

**DISEÑO DE UN PROYECTO AGROTURISTICO PARA LA
ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTONOMOS
“MUSHUJ AYLLU” DE LA PARROQUIA MATRIZ, CANTÓN
GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

LUÍS HERMINIO ANILEMA MORALES

TESIS

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL
TÍTULO DE INGENIERA EN ECOTURISMO**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

RIOBAMBA – ECUADOR

2012

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: **DISEÑO DE UN PROYECTO AGROTURISTICO PARA LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTONOMOS “MUSHUJ AYLLU” DE LA PARROQUIA MATRIZ, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO,** de responsabilidad de la Señor Egresado **Luís Herminio Anilema Morales,** ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS:

Ing. Luis Quevedo.

DIRECTOR

Ing. Verónica Yopez

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

DEDICATORIA

Al cumplir una meta en mi vida, dedico este trabajo de investigación realizado con dedicación y esfuerzo a mis padres Herminio, Elena, que fueron pilares fundamentales durante el transcurso de mi carrera universitaria y la confianza, voluntad de David, William, Mario, Rolando, Luis Hugo, Juan Pablo ; finalmente a mi pueblo indígena de Mushuj Ayllu de estima y consideración.

Luis Anilema.

AGRADECIMIENTO

A Dios todo Poderoso, dueño de la sabiduría que permitió alcázar el éxito.

Mi agradecimiento a Escuela de Ingeniería en Ecoturismo de manera especial al Director de mi tesis, Ing. Luís Quevedo por ser miguía, también amigo, que con su comprensión y conocimiento oportuno con ideas, recomendaciones durante el desarrollo del estudio.

A la Ing. Verónica Yépez, miembro de mi tesis, que con su asesoramiento contribuyó de igual forma el avance del estudio.

A la gente de la Comunidad Sablog Chico, a los miembros de la Asociación Mushuj Ayllu que por su voluntad y constante participación fueron parte indispensable durante la investigación.

ÍNDICE

| Descripción | Página |
|--|---------------|
| DISEÑO DE UN PROYECTO AGROTURÍSTICO PARA LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRÍCOLAS AUTÓNOMOS “MUSHUJ AYLLU” DE LA PARROQUIA MATRIZ, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. | 1 |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| JUSTIFICACIÓN..... | 2 |
| OBJETIVOS..... | 3 |
| REVISIÓN LITERATURA..... | 4 |
| TURISMO..... | 4 |
| ECOTURISMO..... | 4 |
| AGROTURISMO..... | 5 |
| Concepto..... | 5 |
| Características del Agroturismo..... | 5 |
| Actividades..... | 5 |
| Evolución del Agroturismo..... | 6 |
| PROYECTO..... | 8 |
| Ciclo de vida de un proyecto..... | 8 |
| Estudio de mercado | 9 |
| Estudio Técnico..... | 17 |
| Estudio Administrativo Legal..... | 17 |
| Estudio Ambiental..... | 18 |
| Estudio Económico Financiero..... | 18 |
| EVALUACIÓN DEL PROYECTO..... | 20 |
| Impacto o resultados previstos..... | 21 |
| MATERIALES Y MÉTODOS..... | 24 |
| CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR..... | 24 |
| Localización..... | 24 |
| Ubicación Geográfica..... | 25 |
| Características Climáticas..... | 25 |
| Clasificación Ecológica..... | 25 |
| Características del suelo..... | 25 |
| MATERIALES..... | 26 |
| Materiales de Oficina..... | 26 |
| Equipos..... | 26 |
| METODOLOGÍA..... | 27 |

| | |
|--|-----|
| Fase para el cumplimiento del primer objetivo..... | 27 |
| Fase para el cumplimiento del segundo objetivo..... | 28 |
| Fase para el cumplimiento del tercer objetivo..... | 31 |
| Fase para el cumplimiento del cuarto objetivo..... | 32 |
| Fase para el cumplimiento del quinto objetivo..... | 32 |
| Fase para el cumplimiento del sexto objetivo..... | 33 |
| RESULTADOS..... | 35 |
| DIAGNOSTICO TURISTICO DE LA ASOCIACIÓN MUSHUJ AYLLU | 35 |
| Ubicación Geográfica..... | 35 |
| Límites..... | 35 |
| Hidrografía..... | 35 |
| Orografía..... | 35 |
| Condiciones ambientales del lugar..... | 36 |
| Servicios básicos..... | 40 |
| Instituciones de apoyo..... | 42 |
| Análisis General de la población..... | 43 |
| Inventario de los atractivos naturales del sector Mushuj Ayllu..... | 49 |
| Inventario de atractivos culturales..... | 69 |
| Resumen de los atractivos naturales y culturales..... | 91 |
| Imagen Turística..... | 97 |
| Análisis CPES..... | 98 |
| Análisis FODA..... | 101 |
| Medio interno de la Asociación Mushuj Ayllu..... | 101 |
| Medio externo de la Asociación Mushuj Ayllu..... | 103 |
| ESTUDIO DE MERCADO..... | 104 |
| Análisis de la demanda..... | 104 |
| Análisis de la oferta..... | 135 |
| Análisis del Producto..... | 142 |
| Análisis del precio..... | 143 |
| Análisis de los canales de Distribución y comercialización..... | 144 |
| Análisis de la comunicación..... | 144 |
| ESTUDIO TÉCNICO / INGENIERÍA DEL PROYECTO | 145 |
| Localización del proyecto..... | 145 |
| Análisis de los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros | 147 |
| Factores de Producción Agrícola y Pecuario..... | 148 |
| Definición de itinerarios y paquetes turísticos..... | 159 |
| Calculo del punto de equilibrio..... | 177 |
| Definición del producto turístico..... | 179 |

| | |
|--|-----|
| Definición del proceso productivo..... | 181 |
| Personal necesario y plan de capacitación..... | 174 |
| Diseño de la Cabaña turística..... | 200 |
| Diseño de los medios de publicidad..... | 216 |
| ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL..... | 219 |
| Método de Lázaro Lagos..... | 219 |
| ESTUDIO ADMINISTRATIVO - LEGAL..... | 236 |
| Estructura organizativa de la empresa..... | 236 |
| Viabilidad legal..... | 246 |
| ESTUDIO FINANCIERO..... | 251 |
| INVERSIONES DEL PROYECTO..... | 251 |
| FUENTES Y USOS DEL PROYECTO..... | 252 |
| CLASIFICACION DE LAS INVERSIONES..... | 253 |
| DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS..... | 253 |
| AMORTIZACION DE DIFERIDOS..... | 256 |
| CALCULO DEL PAGO DE LA DEUDA O AMORTIZACION DEL PRESTAMO..... | 257 |
| ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LA VIDA UTIL DEL PROYECTO..... | 258 |
| ESTRUCTURA DE INGRESOS..... | 254 |
| ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS..... | 261 |
| BALANCE GENERAL..... | 262 |
| CALCULO DEL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO..... | 263 |
| CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO..... | 263 |
| EVALUACIÓN FINANCIERA..... | 267 |
| CONCLUSIONES..... | 269 |
| RECOMENDACIONES..... | 272 |
| RESUMEN..... | 273 |
| SUMMARY..... | 274 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 275 |
| ANEXOS..... | 277 |
| FOTOGRAFÍAS..... | 285 |

LISTA DE CUADROS

| N° de Cuadro | Descripción | Página |
|--------------|---|--------|
| 1 | Flora representativa..... | 36 |
| 2 | Especies de pastos cultivados | 38 |
| 3 | Especies de fauna representativa | 38 |
| 4 | Especies de Aves representativas..... | 39 |
| 5 | Especies fauna representativa..... | 39 |
| 6 | Especies de insectos del sector..... | 40 |
| 7 | Instituciones de apoyo | 42 |
| 8 | Especies utilizadas en la alimentación..... | 46 |
| 9 | Cruz Loma..... | 49 |
| 10 | Casha Pugyu..... | 53 |
| 11 | Mirador Cury Gallo..... | 57 |
| 12 | Páramo de Sablog Chico..... | 61 |
| 13 | Mira Loma..... | 65 |
| 14 | Calendario agropecuario..... | 78 |
| 15 | Calendario de fiestas y ritos en el Año..... | 84 |
| 16 | Resumen de los Atractivos Naturales..... | 91 |
| 17 | Resumen de los Atractivos Culturales..... | 92 |
| 18 | Análisis de las causas, problemas, efectos, y posibles soluciones..... | 98 |
| 19 | Sexo de la población local encuestada..... | 106 |
| 20 | Edad de la población local..... | 107 |
| 21 | Estado civil de la población local..... | 108 |
| 22 | Ingresos mensuales de la población local..... | 108 |
| 23 | Con quien viajan los turistas de la ciudad de Riobamba..... | 109 |
| 24 | A realizado Actividades Agroturisticas la población local..... | 110 |
| 25 | Necesidades de los turistas de que se desarrolle Agroturismo en la Provincia de Chimborazo. | 111 |
| 26 | Actividades preferidas por los turistas nacionales | 112 |
| 27 | Servicios preferidos por los turistas nacionales | 114 |
| 28 | Medios de información de preferencia de los turistas nacionales | 115 |
| 29 | Promedio de estancia de turistas nacionales..... | 116 |
| 30 | Promedio de gasto diario por paquete por turista nacional..... | 118 |
| 31 | Sexo de turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo | 119 |
| 32 | Edad de turistas extranjeros..... | 120 |
| 33 | Estado civil de turistas extranjeros..... | 121 |
| 34 | Procedencia de turistas extranjeros..... | 122 |
| 35 | Ingresos mensuales de turistas extranjeros..... | 123 |

| | | |
|----|---|-----|
| 36 | Con quien viajan los turistas extranjeros..... | 124 |
| 37 | A realizado actividades agroturisticas | 125 |
| 38 | Necesidades de los turistas de que se desarrolle Agroturismo en la Provincia de Chimborazo | 126 |
| 39 | Actividades preferidas por los turistas extranjeros | 127 |
| 40 | Servicios preferidos por los turistas extranjeros..... | 129 |
| 41 | Medios de información de preferencia de los turistas extranjeros | 130 |
| 42 | Promedio de estancia de turistas extranjeros..... | 131 |
| 43 | Promedio de gasto diario por paquete de turistas extranjeros..... | 132 |
| 44 | Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximo 5 años | 135 |
| 45 | Servicios que ofrece la granja Totorillas..... | 136 |
| 46 | Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas de la competencia | 137 |
| 47 | Proyección de la competencia para los próximos 5 años..... | 139 |
| 48 | Demanda insatisfecha de turistas nacionales..... | 139 |
| 49 | Demanda insatisfecha de turistas extranjeros..... | 140 |
| 50 | Cuota de Mercado de la Demanda Nacional..... | 140 |
| 51 | Cuota de Mercado de la Demanda Extranjera..... | 141 |
| 52 | Total de cuotas de mercado de la demanda nacional y extranjera | |
| 53 | Análisis del precio..... | 143 |
| 54 | Detalle de la producción de los cultivos característicos..... | 148 |
| 55 | Características del área de pastos..... | 143 |
| 56 | Detalle de producción pecuaria referencial en la zona de Mushuj Ayllu. | 151 |
| 57 | Robro diseño del galpón de cuyes..... | 152 |
| 58 | Clasificación taxonómica del cuy..... | 158 |
| 59 | Periodo de gestación del cuy..... | 158 |
| 60 | Prestadores de servicio del paquete # 01..... | 168 |
| 61 | Estructura de costos del paquete # 01..... | 169 |
| 62 | Prestadores de servicio del paquete # 02..... | 175 |
| 63 | Estructura de costos del paquete # 02..... | 175 |
| 64 | Producto Turístico | 179 |
| 65 | Perfil del recurso humano para el proyecto turístico_ Área de administración | 186 |
| 66 | Perfil del recurso humano para el proyecto turístico_ Área de información | 187 |
| 67 | Perfil del recurso humano para el proyecto turístico_ Área de hospedaje y alimentación | 188 |
| 68 | Perfil del recurso humano para el proyecto turístico_ Área de transporte | 189 |
| 69 | Capacitación para el Área de Administración | 191 |
| 70 | Capacitación para el área operativa _ guianza y transporte..... | 193 |

