al ambiente físico – biológico y socio – cultural que rodea un atractivo. Dado que es susceptible a un mejoramiento.

- **Apoyo**

Es la medida de las condiciones físicas y operativas que complementan al atractivo, para contribuir a su difusión y apuesta efectiva en el mercado.

a) Acceso: Es la infraestructura, medios de comunicación y de transporte que permiten la llegada al recurso turístico.

b) Servicios: Este factor comprende tanto las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades del turista en la zona donde está el recurso.

c) Asociación con otros atractivos: Permite medir el grado de complementariedad de un recurso al pertenecer o estar ubicado dentro de un conjunto de atractivos, hecho que afecta su difusión en el mercado turístico.

- **Significado**

Es la variable que denota la importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido o divulgado.

a) Local: Este factor se refiere al grado de conocimiento del recurso dentro del área municipal.

b) Provincial: El conocimiento o difusión abarca una o más provincias.

c) Nacional: El área de difusión abarca la totalidad del país.

d) Internacional: El atractivo supera las fronteras y es conocido en otros países. Son generalmente los atractivos promocionados por el turismo receptivo, (MINTUR, 2004).

2.1.5. Patrimonio

Es el conjunto de bienes heredados de los antepasados, se entendía entonces que el patrimonio era aquello propiedad de un individuo o familia, pero desde nuestro punto de vista aludimos a bienes y costumbres que transmitimos porque reconocemos en ellos un valor y les atribuimos una propiedad colectiva, (García, 2012).

Reyes (2002), es un instrumento para la planificación de la comunicación que pretende revelar expectativas, sensaciones y conocimientos en los visitantes mediante el uso de experiencias inmediatas y medio informativos directos sobre los objetos y hechos patrimoniales.

2.1.5.1. Patrimonio Histórico

Se denomina Patrimonio histórico, al conjunto de bienes, tanto materiales como inmateriales, acumulados a lo largo del tiempo. Estos bienes pueden ser de tipo artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, documental, bibliográfico, científico o técnico, (García, 2012).

2.1.5.2. Patrimonio Cultural

El patrimonio como construcción social. El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias,

los lugares y los monumentos históricos, la literatura, las obras de artes, los archivos y bibliotecas, (García, 2012).

Moure (2003), es el conjunto de bienes materiales e inmateriales que han sido creados por la sociedad a lo largo de su historia y considera desde el presente lo que merece la pena conservar.

2.1.5.3. Patrimonio Natural

Son todos los elementos de la naturaleza: montañas, ríos, flora, fauna, así como el resultado del trabajo del hombre en el ambiente natural, es decir, el paisaje humanizado: caminos, ciudades y pueblos, cultivos, caseríos agrícolas, etc. El territorio es el punto de encuentro del hombre con su patrimonio (García, 2012).

Moure (2003), es el conjunto de bienes medioambientales que no han sido alterados o manipulados por la mano humana, sino que son el producto de la naturaleza.

2.1.6. Análisis FODA

FODA es la sigla para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información relativa al negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El análisis FODA resume los aspectos claves de un análisis del entorno de una actividad empresarial (perspectiva externa) y de la capacidad estratégica de una organización (perspectiva interna). El análisis FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado en diferentes unidades de análisis tales como productos, corporación, empresa, división, unidad estratégica de negocio, entre otras, (Martinez & Milla, 2012).

Borello (1994), una de las aplicaciones del análisis FODA es la determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa.

2.1.6.1. Análisis Externo

El análisis externo se enfoca en las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe afrontar el negocio en el mercado seleccionado. Se trata de aprovechar al máximo esas oportunidades y anular o minimizar esas amenazas, (Martinez & Milla, 2012).

Bigne (2010), en el análisis externo se analiza el mercado turístico, la competencia, el sector, las tendencias del entorno relevantes y sus implicaciones para el destino turístico (país, comunidad, ciudad, comarca)

2.1.6.2. Oportunidades

Se denominan oportunidades aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían favorecer el logro de los objetivos, (Borello, 1994).

De acuerdo a Sainz de Vicuña Ancín (2013), las oportunidades son las posibilidades externas positivas de las que en su caso puede sacarse provecho en el contexto de las fortalezas y debilidades existentes en ese momento. Se desarrollan fuera del área de influencia del país o al margen (p. ej. cambio de las preferencias de los consumidores mundiales respecto de un producto del país, mejora de la economía de un país «cliente», desarrollo del comercio electrónico, etc.).

2.1.6.3. Amenazas

Se denominan amenazas aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían afectar negativamente las posibilidades de logro de los objetivos (Borello, 1994).

Para Sainz de Vicuña Ancín (2013), las amenazas son los problemas, obstáculos o limitaciones externos que pueden impedir o limitar el desarrollo de un país o de un sector (como por ejemplo el industrial). A menudo se encuentran fuera del área de influencia del país o al margen (p. ej.: repentino desinterés de los consumidores por un producto importante del país, aumento considerable del precio de la energía, disminución generalizada de la ayuda al desarrollo, etc.).

2.1.6.4. Análisis Interno

Tiene que ver con las fortalezas y las debilidades del negocio, aspectos sobre los cuales los gestores de la empresa tiene algún grado de control, (Borello, 1994).

2.1.6.5. Fortalezas

Se denominan fortalezas o puntos fuertes aquellas características propias de la empresa que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos, (Borello, 1994).

Sainz de Vicuña Ancín (2013), define a las fortalezas (o puntos fuertes) son los aspectos positivos internos que dependen de la organización o el país, sobre los cuales se puede construir pues en el futuro.

2.1.6.6. Debilidades

Se denominan debilidades o puntos débiles aquellas características propias de la empresa que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos, (Borello, 1994).

Según Sainz de Vicuña Ancín (2013), las debilidades (o puntos débiles) son los aspectos negativos internos que dependen de la organización, para los que existen pues importantes márgenes de mejora.

2.1.7. Matriz FODA

De la combinación de fortalezas con oportunidades surgen las potencialidades, las cuales señalan las líneas de acción más prometedoras para la organización. Las limitaciones, determinadas por una combinación de debilidades y amenazas, colocan una seria advertencia. Mientras que los riesgos (combinación de fortalezas y amenazas) y los desafíos (combinación de debilidades y oportunidades), determinados por su correspondiente combinación de factores, exigirán una cuidadosa consideración a la hora de marcar el rumbo que la organización deberá asumir hacia el futuro deseable como sería el desarrollo de un nuevo producto, (Martinez & Milla, 2012).

2.1.8. Promoción Turística

Según Acerenza (2005), la promoción turística es una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios, entre lo que se incluye también las relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso del marketing.

Gurria (1991), señala que es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el

crecimiento y mejoría de operación de la industria que los aprovecha con fines de explotación económica.

2.1.8.1. La promoción como elemento del marketing mix

Dahda (1998), indica que el concepto de promoción forma parte de la mezcla del marketing. Es una pieza fundamental en la estrategia de mercadotecnia, y ha de armonizar o combinar con los otros componentes.

Villarroel (1995), manifiesta que el plan de marketing mix, es la mezcla de los cuatro elementos o partes fundamentales, es decir, producto, precio, plaza y promoción que combinados en las formas más adecuadas y según el segmento del mercado posicionado harán posible el logro de los objetivos comerciales de la empresa.

2.1.8.2 Instrumentos de promoción

La promoción turística hace uso de cuatro instrumentos para la información, persuasión e influencia sobre el cliente: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales. Estos cuatro instrumentos, responden a los objetivos que tiene la promoción, creando conciencia e interés en el servicio, comunicando los beneficios y persuadiendo a los clientes para la compra o uso de un servicio.

- **Publicidad**

Acerenza (2005), indica que la publicidad comprende la actividades comprendidas con el objeto de presentar a un grupo, un mensaje personal, oral, escrito o visual, con respecto a un producto, servicio o idea; patrocinado y diseminado por medios masivos de difusión.

- **Promoción de Ventas**

Recio (1983), sostiene que la promoción de ventas es definida como: actividades comerciales, distintas a la publicidad, de venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes, efectivizándose por medio de displays, shows, exhibiciones, demostraciones y otros varios esfuerzos de venta no frecuentes ni rutinarios.

- **Relaciones públicas**

Acerenza (2005), señala que las relaciones públicas tienen como razón producir una buena imagen de la empresa en los distintos públicos del medio ambiente en el que este desarrolla sus actividades. Consiste en la estimulación no personal de la demanda, generando noticias comercialmente importantes.

- **Venta personal**

Gurria (1991), indica que la venta personal es el proceso individualizado, orientado a ayudar o persuadir a un cliente potencial a comprar un producto o servicio.

2.1.8.3. Otros elementos de marketing turístico

- **Imagen**

Según Acerenza (2005), citado por Saavedra, Duran y Durandal (2004), es la representación mental de una percepción anterior. En publicidad se define como los conceptos y preconceptos intelectuales o emotivos existentes del público en torno a un producto o servicio.

- **Segmentos de mercado**

Kotler & Armstrong (2013), indica que los llamados segmentos de mercado resultan del proceso de dividir el mercado total heterogéneo para un bien o servicio en varias partes, en base a diferentes criterios: geográficos, demográficos, psicográficos y de comportamiento hacia el producto. Según los mismos criterios, un segmento puede subdividirse en nichos de mercado.

Kotler & Armstrong (2012), señala que la segmentación es la división del mercado para la identificación y separan de los diferentes grupos de clientes que comparten características específicas de bien o de un servicio. Estas características también se las conocen como variables las cuales pueden ser demográficas, psicográficas y conductuales.

- **Canales de distribución**

Kotler & Armstrong (2013), los canales de distribución son un conjunto de personas y empresas que intervienen en la transferencia o traslado de un producto o servicio, a medida que este pasa del ofertante al consumidor o usuario final.

CAPÍTULO III.
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos

3.1.1. Localización

La presente investigación se la realizó en el cantón Mocache de la provincia de Los Ríos cuya ubicación geográfica es de 1°11'26" de latitud sur y de 79°30'22"O de latitud oeste.

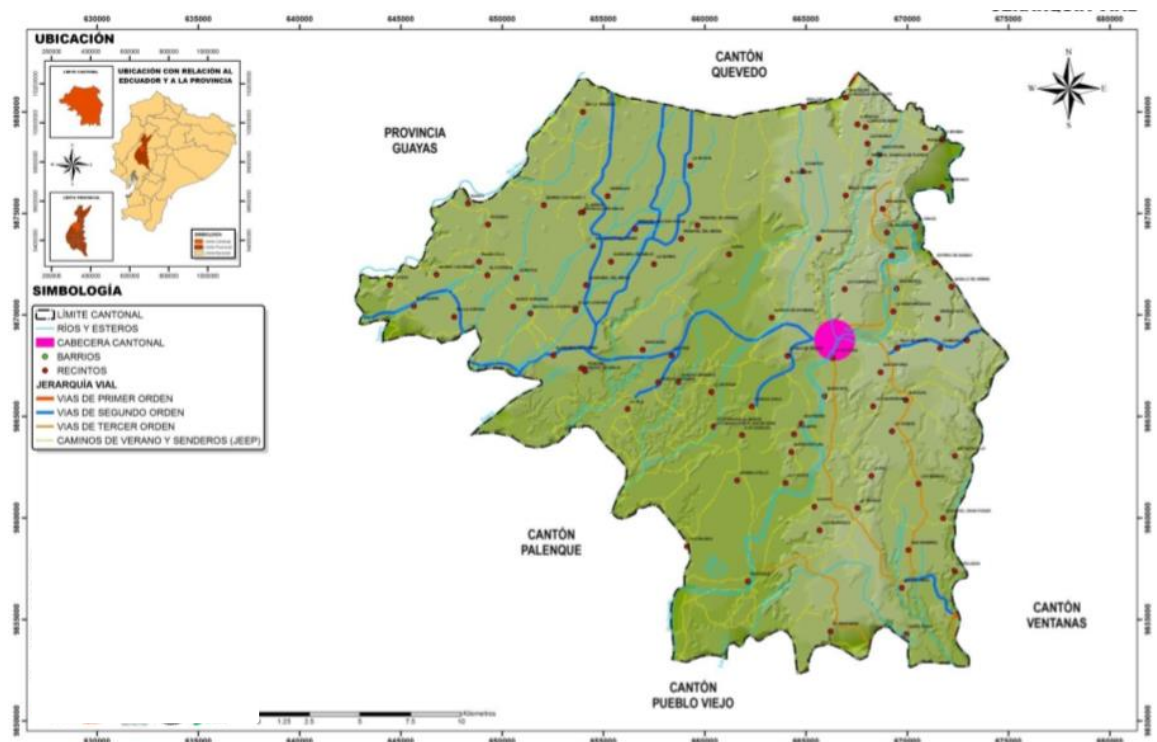


Figura 1. Mapa del cantón Mocache
Elaborado por: GAD Mocache.

3.1.2. Materiales

Los materiales que se utilizaron fueron:

- Mapa del Cantón
- Libreta de apuntes
- Esferográficos
- Lápiz
- Memoria USB
- Resma de papel

- Cartuchos de impresora
- Fichas para inventario

3.1.3. Equipos

Los equipos que se emplearon fueron:

- Receptor GPS Navegador
- Cámara fotográfica
- Computadora
- Impresora

Software

- Microsoft Excel

3.1.2. Métodos de investigación

3.1.2.1. Deductivo

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones. Mediante el método deductivo se pudo organizar la información recopilada durante el desarrollo del proyecto para desarrollar las conclusiones y recomendaciones del proyecto de tesis.

3.1.2.2. Inductivo

La inducción va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones generales. Mediante el método inductivo se formularon las preguntas orientadas para la comprobación de la problematización argumentada en el proyecto, mediante el uso de las técnicas de investigación primaria (encuestas).