| | | |
|-----|---|-----|
| 71 | Capacitación para el área operativa _ restaurante..... | 193 |
| 72 | Capacitación para el área operativa _ contabilidad..... | 196 |
| 73 | Programa de capacitación | 199 |
| 74 | Presupuesto para el área de capacitación..... | 200 |
| 75 | Mobiliario para las habitaciones | 209 |
| 76 | Equipamiento para los baños..... | 210 |
| 77 | Equipamiento, mobiliario para el área de lectura..... | 211 |
| 78 | Equipamiento para la cocina y restaurante..... | 212 |
| 79 | Equipamiento necesario para el área de información y administración. | 214 |
| 80 | Equipamiento necesario para el área de recreación..... | 212 |
| 81 | Gasto del área comercial..... | 218 |
| 82 | Evolución de impactos ambientales para el diseño del proyecto agroturístico..... | 223 |
| 83 | Cuantificación de impactos ambientales para el diseño del proyecto agroturístico..... | 225 |
| 84 | Área administrativa del proyecto agroturístico Mushuj Ayllu | 236 |
| 85 | Área productiva del proyecto Agroturístico Mushuj Ayllu | 236 |
| 86 | Área Comercial del proyecto Agroturístico Mushuj Ayllu | 237 |
| 87 | Mano de obra | 240 |
| 88 | Insumos para el área de alimentación y hospedaje del paquete # 1 | 241 |
| 89 | Total de insumos de los paquetes | 241 |
| 90 | Total de los insumos de los 2 paquetes | 242 |
| 91 | Otros insumos | 242 |
| 92 | Total de insumos | 243 |
| 93 | servicios básicos | 243 |
| 94 | Sueldos y salarios | 244 |
| 95 | Precio general de los paquetes turísticos | 245 |
| 96 | Sueldos y salarios | 245 |
| 97 | Requisitos y prerrequisitos para la obtención del registro de turismo | 249 |
| 98 | Inversiones del proyecto | 251 |
| 99 | Fuentes y usos del proyecto | 252 |
| 100 | Inversiones en activos fijos | 253 |
| 101 | Inversiones en activos diferidos | 253 |
| 102 | Capital de trabajo..... | 254 |
| 103 | Total de la inversión..... | 254 |
| 104 | Total Financiamiento..... | 254 |
| 105 | Depreciación de activos fijos..... | 255 |
| 106 | Amortización de diferidos..... | 256 |
| 107 | Pago de la deuda o amortización del préstamo..... | 257 |
| 108 | Estructura de costos para la vida útil del | 258 |
| 109 | Demanda insatisfecha a captar..... | 259 |

| | | |
|-----|---|-----|
| 110 | Estructura de ingresos (paquetes)..... | 260 |
| 111 | Estructura de ingresos (venta de los productos) | 260 |
| 112 | estructura de vetas de las especies | 261 |
| 113 | Estado de proforma de resultados..... | 261 |
| 114 | Balance General..... | 262 |
| 115 | Cálculo del flujo de caja del proyecto..... | 250 |
| 116 | Cálculo del punto de equilibrio..... | 265 |
| 117 | Resumen de los costos fijos y variables | 266 |
| 118 | Total de costos fijos y variables del proyecto..... | 267 |
| 119 | Punto de equilibrio | 267 |
| 120 | Evaluación Financiera | 267 |

LISTA DE FIGURAS

| N° de Figura | Descripción | Página |
|-------------------------|---|---------------|
| 1 | Proceso de producción Agrícola..... | 150 |
| 2 | Diseño de Galpón de cuyes..... | 152 |
| 3 | Diseño de la poza para machos reproductores en prueba o reserva | 154 |
| 4 | Diseño de la poza descarte de hembras reproductoras..... | 154 |
| 5 | Diseño de distribución de pozas en el galpón | 155 |
| 6 | Ciclo productivo de cuy..... | 155 |
| 7 | Proceso productivo Cavicola..... | 159 |
| 8 | Recorrido del paquete # 01..... | 168 |
| 9 | Recorrido del paquete #02..... | 174 |
| 10 | Diagrama de flujo del servicio de Transporte..... | 181 |
| 11 | Diagrama de flujo del servicio de Alojamiento..... | 182 |
| 12 | Diagrama de flujo del servicio de Alimentación..... | 183 |
| 13 | Diagrama de flujo del servicio de Guianza..... | 184 |
| 14 | Diagrama de flujo del servicio de Guianza..... | 185 |
| 15 | Diseño arquitectónico..... | 202 |
| 16 | Instalación Eléctrica. 2011..... | 203 |
| 17 | Soporte del techo..... | 203 |
| 18 | Fachada..... | 204 |
| 19 | Diseño arquitectónico..... | 204 |
| 20 | Instalación Eléctrica..... | 205 |
| 21 | Instalación Sanitaria..... | 205 |
| 22 | Fachada vista 2D del restaurante..... | 206 |
| 23 | Fachada frontal del restaurante..... | 206 |
| 24 | Logotipo de la empresa..... | 216 |
| 25 | Organigrama estructural de la empresa..... | 238 |
| 26 | Organigrama Funcional de la empresa..... | 239 |

LISTA DE ANEXOS

| N° de Anexo | Descripción | Página |
|--------------------|---|---------------|
| 1 | Ficha para inventarios de atractivos naturales del MITUR 2004 | 27 |
| 2 | Encuesta para análisis de la demanda (español)..... | 30 |
| 3 | Encuesta para análisis de la demanda (inglés)..... | 30 |
| 4 | Diseño de la página Web | 217 |
| 5 | Diseño de tríptico..... | 217 |

LISTA DE FOTOGRAFÍAS

| N° de Fotografías | Descripción | Página |
|------------------------------|---|---------------|
| 4 | Cruz Loma..... | 49 |
| 2 | Casha Pugyu..... | 53 |
| 3 | Curi Gallo | 57 |
| 4 | Paramo de Sablog Chico..... | 61 |
| 5 | Mira Loma..... | 65 |
| 6 | Casa típica..... | 69 |
| 7 | Preparación de alimentos..... | 72 |
| 8 | Vestimenta actual hombre..... | 79 |
| 9 | Vestimenta actual mujer..... | 76 |
| 10 | Cosecha de cebada..... | 76 |
| 11 | Cultivo de maíz..... | 77 |
| 12 | Cultivo de amaranto..... | 77 |
| 13 | Especie de papa..... | 77 |
| 14 | Cultivo de Zanahoria..... | 77 |
| 15 | Análisis y elaboración del cuadro CEPS..... | 98 |

I. DISEÑO DE UN PROYECTO AGROTURÍSTICO PARA LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AGRÍCOLAS AUTÓNOMOS “MUSHUJ AYLLU” DE LA PARROQUIA MATRIZ, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

La riqueza natural y cultural del Ecuador, su gente amable y su fascinante historia, permite conocerlo como un destino turístico para todos los amantes de la naturaleza y turistas en general, a pesar de un ser un país pequeño en dimensión enmarca una gran diversidad.

Es así que al ser poseedores de esta riqueza, es el momento de valorar y aprovechar de una manera sostenible nuestros recursos, aportando mediante ideas y acciones que busquen el desarrollo turístico en nuestro país.

Debido a un notorio avance urbanístico y con ello un limitado acceso a espacios naturales y de recreación, la actividad turística está sustentada cada vez más en la originalidad y diversidad de la oferta natural y cultural, en el cual exista una relación entre hombre y naturaleza, su armonía en todo su magnitud e integridad.

El gran dinamismo de la actividad turística ha determinado que cada día que pasa genera la necesidad de implementar nuevas alternativas, por lo que la oferta ha tenido que ampliarse en base a las exigencias de la demanda. En la actualidad debido al auge del sector turístico y al alto potencial agrícola, se comienza aprovechar el Agroturismo. En ella, se integran y utilizan los recursos naturales y agropecuarios bajo el concepto de sostenibilidad.

El Agroturismo es actividad más relacionada con el turismo rural, donde no sólo importa el espacio protegido de flora y fauna, sino la interacción entre el trabajador de áreas rurales, sus técnicas, los recursos naturales y el visitante a estas áreas.

El Cantón Guamote, localizado en el callejón interandino, posee grandes extensiones de terrenos aptos para la agricultura y ganadería, en donde existe la producción de cultivos

entre los más destacados son: papas, zanahoria, cebada, maíz, habas, cebolla de bulbo, etc., además el paisaje, cultura y tradiciones, los mismos que se constituyen aspectos relevantes de importancia para desarrollar de manera técnica nuevas actividades como el agroturismo.

A. JUSTIFICACIÓN

Ecuador a más de ser un país petrolero, es un país agrícola por la generosidad de su tierra, también la diversidad natural y cultural, con ello la posibilidad de desarrollar actividades turísticas en base a la sostenibilidad.

Como una modalidad del turismo, el agroturismo es una actividad que prospera cada día y las personas que están involucradas, aprecian la oportunidad de completar sus actividades agrícolas con servicios tales como: tours, comidas, artesanías, actividades culturales, alojamiento, etc., promoviendo la capacidad de organización a través del esfuerzo de los agricultores y la demostración sistemas productivos, conservación del ambiente y cultura.

Según el Plan Participativo de Desarrollo del Cantón Guamote 2007 la economía del cantón, mediante los datos del censo del año 2001, se basa en la producción agrícola y pecuaria (82.2%), conociendo que en la actualidad en su mayoría está dirigida para autoconsumo y la venta de los excedentes.

El estudio pretende desarrollar al agroturismo como una actividad adicional de las actividades agrícolas, basada en una visión de desarrollo turístico y en la utilización adecuada de los espacios agrícolas y aprovechamiento de su entorno natural del sector Mushuj Ayllu (Comunidad Sablog Chico), buscando mejorar los ingresos económicos y calidad de vida.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

Diseñar un proyecto agroturístico para la Asociación “Mushuj Ayllu” del cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

2. Objetivos específicos

- a. Realizar el diagnóstico turístico del área de influencia de la asociación “Mushuj Ayllu”.
- b. Elaborar el estudio de mercado.
- c. Realizar el estudio técnico del proyecto.
- d. Realizar el estudio de impacto ambiental y sociocultural.
- e. Elaborar el estudio administrativo y legal
- f. Efectuar el análisis y evaluación financiera del proyecto.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

A. TURISMO

NOBOA (2001), manifiesta que: “El Turismo es conocido como industria, servicio o como desplazamiento de personas de un punto a otro en el territorio (geografía), como en el ejercicio del derecho a la libertad de tránsito que tienen las personas (derecho), o como la oportunidad de colmar necesidades que suelen dejarse de lado, cuando el individuo se encuentra entregado a su vida de trabajo (sociología y psicología)”.

B. ECOTURISMO.

Son formas de turismo en las que las principales motivaciones son: la apreciación de la naturaleza, las culturas tradicionales que perviven en los espacios naturales y que incluye aspectos de educación e interpretación.

El ecoturismo es organizado principalmente, por pequeños tour-operadores especializados y dirigido a grupos reducidos.

Los proveedores de servicios también son pequeñas empresas locales que utilizan productos especiales que minimizan los efectos negativos sobre el entorno natural y sociocultural. Los productos de Ecoturismo además apoyan el mantenimiento de los espacios naturales utilizados como centros de atracción.

Generación de beneficios económicos para las comunidades anfitrionas, organizaciones y autoridades a cargo de la gestión de las áreas naturales y espacios protegidos con fines de conservación; Creación de empleos alternativos y oportunidades de obtener ingresos para las comunidades locales; y, mayor concienciación respecto a la conservación de los bienes naturales y culturales tanto entre la población autóctona como entre los turistas. (OMT, 2002).