3.1.2.3. Analítico

Es aquél que distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de sus elementos por separado. Mediante el método analítico se realizaron investigaciones bibliográficas utilizando técnicas de investigación secundaria (folletos, libros, internet), con el propósito de incluir la información recopilada en el marco teórico del proyecto.

3.2. Tipo de Investigación

3.2.1. Investigación Descriptiva

La presente investigación es de carácter descriptivo, ya que se recolectaron datos para conocer los gustos y preferencias de los turistas potenciales del cantón Mocache con la finalidad de elaborar el plan promocional.

3.2.1.1. Investigación de Campo

La investigación de campo se la realizó en el cantón Mocache mediante una encuesta.

3.2.1.2. Investigación Documental

Se obtuvo información teórica referente al objeto de estudio, a través de libros, módulo, folletos, internet, entre otros documentos

3.3. Diseño de Investigación

3.3.1. Encuestas

Esta técnica se basó en un banco de preguntas (Anexo 1), el cual se aplicó a 377 personas, una pequeña muestra de la población con la finalidad de conocer las satisfacciones y preferencias en cuanto a la actividad turística en el cantón Mocache.

3.3.2. Observación

Se realizaron cuatro salidas de campo para determinar los atractivos naturales y culturales que se aprovecharían para el desarrollo turístico del cantón. Además durante los recorridos a los diferentes atractivos se observaron las condiciones en que estos se encuentran, determinando que la accesibilidad fuera factible, con la finalidad de poder realizar las actividades agroturísticas que se desean llevar a cabo.

Para el inventario de los atractivos naturales y culturales, se establecieron fichas de inventarios turísticos del MINTUR.

3.3.3. Software

Se utilizó el software Microsoft Office Excel 2013©, el cual permitió la tabulación de los cuadros de la encuesta realizada así como también la elaboración de las figuras.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Para establecer la población a ser encuestada se tomó, la población económicamente activa (PEA) del cantón Mocache, según los datos del INEC 2010, con un total de 22.640 habitantes.

3.4.2. Muestra

Las encuestas se aplicaron en diferentes sectores del cantón como fueron: San Ignacio, Barrio Lindo, San Antonio, Sector del Mercado, así como también las principales calles del centro del cantón.

Para determinar el tamaño de la muestra, se empleó la fórmula de muestra poblacional utilizando como dato de población a los 22.640 habitantes del cantón Mocache que comprenden a la población económicamente activa.

Para determinar el tamaño de la muestra, se empleó el muestreo aleatorio simple, “Todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos, según (Nel Quezada, 2010), la fórmula es:

$$n_0 = \frac{Z^2_{\infty} \sigma^2}{E^2}$$

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Dónde:

N= Población Total

n_0 = Tamaño de la muestra aproximado

n = Tamaño de la muestra

Z^2_{∞} = Valores correspondiente al nivel de significancia (1.96)

σ^2 = Varianza (0,05)

E^2 = Error de tolerancia = (5 %)

$$n_0 = \frac{Z^2_{\infty} \sigma^2}{E^2}$$

$$n_0 = \frac{(1.96)^2_{\infty} (0.05)^2}{(0.05)^2}$$

$$n_0 = 384,16$$

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{22.640}}$$

$$n = 377,73$$

377 personas a encuestar

CAPÍTULO IV.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Inventario de los Atractivos Turísticos Naturales y Culturales del cantón Mocache

El inventario de los atractivos turísticos, se los expone por medio de fichas de inventario de atractivos naturales y culturales del Ministerio de Turismo (MINTUR 2004), (Anexo 1) las mismas que han sido modificadas según las necesidades de información para el desarrollo de la presente investigación. La ficha contiene una descripción del sitio, el nombre del atractivo, la categoría, las facilidades turísticas, entre otros. Los atractivos a identificar, han sido enmarcados en sitios naturales, históricos y culturales del cantón Mocache.

4.1.1.1 Inventario de Atractivos Naturales

Ficha 1. Rancho “La Evidencia”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestadora: Yuri Núñez	1.2 Ficha: 01
1.3 Supervisor Evaluador: Blga. Ana Moreno M.Sc.	1.4 Fecha: 6/01/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Rancho la Evidencia	
1.6 Categoría: Sitio Natural	1.7 Tipo: Realizaciones técnicas y científicas
1.8 Subtipo: Finca Agroturística	
	
Fotografía 1. Rancho la Evidencia Por: La autora	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Los Ríos	2.2. Cantón: Mocache

2.3 Parroquia: Mocache		2.4. Coordenadas: 0678813 9989809	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO			
3.1 Nombre del poblado: Cantón Mocache		3.2 Distancia: 1 km	
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
4.1 Altitud: 56 msnm.			
4.2 Temperatura: la temperatura va desde los 22 °C a 32 °C			
4.3 Precipitación pluviométrica: La precipitación media anual va desde los 1000 a 2000 mm.			
4.4 Ubicación del Atractivo: El Rancho la Evidencia se encuentra ubicado en la zona norte del cantón Mocache perteneciente a la Provincia de los Ríos.			
4.5 Descripción del atractivo: Uno de los mayores atractivos es la observación de los avestruces y sus danzas de apareamiento que le dan a este lugar un toque mágico. Se puede realizar pesca deportiva y la preparación de diferentes platos como el bollo de pescado, entre otros según como el visitante lo prefiera degustar. En este hermoso lugar podrás disfrutar de actividades tradicionales que se elaboran de forma artesanal como la recolección y procesamiento de la pimienta, la elaboración de la "bola de chocolate", elaborada a base de cacao, la "chicha chontilla", realizada con maduro y chontilla cocida, la degustación de dulces y mermeladas de una gran variedad de frutas tropicales como mandarinas, mangos, naranjas, ciruela china, entre otros.			
Flora:		Fauna:	
Nombre Común	Nombre Científico	Mamíferos	
Bejuco de montaña	Guarea grandifolia	Nombre Común	Nombre Científico
Cacao	Theobroma cacao	Ardilla	Sciurus granatensis
Café	Coffea arabica	Zorro	Vulpes vulpes
Cedro	Cedrela odorata		
Caña guadua	Bambusa guadua		Aves
Guasmo	Guazuma ulmifolia	Nombre Común	Nombre Científico
Guarumo	Cecropia sp.	Avestruz	Struthio camelus
Guayaba de monte	Guajaba psidium	Azulelos	Thraupis episcopus
Guachapelí	Albizia guachapele	Carpintero	Colaptes melanochloros
Laurel	Cordia alliodora	Colibrí	Archilochus colubris
Matapalo	Ficus sp	Garrapatero	Crotophaga sulcirostris
Niguito	Miconia lehmannii	Garza blanca	Ardea alba
Ortiga	Urtica dioica	Santa cruz	Leucopternis plúmbea
Palo Colorado	Pouteria splendens	Negro tilingo	Dives warszewiczi
Pechiche	Vitex gigantea	Ollero	Furnarius cinnamomeus
Pimienta	Piper nigrum	Pacharaco	Ortalis garrula
Tutumbe	Cordia eriostigma	Palomas tierreras	Columbina cruziana
		Perdis	Penelope mongtagnii
		Viviñas	Forpus coelestis
Frutas:			
Nombre Común	Nombre Científico		
Achotillo	Nephelium lappaceum		
Badea	Passiflora quadrangularis		

Guanábana	<i>Annona muricata</i>	
Mandarina	<i>Citrus reticulata</i>	
Mango	<i>Mangifera indica</i>	
Mamey	<i>Mammea americana</i>	
Naranja	<i>Citrus sinensis</i>	

4.6 Usos

ACTUALES	POTENCIALES
➤ Área de conservación de vida silvestre ➤ Observación de aves ➤ Pesca deportiva ➤ Proceso artesanal de la cosecha de la pimienta	➤ Realizar agroturismo ➤ Fotografía ➤ Paseos a caballo

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

5.1 Alterado () **5.2** No alterado () **5.3** Conservado (x)
5.4 Deteriorado () **5.5** En proceso de deterioro ()

5.6 Causas: El atractivo se encuentra conservado debido a que es una propiedad privada y el propietario de la finca le da un adecuado mantenimiento.

6. ENTORNO

6.1 Conservado (x) **6.2** Deteriorado () **6.3** En proceso de deterioro ()

6.4 Causas: El entorno esta conservado, aunque la flora característica del sitio se va perdiendo debido a que en el lugar se encuentran diferentes tipos de cultivos divididos en parcelas. El propietario le da un adecuado mantenimiento al lugar.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Semana	Men	Eventual	
TERRESTRE	Asfalto	X			Bus					DÍAS AL AÑO
	Lastrado		X		Camionetas	X				
	Empedrado		X		Rancheras					
	Sendero		X		Motocicleta	x				365

Observaciones: Para llegar al atractivo se lo hace por la perimetral, tomando el desvío del sector las campanas.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

El dueño de la propiedad ofrece el servicio de alimentación, siempre y cuando se le anticipe la visita al lugar. Los prestadores de servicios turísticos se encuentran en el Cantón Mocache donde podrá contar con el servicio de alojamiento, cafetería, transporte, bancos y medios de comunicación.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**9.1 AGUA**

Potable () Entubada () Tratada () De pozo (x) No existe ()
 Otros.....

9.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado (x) Generador () No existe ()
 Otros.....

9.3 ALCANTARILLADO

Red pública () Pozo ciego () Pozo séptico(x) No existe ()
 Otros.....

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

San Ignacio a 2 km.

11. POSICIONAMIENTO:

Local..... (x)
 Provincial..... ()
 Nacional..... ()
 Internacional..... ()

Elaborado por: La autora

Fuente: MINTUR 2004

Cuadro 1. Valoración del “Rancho La Evidencia”

Variable	Factor	Puntos máximos
CALIDAD (50 puntos)	Valor intrínseco	9
	Valor extrínseco	9
	Entorno	7
	Estado de conservación	6
	Subtotal	31
APOYO (25 puntos)	Accesos	6
	Servicios	4
	Asociación con otros atractivos	2
	Subtotal	12
SIGNIFICADO (25 puntos)	Local	2
	Provincial	
	Nacional	
	Internacional	
	Subtotal	2
TOTAL		45
Jerarquía		II

Elaborado por: La autora

Fuente: MINTUR 2004

Ficha 2. Bosque “Estrella Grande”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestadora: Yuri Núñez	1.2 Ficha: 02
1.3 Supervisor Evaluador: Blga. Ana Moreno M.Sc.	1.4 Fecha: 06/01/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Bosque Estrella Grande	
1.6 Categoría: Sitio Natural	1.7 Tipo: Bosque
1.8 Subtipo: Bosque tropical	
 Fotografía 2. Bosque Estrella Grande Por: La autora	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Los Ríos	2.2. Cantón: Mocache
2.3 Parroquia: Mocache	2.4. Coordenadas: 0662761 9852863
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Sector Estrella Grande	3.2 Distancia: 2 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 56 msnm.	
4.2 Temperatura: la temperatura va desde los 22 °C a 30 °C	
4.3 Precipitación pluviométrica: La precipitación media anual va desde los 1000 a 2000 mm.	
4.4 Ubicación del Atractivo: El Bosque de Estrella Grande se encuentra ubicado en la zona sur del cantón Mocache perteneciente a la Provincia de los Ríos.	
4.5 Descripción del atractivo: El Bosque tiene una extensión de 17 ha y nace en el mismo sector de Estrella Grande, el Bosque es nativo y cuenta con especies endémicas tanto de flora y fauna, pero algunas especies de fauna se ven amenazadas por la caza como el caso de la Guatusa (<i>Dasyprocta punctata</i>).	
Para acceder a este atractivo se lo hace por la comunidad de Estrella Grande el Bosque queda a 1km desde la comunidad es propiedad privada del Sr.	

Marcelo Luna, luego que se llega hasta el Bosque se realiza la caminata por el sendero trazado por el dueño de esta propiedad el recorrido puede durar de 1 hora hasta 1 hora y media dependiendo de las especies de flora y fauna que se pueden observar, lo que más se aprecia dentro del bosque son las aves y monos.

Flora:		Fauna:	
Nombre Común	Nombre Científico	Mamíferos	
Laurel	<i>Cordia alliodora</i>	Nombre Común	Nombre Científico
Helecho arbóreo	<i>Alsophy lacuspidata</i>	Ardilla	<i>Sciurus granatensis</i>
Bejuco de montaña	<i>Guarea grandifolia</i>	Conejo silvestre	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
Niguito	<i>Miconia lehmannii</i>	Cachicambo	<i>Dasypus novemcinctus</i>
Guachapelí	<i>Albizia guachapele</i>	Guatusa	<i>Dasyprocta punctata</i>
Palo Colorado	<i>Pouteria splendens</i>	Mono aullador	<i>Alouatta palliata</i>
Pechiche	<i>Vitex gigantea</i>	Zorro	<i>Vulpes vulpes</i>
Cedro	<i>Cedrela odorata</i>	Aves	
Caña guadua	<i>Bambusa guadua</i>	Nombre Común	Nombre Científico
Guasmo	<i>Guazuma ulmifolia</i>	Azulelos	<i>Thraupis piscopus</i>
Guarumo	<i>Cecropia sp.</i>	Carpintero	<i>Colaptes melanochloros</i>
Guayaba de monte	<i>Guajaba psidium</i>	Colibrí	<i>Archilochus colubris</i>
Tutumbe	<i>Cordia eriostigma</i>	Garrapatero	<i>Crotophaga sulcirostris</i>
Matapalo	<i>Ficus sp</i>	Negro tilingo	<i>Dives warsceviczi</i>
Ortiga	<i>Urtica dioica</i>	Ollero	<i>Furnarius cinnamomeus</i>
Frutas:		Pacharaco	<i>Ortalis garrula</i>
Nombre Común	Nombre Científico	Palomas tierreras	<i>Columbina cruziana</i>
Naranja	<i>Citrus sinensis</i>	Perdis	<i>Penelope mongtagnii</i>
Guaba de machete	<i>Inga spectabilis</i>	Santa cruz	<i>Leucopternis plumbea</i>
Badea	<i>Passiflora quadrangularis</i>	Tórtolas	<i>Zenaida auriculata</i>
Mamey	<i>Mammea americana</i>	Viviñas	<i>Forpus coelestis</i>
Guanábana	<i>Annona muricata</i>		

4.6 Usos

ACTUALES	POTENCIALES
➤ Área de conservación de vida silvestre	➤ Ecoturismo ➤ Observación de fauna ➤ Aviturismo

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

5.1 Alterado () 5.2 No alterado () 5.3 Conservado (x)
5.4 Deteriorado () 5.5 En proceso de deterioro ()

5.6 Causas: El atractivo se encuentra conservado debido a que es una propiedad privada y el dueño no permite la cacería ni la tala de árboles.