C. AGROTURISMO

1. Concepto.

Esta modalidad de turismo se encuentra dentro de los que todos conocen como "Ecoturismo", ya que se trata de "ecosistemas culturales" (la naturaleza trabajada por la mano del hombre) que sirven de base al ecoturismo. Al viajero adepto a este tipo de turismo le interesa conocer las técnicas productivas y participar de las características y típicas formas de vida y de trabajo en el campo.(HIDALGO, S. 2007)

2. Características del agroturismo.

- a. Se pone en valor "lo auténtico", que es lo que este tipo de turista desea consumir, es decir se muestra la historia, la cultura y costumbres de una comarca o zona en cuestión.
- b. Se ofrece trato personalizado y familiar en ambientes poco mecanizados.
- c. Se logran formar empresas familiares con este desarrollo, y esto trae aparejado la disminución de la emigración a los grandes centros poblados fundamentalmente de la gente joven.
- d. La actividad turística convive con las actividades tradicionales del campo.(HIDALGO, S. 2007)

3. Actividades

Para este tipo de actividades se cuenta con personal para atender a los viajeros, tanto en la prestación (alojamiento y comida), como en sus actividades programadas. En ambos casos,

es la misma familia propietaria del establecimiento la que se dedica a esto, acompañados en algunos casos, por algún colaborador externo.

Algunas de las actividades que se pueden desarrollar en estos establecimientos son: las propias de la actividad del establecimiento, cabalgatas, safaris fotográficos, excursiones náuticas, pesca, caza, avistaje de flora y fauna, trekking, mountain bike, elaboración de productos regionales y observación de aves entre otras.

En cuanto a las actividades propias del establecimiento (cosecha de frutos, rodeo de ganado, actividades de granja, etc.), el turista puede jugar dos tipos de papeles: a) en forma pasiva se limita a observar como otros realizan las tareas; b) en forma activa participa de estas actividades asistidos por personal capacitado. Estas tareas están preparadas en forma especial para que las realicen los visitantes, ya que no hay que olvidarse que los mismos visitan estos sitios no para trabajar, sino para divertirse.

En todos estos casos el Agroturismo difiere con el Turismo Rural en que este es más activo, y sus visitantes lo visitan más para aprender y vivir esas experiencias. En cambio el Turismo Rural, puede ser utilizado como lugar de esparcimiento, pero con la condición de que esté desarrollado en un ámbito Rural. (HIDALGO, S. 2007)

4. Evolución del agroturismo.

En lo que respecta al agroturismo como actividad de ocio, ha habido un magnífico grado de aceptación desde el comienzo, principalmente por parte de la población urbana.

La posibilidad de disfrutar de la naturaleza, de la tranquilidad, conocer el medio rural y su cultura a un precio atractivo es algo deseado por un amplio mercado y al que pueden tener

acceso un amplio colectivo (turismo de negocios, parejas, familias, tercera edad, niños, entre otros.).

En lo que respecta a su vertiente económica, además de la cifra de negocios correspondiente a conceptos tales como alojamiento, restauración, actividades de ocio, hay que destacar otros aspectos beneficiosos como:

- La rehabilitación del patrimonio arquitectónico y cultural
- La reactivación de la economía local
- Comercialización directa de los productos agroalimentarios y artesanos
- Reconocimiento del papel de la mujer en el medio rural
- La dignificación del papel del agricultor en la sociedad
- Intercambio cultural-urbano
- Trasmisión real, objetiva, natural de la realidad socio política cultural de esta sociedad La acogida en el agroturismo, en un edificio confortable, integrado en una explotación agraria o cercano a la granja, acerca un nuevo e insospechado mundo al viajero: el día a día de la vida en el campo, con todas sus actividades agrarias y ganaderas, con sus peculiares platos típicos, con sus productos caseros o biológicos, y con las múltiples artesanías que de tales actividades se desprenden.

Y en un marco privilegiado donde todos los recursos naturales son objeto de un cuidado y protección especial. Para vivir en plena naturaleza, dentro de ella, junto con quienes armonizan con ella el correr de las horas y de los días, y de ella viven y se procuran el sustento; para compartir con agricultores y ganaderos sus experiencias al calor del fuego o en la intimidad de un corredor con su hamaca.

Agroturismo podría entenderse también como el conjunto de actividades organizadas específicamente por agricultores en complemento de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen servicios por los cuales se cobra.

Consiste en preparar un sector agrícola o ganadero, para ofrecer tours a los turistas. El tour incluye, además de las explicaciones sobre el proceso de producción y comercialización una degustación al final del mismo, lo mismo que la venta de productos. También puede ofertar una gran diversidad de servicios dentro de sus instalaciones y otro tipo de servicios de recreación sana y respetuosa del medio ambiente. (HIDALGO, S. 2007)

D. PROYECTO

Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas ; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto y un lapso de tiempo previamente definidos. La [gestión de proyectos](#) es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto.

Un proyecto es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge en base a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, desaparece la necesidad inicial, o se agotan los recursos disponibles (Rivera, N. 2008).

1. Ciclo de vida de un proyecto

a. Idea: En esta etapa se define la necesidad u oportunidad a partir de la cual es posible iniciar el diseño del proyecto. La idea de proyecto puede iniciarse debido a alguna de las siguientes razones:

- Porque existen necesidades insatisfechas actuales o se prevé que existirán en el futuro si no se toma medidas al respecto.
- Porque existen potencialidades o recursos subaprovechados que pueden optimizarse y mejorar las condiciones actuales.
- Porque es necesario complementar o reforzar otras actividades o proyectos que se producen en el mismo lugar y con los mismos involucrados.

b. Diseño: Etapa de un proyecto en la que se valoran las opciones, tácticas y estrategias a seguir teniendo como indicador principal el objetivo a lograr.

En esta etapa se produce la aprobación del proyecto, que se suele hacer luego de la revisión del perfil de proyecto y/o de los estudios de pre-factibilidad, o incluso de factibilidad.

Una vez dada la aprobación, se realiza la planificación operativa, un proceso relevante que consiste en proveer los diferentes recursos y los plazos de tiempo necesarios para alcanzar los fines del proyecto, asimismo establece la asignación o requerimiento de personal respectivo.

- c. **Ejecución:** Etapa de acción, en la que ocurre propiamente el proyecto.

- d. **Evaluación:** Etapa final de un proyecto en la que éste es revisado, y se llevan a cabo las valoraciones pertinentes sobre lo planeado y lo ejecutado, así como sus resultados, en consideración al logro de los objetivos planteados

2. Estudio de mercado.

a. **Concepto de Mercado**

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.(CONTRERAS, C. 2007)

b. Concepto de estudio de mercado

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. (CONTRERAS, C. 2007)

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing se utilizan una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema.

El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible. (CONTRERAS, C. 2007)

c. Ámbito de aplicación del estudio de mercado

Con el estudio de mercado se pueden lograr múltiples objetivos los que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar:

1) El consumidor

- Sus motivaciones de consumo
- Sus hábitos de compra
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- Su aceptación de precio, preferencias, etc.

2) El producto.

- Estudios sobre los usos del producto.
- Tests sobre su aceptación
- Tests comparativos con los de la competencia.
- Estudios sobre sus formas, tamaños.

3) El mercado

- Estudios sobre la distribución
- Estudios sobre cobertura de producto en tiendas
- Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
- Estudios sobre puntos de venta, etc.

4) La publicidad.

- Pre-tests de anuncios y campañas
- Estudios a priori y a posteriori de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.
- Estudios sobre eficacia publicitaria, etc.(CONTRERAS, C. 2007)

- **d. Clases de mercado**

CYNTHIA CONTRERAS (2007) manifiesta que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas, según el monto de la mercancía, así:

1) Mercado total

Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

2) Mercado potencial

Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, o bien están en condiciones de adquirirlas.

3) Mercado meta

Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

4) Mercado real

Representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

e. Muestra y población

SPIEGEL (1975), define a la población y muestra: "Es una colección de datos que atañen a las características de un grupo de individuos u objetos, tal como las alturas y pesos de los estudiantes de una universidad; es a menudo imposible o poco práctico observar la totalidad de individuos, sobre todo si éstos son muchos. En lugar de examinar el grupo entero llamado población o universo, se examina una pequeña parte llamada muestra. Una población puede ser finita o infinita. Si una muestra es representativa de una población, se pueden deducir importantes conclusiones acerca de ésta, a partir del análisis de la misma".

La investigación de mercados utiliza mucho la encuesta muestral o encuesta estadísticamente representativa, puesto que se pueden obtener una serie de resultados de una pequeña muestra y aplicarlos a la generalidad o universo, con lo que esto representa en ahorro de tiempo y dinero, por lo tanto, la muestra es una reproducción en pequeño del universo, pero los resultados que se obtengan al estudiarla serán más o menos exactos en función del grado de error muestral que se haya aceptado previamente.

Si de un mismo universo se extraen aleatoriamente diversas muestras de idéntico tamaño se observará que las desviaciones que presenten las mismas tienden a agruparse alrededor de los valores reales del universo.

f. Producto turístico

Combinación de un atractivo con unas facilidades, entendidas éstas como aeropuertos, vías, servicios públicos, hoteles, guías de transporte, etc. ubicadas en un destino turístico, donde predomina claramente un tipo de oferta y su correspondiente tipo de clientes. (ICONTEC 2003)

Es el conjunto de componentes que satisfacen una experiencia de viaje que responde a las expectativas de un segmento del mercado. Ejemplos: vacaciones en el campo, tour en bote. La ruta del maíz, La ruta del queso. (MARVIN BLANCO 2008).

Ciclo de vida de los productos.

Son las etapas en la evolución de la vida de los productos, las fases que estos recorren en el transcurso de acuerdo a (RICAURTE, C. 2006) son:

a) Introducción

Corresponde al lanzamiento del producto, suele tener un desarrollo rápido que se da en función de las características del producto y del mercado.

b) Crecimiento.

Los demandantes aceptan el producto, se enteran de su existencia y lo consumen, las ventas tienen un rápido ascenso.

c) Madurez.

Se estabilizan las ventas, por tanto se mantienen la participación en el mercado el cumplimiento de las metas de venta se consigue por reposición de clientes antes que por el ingreso de nuevos, se acerca la saturación del mercado.

d) Declive.

El producto envejece, por tanto empieza a desaparecer, las ventas descienden al igual que la participación o cuota de mercado, por tanto la empresa se ve abocada a:

- ✓ Desaparición de producto.
- ✓ Aparición de un mercado residual.

- ✓ Relanzamiento del producto, creación de un nuevo ciclo de vida, como consecuencia de la realización de actividades como búsqueda de nuevos usos del producto o modificaciones en sus aspectos esenciales.

1) Requisitos para el diseño del paquete turístico

a) Planificación del diseño del paquete turístico

En la planificación del diseño del paquete turístico se debe determinar:

- ✓ El producto turístico acorde con el mercado objetivo definido por la empresa
- ✓ Las tendencias del sector turístico nacional e internacional
- ✓ Las necesidades de los clientes actuales y potenciales
- ✓ Los presupuestos financieros y las políticas de ventas de la empresa
- ✓ Las políticas presupuestales de la empresa
- ✓ Los índices de rentabilidad y sostenibilidad para la empresa

b) Diseño del paquete turístico

Para diseñar el paquete turístico, la agencia de viajes debe determinar:

- ✓ La duración e itinerarios de los programas que conforman el paquete
- ✓ Los servicios turísticos, incluidos y no incluidos en el paquete
- ✓ Los servicios complementarios
- ✓ Los proveedores que prestarán los servicios y las alianzas estratégicas que puedan establecerse
- ✓ El nombre y precio de los paquetes, de acuerdo con los costos y políticas de la empresa

- ✓ Las responsabilidades del cliente, los proveedores y la agencia de viajes, de acuerdo con la normatividad vigente
- ✓ La vigencia del paquete
- ✓ Las normas nacionales e internacionales que apliquen al paquete turístico
- ✓ Ser económicamente asequible al mercado objetivo

La agencia de viajes debe contemplar en la planificación de sus paquetes, las políticas gubernamentales en materia de turismo, las políticas medioambientales nacionales e internacionales y los índices de sostenibilidad de los destinos, con el fin de contribuir con sus acciones a un turismo sostenible. (ICONTEC 2003).

g. Análisis de la demanda.

A través de este análisis se podrá definir cuál es la demanda potencial, identificar quienes son los consumidores de los servicios que entregamos, el análisis de productos mercados nos permitirá conocer quiénes son y donde se encuentran, definiendo los perfiles a nivel de empresas, organizaciones, comunidades y otros demandantes potenciales de los servicios que estamos en capacidad de ofertar, obtenidos a través de variables, índices e indicadores.

Además es necesario cuantificar el tamaño del mercado en los diferentes grupos o segmentos de consumidores. (RICAURTE, C. 2006)

h. Estudio de la Competencia

Se considera a la competencia como aquellas empresas o proyectos que producen bienes y/o servicios (productos) similares a los que se quieren poner en el mercados. Es la oferta inmediata sustitutiva.

Es necesario realizar un análisis a los competidores, mediante un instrumento que permita recolectar información para saber sus nombres, su ubicación, conocer la cantidad de clientes, que están atendiendo, cuales son los precios, los canales de distribución, cuales son los medios de promoción y publicidad que emplean, las formas de cobro que utilizan, sus proveedores de materias primas, el proceso productivo que emplean, sus fortalezas, sus ventajas competitivas, desventajas y debilidades.(RICAURTE, C. 2006).

3. Estudio técnico.

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo (GRATEROL, 1997).

Palabras clave del texto.

- Estudio técnico
- Ingeniería básica
- Tamaño óptimo de la planta
- Localización de la planta
- Distribución de la planta
- Análisis de la inversión.

4. Estudio Administrativo legal.

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

- Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- Como organizaras la empresa cuando el proyecto esté en operación.

Es decir en esta etapa se definirá como o quien ejecutará el proyecto. Es el tipo de organización que tendrá para su funcionamiento. (GRATEROL, 1997).

5. Estudio ambiental

El estudio de impacto ambiental (EIA) es el documento más importante en todo el proceso de evaluación de impacto ambiental. Es la base para la toma de decisiones en cuanto a la viabilidad ambiental de la obra propuesta, a la necesidad de medidas mitigadoras o compensatorias y al tipo y alcance de éstas.

Por el carácter público del proceso de EIA, también es el documento que servirá de base para las negociaciones que puedan establecerse entre empresa, gobierno y partes interesadas.

Sin embargo, los estudios ambientales se basan en el formato y principios del estudio de impacto ambiental. (SÁNCHEZ, L. 2003).

6. Estudio económico financiero

Según (LUNA – CHAVES, 2001) manifiesta los siguientes conceptos acerca del estudio económico financiero.

a) Generalidades

El análisis económico financiero nos proyecta una evaluación económica de cualquier proyecto de inversión; ya que a través de un estudio o evaluaciones realizadas podemos

saber si es rentable o no dicha inversión. Por otra parte para los costos de producción están formados o constituidos por siete (7) elementos los cuales son: Materias Primas, Mano de Obra Directa, Mano de Obra Indirecta, Material Indirectos, Costos de los Insumos, Costos de Mantenimiento, Cargos por Depreciación y Amortización.

b) Objetivo del análisis económico financiero

El estudio o análisis Económico - Financiero o Evaluación Económica de un Proyecto, es competencia de la investigación de operaciones y de las matemáticas y análisis financieros entre otros.

Estas disciplinas se encargan de realizar las evaluaciones económicas de cualquier proyecto de inversión, para determinar la factibilidad o viabilidad económica de un proyecto. Este debe estar concebido desde el punto de vista técnico y debe cumplir con los objetivos que ella se espera.

En otras palabras trata de estudiar si la inversión que queremos hacer va a ser rentable o no, si los resultados arrojan, que la inversión no se debe hacer, se debe tomar otra alternativa o evaluar la alternativa que más le convenga financieramente a la empresa de acuerdo a sus políticas.

El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otras son indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

Para realizar el análisis financiero del producto turístico comunitario, se toma en cuenta todos los gastos en los cuales la empresa de turismo comunitario incurre como: Creación legal, Planificación y construcción del plano de las cabañas, menaje para las cabañas, restaurante y oficina de información, pago de permisos tanto en el MINTUR, FEPTCE, CODENPE y la patente anual de funcionamiento que se obtiene en el Municipio, entre otros.

Una vez obtenidos todos estos gastos de organización se realiza la estructura de costos y se determina el precio, los cuales se los considera para el cálculo del punto de equilibrio, concluyendo con el análisis financiero, en función del cálculo de los índices de rentabilidad (TIR, VAN, RC/B).

E. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

(LUNA – CHAVES, 2001) Antes de instalar el proyecto es necesario evaluarlo, como base para tomar la decisión de llevarlo a cabo o no, financiarlo o no. Para evaluar el proyecto es necesario que la información anterior se haya elaborado de manera completa y clara, cada una sobre la base de las anteriores.

Desde la perspectiva del crédito generalmente es suficiente evaluar las condiciones del mercado y las razones técnicas y financieras del proyecto. En este caso, la evaluación de proyectos se fundamenta, no solo en la factibilidad financiera, sino en el impacto ambiental y social. Si se trata de una empresa comunitaria, también es relevante valorar el impacto organizacional.

Cada proyecto tiene fines, contexto e impacto específicos. Adicionalmente, las condiciones organizacionales y del entorno tienen un dinamismo permanente; también existen factores que no están bajo control o que no se han previsto. Esto implica que valorar el potencial de impacto de un proyecto y su sostenibilidad debe hacerse sobre la base de datos objetivos, así como con el establecimiento de relaciones entre todos los factores que intervienen, por medio de una interpretación dinámica y actualizada.

Dada la diversidad, importancia y complejidad de los factores que intervienen en el análisis - alguno de éstos cualitativos -, el modelo de análisis pretende llenar un mínimo de requisitos que garanticen un análisis amplio y objetivo.

La valoración de indicadores cuantitativos, como la situación económica del proyecto, no presenta mayor dificultad, sin embargo, la captación y medición de indicadores intangibles

requiere normalmente de instrumentos mucho más especializados y elaborados. Con el modelo a utilizar debe pretender hacer valoraciones aproximadas de varios indicadores, estableciendo también la interrelación que tienen entre sí para definir una valoración general.

El valor específico de cada uno de los indicadores debe ser establecido en cada situación particular, así como la interpretación del significado o valor del proyecto. El análisis de un proyecto debe combinar la objetividad y la interpretación y proyección de la dinámica interna y externa del mismo, así como la trayectoria e impacto previsibles.

Para el análisis se toma en cuenta tres variables básicas:

1. Impacto

- a. Ambiental
- b. Social
- c. Organizacional

2. Factibilidad

- a. Técnica
- b. Organizativa
- c. Económica
- d. Contextual

3. Sinergia

- e. Complementariedad

1. Impacto o resultados previstos

(LUNA – CHAVES, 2001) En este caso impacto es sinónimo de resultado. Como impacto se entiende el potencial que tiene el proyecto para cambiar la realidad social, organizacional o ambiental, expresada como objetivos generales.

a. Impacto ambiental

El impacto ambiental es el criterio primordial de la valoración de algunos proyectos, aunque los demás criterios también son determinantes. Se valora tomando en cuenta los siguientes indicadores:

1. Disminución o detención de proceso de deterioro
2. Restauración o rehabilitación de ecosistema
3. Aumento de cobertura boscosa incluyendo árboles frutales

4. Aumento de área de producción sostenible
5. Desarrollo de técnica de producción sostenible
6. Incremento de conservación in-situ
7. Incremento de conservación ex – situ
8. Acceso y transferencia tecnológica
9. Desarrollo de conocimientos científicos
10. Establecimiento de sistemas de producción sostenible
11. Incremento de especies y/o población de flora y fauna
12. Incremento de fertilidad del suelo
13. Mejora belleza paisajística
14. Incremento de tipos de cultivos
15. Incremento de la productividad
16. Incremento de producción
17. Disminución de la erosión
18. Combinación de métodos tradicionales con innovación
19. Disminución de tala y caza en el bosque
20. Se detiene o disminuye contaminación
21. Desarrollo de biotecnología
22. Cambio positivo en políticas o leyes
23. Manejo de áreas protegidas (según indicadores de plan de manejo)
24. Educación ambiental
25. Otros

1) Matriz de Leopold

(UAZUAY, 2003) La matriz de Leopold permite identificar y evaluar impactos a la vez; puede ser también una doble lista de control.

El eje horizontal presenta una lista de 101 acciones posibles (diversas actividades humanas). Eje vertical reagrupa 86 elementos del ambiente.

Una cotación sobre una escala de 1 a 10 (débil o fuerte) permite estimar el impacto identificado, tanto para su importancia absoluta (magnitud) como por su importancia relativa (significancia o importancia -subjetivo-). Así como si es “+”ó”-”

b. Impacto social

El impacto social del proyecto se refiere a la contribución del proyecto en la mejora de las condiciones socioeconómicas de la población como consecuencia- El impacto social se puede valorar tomando en cuenta los siguientes indicadores:

1. Número de beneficiarios directos
2. Empleos fortalecidos o generados
3. Aumento de la producción
4. Aumento del ingreso familiar promedio anual
5. Uso de materias primas nacionales
6. Ahorro de divisas
7. Generación de valor agregado
8. Disminución de intermediarios
9. Efecto demostrativo en la comunidad
10. Incremento de la participación comunitaria
11. Cambio positivo en valores, comportamientos y prácticas respecto al ambiente
12. Mejoramiento en la satisfacción de necesidades familiares básicas de alimentación, salud, vivienda, educación, vestido, como supuesto del aumento de los empleos e ingresos.
13. Incremento de autoestima
14. Participación y beneficio de las mujeres
15. Otros(UAZUAY, 2003).

c. Impacto organizacional

El impacto organizacional del proyecto se refiere al fortalecimiento de la organización ejecutora o beneficiaria. El impacto organizacional se puede valorar con los siguientes indicadores:

1. Aumento de la capacidad administrativa
2. Mejoramiento de la estructura organizacional
3. Aumento de la eficiencia y/o la eficacia (productividad)
4. Mejoramiento de la administración del cambio e innovación
5. Mejoramiento de la situación financiera
6. Aumento en el número de socios
7. Mejoramiento de la capacidad de negociación de productos
8. Incremento en la capacidad de intervención y/o gestión sobre la realidad ambiental, y de negociación en conflictos ambientales
9. Incremento de la participación comunitaria en la organización
10. Otros(UAZUAY, 2003).

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR

1. Localización

El presente trabajo de investigación se realizó en el sector de Mushuj Ayllu, Comunidad Sablog Chico, parroquia Matriz, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.



Mapa N° 01. Localización Mushuj Ayllu (comunidad Sablog Chico)
Elaborado por: Luís Anilema M.

2. Ubicación Geográfica.

El sector de Mushuj Ayllu está localizado en las siguientes coordenadas:

- a. **Altitud:** 3384 m.s.n.m
- b. **Longitud:** 752470 UTM.
- c. **Latitud:** 9788854 UTM

3. Características Climáticas

Según la información del plan de desarrollo del Cantón Guamote en el año 2007 tenemos la siguiente información.

- a. **Humedad relativa:** 96.8%
- b. **Precipitación:** 650mm/año
- c. **Temperatura:** 13.7 °C

4. Clasificación ecológica

De acuerdo a la clasificación de las zonas de Vida de Holdrige, la comunidad Sablog Chico posee la siguiente zona de vida: Estepa espinosa montano bajo. (e.e.M.B)¹.

5. Características del suelo

El color del suelo es negro, por lo general son suelos de textura francos que tienen la capacidad de retener el agua.

¹ Inventario de atractivos turísticos del cantón Guamote, Patricio Lozano, 2004

B. MATERIALES

1. Materiales de Oficina

Papel bond formato A4, libreta de campo, cartulina, cinta adhesiva, esferos, lápices, borrador, marcadores,

2. Equipos

Cámara digital, gps, computadora portátil, flexómetro, escáner, impresora, memory 8 GB, clinómetro, infocus, grabador de audio, calculadora.