6. ENTORNO

6.1 Conservado () 6.2 Deteriorado () 6.3 En proceso de deterioro (x)

6.4 Causas: El entorno se encuentra en proceso de deterioro debido a que muchos

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Semana	Men	Eventual	
TERRESTRE	Asfalto	X			Bus	x				DÍAS AL AÑO
	Lastrado		X		Camionetas	X				
	Empedrado		X		Rancheras					365
	Sendero		X		Motocicleta	x				

Observaciones: Para llegar al atractivo hay que ingresar por la Comunidad de Estrella Grande, y dirigirse a la casa del Sr. Marcelo Luna que a su vez será el guía en nuestro recorrido por el Bosque. Se recomienda llevar ropa liviana, zapatos deportivos o botas de caucho, gorra, repelente y agua; la mejor época para visitar este bosque es durante el verano ya que en el invierno el acceso puede llegar a ser algo dificultoso por las condiciones climáticas.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

El dueño de la propiedad ofrece el servicio de alimentación, siempre y cuando se le anticipe la visita al bosque. Los prestadores de servicios turísticos se encuentran en el Cantón Mocache donde podrá contar con el servicio de alojamiento, cafetería, transporte, bancos y medios de comunicación.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 AGUA

Potable () Entubada () Tratada () De pozo (x) No existe ()
Otros.....

9.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado (x) Generador () No existe ()
Otros.....

9.3 ALCANTARILLADO

Red pública () Pozo ciego () Pozo séptico(x) No existe ()
Otros.....

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

San Ignacio a 17 km.

11. POSICIONAMIENTO:

Local..... (x)
Provincial..... ()
Nacional..... ()
Internacional..... ()

Elaborado por: La autora
Fuente: MINTUR 2004

Cuadro 2. Valoración del “Bosque Estrella Grande”

Variable	Factor	Puntos máximos
CALIDAD (50 puntos)	Valor intrínseco	9
	Valor extrínseco	9
	Entorno	7
	Estado de conservación	6
	Subtotal	31
APOYO (25 puntos)	Accesos	6
	Servicios	3
	Asociación con otros atractivos	2
	Subtotal	11
SIGNIFICADO (25 puntos)	Local	2
	Provincial	
	Nacional	
	Internacional	
	Subtotal	2
TOTAL		44
Jerarquía		II

Elaborado por: La autora

Fuente: MINTUR 2004

Ficha 3. Finca “La Johanita”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestadora: Yuri Núñez	1.2 Ficha: 03
1.3 Supervisor Evaluador: Blga. Ana Moreno	1.4 Fecha: 06/01/2014
1.5 Nombre del Atractivo: “Finca La Johanita”	
1.6 Categoría: Sitio Natural	1.7 Tipo: Realizaciones técnicas y científicas
1.8 Subtipo: Finca Agroturística	
	



Fotografía 3. Finca Agroturística “La Johanita”

Por: La autora

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Los Ríos

2.2. Cantón: Mocache

2.3 Parroquia: Mocache

2.4. Coordenadas: 0646602
5872932

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: Barro colorado

3.2 Distancia: 1 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 56 msnm.

4.2 Temperatura: la temperatura varía dependiendo de la época y va desde los 22 °C hasta los 25 °C.

4.3 Precipitación pluviométrica: La precipitación media anual va desde los 1000 a 2000 mm.

4.4 Ubicación del Atractivo:

La Johanita se encuentra ubicada a 30 Km desde el cantón Mocache en la zona oeste del cantón.

4.5 Descripción del atractivo:

La finca la Johanita es un atractivo agroturístico y se encuentra ubicada en el sector de Macul. Tiene una extensión de 25 ha en la cual se puede observar cultivos de cacao, pequeñas plantaciones forestales y animales como venados, borregos, cerdos, vacas y caballos.

Para acceder a este atractivo se lo hace por el sector de Alejo Lascano que queda a 10 Km de la finca, es propiedad privada del Sr. Miguel Litardo, para poder ingresar a la finca se le debe llamar al propietario y comunicarle que se desea hacer un pequeño recorrido en el lugar, el recorrido puede durar de 1 a 1 hora y media esto dependiendo de las actividades que se realicen.

Flora:		Fauna:	
Nombre Común	Nombre Científico	Mamíferos	
Caña guadua	<i>Bambusa guadua</i>	Nombre Común	Nombre Científico
Fernán Sánchez	<i>Triplaris cumingiana</i>	Ardilla	<i>Sciurus granatensis</i>
Laurel	<i>Cordia alliodora</i>	Borregos	<i>Ovis aries</i>
Nin	<i>Azadirachta indica</i>	Cerdos	<i>Sus scrofa domestica</i>
Palo Colorado	<i>Pouteria splendens</i>	Caballos	<i>Equus ferus</i>
Samán	<i>Samanea saman</i>	Venados	<i>Mazama americana</i>
Teca	<i>Tectona grandis</i>		
Frutas:		Aves	
Nombre Común	Nombre Científico	Nombre Común	Nombre Científico
Achotillo	<i>Nephelium lappaceum</i>	Azulejo	<i>Thraupis episcopus</i>
Limón	<i>Citrus limón</i>	Búho	<i>Bubo bubo</i>
Mandarina	<i>Citrus reticulata</i>	Gavilán plumizo	<i>Leucopternis plúmbea</i>
Naranja	<i>Citrus sinens</i>	Gallinas	<i>Gallus gallus domesticus</i>
Toronja	<i>Citrus paradisi</i>	Garrapatero	<i>Crotophaga sulcirostris</i>
		Negro tilingo	<i>Dives warszewiczi</i>
		Pacharaco	<i>Ortalis garrula</i>
		Perdis	<i>Penelope mongtagnii</i>
		Pavos	<i>Meleagris gallo pavo</i>
		Palomas tierreras	<i>Columbina cruziana</i>
		Olleros	<i>Furnarius cinnamomeus</i>
		Santa cruz	<i>Leucopternis plúmbea</i>

4.6 Usos

ACTUALES	POTENCIALES
➤ Área de conservación de vida silvestre	➤ Realizar ecoturismo
➤ Agrícolas	➤ Observación de fauna
	➤ Aviturismo

4. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

5.1 Alterado () 5.2 No alterado () 5.3 Conservado (x)

5.4 Deteriorado () 5.5 En proceso de deterioro ()

5.6 Causas: El atractivo se encuentra conservado debido a que es una propiedad privada.

6. ENTORNO

6.1 Conservado () 6.2 Deteriorado () 6.3 En proceso de deterioro (x)

6.4 Causas: El entorno se encuentra en proceso de deterioro debido a la ganadería.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Semana	Men	Eventual	
	Asfalto	X			Bus					DÍAS AL

TERRESTRE	Lastrado		X		Camionetas	X				AÑO 365
	Empedrado		X		Rancheras					
	Sendero		X		Motocicleta	X				

Observaciones: Para llegar al atractivo hay que ingresar por el sector el Zapote y luego por el sector de Alejo Lascano y dirigirse a la casa del Sr. Miguel Litardo que a su vez será el guía en nuestro recorrido por la finca. Se recomienda llevar ropa liviana, zapatos deportivos o botas de caucho, gorra, repelente y agua; la finca se la puede visitar en cualquier época del año.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

El dueño de la finca ofrece en ciertos casos el servicio de alimentación, con una previa anticipación. Los prestadores de servicios turísticos se encuentran en el Cantón Mocache donde podrá contar con el servicio de alojamiento, alimentación, transporte, bancos y medios de comunicación.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 AGUA

Potable () Entubada () Tratada () De pozo (x) No existe ()
Otros.....

9.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado (x) Generador () No existe ()
Otros.....

9.3 ALCANTARILLADO

Red pública () Pozo ciego () Pozo séptico(x) No existe ()
Otros.....

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

San Ignacio a 28 km.

11. POSICIONAMIENTO:

Local..... (x)
Provincial..... ()
Nacional..... ()
Internacional..... ()

Elaborado por: La autora

Fuente: MINTUR 2004

Cuadro 3. Valoración de la Finca Agroturística “La Johanita”

Variable	Factor	Puntos máximos
CALIDAD (50 puntos)	Valor intrínseco	9
	Valor extrínseco	9
	Entorno	7
	Estado de conservación	6
	Subtotal	31
APOYO (25 puntos)	Accesos	5
	Servicios	3
	Asociación con otros atractivos	2
	Subtotal	10
SIGNIFICADO (25 puntos)	Local	2
	Provincial	
	Nacional	

	Internacional	
	Subtotal	2
	TOTAL	43
	Jerarquía	II

Elaborado por: La autora

Fuente: MINTUR 2004

Ficha 4. Río del cantón Mocache

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestadora: Yuri Núñez	1.2 Ficha: 04
1.3 Supervisor Evaluador: Blga. Ana Moreno MSc.	1.4 Fecha: 07/01/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Cabañas de San Ignacio	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	1.7 Tipo: Ambiente lacustre
1.8 Subtipo: Río	
	
Fotografía 4. Sector San Ignacio Por: La autora	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Los Ríos	2.2. Cantón: Mocache
2.3 Parroquia: Mocache	2.4. Coordenadas: 0666704 9868797
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Mocache	3.2 Distancia: 200 m
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 56 msnm.	
4.2 Temperatura: la temperatura varía de 22 °C y 25 °C.	
4.3 Precipitación pluviométrica: La precipitación media anual va desde los 1000 a 2000 mm.	
4.4 Ubicación del Atractivo: El sector San Ignacio se encuentra ubicado en del otro lado del río del cantón Mocache perteneciente a la Provincia de los Ríos.	

4.5 Descripción del atractivo:

Este río cuenta con una gran variedad de atractivos naturales y hermosos paisajes, los cuales son de mucho interés para el sector turístico, debido a las actividades que se pueden realizar en él. En época de verano las aguas del río son tranquilas y poco correntosas, apropiadas para la realización de actividades deportivas, recreativas, artesanales, etc. sin embargo en época de invierno el caudal aumenta significativamente provocando inundaciones en ciertos lugares, además se pueden observar grandes remolinos y fuertes corrientes de aguas que arrastran a su paso empalizadas producto de deslaves, ocasionados por las lluvias.

En el sector de San Ignacio se puede disfrutar del río y los fines de semana se puede degustar de la gastronomía típica del cantón en las cabañas que se encuentran a orillas del río, tapados, bollo de pescado, pescado apanado, cazuela de pescado, además de bebidas típicas como el jugo de naranja, jugo de carambolas y jugo de mango. Todo esto lo realiza la Sra. María Moreno la cual cuenta con un jardín en el cual podemos encontrar todas las frutas con las que prepara los jugos.

Para acceder a este atractivo se lo hace desde el cantón Mocache cruzando el puente colgante con una distancia de 100 m o por el puente donde transitan todos los vehículos.

Flora: Frutas:		Fauna: Aves	
Nombre Común	Nombre Científico	Nombre Común	Nombre Científico
Carambola	<i>Averrhoa carambola</i>	Garrapatero	<i>Crotophaga sulcirostris</i>
Fruta de pan	<i>Artocarpus altilis</i>	Negro tilingo	<i>Dives warszewiczi</i>
Limón	<i>Citrus limón</i>	Palomas tierreras	<i>Columbina cruziana</i>
Mango	<i>Manguifera indica</i>		
		Peces	
Nombre Común	Nombre Científico	Nombre Común	Nombre Científico
		Bocachico	<i>Prochilodus magdalenae</i>
		Barbudo	<i>Pimelodella elongata</i>
		Campeche	<i>Haematoxylum campechianum</i>
		Dica	<i>Pseudocurimata troschelii</i>
		Dama	<i>Brycon alburnus</i>
		Ratón	<i>Leporinus ecuadorensis</i>
		Vieja azul	<i>Andinoacara rivulatus</i>
		Vieja roja	<i>Cichlasoma festae</i>

..6 Usos

ACTUALES	POTENCIALES
➤ Recreación al aire libre ➤ Elaboración de comidas y bebidas típicas	➤ Fotografía natural ➤ Realizar ecoturismo

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

5.1 Alterado () 5.2 No alterado () 5.3 Conservado ()

5.4 Deteriorado () 5.5 En proceso de deterioro (x)

5.6 Causas: El atractivo se encuentra en proceso de deterioro debido a que muchas personas del sector no le dan un adecuado mantenimiento a las cabañas.

6. ENTORNO

6.1 Conservado () 6.2 Deteriorado () 6.3 En proceso de deterioro (x)

6.4 Causas: El entorno se encuentra en proceso de deterioro debido a la falta de un adecuado mantenimiento.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Semana	Men	Eventual	
TERRESTRE	Asfalto	X			Taxis	X				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Camionetas	X				
	Empedrado				Rancheras					
	Sendero				Motocicleta	x				365

Observaciones: Para llegar al atractivo hay que ingresar por la carretera vieja.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

Los prestadores de servicios turísticos se encuentran en el Cantón Mocache donde podrá contar con el servicio de alojamiento, cafetería, transporte, bancos y medios de comunicación.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 AGUA

Potable () Entubada (x) Tratada () De pozo () No existe ()
Otros.....

9.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado (x) Generador () No existe ()
Otros.....

9.3 ALCANTARILLADO

Red pública (x) Pozo ciego () Pozo séptico () No existe ()
Otros.....

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: Parque de la Madre 200 m.	11. POSICIONAMIENTO: Local..... (x) Provincial..... () Nacional..... () Internacional..... ()
--	---

Elaborado por: La autora

Fuente: MINTUR 2004

Cuadro 4. Valoración del “Río Mocache”

Variable	Factor	Puntos máximos
CALIDAD (50 puntos)	Valor intrínseco	9
	Valor extrínseco	9
	Entorno	7
	Estado de conservación	6
	Subtotal	31
APOYO (25 puntos)	Accesos	8
	Servicios	6
	Asociación con otros atractivos	3
	Subtotal	17
SIGNIFICADO (25 puntos)	Local	2
	Provincial	
	Nacional	
	Internacional	
	Subtotal	2
TOTAL		50
Jerarquía		II

Elaborado por: La autora

Fuente: Trabajo de campo

4.1.1.2. Inventario de Atractivos Culturales

Ficha 5. Monumento al Montubio

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestadora: Yuri Núñez	1.2 Ficha: 05
1.3 Supervisor Evaluador: Blga. Ana Moreno MSc.	1.4 Fecha: 07/01/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Monumento al Montubio	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	1.7 Tipo: Históricas
1.8 Subtipo: Arquitectura civil	



Fotografía 5. Sector Los Emilios
Por: La autora

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Los Ríos

2.2. Cantón: Mocache

2.3 Parroquia: Mocache

2.4. Coordenadas: 0665043
9668499

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: Centro del cantón Mocache **3.2 Distancia:** 1 m

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 56 msnm.

4.2 Temperatura: la temperatura varía de 22 °C y 25 °C.

4.3 Precipitación pluviométrica: La precipitación media anual va desde los 1000 a 2000 mm.

4.4 Ubicación del Atractivo:

El Monumento se encuentra ubicado en el sector de los Emilios en la Av. Raúl Triviño Peralta.

4.5 Descripción del atractivo:

El Monumento fue creado el 14 de Octubre del 2007, es un redondel que sirve como distribuidor de tráfico, constituye la principal vía de ingreso a la ciudad para quienes viven hacia el interior del cantón. Este monumento representa a nuestras raíces ancestrales, ya que el cantón Mocache por pertenecer a la Provincia de los Ríos es uno de los cantones con raíces montubias es por eso este cálido homenaje en honor a nuestras raíces.

4.6 Usos

ACTUALES	POTENCIALES
➤ Reconocimiento a la cultura montubia	➤ Fotografía

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

5.1 Alterado () 5.2 No alterado () 5.3 Conservado ()

5.4 Deteriorado () 5.5 En proceso de deterioro (x)

5.6 Causas: El atractivo se encuentra en proceso de deterioro debido a que no le dan un adecuado mantenimiento.

6. ENTORNO

6.1 Conservado () 6.2 Deteriorado () 6.3 En proceso de deterioro (x)

6.4 Causas: El entorno se encuentra en proceso de deterioro debido a que en la zona donde se encuentra el atractivo existen muchos comerciantes.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Semana	Mensual	Eventual	
TERRESTRE	Asfalto	X			Taxis	X				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Camionetas					
	Empedrado				Rancheras					365
	Sendero				Motocicleta	x				

Observaciones: Para llegar al atractivo se lo hace por la vía principal, tomando como referencia el monumento al Sr. Walter Andrade.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

Los prestadores de servicios turísticos se encuentran en el centro del cantón Mocache donde podrá contar con el servicio de alojamiento, restaurantes, transporte, bancos y medios de comunicación.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 AGUA

Potable () Entubada () Tratada () De pozo () No existe ()
Otros.....

9.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado (x) Generador () No existe ()
Otros.....

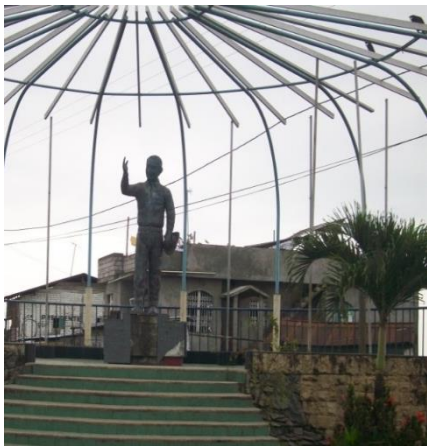
9.3 ALCANTARILLADO

Red pública () Pozo ciego () Pozo séptico () No existe ()
Otros.....

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: Monumento al Sr. Walter Andrade a 800 m.	11. POSICIONAMIENTO: Local..... (x) Provincial..... () Nacional..... () Internacional..... ()
---	---

Elaborado por: La autora
Fuente: MINTUR 2004

Ficha 6. Monumento al Sr. Walter Andrade

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestadora: Yuri Núñez	1.2 Ficha: 06
1.3 Supervisor Evaluador: Blga. Ana Moreno MSc.	1.4 Fecha: 07/01/2014
1.5 Nombre del Atractivo: Monumento al Sr. Walter Andrade	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	1.7 Tipo: Históricas
1.8 Subtipo: Arquitectura civil	
  Fotografía 6. Sector Los Emilios Por: La autora	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Los Ríos	2.2. Cantón: Mocache
2.3 Parroquia: Mocache	2.4. Coordenadas: 0665776 9868271
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Centro del cantón Mocache	3.2 Distancia: 700 m
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 56 msnm.	
4.2 Temperatura: la temperatura varía de 22 °C y 25 °C.	
4.3 Precipitación pluviométrica: La precipitación media anual va desde los 1000 a 2000 mm.	
4.4 Ubicación del Atractivo: El Monumento se encuentra ubicado en la subida de la loma en la Av. Walter	

Andrade Fajardo.

4.5 Descripción del atractivo:

El Monumento fue creado el 10 de Junio del 2007, es un redondel que sirve como distribuidor de tráfico, este monumento constituye un justo reconocimiento a uno de sus hijos predilectos, es una estatua de tres metros de alto desde su pedestal con un gesto amable de su mano, permanentemente da la bienvenida a todos los ilustres visitantes. La obra constituye un factor importante en el desarrollo de la infraestructura renovadora que implementa el Municipio, lo que de manera directa contribuye al ornato de la ciudad e indirectamente promueve el turismo.

4.6 Usos

ACTUALES	POTENCIALES
➤ Reconocimiento político	➤ Fotografía

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

5.1 Alterado () 5.2 No alterado () 5.3 Conservado () 5.4 Deteriorado () 5.5 En proceso de deterioro (x)

5.6 Causas: El atractivo se encuentra en proceso de deterioro debido a que no le dan un adecuado mantenimiento.

6. ENTORNO

6.1 Conservado () 6.2 Deteriorado () 6.3 En proceso de deterioro (x)

6.4 Causas: El entorno se encuentra en proceso de deterioro debido al tráfico y al exceso de personas que pasan por el lugar.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Semana l	Men sual	Eventual	
TERRESTRE	Asfalto	X			Taxis	X				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Camionetas					
	Empedrado				Rancheras					365
	Sendero				Motocicleta	x				

Observaciones: El monumento se encuentra en la principal vía de acceso al cantón.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

Los prestadores de servicios turísticos se encuentran en el centro del cantón

Mocache donde podrá contar con el servicio de alojamiento, restaurantes, transporte, bancos y medios de comunicación.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 AGUA

Potable () Entubada () Tratada () De pozo () No existe ()
Otros.....

9.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado (x) Generador () No existe ()
Otros.....

9.3 ALCANTARILLADO

Red pública () Pozo ciego () Pozo séptico () No existe ()
Otros.....

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Monumento a la Madre a 400 m.

11. POSICIONAMIENTO:

Local..... (x)
Provincial..... ()
Nacional..... ()
Internacional..... ()

Elaborado por: La autora

Fuente: MINTUR 2004

Ficha 7. Monumento a la Madre

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestadora: Yuri Núñez

1.2 Ficha: 07

1.3 Supervisor Evaluador: Blga. Ana Moreno MSc.

1.4 Fecha: 07/01/2014

1.5 Nombre del Atractivo: Monumento a la Madre

1.6 Categoría: Manifestaciones culturales

1.7 Tipo: Históricas

1.8 Subtipo: Arquitectura civil



Fotografía 7. Calle 28 de Mayo

Por: La autora

2. UBICACIÓN					
2.1 Provincia: Los Ríos	2.2. Cantón: Mocache				
2.3 Parroquia: Mocache	2.4. Latitud: 0666365 2.5. Longitud: 9868727				
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
3.1 Nombre del poblado: Centro del cantón Mocache	3.2 Distancia: 50 m				
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
4.1 Altitud: 56 msnm.					
4.2 Temperatura: la temperatura varía de 22 °C y 25 °C.					
4.3 Precipitación pluviométrica: La precipitación media anual va desde los 1000 a 2000 mm.					
4.4 Ubicación del Atractivo: El Monumento de la Madre se encuentra ubicado en la calle 28 de Mayo.					
4.5 Descripción del atractivo: El Monumento fue creado para rendirles un homenaje a todas las Madres Mocacheñas, este Monumento fue una obra de la Reina de Mocache la Srta. Ligia Saltos, cuando Mocache era Parroquia por los años de 1991 – 1992.					
4.6 Usos					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTUALES</th> <th>POTENCIALES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>➤ Reconocimiento a las Madres</td> <td>➤ Fotografía</td> </tr> </tbody> </table>	ACTUALES	POTENCIALES	➤ Reconocimiento a las Madres	➤ Fotografía	
ACTUALES	POTENCIALES				
➤ Reconocimiento a las Madres	➤ Fotografía				
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO					
5.1 Alterado () 5.2 No alterado () 5.3 Conservado () 5.4 Deteriorado () 5.5 En proceso de deterioro (x)					
5.6 Causas: El atractivo se encuentra en proceso de deterioro debido a que muchas personas se toman fotografías y van dejando desperdicios en el lugar.					
6. ENTORNO					
6.1 Conservado () 6.2 Deteriorado () 6.3 En proceso de deterioro (x)					
6.4 Causas: El entorno se encuentra en proceso de deterioro debido a que no le dan un adecuado mantenimiento.					

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Semana	Men	Eventual	
TERRESTRE	Asfalto	X			Taxis	X				DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Camionetas					
	Empedrado				Rancheras					365
	Sendero				Motocicleta	x				

Observaciones: El Monumento se encuentra en la Av. Principal del cantón en la Calle 28 de Mayo.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

Los prestadores de servicios turísticos se encuentran en el centro del cantón Mocache donde podrá contar con el servicio de alojamiento, restaurantes, transporte, bancos y medios de comunicación.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 AGUA

Potable () Entubada () Tratada () De pozo () No existe ()
Otros.....

9.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado (x) Generador () No existe ()
Otros.....

9.3 ALCANTARILLADO

Red pública () Pozo ciego () Pozo séptico () No existe ()
Otros.....

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

San Ignacio a 150 m.

11. POSICIONAMIENTO:

Local..... (x)
Provincial..... ()
Nacional..... ()
Internacional..... ()

Elaborado por: La autora
Fuente: MINTUR 2004

4.1.2 Análisis FODA sobre las características del cantón y sus atractivos turísticos

Se realizó la matriz FODA de los atractivos turísticos del cantón Mocache, para determinar Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades, el análisis se llevó a cabo con los actores involucrados en el proyecto.

Se realizó dos tipos de análisis FODA para determinar diferentes características, como son:

Análisis FODA interno: seguridad, facilidades turísticas, hotelería, gastronomía, ubicación de los atractivos, servicios básicos, carreteras, calles, iluminarias.

Análisis FODA externo: estratificación de mercado (cantones aledaños), aplicación de las encuestas, fórmula para calcular el tamaño de la muestra, macroentorno, microentorno.

4.1.2.1. Matriz FODA

Cuadro 5. Matriz FODA

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	✓ Cuenta con diferentes lugares turísticos. ✓ El cantón goza de buena seguridad. ✓ No existe competencia entre los lugares turísticos. ✓ Posee riquezas naturales, culturales e históricas como son sus iglesias, pobladores y costumbres. ✓ Cuenta con servicios de alojamientos.	✓ Vías de accesos en mal estado. ✓ Falta de información sobre los sitios turísticos. ✓ Los servicios de restauración es limitado. ✓ El cantón no es una ciudad de paso hay que ingresar para poderlo conocer.
	Oportunidades	Amenazas
	✓ Existe una buena	✓ Muchos de los sitios

Análisis Externo	generación de empleo. ✓ La gente es muy amable en el cantón. ✓ Cuenta con lugares recreativos. ✓ Realización de ferias gastronómicas y artesanales especialmente en las fiestas de Cantonización, exponen la gastronomía típica del cantón y las artesanías realizadas de bejuco, mimbre, plástico y cuero para la elaboración de los aderezos de caballo.	turísticos son privados. ✓ Personas propias del cantón no frecuentan estos sitios.
-------------------------	---	---

4.1.3 Plan de promoción turístico del cantón Mocache.

Considerando el inventario de atractivos turísticos naturales y culturales, y los resultados del análisis FODA se estableció las estrategias de promoción informativa, divulgativa, y el costo que se requiere para su ejecución.