C. METODOLOGÍA

1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Realizar el diagnóstico turístico del sector de “Mushuj Ayllu”.

Se recurrió a fuentes de información secundarias existentes en la asociación Asociación “Mushuj Ayllu” y 4 talleres participativos.

Este estudio constó de 2 partes

- a. **Diagnóstico de las Características Generales del Área.** - Se utilizó el Estudio de la potencialidad turística de la comunidad Sablog Chico (Anilema .L 2010). Plan Participativo de Desarrollo del Cantón Guamote, encontrando datos generales en las áreas de salud, educación, actividad económica.

En el estudio se analizaron los servicios básicos disponibles, características básicas de la población, condiciones ambientales de la zona, facilidades turísticas, infraestructura, análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico.

- b. **Evaluación del Potencial Turístico:** Mediante la aplicación de metodologías, salidas de campo y talleres participativos Se realizó el inventario de atractivos naturales del lugar de estudio, utilizando la Metodología Inventario de Atractivos Turísticos del Ministerio de Turismo (MINTUR, 2004). (Anexo 1).

A si también se inventario el patrimonio cultural intangible utilizando la metodología de la Guía Folklórica, Guía de la Cultura Popular y además del Manual de Revitalización Cultural Comunitario de Víctor Hugo Torres, (1994)

La metodología para el inventario de patrimonio cultural se basa en la siguiente lista.

- Lista de bienes de patrimonio cultural
- Calendario de fiestas y ritos en el año
- Formas de vida de las familias
- Las instituciones y organizaciones que promocionan la cultura en la zona
- Las soluciones que plantea la comunidad

De igual forma se utilizó el estudio de la potencialidad turística de la comunidad ya que la asociación se encuentra en territorio de la Comunidad Sablog Chico.

2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Elaboración del estudio de mercado considerando las características de oferta y demanda.

Para el **análisis de la demanda**, se revisaron fuentes de información secundaria y estadísticas que fue facilitada por parte la Gerencia Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo.

a. Universo

Para el estudio de mercado del proyecto se aplicó la técnica de la encuesta la misma que fue dirigida a los turistas nacionales y extranjeros. Los datos estadísticos de turistas extranjeros que visitan la ciudad de Riobamba se obtuvieron de la Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo, para el caso de los turistas nacionales se obtuvo los datos estadísticos del INEC 2010, lo referente a la población de la ciudad de Riobamba.

El universo de los turistas nacionales para el presente estudio fue el siguiente: = **47856 turistas**

El Universo de los turistas extranjeros fue de: = **17.100 turistas**

b. Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula estadística de Cannavos presentada a continuación:

Donde:

M: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (0,08)

z: nivel de confianza

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Se realizó el siguiente análisis:

$$M = \frac{N * (p * q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p * q)}$$

$$M = \frac{47856 * (0,5 * 0,5)}{(47856 - 1) \left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$M = 119,09$$

M: **119** encuestas a aplicadas a nacionales.

$$M = \frac{N * (p * q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p * q)}$$

$$M = \frac{17100 * (0,5 * 0,5)}{(17100 - 1) \left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$M = \frac{4275}{35,9834}$$

$$M = 118,80$$

M: **119** encuestas a aplicadas a turistas extranjeros

c. Análisis Cuantitativo:

1) Afluencia de visitantes: consideradas las siguientes:

- Para áreas no desarrolladas turísticamente. Demanda Potencial y Demanda Objetivo.

Para obtener la proyección de la demanda nacional y extranjera se utilizó la fórmula del incremento compuesto:

C_n= año a proyectar (2012-2017)

C₀= demanda actual de turistas

i= % incremento de turistas

n= el año a proyectarse (1-5)

$$C_n = C_0(1+i)^n$$

El porcentaje de crecimiento poblacional para turistas nacionales utilizada en la fórmula del incremento compuesto fue del 1.5%

El porcentaje de crecimiento de turistas extranjeros utilizados en la fórmula del incremento compuesto fue del 7%

d. Análisis Cualitativo

Este análisis respecto a la demanda futura o la demanda objetivo, y esta fase se la elaboró en base a los siguientes aspectos:

1) Perfil del consumidor de bienes y servicios (Perfil del turista), el instrumento empleado para el análisis de la demanda fue el cuestionario que facilitó emplear la técnica de la encuesta, se aplicaron 2 encuestas, la primera para nacionales en el idioma español y la segunda para extranjeros en el idioma inglés. (Anexo 2y3)

a) A través del método descriptivo analítico (tabulación de encuestas) se determinó que para determinar la factibilidad de un producto turístico de manera que satisfaga las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros fue necesario conocer el perfil, gustos y preferencias de los clientes potenciales, información sistematizada que permitió establecer las preferencias y la oferta de diseñada para ello.

b) Se definió el proyecto agroturístico de acuerdo a los resultados del estudio de la demanda potencial y las facilidades que se presenta para el proyecto.

c) Se establecieron estrategias para la comercialización del producto que presenta el proyecto agroturístico, basados en información recopilada y sistematizada

3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Estudio técnico (Ingeniería) del proyecto.

Se estableció los requerimientos para el proyecto con un análisis de los datos obtenidos del Estudio de Mercado los mismos que permitieron determinar los materiales e insumos, proceso de producción del servicio, localidad, talento humano, mantenimiento, entre otros.

También se determinó el proceso productivo del proyecto para el área de: administración, información, hospedaje, alimentación y operación.

Así también se utilizó la información de los recursos naturales y culturales del sector de la Asociación los cuales permitieron establecer las actividades y facilidades turísticas, además se estableció el personal necesario para el proyecto.

Se diseñó los planos arquitectónicos así también cálculo de los costos de las obras civiles en coordinación con el Arq. Jefferson Ortiz.

Además se identificaron medios publicitarios más frecuentes utilizados por los turistas nacionales y extranjeros de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas.

4. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Realizar el estudio de impacto ambiental y sociocultural.

Con la participación de los miembros de la Asociación Mushuj Ayllu en 3 talleres se pudo aplicar la matriz de Lázaro Lagos que identifica de los efectos de una manera acertada, basadas en los factores físicos, biológicos, y socioeconómicos involucrados.

Método fácil, rápido y sencillo que permitió generar información precisa para establecer acciones, y se valoraron los componentes físicos y naturales, actividades a realizar sus impactos y criterios de evaluación que luego se pudo cuantificar los impactos positivos y los impactos negativos generados por el proyecto.

En base a este estudio de impacto ambiental se establecieron medidas de mitigación, prevención y compensación, para los impactos ambientales negativos que generaría este Proyecto.

5. Para el cumplimiento del quinto objetivo: Elaborar el estudio administrativo y legal,

Para realizar el estudio administrativo legal fue necesario analizar información secundaria como la Constitución Política de la República del Ecuador, La Ley de Turismo y el Manual para la Legalización de Centros Turísticos Comunitarios, para determinar las leyes que rigen para el desarrollo de este tipo de actividades.

Se estableció áreas dentro del proyecto, así como el talento humano responsables en cada una de ellas, remuneraciones, entre otros aspectos.

Se realizó el organigrama estructural y funcional del proyecto, considerando la naturaleza del proyecto.

6. Para el cumplimiento del sexto objetivo: Determinación del análisis y evaluación financiera del proyecto.

Este análisis se realizó aplicando la “Guía Metodológica para la Formulación y Evaluación de Proyectos Productivos relacionados con el Ecoturismo” propuesta por Muñoz E. 2006.

A través del análisis financiero se definió los beneficios y costos estimados del proyecto, los mismos que fueron un punto de partida para saber si es recomendable su implementación y posterior operación. Se analizó:

- ✓ Las inversiones.
- ✓ Fuentes y usos
- ✓ Estructura de costos
- ✓ Estructura de ingresos.

- ✓ Estado proforma de resultados.
- ✓ Balance General.
- ✓ Flujo de Caja.
- ✓ Punto de Equilibrio.

a. Se realizó la evaluación financiera del proyecto, la misma que permitió conocer la rentabilidad del proyecto. Se determinó:

1) Flujo de Caja Actualizado.

El factor de actualización fue determinado en base a la siguiente fórmula:

$$\mathbf{Factor\ de\ Act} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

2) Valor Actual Neto.

Se determinó en función de los valores establecidos del flujo de caja y la correspondiente tasa de interés del préstamo de inversión.

3) Relación Beneficio-Costo.

Se determinó en función de la siguiente fórmula:

$$\mathbf{RCB} = \frac{\sum \text{Flujo de caja(Años del proyecto)}}{\sum \text{Flujo de caja(Periodo de inversión)}}$$

4) Tasa Interna de Retorno.

Se determinó que la Tasa Interna de Retorno. Conocido como TIR.

V. RESULTADOS.

A. **DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LA ASOCIACIÓN MUSHUJ AYLLU.**

1. Ubicación Geográfica.

Está localizado en las siguientes coordenadas:

- d. **Altitud:** 3384 m.s.n.m
- e. **Longitud:** 752470 UTM.
- f. **Latitud:** 9788854 UTM

2. Límites

El Sector Mushuj Ayllu limita al norte por la Comunidad Cruz Pungo, al sur por la Comunidad Rosa Inés, al este por la Comunidad Sablog Chico y al Oeste por la Comunidad de Santa Martha.

3. Hidrografía.

El sistema hídrico está conformado por el río Columbe el mismo que se originan en las partes altas de los páramos Sasapud y Llinllín y la unión del río Gaushi.

Además en el lugar existen varias vertientes en el sector Mushuj Ayllu.

4. Orografía.

Mushuj Ayllu se caracteriza por poseer suelos fértiles, de gran abundancia de limo que son utilizados para la producción agrícola. Estos terrenos están distribuidos en pequeños valles, laderas y montañas.

5. Condiciones ambientales del lugar.

a. **Clima.**

Caracterizado por ser de tipo Ecuatorial Frio Seco de Alta Montaña EFSAMñ. (INFOPLAN. 2008). La temperatura promedio es de 13.7 °C, sin mayores variaciones. Con humedad relativa de 96.8% y precipitaciones de 650 mm/año promedio.

b. **Paisaje Natural.**

En los últimos años el incremento de la actividad agropecuaria ha generado cambios en el paisaje natural, por lo que la capa vegetal natural esta remplazada por especies de cultivos agrícolas y pastos.