4.1.3.1 Estudio de Mercado

4.1.3.1.1. Análisis de la Demanda

Para conocer la demanda del cantón Mocache se realizó un análisis en donde se determinó el tamaño de la muestra, aplicando la fórmula de Nel Quezada 2010, basada en una población de 22.640 habitantes, lo que dio como resultado la aplicación de 377 encuestas, las mismas que se aplicaron en los siguientes sectores del cantón: San Ignacio, San Antonio, Barrio Lindo, Las Palmas, Los Emilios, así como también las principales calles del centro del cantón. Las encuestas se realizaron en el mes de Noviembre y Diciembre del año 2013.

4.1.3.1.2 Resultados de las Encuestas

A continuación se muestran los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a las 377 personas del cantón Mocache.

1. ¿Cuál es su edad?

Cuadro 6. Edad de los encuestados

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-27	151	40,05 %
28-37	95	25,21 %
38-47	67	17,77 %
48-57	50	13,26 %
58-67	14	3,71 %
TOTAL	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

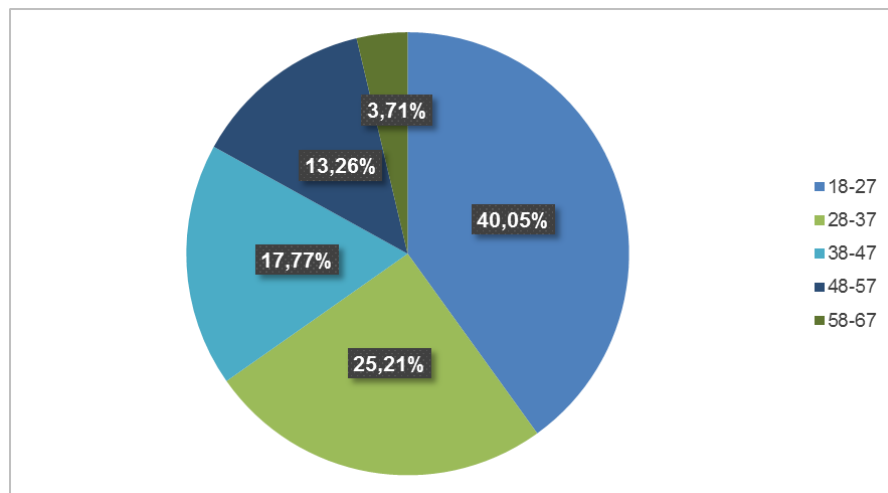


Figura 2. Edad de los encuestados

Elaborado por: La autora.

De las 377 encuestas realizadas el mayor porcentaje del 40,05 % corresponden a un rango de 18 a 27 años y el menor porcentaje del 3,71 % entre las edades de 58 a 67 años.

2. ¿Cuál es su género?

Cuadro 7. Género de los encuestados.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	195	51,72 %
Femenino	182	48,28 %
TOTAL	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

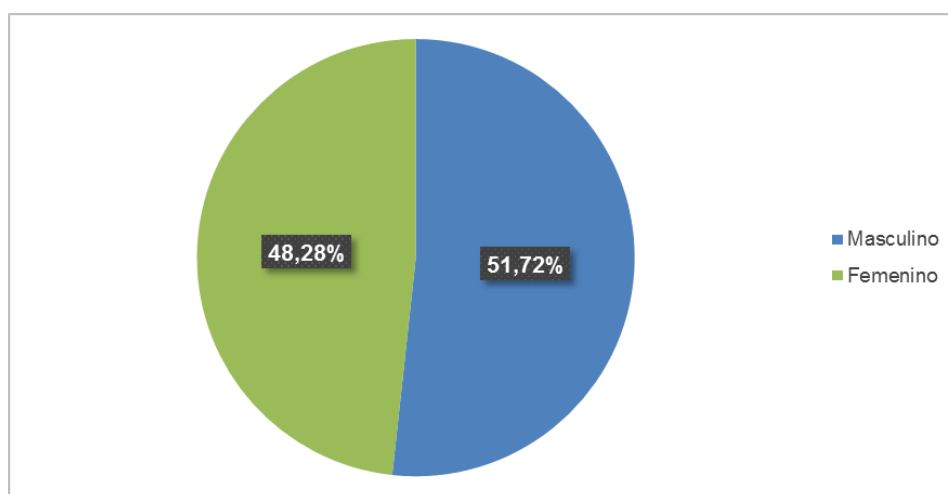


Figura 3. Distribución porcentual del género de los encuestados.

Elaborado por: La autora.

El 51,72 % de los encuestados fueron de sexo masculino, y el 48,28 % de sexo femenino.

3. ¿Cuál es su ocupación?

Cuadro 8. Ocupación de los encuestados

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	137	36,34 %
Comerciante	84	22,28 %
Ama de Casa	81	21,48 %
Agricultor	70	18,57 %
Empresario	5	1,33 %
TOTAL	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

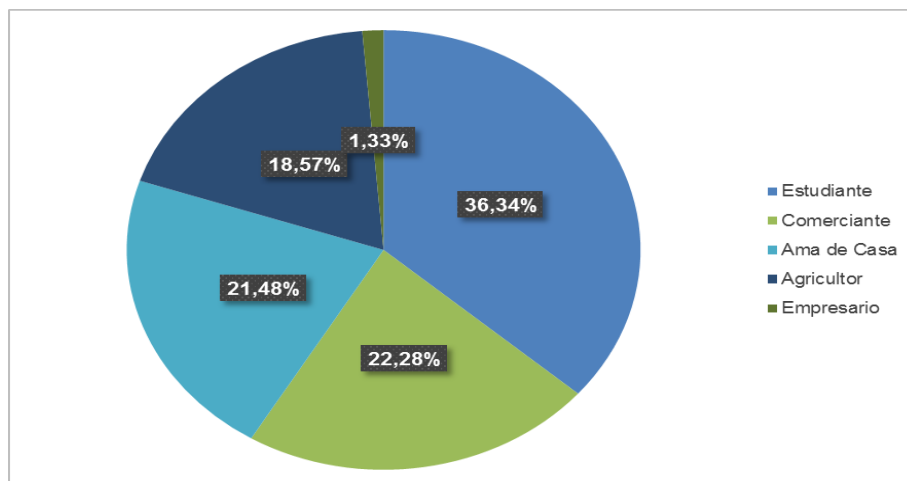


Figura 4. Ocupación de los encuestados
Elaborado por: La autora.

El mayor porcentaje de 36,34 % de los encuestados fueron estudiantes y el menor porcentaje de 1,33 % empresarios.

4. ¿Conoce usted los sitios turísticos en Mocache?

Cuadro 9. Conocimiento de sitios turísticos en Mocache

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	279	74,01 %
NO	98	25,99 %
TOTAL	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

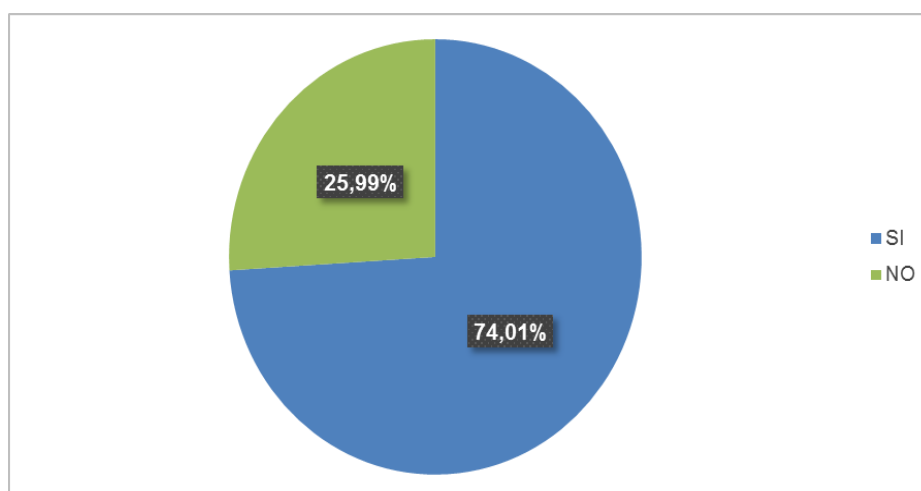


Figura 5. Conocimiento de sitios turísticos en Mocache
Elaborado por: La autora.

El 74,01 % de los encuestados conocen los sitios turísticos existentes en el cantón y el 25,99 % no conocen estos sitios.

5. ¿Con que frecuencia visita Ud. los lugares turísticos del cantón Mocache?

Cuadro 10. Frecuencia de visita a los lugares turísticos del cantón Mocache

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rara vez	187	49,61 %
Nunca	98	25,99 %
De vez en cuando	92	24,40 %
TOTAL	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

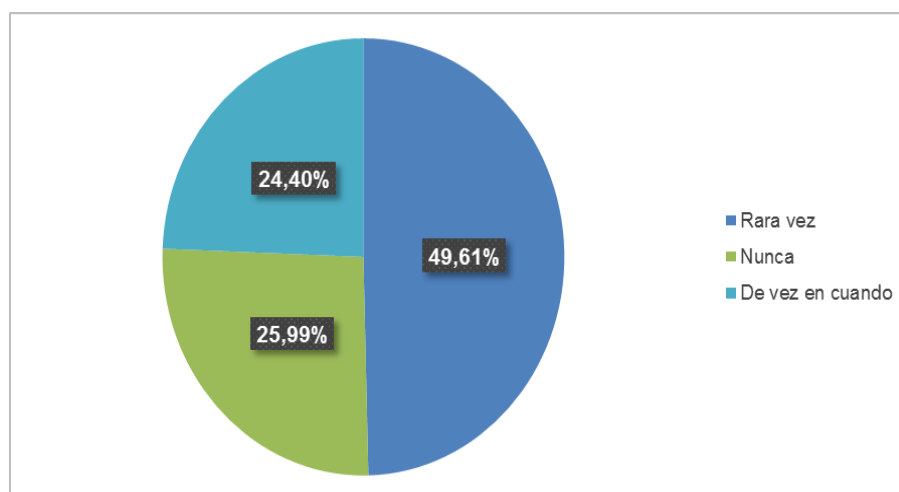


Figura 6. Frecuencia de visita a los lugares turísticos del cantón Mocache

Elaborado por: La autora.

De las encuestas realizadas el mayor porcentaje es de 49,60 % los cuales visita los lugares turísticos del cantón rara vez y el menor porcentaje de 24,40% indica que lo visitan de vez en cuando.

6. ¿Con quién le gustaría conocer los lugares turísticos del cantón Mocache?

Cuadro 11. Tipo de acompañante para conocer lugares turísticos en el cantón Mocache.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con familia	237	62,86 %
En un grupo organizado	85	22,55 %
Con amigos	49	13,00 %
En pareja	6	1,59 %
TOTAL	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

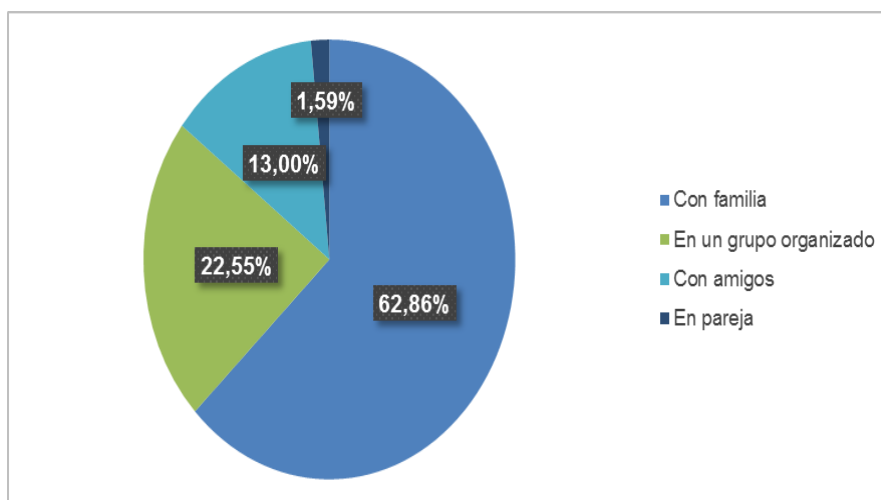


Figura 7. Tipo de acompañante para conocer lugares turísticos en el cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

De las personas encuestadas el 62,86 % es el porcentaje mayor, los cuales opinaron que desean conocer los lugares turísticos con la familia y el menor porcentaje que es de 1,59 % desea ir en pareja.

7. ¿Le gustaría visitar sitios turísticos en Mocache?

Cuadro 12. Intencionalidad con respecto a visitar sitios turísticos en Mocache

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	261	69,20%
NO	116	30,80%
TOTAL	377	100,00%

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

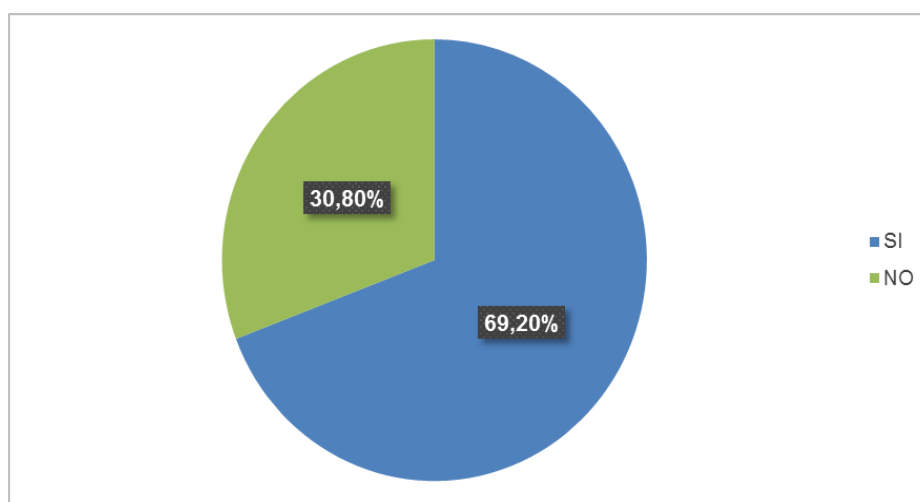


Figura 8. Intencionalidad con respecto a visitar sitios turísticos en Mocache

Elaborado por: La autora.

En la Figura 8, se puede observar que el 69,20 % de los encuestados les gustaría visitar sitios turísticos en el cantón Mocache mientras que 30,80 % indica lo contrario.

8. ¿Qué medios utiliza para informarse sobre los destinos turísticos a visitar?

Cuadro 13. Medios de información sobre destinos turísticos.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TV	354	93,90 %
Prensa Escrita	12	3,18 %
Radio	11	2,92 %
Internet	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

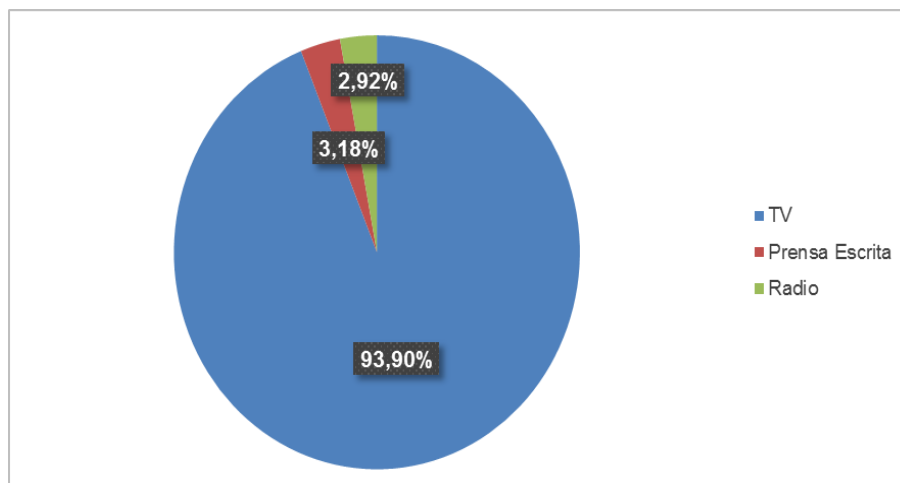


Figura 9. Medios de información sobre destinos turísticos.
Elaborado por: La autora.

De las personas encuestadas el 93,90 % desea informarse de los sitios turísticos por medio de la televisión, el 2,92 % por la prensa escrita.

9. ¿Cómo le gustaría que se realice la difusión de los sitios turísticos del cantón Mocache?

Cuadro 14. Difusión de sitios turísticos del cantón Mocache.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Charlas	182	48,28 %
Video	164	43,50 %
Gigantografías	31	8,22 %
TOTAL	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

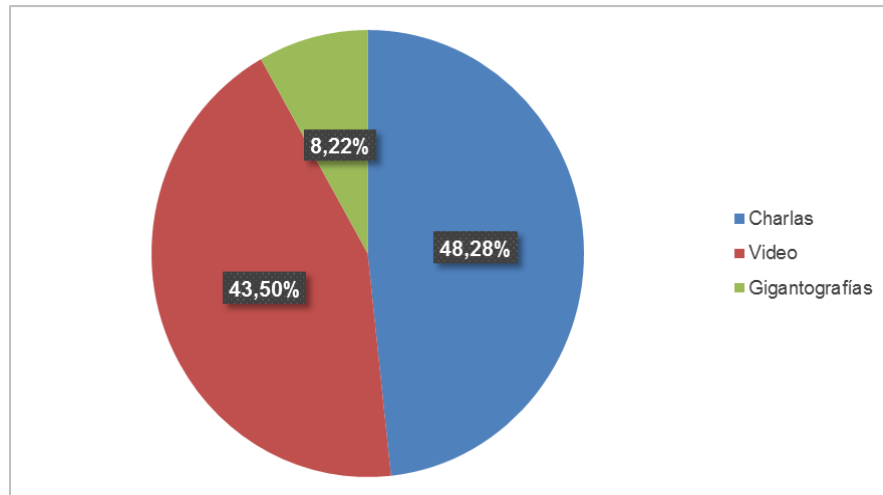


Figura 10. Difusión de sitios turísticos del cantón Mocache.
Elaborado por: La autora.

De las personas encuestadas el porcentaje mayor es de 48,28 % los cuales opinaron que la difusión de los atractivos debería realizarse por medio de charlas y el 8,22 % es el menor porcentaje por medio de gigantografías.

10. ¿Conocer los sitios turísticos de su cantón, contribuiría a?

Cuadro 15. Tipo de contribución al conocer sitios turísticos del cantón Mocache

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Crecimiento Turístico	235	65,25 %
Valoración de la riqueza H-C-N	3	0,80 %
Conocimiento General	4	1,06 %
Todos	124	32,89 %
TOTAL	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

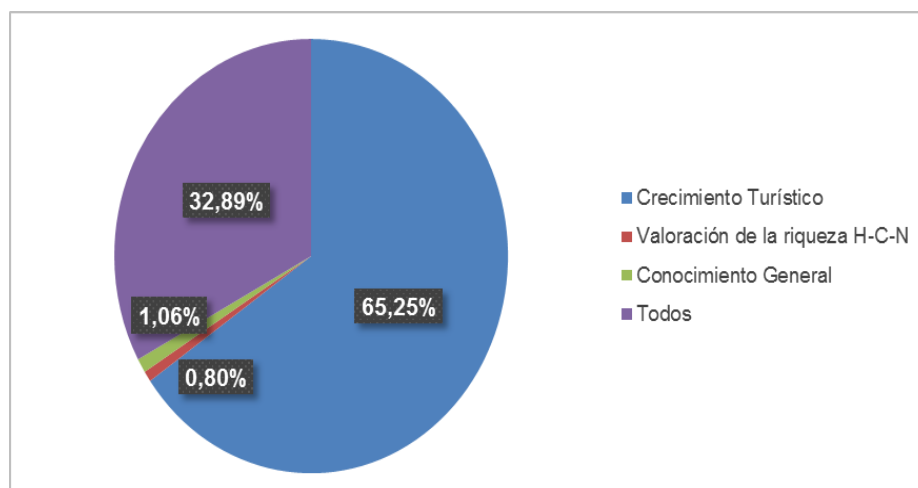


Figura 11. Tipo de contribución al conocer sitios turísticos del cantón Mocache
Elaborado por: La autora.

El porcentaje mayor es 65,25 % los encuestados opinaron que al conocer los sitios turísticos del cantón contribuiría al crecimiento turístico y el menor porcentaje es 0,83 % opinó que se debe valorar la riqueza Histórica, Cultural y Natural.

11. ¿Si usted conoce los sitios por medio de la promoción turística, visitaría estos lugares?

Cuadro 16. Visita de los lugares turísticos por medio de la promoción

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	377	100,00 %
No	0	0,00 %
TOTAL	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

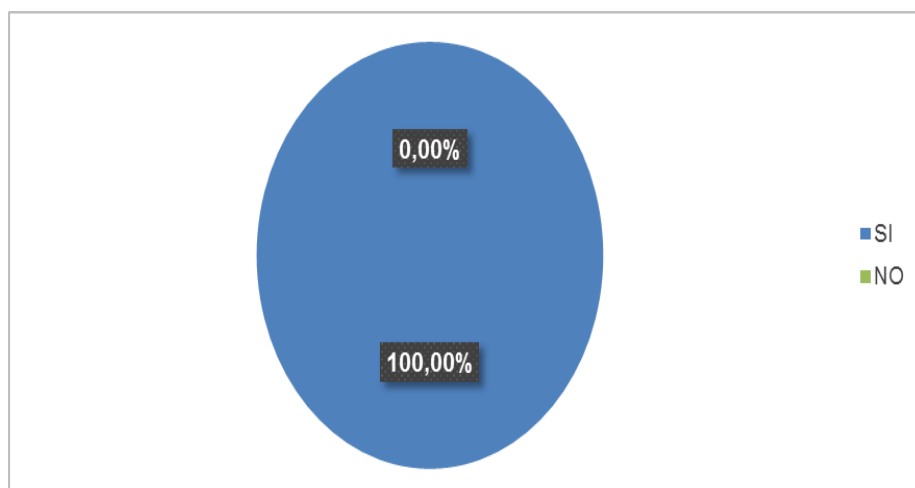


Figura 12. Visita de los lugares turísticos por medio de la promoción
Elaborado por: La autora.

De las personas encuestadas se comprobó que el 100% está de acuerdo que se realice la promoción para poder conocer estos sitios turísticos.

12. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por un día en conocer los sitios turísticos del cantón Mocache?

Cuadro 17. Valor diario a gastar para conocer los sitios turísticos en el cantón Mocache

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10-20	310	82,23 %
21-30	65	17,24 %
31-40	2	0,53 %
TOTAL	377	100,00 %

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache.

Elaborado por: La autora.

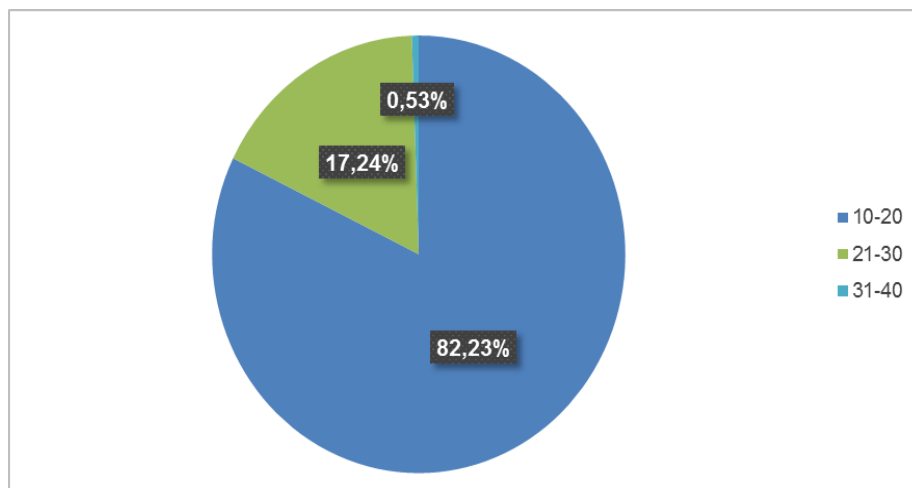


Figura 13. Valor diario a gastar para conocer los sitios turísticos en el cantón Mocache
Elaborado por: La autora.

El 82,23 % de los encuestados opinaron que están dispuestos a pagar entre \$10 a \$20 por visitar un día uno de los lugares turísticos, el 17,24 % le gustaría pagar de \$20 a \$30 y el 0,52 % están dispuestos a gastar de \$30 a \$40.

4.1.4. Propuesta del plan de promoción

Con los resultados obtenidos en el análisis FODA y el estudio de mercado e producto que se va a ofertar requiere de un plan de promoción, en el que se va a centrar un plan de marketing turístico que permita dar a conocer los atractivos naturales y culturales del cantón, para hacerlos conocer a través de diferentes medios de comunicación.

4.1.4.1. Justificación de la propuesta

El cantón Mocache gracias a su gran producción agrícola cuenta con haciendas y atractivos culturales lo cual lo hace muy visitado por pobladores de cantones aledaños es por eso que se propone un **“Plan de Promoción Turístico del cantón Mocache Provincia de Los Ríos**, por lo que se crea la propuesta del plan de promoción con estrategias de difusión, canales de

televisión, prensa escrita y por medio de trípticos, volantes y vallas publicitarias donde se pretende llegar a la ciudadanía aumentando el turismo del cantón.

4.1.4.2. Objetivos de la propuesta

a) Objetivo general

- Dar a conocer el cantón Mocache a nivel de la provincia como uno de los mejores cantones en Agroturismo y Ecoturismo.

4.1.4.3. Análisis de la evaluación turística

a) Características del producto

- La accesibilidad a cada uno de los diferentes lugares turísticos del cantón son vías de primer, segundo y tercer orden, existen vario medios de transporte como público, privado y de alquiler.
- En el cantón Mocache la gastronomía típica es el bollo de pescado, elaborado a base de verde con su principal ingrediente el boca chico y el encanutado de caña, este último plato es muy novedoso y por esta razón llegan muchas turistas de otras ciudades a degustarlo.
- El cantón Mocache tiene como tradición cada año realizar el famoso rodeo montubio, con la participación de varias haciendas del sector rural. A mencionado evento asisten muchas personas de diferentes lugares.
- Los involucrados para la difusión de este plan promocional serán:
 - GAD del Cantón Mocache
 - Comunidad en general
 - Propietarios de establecimientos públicos y privados

4.1.5. Plan de promoción

4.1.5.1. Análisis del entorno

a) La Competencia

En el sector donde se va a ofertar los lugares turísticos, existe competencia directa, porque hay una variedad de establecimientos como bares, restaurantes y además existe recreación natural como ríos. Por otra parte se encuentran los cantones aledaños que también ofrecen lugares recreativos.

b) El Mercado

El mercado en su mayoría son los habitantes del cantón Mocache y cantones aledaños, incluyendo a los turistas que se reúnen en fiestas religiosas y de cantonización, lo cual dan un mayor realce al cantón.

c) El Macroentorno

En este punto se debe tomar en cuenta las condiciones del entorno que pueden evolucionar, cambiar o afectar los lugares turísticos ofertados. También se debe tomar en cuenta que muchos de estos lugares son de propiedad privada.