Pero el trabajo que realizan los pobladores es mediante prácticas ancestrales naturales en el desarrollo de las actividades agrícolas, ha generado un pensamiento de conservación de los recursos naturales.

c. **Flora**

La flora está constituida básicamente por especies herbáceas destacándose entre estas:

Cuadro N° 01: Flora representativa – Mushuj Ayllu.

| FAMILIA | NOMBRE COMÚN | NOMBRE CIENTÍFICO |
|--------------|---------------|----------------------------------|
| APIACEAE | Eneldo | <i>Anethumgraveolens</i> |
| ASTERACEAE | Marco | <i>Franseiraartemisioides</i> |
| ASTERACEAE | Chilca | <i>Baccharislatifolia</i> |
| ASTERACEAE | Cardán | <i>Conizacardaminifoliakunth</i> |
| ASTERACEAE | Desconocido | <i>Kingianthuspaniculatus</i> |
| ASTERACEAE | Ñachac | <i>GeneroVidens</i> |
| BUDDLEJACEAE | Quishuar | <i>Buddlejaincana</i> |
| CACTACEAE | Espino Blanco | <i>Monvilleasp</i> |

| FAMILIA | NOMBRE COMÚN | NOMBRE CIENTÍFICO |
|----------------|---------------------------|--------------------------------|
| CAESALPINACEAE | Llinllín | <i>Cassiacanescens</i> |
| COMPOSITAE | Lengua de vaca | <i>Rumexcrispus</i> |
| COMPOSITAE | Taraxaco o diente de león | <i>Taraxacumofficinalis</i> |
| COMPOSOTAE | Manzanilla | <i>Matricariachamomilla</i> |
| CRUCIFERACEAE | Chinche | <i>Lepidiumbipinatifidium</i> |
| EQUISETÁCEAE | Cola de caballo | <i>Equisetumarvense</i> |
| EUPHORBIÁCEAE | Lechero | <i>Sebastianabrasilensis</i> |
| GRAMINACEAE | Alpistillo | <i>Phalarisminor</i> |
| LABIADAS | Toronjil | <i>Melissaofficinalis</i> |
| LABIADAS | Menta | <i>Menthapiperita</i> |
| LAMIACEAE | Orégano | <i>Origanumvulgare</i> |
| LEGUMINOSA | Lupina amargo | <i>Lupinusangustifolius</i> |
| MALVACEAE | Malvavisco | <i>Malvastrumperuvianum</i> |
| MIRTACEAE | Eucalipto | <i>Eucalyptusglobules</i> |
| PAPILIONÁCEAE | Alfalfa | <i>Medicago sativa</i> |
| PAPILIONÁCEAE | Trébol | <i>Trifolium pretense</i> |
| PINACEAE | Pino | <i>Pinus radiate</i> |
| PIPERACEAE | Patakun yuyu | <i>Peperomia peltigera</i> |
| POACEAE | Paja | <i>Stipa ichu</i> |
| POACEAE | Sigze | <i>Cortadeira jubata</i> |
| POACEAE | Kikuyo | <i>Pennisetum clandestinum</i> |
| PLANTAGINACEAE | Llantén | <i>Plantago major</i> |
| RANUNCULACEAE | Hierba bélica | <i>Ranunculos acris</i> |
| ROSÁCEAE | Polilepis | <i>Polylepis pepel</i> |
| ROSÁCEAE | Yagual | <i>Polylepis racemosa</i> |
| ROSÁCEAE | Capulí | <i>Brunus serotina</i> |
| SOLANACEAE | Uvilla | <i>Physalis peruviana</i> |
| SIMARUBÁCEAS | Cedrón | <i>Lippia citriodora</i> |
| TILIACEAE | Tilo | <i>Tiliaplatyphyllus</i> |

| | | |
|---------------|---------------|------------------------------|
| URTICACEAE | Ortiga negra | <i>Urticaurens</i> |
| URTICACEAE | Ortiga blanca | <i>Urticadioica</i> |
| VERBENACEAE | Verbena | <i>Verbenalitoralis</i> |
| VALERIANACEAE | Valeriana | <i>Valeriana officinalis</i> |

Fuente: Trabajo de campo (2010).

Cuadro N° 02: Especies de pastos cultivados en el sector Mushuj Ayllu.

| N° | Familia | Nombre común | Nombre científico |
|----|---------------|-----------------|---------------------------|
| 1 | FABACEA | Alfalfa blanca | <i>Medicagosativa</i> |
| 2 | FABACEA | Alfalfa morada | <i>Medicagosp.</i> |
| 3 | POACEAE | Avena Forrajera | <i>Avena sativa</i> |
| 4 | POOIDEAE | Pasto azul | <i>Poapratensis</i> |
| 5 | POACEAE | Raigrás | <i>Loliumitalicum</i> |
| 6 | POACEAE | Raigrás jumbo | <i>LoliumMultiflorum</i> |
| 7 | PAPILIONÁCEAS | Trébol blanco | <i>TrifoliumRepens</i> |
| 8 | FABACEAE | Vicia | <i>Vicia Atropurpurea</i> |

Fuente: Trabajo de campo (2010).

d. Fauna

Cuadro N° 03: Especies de fauna representativa en Mushuj Ayllu.

| MAMÍFEROS | | | |
|-----------|--------------|------------------|-------------------------------|
| N° | Familia | Nombre común | Nombre científico |
| 1 | LEPORIDAE | Conejo silvestre | <i>Sylvilagusbrasiliensis</i> |
| 2 | MUSTELIDAE | Chucuri | <i>Mustelafrenata</i> |
| 3 | CANIDAE | Lobo de páramo | <i>Psudalopexculpeaus</i> |
| 4 | BUNYAVIRIDAE | Ratón silvestre | <i>Oryzomyssp.</i> |

Fuente: Trabajo de campo (2010).

Cuadro N° 04: Especies de aves representativas del sector Mushuj Ayllu.

| N° | | Nombre común | Nombre científico |
|----|---------------|--|----------------------------------|
| 1 | FALCONIDAE | Guarro | <i>Geranoaetusmelanoleucus</i> |
| 2 | CHARADIIDAE | Gligle | <i>Vanellusresplendens</i> |
| 3 | ACCIPITRIDAE | Gavilán | <i>Buteomagnorostris</i> |
| 4 | TURDIDAE | Mirlo o tordo Morena | <i>Turdusfuscater</i> |
| 6 | ESTRILDIDOS | Gorrión | <i>Zonotrichia capensis</i> |
| 7 | TROMBICULIDAE | Colibrí | <i>Lesbiavictoriae</i> |
| 8 | VULTURIDOS | Quilico | <i>Falco sp.</i> |
| 11 | TROMBICULIDAE | Tórtola | <i>Zenaida auriculata</i> |
| 12 | TROMBICULIDAE | Tórtola croante | <i>Columbinacruziana</i> |
| 13 | TROCHILIDAE | Colacintillo coliverde (colibrí) | <i>Lesbianuna</i> |
| 14 | TROCHILIDAE | Rayito brillante (colibrí) | <i>Aglaeactis cupripennis</i> |
| 15 | TRAUPIDOS | Tangara montana ventriescarlata o Cachaquito de Vientre Rojo | <i>Anisognathus ignivGentris</i> |
| 16 | PASSERIFORMES | Semillero menor | <i>Oryzoborusangolensis</i> |
| 17 | PASSERIFORMES | Semillero Californiano | <i>Catameniaaanalis</i> |

Fuente: Trabajo de campo (2010).

Cuadro N°05: Especies de fauna representativa del sector Mushuj Ayllu.

| REPTILES Y ANFIBIOS | | | |
|---------------------|--------------|--------------|--------------------------------|
| N° | Familia | Nombre común | Nombre científico |
| 1 | LACERDITAE | Lagartija | <i>Phinacosaurus williansi</i> |
| 2 | CHARADRIIDAE | Sapo | <i>Eleuthradactylus</i> |

Fuente: Trabajo de campo (2010).

Cuadro N° 06: Especies de Insectos del Sector Mushuj Ayllu.

| INSECTOS | | | |
|----------|---------------|----------------------|----------------------------------|
| N° | FAMILIA | Nombre común | Nombre científico |
| 1 | Himenópteros | Abeja | <i>Apismellífera</i> |
| 2 | Libelulidos | libélula verdosa | <i>Somatochlorametallica</i> |
| 3 | Libelulidos | Libélula verdosa | <i>Lestesviridis</i> |
| 4 | Pieridae | Mariposa blanca | <i>Pierisbrassicae</i> |
| 5 | Pieridae | Mariposa amarilla | <i>Catasticta corcyra</i> |
| 6 | Pieridae | Mariposa negriblanca | <i>Lomaspilis marginata</i> |
| 7 | Coccinellidae | Mariquita | <i>Coccinella septempunctata</i> |
| 8 | Ninfálidos | Ortigaera | <i>Aglaisurticae</i> |
| 9 | Romaleidae | Saltamontes verde | <i>Tettigonia viridissima</i> |
| 10 | Romaleidae | Saltamontes gris | <i>Briodermatuberculata</i> |

Fuente: Trabajo de campo (2010).

6. Servicios Básicos.

a. Agua Potable y entubada.

Tienen agua entubada desde el año de 1990, mediante mingas comunitarias que se consolidó en ese tiempo y el apoyo de diferentes instituciones, este líquido vital es conducido desde el páramo en el cual existen tanques para purificar (cloro), y cada uno de los pobladores tiene este recurso en sus viviendas.

b. Energía Eléctrica.

La población cuenta con energía eléctrica desde el año 1984, la misma que mediante la organización de la población y la gestión de sus dirigentes en la empresa eléctrica pudieron lograr que este servicio sea para toda la comunidad, no existe alumbrado público.

c. Tratamiento de Desechos.

Existe este servicio por parte del Municipio de Guamote, se realizan una vez a la semana, el basurero está ubicado en la comunidad y disponible para los pobladores del sector, pero se da un problema ya que la comunidad es extensa y los habitantes están distribuidos en este territorio y para muchos se encuentra lejos este servicio de recolección de basura; buscan formas de eliminar quemando y otros casos enterrando.

d. Sitios de Abastecimiento.

La mayoría de habitantes acuden a la feria indígena de Guamote, en donde realizan la compra de los productos de primera necesidad, además venden los productos agrícolas y pecuarios.

e. Vías de Acceso.

Para llegar a Mushuj Ayllu se sigue por una vía de segundo orden con una distancia de 5 km a partir de la vía panamericana, es lastrado la misma que se encuentra en buen estado ya que la población a través de la gestión de sus dirigentes se da mantenimiento cuando se lo requiera, además por parte de la municipalidad de Guamote y Colta han apoyado en el mantenimiento de las vías de acceso.

f. Transporte.

La cooperativa de transporte Ñuca Llacta presta este servicio, todos los días de la semana con el turno la salida a las 06h00 am y el retorno a las 17h30 pm, además los días viernes, sábado y domingo un turno a las 12h30 pm desde la ciudad de Riobamba. Por otra parte utilizan el servicio de camionetas desde la parroquia de Columbe a un costo de 3,00 dólares.

El costo del pasaje desde la ciudad de Riobamba es de 60 centavos de dólar.

La carretera esta apta para transitar con camionetas, buses, jeep, entre otros.

7. Instituciones de apoyo.

Cuadro N°7: Instituciones de apoyo

| INSTITUCIÓN | ÁMBITO DE ACCIÓN |
|---|---|
| Ministerio de Educación y Cultura (Dirección Provincial de Educación) | Educación Hispana y Educación Bilingüe |
| Ministerio de Salud | Salud |
| Fundación Esquel | Capacitación acerca de Educación ambiental |
| Plan internacional | Construcción de letrinas, capacitaciones acerca de temas Ambientales, medicina Natural. |
| Consejo Nacional de Recursos Hídricos | Adjudicaciones de agua |
| Municipalidad de Guamote | Ejerce la representación del gobierno central |
| Corporación Nueva Generación | Capacitación programas productivos. |
| Fundación Manantial | Contactos para visitas por turistas extranjeros y nacionales. |
| Fundación Wingshope | Caravanas medicas |
| Fundación Heifer internacional | Capacitaciones en temas de Agroecología apoyo con equipamiento y herramientas |

Fuente: Trabajo de campo (2010).

Elaborado por: Luís Anilema.

8. Análisis General de la Población

a. Características básicas de la población

Las familias que conforman esta población son algunos miembros de la comunidad de Sablog Chico, quienes han conformado la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Mushuj Ayllu”, conformado por 22 socios, cada uno de ellos representan a un grupo familiar conformado por 5 personas en promedio.

1) Actores Sociales.

Primordialmente está representado por:

a) Directorio de la Asociación Mushuj Ayllu.

El Directorio es ejercido por el gobierno permanente de la Asociación, es el organismo que está integrado por; Presidente, Vicepresidente, Secretario de Actas, Secretario de finanzas, Coordinador, Secretaria de la mujer.

La duración de las funciones en los cargos es un periodo de 2 años, y si el caso se da pueden ser reelegidos hasta por un período de igual manera podrán ser removidos por circunstancias graves en cualquier tiempo mediante la Resolución de la Asamblea General.

b) Junta de Aguas.

No existe una junta determinada, los miembros pertenecen a la junta de agua de consumo y regadío de la comunidad.

2) Socio demografía de la población

Están agrupadas en 22 jefes de familia con un promedio de 5 personas de los cuales el 53%

son mujeres y el 47% son hombres.