4.1.5.2. Demanda objetiva

Para determinar la demanda objetiva se utilizaron datos de la encuesta realizada a los habitantes PEA del cantón Mocache, como lo es su intencionalidad de visitar los sitios turísticos del cantón Mocache.

Cuadro 18. Demanda Objetiva

Población de Mocache (PEA)	22.640
(%) Intencionalidad de visitar sitios turísticos en Mocache	69,20 %
Total Demanda Objetiva	15.668

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Mocache

Elaborado por: La autora.

Como se puede observar en el cuadro anterior, la demanda de personas que le gustaría visitar sitios turísticos del cantón Mocache es de 15.668 habitantes, quienes en primera instancia serían los clientes potenciales del turismo que ofrece el cantón Mocache. Sin embargo, es importante mencionar que con el plan promocional a implementar se busca que tanto los clientes potenciales como la población que no gustaría visitar sitios turísticos se interese por los atractivos que ofrece este cantón.

4.1.5.3. Segmentación del Mercado

Con el presente plan promocional, se pretende dirigir a los siguientes segmentos del mercado:

- Familias y adultos mayores atraídos por el lugar y la cercanía del mismo.
- Turistas esporádicos.
- Establecimientos educativos como escuelas, colegios y universidades.
- Profesionales, empresarios y comerciantes.

4.1.5.4. Preferencias según segmentos de mercado

Cuadro 19. Preferencias según segmentos de mercado

Segmentos de Mercado	Preferencias
Familias	Lugar con mucha variedad para satisfacer las necesidades de cada uno de sus miembros y sobre todo a un precio cómodo.

Jóvenes	Buscan distraerse en un ambiente agradable que se ajuste a sus condiciones, a un precio accesible.
Profesionales y Empresarios	Se adaptan a cualquier sitio con tal de sentirse relajados.

Elaborado por: La autora.

4.1.5.5. Estrategias de promoción

- Destacar la ciudad, la naturaleza, la cultura, la gastronomía y especialmente la diversión de los atractivos naturales y culturales del cantón Mocache.
- Promocionar los atractivos naturales y culturales del cantón Mocache mediante espacios publicitarios del Diario La Hora.
- Promocionar los atractivos naturales y culturales del cantón Mocache a través de cuñas publicitarias de Radio Viva y Radio Rey.
- Promocionar los atractivos naturales y culturales del cantón Mocache mediante anuncios publicitarios de los canales de televisión Mocache Visión y Rey TV.
- Colocar gigantografías sobre los atractivos naturales y culturales del cantón Mocache en sitios concurridos del mismo.
- Entrega de trípticos y volantes en puntos estratégicos donde exista gran concurrencia de personas.

4.1.5.6. Estrategias de posicionamiento

- Crear una imagen y slogan que represente las características del cantón Mocache.

a) Imagen

- **Slogan**

El cantón Mocache cuenta con riqueza natural y cultural, además de la belleza de sus paisajes y sus tradiciones, también posee una tierra fértil que es utilizada para los cultivos agrícolas, por todo lo antes mencionado es que la imagen del cantón será, promovida a través del siguiente Slogan:

“Mocache Paraíso Agrícola de los Ríos”

- **Logotipo**



Figura 14. Logotipo para promocionar el cantón Mocache
Elaborado por: La autora.

- **Color**

Los colores que se encuentran en el logotipo son:

- Verde: representa la flora y la abundancia agrícola del cantón.
- Negro: representa el suelo y la diversidad de fauna.
- Amarillo: representa la riqueza del cantón.
- Celeste: representa el cielo y los ríos del cantón

- **Símbolo**

El símbolo está representado por:

- Un árbol de samán que es representativo del cantón
- El mapa de la provincia, resaltando al cantón Mocache
- Animales que representan la abundante fauna que existe en el cantón

4.1.5.7. Medios Informativos

Los medios informativos para dar a conocer los lugares turísticos del cantón Mocache son: Prensa escrita, Radio y Televisión.

Cuadro 20. Medios Informativos

Medio	Frecuencia	Días	Duración	Temporalidad
Radio Viva	10 cuñas diarias	Lunes a Sábado	30 s.	Mensual
Radio Rey	10 cuñas diarias	Lunes a Viernes	30 s.	Mensual
Mocache Visión	8 Spots televisivos	Lunes a Viernes	30 s.	Mensual
Rey TV	8 Spots televisivos	Lunes a Viernes	30 s.	Mensual
Medio	Frecuencia	Espacio	Medida	
Diario La Hora	1 Día	3 col x 17 cm	(15.4 cm x 17 cm)	
Diario La Hora	1 Día	4 col x 10 cm	(20.4 cm x 10 cm)	

Elaborado por: La autora

Cuadro 21. Presupuesto de Medios Informativos

Medio	Frecuencia	Días	Duración	Temporalidad	Costo (USD)
Radio Viva	10 cuñas diarias	Lunes a Sábado	30 s.	Mensual	\$1.747,20
Radio Rey	10 cuñas diarias	Lunes a Viernes	30 s.	Mensual	\$448,00
Mocache Visión	8 Spots televisivos	Lunes a Viernes	30 s.	Mensual	\$500,00

Rey TV	8 Spots televisivos	Lunes a Viernes	30 s.	Mensual	\$560,00
Medio	Frecuencia	Espacio		Medida	Costo (USD)
La Hora	1 Día	3 col x 17 cm		(15.4 cm x 17 cm)	\$201,06
La Hora	1 Día	4 col x 10 cm		(20.4 cm x 10 cm)	\$157,70
TOTAL					\$3.613,96

Elaborado por: La autora

4.1.5.8. Medios Divulgativos



Figura 15. Tríptico para promocionar el cantón Mocache
Elaborado por: La autora.



Figura 16. Hojas volantes para promocionar el cantón Mocache
Elaborado por: La autora.



Figura 17. Vallas publicitarias para promocionar el cantón Mocache
Elaborado por: La autora.

Cuadro 22. Descripción de los Medios Divulgativos

Cantidad	Descripción
1000	Elaboración de trípticos, los cuales contendrán información básica de los atractivos del cantón.
1000	Hojas volantes, con información turística y gastronómica.
2	Elaboración de 2 vallas publicitarias 8 metros de ancho x 3 metros de largo que se encontraran ubicadas en las entradas al Cantón Mocache, tanto por el desvío a la parroquia San Carlos y la carretera principal Quevedo- Pichilingue- Mocache.

Elaborado por: La autora

Cuadro 23. Presupuesto de Medios Divulgativos

Cantidad	Descripción	P/Unitario (USD)	P/Total (USD)
500	Trípticos con descripción de los atractivos.	\$0,31	\$155,00
1000	Hojas volantes, con información turística y gastronómica.	\$0,05	\$50,00
2	Vallas publicitarias de 8 metros de ancho x 3 metros de largo.	\$1.200,00	\$2.400,00
TOTAL			\$2.605,00

Elaborado por: La autora

Cuadro 24. Presupuesto Total del proyecto

Descripción	Costos (USD)
Medios Informativos	\$ 3.613,96
Medios Divulgativos	\$ 2.605,00
TOTAL	\$ 6.218,96

Elaborado por: La autora

4.2. Discusión

El cantón Mocache posee diferentes atractivos turísticos naturales y culturales, caracterizándose algunos de ellos por ser sitios agroturísticos. En la actualidad hay muchas fincas que se dedican a prestar servicios de agroturismo, por lo cual Victorero (2015), hace referencia que nuestra Provincia posee varios atractivos naturales y culturales con potencial agroturístico con la característica de encontrarse alejado de la contaminación y el estrés de las grandes ciudades.

De la misma manera concordando con Barrera (2006), hace referencia que el agroturismo se caracteriza porque el visitante participa activamente de las actividades productivas. El atractivo de un predio dedicado al agroturismo crece proporcionalmente a la diversificación del mismo, por ese motivo es recomendable que los productores incorporen la mayor cantidad de actividades posibles, aunque estas a veces tengan una finalidad demostrativa y no productiva.

El análisis FODA realizado sobre las características del cantón con sus atractivos turísticos permitió conocer los aspectos claves del entorno de una actividad empresarial (perspectiva externa) y de la capacidad estratégica de una organización (perspectiva interna). Lo anteriormente descrito, concuerda con lo citado con Zambrano (2011), quien manifiesta en síntesis que el análisis FODA permite entender mejor cuales son los factores internos o endógenos y los externos exógenos, que influyen favorablemente o desfavorablemente en el desempeño de una organización.

El plan de promoción y difusión turístico tiene el propósito de contribuir a fortalecer la identificación de los atractivos turísticos y que estos sean reconocidos a nivel local y provincial, utilizando los principales medios de comunicación de la zona tanto regional como nacional, lo que concuerda con Villacrés (2014), quien menciona que los medios de comunicación juegan un papel importante en la promoción y difusión de los atractivos turísticos para el desarrollo de una localidad.

CAPITULO V.
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Con el inventario de los atractivos se identificó a cuatro atractivos turísticos naturales y tres culturales, los cuales se los jerarquizó dando como resultado que los atractivos tengan una Jerarquía de II.
- Con la elaboración del inventario de los atractivos turísticos naturales y culturales se determinará las características y condiciones de cada uno ellos.
- Mediante el análisis FODA se determinó que la fortaleza más importante del cantón Mocache es que cuenta con diferentes atractivos naturales y culturales que pueden ser aprovechados a través de oportunidades tales como son las ferias gastronómicas y exhibiciones de artesanías de bejuco, mimbre, plástico y cuero. Así mismo se detectaron las debilidades como que el cantón no cuenta con información sobre sus sitios turísticos y la competencia de cantones aledaños que ofertan sus atractivos turísticos a nuestros habitantes y turistas potenciales.
- Mediante la promoción y difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales del Cantón se logrará que las personas conozcan los diferentes atractivos existentes.
- El 100 % de los encuestados, estuvo dispuesto a visitar los sitios promocionados por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa “El plan de promoción turístico del cantón Mocache permitirá impulsar las actividades de turismo posicionándolo como un destino dentro del mercado local y nacional”.

5.2. Recomendaciones

- El inventario de los atractivos turísticos deberá contribuir para que las autoridades del cantón y la comunidad en general pueda preservar las especies de flora y fauna que habitan dentro de cada uno de los atractivos naturales, esto con el fin de aumentar el número de vivitas a cada uno de los atractivos turísticos.
- El análisis FODA debe ir mejorando a medida que los atractivos turísticos del cantón vayan teniendo una acogida favorable por turistas locales y nacionales.
- Las autoridades del GAD del Cantón Mocache deben aplicar las estrategias de promoción y difusión para el reconocimiento de los atractivos turísticos naturales y culturales.

CAPITULO VI.
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura citada

- Acerenza, M. (2005). *Promoción turística: un enfoque metodológico*. México: Trillas.
- Barrera, E. (2006). *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Bigne, E. (2010). *Marketing de Destinos Turísticos*. Sevilla: ESIC.
- Borello, A. (1994). *El Plan de Negocios*. Madrid: Diaz de Santos.
- Bormman, A. (5 de Marzo de 1930). *Die ehre vom Fremdenverkehr*. Berlín. Obtenido de Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- Cabrini, L. (2002). Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad. *Congreso de estudiantes y egresados en Relaciones Internacionales Conosur*. Montevideo: CONOSUR.
- Dahda, J. (1998). *Publicidad turística*. México: Trillas.
- De La Torre, O. (2012). *TURISMO ACTIVIDAD MUNDIAL. Antecedentes Históricos*. México: Trillas.
- Díaz. (2004). *Turismo y ordenación del territorio en el municipio de Ribadeo*. Santiago de Compostela: Universidad Santiago de Compostela.
- EUNED. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad*.
- García, P. (2012). *El patrimonio cultural. Conceptos Básicos*. Zaragoza: Prensa Universitaria de Zaragoza.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mocache. (2008). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Mocache*. Mocache: Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mocache.
- Gurria, M. (1991). *Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. Introducción al Turismo: Trillas.
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Fundamentos de la Teoría General del Turismo*. Suiza.
- INEC (2014). Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON EDUCACION.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de Marketing* (14ava Edición ed.). México: PEARSON EDUCACION.

- Martinez, D., & Milla, A. (2012). *Diagnóstico estratégico*. Madrid: Diaz de Santos.
- MINTUR. (2004). *Metodología para inventario de atractivos turísticos*.
- Moure, A. (2003). *Patrimonio cultural y patrimonio natural: una reserva de futuro*. Santander: Universidad de Cantabria.
- Recio, I. (1983). *Marketing Turístico, un desafío pendiente*. España: Istmo Ediciones.
- Reyes, A. (2002). *Turismo Sostenible*. Madrid: IEAPALA Editorial.
- Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2013). *Plan de Marketing en la práctica*. Madrid: ESIC Editorial.
- Seoanez, M., & Angulo, I. (1997). *El medio ambiente en la opinión pública*. México: Mundi-Prensa.
- Victorero, J. (2015). *Elaboración de un producto agroturístico en la Comunidad de Murocomba, cantón Valencia Provincia de Los Ríos*. Quevedo: Universidad Técnica Estatal de Quevedo
- Villacrés, J. (2014). *Plan de Marketig Turístico para el cantón Valencia, Provincia de Los Ríos*. Quevedo: Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
- Villaroel, E. (1995). *Introducción al Marketing de Servicios Turísticos*. La Paz: Universidad Católica Boliviana.
- Zambrano, A. (2011). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*: Amazon.com.