Existen 110 personas aproximadamente datos adquiridos de parte de los representantes de la Asociación Mushuj Ayllu, comprendidas en los siguientes rangos de edad:

| | | |
|--------------|---|-----|
| 0 - 12 años | → | 20% |
| 12 - 18 años | → | 17% |
| 19 - 25 años | → | 16% |
| 26 - 40 años | → | 21% |
| 41 - 65 años | → | 17% |
| > 66 años | → | 9% |

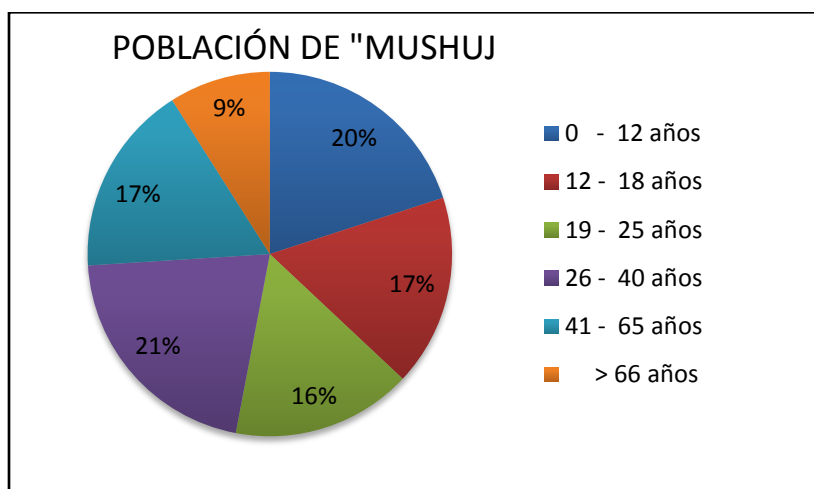


Gráfico N° 01. Distribución de la población por rango de edades
Fuente: Asamblea General Mushuj Ayllu. 2010
Elaborado por: Luis Anilema

3) Migración.

La inexistencia de empleo en las comunidades, algunos pobladores como los jóvenes han migrado en búsqueda de mejores oportunidades en las ciudades como: Riobamba, Quito, Guayaquil.

En un 6% de la población han migrado a la ciudad de Riobamba para realizar sus estudios.

4) Educación.

El 50% de la gente de la asociación posee una instrucción primaria, el 37% de la población tiene una instrucción secundaria, el 3 % de la población tiene un nivel de instrucción superior y el 10% no cuentan con ningún tipo de instrucción, por lo que son analfabetos.

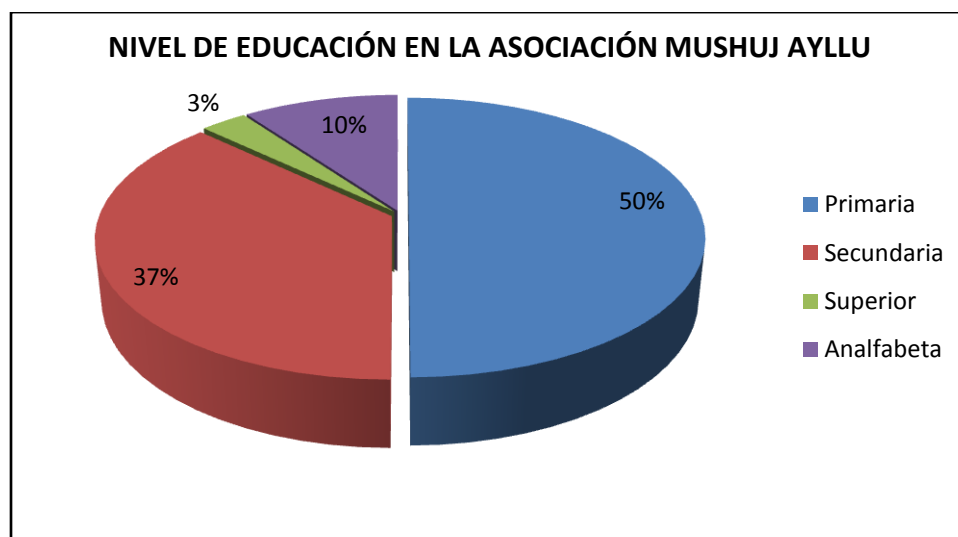


Gráfico N° 02: Nivel de educación

Fuente: Asamblea General Mushuj Ayllu. 2010

Elaborado por: Luis Anilema

b. Actividades Económicas

1) Agricultura

Es una actividad principal en el que los productos son utilizados para la alimentación diaria, es una producción de autoconsumo y el resto se lo vende para obtener ingresos económicos. Se siembra: papas, zanahoria, arveja, habas, mellocos, ocas, maíz, quinua, cebada, trigo, etc.

La preparación del terreno lo hacen a mano o con yunta, participan hombres y mujeres con la ayuda de los hijos.

Cuadro N° 8: Especies utilizadas en la alimentación

| FAMILIA | NOMBRE COMÚN | NOMBRE CIENTÍFICO |
|-----------------|--------------|-----------------------------|
| UMBELÍFERAE | Perejil | <i>Petroselinum sativum</i> |
| UMBELÍFERAE | Cilantro | <i>Xanthium spinosum</i> |
| CRUCÍFERAE | Col | <i>Brassica oleracea</i> |
| CHENOPODIACEAE. | Quinua | <i>Chenopodium Quinua</i> |
| LEGUMINOSAS | Haba | <i>Vicia Faba</i> |
| BRASSICACEAE | Falso Nabo | <i>Brassica Napus</i> |
| GRAMÍNEAS | Trigo | <i>Triticum sativum</i> |
| POACEAE | Avena | <i>Avena sativa</i> |
| BASELLACEAE | Mellico | <i>Ullucus tuberosus</i> |
| TROPAEOLACEAE | Mashua | <i>Tropaeolum tuberosum</i> |
| BRASSICACEAE | Nabo | <i>Brassica napus</i> |
| LEGUMINOSAS | Chocho | <i>Lupinus mutabilis</i> |
| GRAMINEAE | Cebada | <i>Hordeum vulgare</i> |
| GRAMINEAE | Maíz | <i>Zea mays</i> |
| UMBELIFERAE | Zanahoria | <i>Daucus carota</i> |
| LILIÁCEAE | Cebolla | <i>Allium cepa</i> |
| COMPUESTAS | Lechuga | <i>Lactuta sativa</i> |
| SOLANACEAE | Papa | <i>Solanum tuberose</i> |
| CRUCIFERACEAE | Rábano | <i>Raphanus sativus</i> |
| OXALIDACEAE | Ocas | <i>Oxalis tuberosa.</i> |
| PAPILONACEAE | Arberja | <i>Pisum sativum</i> |

Fuente: Trabajo de campo (2010).

2) Ganadería.

En esta actividad se cría: vacas y toros de carne, ovejas, chanchos, gallinas. Para la crianza de estos animales se hace utilizan corrales en su mayoría , el cuidado de estos lo hacen toda la familia.

3) Otros

Un 3% de la población económicamente activa se desempeñan como albañiles en la ciudad de Riobamba y en otras ciudades del país.

c. Participación de la población en el desarrollo turístico.

A partir del año 2007 la actividad turística se inició en un pequeño sector de la comunidad, mediante la visita a la granja agroecológica Mushuj Ayllu, la misma que posee una superficie 3 hectáreas en la cual se está cultivando productos orgánicos, sin la utilización de elementos químicos ni fertilizantes.

Esta granja tiene como objetivo principal la producción orgánica de calidad y la recuperación de especies que se cultivaban hace muchos años.

1) Granjas Agroecológicas

La granja pertenece al grupo de los miembros de la Asociación Mushuj Ayllu, en el ella se produce varias especies de papas, maíz, jícamas, ovillos, zanahoria, quinua, col, coliflor, lechuga, cebolla, amaranto; Plantas medicinales como: cedrón, manzanilla, orégano, menta, ruda; tienen ganado ovino y especies menores como: cuyes y gallinas.

Los productos son vendidos en la ciudad de Guamate los días jueves, por parte de la municipalidad ha sido designado un sitio específico en la feria para la venta de los productos orgánicos y los días sábados en el MAGAP.

En la granja también se trabaja en la recuperación de semillas de las diferentes especies de

productos de la serranía Ecuatoriana.

A demás se produce esquejes de plantas nativas como el yagual, quishuar, tilo, entre otros que son distribuidos a comunidades que las solicitan, incluso se entrega al consejo provincial de Chimborazo, los precios varían dependiendo de las especies.

La producción de cuyes es una microempresa que existe en la asociación, fue implementada con el aporte de la Fundación Winghope, en la actualidad cuenta con 400 ejemplares, y que semanalmente son vendidos los días jueves en la feria de Guamote, aproximadamente de 40 semanales.

Los miembros de la Asociación son indígenas, bilingües de habla español y Kichua. Temporada para visitar el lugar: la granja cuenta con accesibilidad adecuada se puede visitar en cualquier época del año. Servicios que presta son: alimentación con los productos de la granja netamente orgánica, guianza.


La granja es dirigida por el presidente y secretario de finanzas de la asociación y mensualmente encargados directos a dos miembros de la asociación en orden de lista, que son los principales en producir, cuidar; pero todos los sábados en las tardes se hacen las mingas con todos los socios o sus encargados de la Asociación en las actividades agrícolas y pecuarias, además se cuenta con 3 cocineras para los días que hay visitas de grupos de turistas y estudiantes de los colegios Agropecuarios.

Los ingresos por la venta de los productos orgánicos, cuyes, y esquejes para las especies de plantas son administrados y las ganancias son designadas para comprar equipo, herramientas y semillas.

9. Inventario de los atractivos naturales del sector Mushuj Ayllu.

a. Atractivo Natural N° 1: Cruz Loma

Cuadro N° 9: Cruz Loma.

| 1. DATOS GENERALES | |
|---|---------------------------------------|
| 1.1 Encuestador: Luis Anilema. | 1.2 Ficha N° : 001 |
| 1.3 Fecha: 03-05-2009 | |
| 1.4 Nombre del Atractivo: Cruz loma | |
| 1.5 Categoría: Sitio Natural | |
| 1.6 Tipo: Montañas | |
| 1.7 Subtipo: Colina | |
|  | |
| Foto N° 1: Cruz Loma | Por : Luis Anilema |
| 2. UBICACIÓN | |
| 2.1 Provincia: Chimborazo | 2.2 Ciudad y / o Cantón: Colta |
| 2.3 Parroquia : Columbe | 2.4 Comunidad: San Isidro |
| 2.5 Latitud: 9789826 UTM | 2.6 Longitud: 753584 UTM |
| 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO | |
| 3.1 Nombre del poblado: Columbe Colta | 3.2 Distancia: 3 km 22km. |
| 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO | |
| 4.1 Altitud: 3171m.s.n.m. | |
| 4.2 Temperatura: °14 C -22 °C | |
| 4.3 Precipitación Pluviométrica: 640mm/ año | |
| 4.4 Ubicación del Atractivo | |
| Desde la panamericana sur en el ingreso a la parroquia de Columbe la accesibilidad es | |

buena ya que existen vías de primer y segundo orden, que se encuentra en el sector de la Comunidad Tanquis, a partir del desvío la distancia es de 3 km para llegar a este sitio natural el mismo que se encuentra junto a la carretera y al río Columbe.

Para llegar al lugar donde se encuentra la cruz se debe seguir un sendero que tiene una distancia de 760 m a pie hasta llegar a la cima y para visitar las cuevas existe otro sendero de 450 m de distancia.

4.5 Descripción del atractivo.

El cerro Cruz Loma se encuentra junto al río Columbe, junto a este atractivo existe pocos sembríos de chochos y cebada.

Las personas mayores cuentan que en este sitio se instaló a vivir la abuela conocida hoy como el volcán Sangay, lugar en donde salía una sustancia a manera de querosín y las personas lo adquirirían para sus mecheros en ese entonces, también en la parte baja de este cerro vivían toros bravos. Con el paso de los años los pobladores de la parroquia y el cura al conocer estos rumores y los temblores que se daban en esos días hicieron una misa para que el cerro no se forme el volcán y finalmente pusieron una cruz en ese lugar bendiciéndolo; por aquello se lo conoce como Cruz Loma.