CAPITULO VII.

ANEXOS

Anexo 1. Ficha para inventario de atractivos turísticos.

1. DATOS GENERALES											
1.1 Encuestadora:		1.2 Ficha:									
1.3 Supervisor Evaluador:		1.4 Fecha:									
1.5 Nombre del Atractivo:											
1.6 Categoría:		1.7 Tipo:									
1.8 Subtipo:											
Fotografía N° 1: Por:											
2. UBICACIÓN											
2.1 Provincia:		2.2. Cantón:									
2.3 Parroquia:		2.4. Coordenadas:									
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO											
3.1 Nombre del poblado:		3.2 Distancia:									
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO											
4.1 Altitud:											
4.2 Temperatura:											
4.3 Precipitación pluviométrica:											
4.4 Ubicación del Atractivo:											
4.5 Descripción del atractivo:											
Flora: Nombre Común Nombre Científico		Fauna: Nombre Común Nombre Científico									
4.6 Usos											
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTUALES</th> <th>POTENCIALES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>➤ Área de conservación de vida silvestre</td> <td>➤ Realizar ecoturismo</td> </tr> <tr> <td>➤</td> <td>➤ Observación de fauna</td> </tr> <tr> <td></td> <td>➤ Aviturismo</td> </tr> </tbody> </table>		ACTUALES	POTENCIALES	➤ Área de conservación de vida silvestre	➤ Realizar ecoturismo	➤	➤ Observación de fauna		➤ Aviturismo		
ACTUALES	POTENCIALES										
➤ Área de conservación de vida silvestre	➤ Realizar ecoturismo										
➤	➤ Observación de fauna										
	➤ Aviturismo										
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
5.1 Alterado () 5.2 No alterado () 5.3 Conservado (x) 5.4 Deteriorado ()											
5.5 En proceso de deterioro ()											

5.6 Causas: El atractivo se encuentra conservado debido a que es una propiedad privada y el dueño no permite la cacería ni la tala de árboles.

6. ENTORNO

6.1 Conservado () **6.2** Deteriorado () **6.3** En proceso de deterioro ()

6.4 Causas:

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Semana	Men	Eventual	
TERRESTRE	Asfalto				Bus					DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Camionetas					
	Empedrado				Rancheras					
	Sendero				Motocicleta					

Observaciones:

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 AGUA

Potable () Entubada () Tratada () De pozo () No existe ()
Otros.....

9.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

Sist. Interconectado () Generador () No existe ()
Otros.....

9.3 ALCANTARILLADO

Red pública () Pozo ciego () Pozo séptico () No existe ()
Otros.....

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

11. POSICIONAMIENTO:

Local..... ()
Provincial..... ()
Nacional..... ()
Internacional..... ()

Anexo 2. Formato de la encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE ECOTURISMO

La presente encuesta tiene como finalidad conocer y mejorar los atractivos turísticos del Cantón Mocache, Provincia de Los Ríos, a través de la "Elaboración de un Plan de Promoción Turístico.

1. Edad:

2. Género: M ☐ F ☐

3. Ocupación:

Estudiante ☐

Comerciante ☐

Agricultor ☐

Empresario ☐

Ama de casa ☐

4. ¿Conoce usted los sitios turísticos del cantón Mocache?

Sí ☐

No ☐

5. ¿Con que frecuencia usted visita a los lugares turísticos del cantón Mocache?

Nunca ☐

Rara vez ☐

De vez en cuando ☐

siempre ☐

6. ¿Con quién le gustaría conocer los lugares turísticos?

Solo ☐

Con amigos ☐

En pareja ☐

En un grupo organizado ☐

Con familia ☐

7. ¿Conoce usted los sitios turísticos del cantón Mocache?

Sí ☐

No ☐

8. ¿A través de que medio le gustaría informarse acerca de los sitios turísticos del cantón Mocache?

Radio ☐

Prensa escrita ☐

TV ☐

Otros ☐

9. ¿Cómo le gustaría que se realice la difusión de los sitios turísticos del cantón Mocache?

Videos ☐

Charlas ☐

Gigantografías ☐

Murales ☐

Otros ☐

10. ¿Conocer los sitios turísticos de su cantón, contribuiría a?:

Crecimiento turístico ☐

Valoración a la riqueza H- C- N ☐

Conocimiento general ☐

Todos ☐

Otros ☐

11. ¿Si usted conoce los sitios por medio de la promoción turística, visitaría estos lugares?

Sí ☐

No ☐

12. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por un día en conocer los sitios turísticos del cantón Mocache?

\$10 - \$20 ☐

\$20 - \$30 ☐

\$30 - \$40 ☐

Anexo 3. Clasificación para el Inventario de Atractivos Turísticos

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
1. Sitios Naturales	1.1 Montañas	a) Altas Montañas
		b) Cordilleras
		c) Nudos
		d) Volcanes
		e) Colinas
		f) Mirador
		g) Glaciares
	1.2 Planicies	a) Llanuras
		b) Salitres
		c) Valles
		d) Mesetas
	1.3 Desiertos	a) Costeros
		b) Del Interior
		c) Dunas
	1.4 Ambientes Lacustres	a) Lagos
		b) Lagunas
		c) Ciénegas
		d) Pozas
		e) Cochas
		f) Pantanos
		g) Charcas Estacionales
	1.5 Ríos	a) Manantial o Fuente
		b) Riachuelo o Arroyo
		c) Rápidos o Raudales
		d) Cascada, Catarata
		e) Riberas
		f) Deltas
		g) Desfiladero
		h) Vados
		i) Remanso
	1.6 Bosques	a) Páramo
		b) Ceja de Selva Oriental
		c) Ceja de Selva Occidental
		d) Nublado Oriental
		e) Nublado Occidental
		f) Montano Bajo Oriental
		g) Montano Bajo Occidental
		h) Húmedo Tropical Amazónico
		i) Húmedo Tropical Occidental
		j) Manglar
		k) Seco Tropical
		l) Seco Interandino
		m) Petrificado
	1.7 Aguas Subterráneas	a) Aguas Minerales
		b) Aguas Termales
		c) Aguas Sulfurosas
	1.8 Fenómenos Espeleológico	a) Cuevas
		b) Cavernas
		c) Ríos Subterráneos
	1.9 Fenómenos Geológicos	a) Cráteres
		b) Calderas
		c) Flujos de lava
		d) Tubos de lava
		e) Géiseres
		f) Escarpas de Falla
		g) Solfataras
		h) Fumarolas
		i) Cañón
	1.10 Costas o Litorales	a) Playas
		b) Acantilados
		c) Golfos
		d) Bahías
		e) Cabos
		f) Ensenadas
		g) Fondeaderos
		h) Penínsulas
		i) Promontorios

		j) Puntas
		k) Istmos
		l) Estrechos
		m) Canales
		n) Dunas
		o) Línea de Costa
		p) Estuarios
		q) Esteros
		r) Palmerales
		a) Arrecifes de Coral
	1.11 Ambientes Marinos	b) Cuevas
		c) Cráteres
		d) Acantilados
		e) Fosas
		f) Puntos calientes
		g) Trincheras
		h) Cordilleras
		i) Bentos y Bentónicos
	1.12 Tierras Insulares	a) Islas Continentales
		b) Islas Oceánicas
		c) Archipiélagos
		d) Islotes
		e) Rocas
	1.13 Sistemas Nacional de Áreas Protegidas (SNAP)	a) Parque Nacional
		b) Reserva Ecológica
		c) Refugio de Vida Silvestre
		d) Reserva Biológica
		e) Área Nacional de Recreación
		f) Reserva de Producción Faunística
		g) Área de Caza y Pesca
		h) Bosque Protector
		i) Reserva Geobotánica
2. Manifestaciones Culturales	2.1 Históricos	a) Arquitectura
		- Civil
		- Religiosa
		- Militar
		b) Zonas Históricas
		- Ciudades
		- Sectores
		- Conjuntos Parciales
		c) Minas Antiguas
		d) Sitios Arqueológicos
		- Zonas Arqueológicas
		- Conjuntos Aislados
		e) Museos
	2.2 Etnografía	- Religiosos
		- Coloniales
		- Arqueológicos
		- Históricos
		- Técnicos
		- Artísticos
		- Generales
		- Etnográficos
		f) Fiesta Religiosa
		g) Colecciones Particulares
		a) Grupos Étnicos
		b) Arquitectura Vernácula
		c) Manifestaciones Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares
		d) Música y Danza
		e) Artesanía
		- Instrumentos Musicales, Tejidos, Indumentaria y Mascaras
		*Alfarería

		*Metales *Cueros y Pieles *Madera *Piedra *Tejidos en Paja *Objetos Rituales *Pinturas *Imaginería
		- Armas
		f) Ferias y Mercados
		g) Comidas y Bebidas Típicas
		h) Shamanismo
	2.3 Realizaciones Técnicas y Científicas	a) Explotación Piscícola
		b) Explotaciones Mineras
		c) Explotaciones Agropecuarias
		d) Explotaciones Industriales
		e) Balneario
		f) Obras Técnicas
		g) Centros Científicos y Técnicos
		h) Camino Pintoresco
		i) Zoológicos y Acuarios
		j) Jardines Botánicos
		k) Bibliotecas
		l) Viveros
		m) Orquidearios
	2.4 Realizaciones Artísticas Contemporáneas	a) Museos
		b) Obras de Arte
		c) Pintura
		d) Escultura
		e) Galería
	2.5 Acontecimientos Programados	a) Artísticos
		- Música
		- Danza
		- Teatro
		- Festivales de Cine
		- Exposiciones
		b) Fiestas
		- Religiosas
		- Concursos
		- Corridos de Toros
		- Carnavales
		c) Vida Nocturna
		d) Gastronomía
		e) Rodeos
		f) Ferias y Congresos
		g) Eventos Deportivos
		h) Peleas de Gallos

Fuente: MINTUR 2004

Anexo 4. Parámetros de Valoración de las Fichas de Inventarios Turísticos

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD (50 puntos)	Valor intrínseco	15
	Valor extrínseco	15
	Entorno	10
	Estado de conservación	10
	Subtotal	50
APOYO (25 puntos)	Accesos	10
	Servicios	10
	Asociación con otros atractivos	5
	Subtotal	25
SIGNIFICADO (25 puntos)	Local	2
	Provincial	4
	Nacional	7
	Internacional	12
	Subtotal	25
TOTAL		100
Jerarquía		

Fuente: MINTUR 2004

Anexo 5. Catastro Turístico del cantón Mocache del Año 2013

Nº	ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	
ALOJAMIENTO				
HOTELES				
1	Brisa del Río	María Bravo	Calle Vines y Malecón	
3				
5				
RESIDENCIAS				
1	Los Ídolos	Leticia Vera	Coop. 23 de Agosto	
2				
MOTELES				
1	El Bosque	Carlos Pallo	Vía a Jauneche	
2	Buenaventura	Sofía Rizo Rivas	Rcto. Bella Sombra	
ALIMENTACIÓN				
RESTAURANTES				
1	Comedor D Kuto	Stalin Salabarría	Av. 28 de Mayo y Eloy Alfaro	
2	La sazón de Mirna	Mirna Rodríguez	Av. 28 de Mayo	
3	Fruta Prohibida	Eva Guerra	Av. 28 de Mayo 507 y Sucre	
4	Génesis	María Silvestre	Calle Malecón y Primero de Agosto	
5	Sabor Criollo	Luisa Salabarría	Calle Malecón y Vines	
6	Virgen del Carmen	Wendy Mendoza	Av. 28 de Mayo	
7	Don Pedro	Pedro Coello	Av. Jaime Roldos y 28 de Mayo	
8	Doña María	María Zamora	Av. 28 de Mayo y Primero de Agosto	
9	La Abuelita	Primitiva Vera	Av. Perimetral y Mercado	
10	Delicias de María Fernanda	Marisol Lara	Calle Eloy Alfaro 104 y Malecón	
11	Bella Vista	Jessica Veas	Lotz. Los Emilios vía a Jauneche	
12	La Esperanza	Adán Rebolledo	Sector La Esperanza vía a Jauneche	
13	El Redondel	Jesús Montoya	Av. Raúl Triviño y vía a Jauneche	
ASADEROS				
1	Mi Junior	Milton Pallo	Calle 28 de Mayo y Eloy Alfaro Esq.	
2	Asadero Don Walver	Rodrigo Gallegos	Av. 28 de Mayo y Calle Tercera	
PICANTERIAS				
1	Génesis	María Silvestre	Calle Malecón y Primero de Agosto	
2	El Punto del Sabor	Margarita Armijos	Av. Jaime Roldos	
3	Henry	Henry Soledispa	Calle Don Bosco y 16 de Julio	
HELADERIAS				
FUENTE DE SODA				
1	Heladería El Parque	Zoila Andrade	Calle Bolívar y Abdón Calderón	
2	Soda Bar María Bonita	María Vargas	Calle Bolívar detrás del Parque Infantil	
3			Av. 28 de Mayo	
ENTRETENIMIENTO				
BARES				
1	Bar El Ídolo	Triviño	Calle Sucre y Abdón Calderón	
2	Disco Bar Karaoke Rivulet	Fabián Buenaño	Calle Sucre y Abdón Calderón	
3	Bar y Licorería Voluntad de Dios	Víctor Pascual	Av. 28 de Mayo y Vines	

Elaborado por: La autora

Fuente: Dpto. De Turismo del Municipio de Mocache, 2013.

Anexo 6. Mapa de los atractivos turísticos, naturales y culturales.