En la parte baja de cerro se puede apreciar dos cuevas en donde habitan aves.

El suelo del cerro en parte esta compuesta de roca volcánica de un color rojizo

A simple vista se aprecia las siguientes especies:

Árboles de pino (*Pinus radiata*), eucalipto (*Eucalyptus globulus*).

Especies nativas: chupallas, paja (*Stipa ichu*), diente de león (*Taraxacum officinalis*) ñachac (*Genero Videns*), chilca (*Baccharis latifolia*).

Se puede apreciar aves como, tórtolas orejadas (*Zenaida auriculata*), el gorrión (*Passer domesticus*), semilleros menor (*Catamenia analis*), mirlos grande (*Turdus fuscater*), tangaras montana ventriescarlata (*Anisognathus igniventris*), gavilanes (*Buteo magnorostris*)

4.6 Permisos y restricciones

No existe ninguna restricción para visitar el lugar.

Se recomienda en invierno utilizar ropa abrigada, poncho de aguas, botas de caucho, y en caso de que el día sea de mucho sol, utilizar protector solar.

4.7 Usos

4.7.1 Usos Actuales

Se realizan visitas por parte de las escuelas de la parroquia Columbe.

4.7.2 Usos Potenciales.

- Escalada deportiva.
- Se puede hacer visitas y conocer la historia que tiene esta montaña.
- Observación de aves y flora
- Los turistas podrían fotografiar la belleza del paisaje natural
- Visitar las cuevas.
- Camping.

4.7.3 Necesidades turísticas

- Mejorar los senderos existentes.
- Realizar programas de educación e interpretación ambiental.
- Se requiere planificar un curso de guías nativos.
- Diseñar e implementar letreros informativos.
- Determinar la parada final luego del recorrido


| | | | | |
|---|---|-------------------|--------------------|------|
| 4.8 Impactos | | | | |
| 4.8.1 Impactos positivos | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Afluencia de turistas nacionales y extranjeros. - Generación de fuentes de empleo. - Desarrollo comercial de la zona. | | | | |
| 4.8.2 Impactos negativos | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Erosión y compactación del suelo. - Contaminación por la presencia de basura. - Perturbación de las aves. | | | | |
| 4.8.3 Mitigación de impactos | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Realizar un estudio de capacidad de carga. - Planificar un plan de recolección y reciclaje de basura. - Establecer normas de comportamiento para los turistas. - Entregar fundas a los turistas para la basura y luego dejar en un basurero. | | | | |
| 5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO | | | | |
| 5.1 Estado: Conservado | | | | |
| 5.2 Causas: | | | | |
| La visita a este sitio natural es poco frecuente, no se aprecia basura, las especies de pastoreo no se encuentran en el lugar. | | | | |
| 6. ENTORNO | | | | |
| 6.1 Entorno: Semi- intervenido | | | | |
| 6.2 Causas: En el sitio y a su alrededor existen plantación de árboles como los eucaliptos. | | | | |
| 7. INFRAESTRUCTURA VIALY ACCESO | | | | |
| 7.1 Tipo : Terrestre | 7.2 Subtipo: Sendero | | | |
| 7.3 Estado de vías: Bueno | 7.4 Transporte: Se accede al atractivo a pie | | | |
| 7.5 Frecuencia: Todos los días. | 7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año. | | | |
| 7.7 Observaciones: Este atractivo se encuentra en una parte del límite conel cantón Colta. | | | | |
| 8. FACILIDADES TURÍSTICAS | | | | |
| Guianza por un guía nativo, también cuenta con el servicio de alimentación en la Granja Agroturística Mushuj Ayllu | | | | |
| 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA | | | | |
| 9.1 Agua: No existe | | | | |
| 9.2 Energía Eléctrica: No existe | | | | |
| 9.3 Alcantarillado: No existe | | | | |
| 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS | | | | |
| 10.1 Nombre del atractivo: Casha Pogyu | 10.2 Distancia: 1 km | | | |
| 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO | | | | |
| 1.1.1 Difusión : Local | | | | |
| 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | |
| | VARIABLES | PARÁMETROS | INDICADORES | |
| | a) Características de la montaña | | | |
| | | Abundancia | Bueno | 1.44 |

| | | | |
|---|-------------------------|--------------------|--------------|
| Fauna :Aves | Rareza | Malo | 2.40 |
| | Espectacularidad | Bueno | 1.93 |
| | | | |
| | Colorido | Bueno | 1.92 |
| Flora | Aroma | Bueno | 0.96 |
| | Espectacularidad | Bueno | 2.92 |
| | | | |
| Paisaje | Espectacularidad | Bueno | 8.75 |
| | Naturalidad | Bueno | 3.93 |
| | Armonía | Bueno | 2.80 |
| | | | |
| | Subtotal | | 27.05 |
| b)Estado de conservación | | Conservado | 18.75 |
| c) Estado del Entorno | | Semi intervenido | 13.3 |
| d)Potencialidad Turística | | Varias actividades | 20 |
| | TOTAL | | 79.10 |
| 13 JERARQUIZACIÓN | | | |
| Jerarquía II | | | |
| Este atractivo alcanzó un puntaje de 79.10 por lo tanto es un atractivo que posee rasgos 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 actuales. | | | |

Fuente: Trabajo de campo

b. Atractivo N° 2: Casha Pogyu.

Cuadro N° 10: Casha Pugyu

| | |
|--|---|
| 1. DATOS GENERALES | |
| 1.1 Encuestador: Luis Anilema | 1.2 Ficha N° : 002 |
| 1.3 Fecha: 03-05-2009 | |
| 1.4 Nombre del Atractivo: Casha Pugyu | |
| 1.5 Categoría: Sitio Natural | |
| 1.6 Tipo: Ríos | |
| 1.7 Subtipo: Manantial o fuente | |
|  | |
| Foto N.- 2 : Casha Pugyu | Por: Luís Anilema |
| 2. UBICACIÓN | |
| 2.1 Provincia: Chimborazo | 2.2 Ciudad y / o Cantón: Guamote |
| 2.3 Parroquia : Matriz | 2.4 Comunidad: Sablog Chico |
| 2.5 Latitud: 9789832 UTM | 2.6 Longitud: 752408 UTM |
| 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO | |
| 3.1 Nombre del poblado: Guamote Colta | 3.2 Distancia: 15km 28km |
| 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO | |
| 4.1 Altitud: 3268 m.s.n.m | |
| 4.2 Temperatura: 12-17°C – °C | |
| 4.3 Precipitación Pluviométrica: 650 mm/ año | |
| 4.4 Ubicación del Atractivo | |
| Desde la carretera de tercer orden que se dirige a la comunidad Sablog Chico se requiere realizar una caminata de 300 metros por un sendero | |
| 4.5 Descripción del atractivo. | |
| Este sitio se encuentra en medio de dos paredes de tierra (quebrada) formada por causa de la erosión y la afluencia de agua, cuando se dan fuertes precipitaciones durante todos estos años. Aquí se puede apreciar la afluencia de agua desde la tierra en una forma cristalina. Este sitio natural fue y es de gran importancia para los pobladores porque hace años atrás | |

| |
|---|
| <p>cuando no tenían el agua entubada en sus casas, este puyú les dotaba de este líquido vital durante ese tiempo, pero incluso en estos días algunas personas que viven junto a esta fuente recurren para llevar el agua en barriles y pomas, manifiestan que el sabor de las comidas son más deliciosas que cuando las preparan con el agua que tiene en sus casas.</p> |
| <p>4.6 Permisos y restricciones</p> <p>El acceso al sitio natural no tiene restricción ya que es de uso público y existe un sendero que pasa por el sitio. Es necesario requerir la guía de las personas del lugar. Se recomienda llevar especialmente en invierno poncho de aguas, botas de caucho, ropa abrigada, protector solar en verano.</p> |
| <p>4.7 Usos</p> |
| <p>4.7.1 Usos actuales</p> <p>La fuente es utilizada para consumo de las personas y también en una parte más separada del sitio es para que el ganado pueda beber este líquido.</p> |
| <p>4.7.4 Usos Potenciales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visitas por los turistas nacionales. |
| <p>4.7.5 Necesidades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar e implementar letreros informativos. - Realizar programas de educación e interpretación ambiental. - Señalización del sendero y del atractivo turístico. - Adecuar un sitio para acampar. |
| <p>4.8 Impactos</p> |
| <p>4.8.1 Impactos positivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Afluencia de turistas nacionales y extranjeros - Desarrollo comercial de la zona. - Incremento de los ingresos económicos. |
| <p>4.8.2 Impactos negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erosión y compactación del suelo. - Contaminación del agua. - Contaminación por la presencia de basura. - Deforestación (eucalipto, pino). |
| <p>4.8.3 Mitigación de impactos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entregar a los turistas fundas para la basura. - Realizar un estudio de capacidad de carga. - Planificar un plan de recolección. - Establecer normas de comportamiento para los turistas antes, durante y después de visitar el atractivo turístico. - Implementar acciones de forestación y reforestación con especies nativas. |
| <p>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p> |
| <p>5.1 Estado: En proceso de recuperación</p> |
| <p>5.2 Causas: Alrededor de la fuente se están derrumbando por la deforestación, por las fuertes lluvias.</p> |
| <p>6. ENTORNO</p> |
| <p>6.1 Entorno: semi-intervenido</p> |
| <p>6.2 Causas: Junto a este sitio se utilizan los terrenos para cultivar.</p> |
| <p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p> |

| | | | |
|---|-------------------------|--|--------------|
| 7.1 Tipo : Terrestre | | 7.2 Subtipo: Sendero | |
| 7.3 Estado de vías: Bueno | | 7.4 Transporte: Se accede al atractivo turístico a pie. | |
| 7.5 Frecuencia: Todos los días. | | 7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año. | |
| 7.7 Observaciones: Ninguna | | | |
| 8. FACILIDADES TURÍSTICAS | | | |
| Guianza y alimentación en la granja Agroturística Mushuj Ayllu. | | | |
| 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA | | | |
| 9.1 Agua: si | | | |
| 9.2 Energía Eléctrica: No existe | | | |
| 9.3 Alcantarillado: No existe | | | |
| 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS | | | |
| 10.1 Nombre del atractivo: Granja Agroturística Mushuj Ayllu | | 10.2 Distancia: 1.5 km | |
| 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO | | | |
| 1.1.1 Difusión : Local | | | |
| 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO | | | |
| VARIABLES | PARÁMETROS | INDICADORES | VALOR |
| a) Características | | | |
| | Color | Excelente | 1.18 |
| Calidad del agua | Olor | Excelente | 2.91 |
| | Transparencia | Excelente | 2.91 |
| | | | |
| | Abundancia | Bueno | 1.44 |
| Fauna Aves | Rareza | Bueno | 2.40 |
| | Espectacularidad | Bueno | 1.93 |
| | | | |
| | Usos | Bueno | 1.92 |
| Flora | Aroma | Bueno | 0.96 |
| | Espectacularidad | Bueno | 2.89 |
| | | | |
| Paisaje | Espectacularidad | Bueno | 5.78 |
| | Naturalidad | Bueno | 3.93 |
| | Armonía | Bueno | 1.85 |
| | | | |
| | Subtotal | | 30.1 |
| b) Estado de conservación | | En proceso de recuperación | 18.75 |
| c) Estado del Entorno | | Semi-Intervenido | 6.66 |
| d) Potencialidad Turística | | Limitadas actividades | 10 |
| | TOTAL | | 65.51 |

13 JERARQUIZACIÓN


Jerarquía I. Este atractivo alcanzó un puntaje de 65.51 por lo tanto es un atractivo que posee rasgos 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 actuales.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Luis Anilema.

c. **Atractivo N° 3: Mirador Curi Gallo**

Cuadro N° 11: Mirador Curi Gallo

| 1. DATOS GENERALES | |
|--|---|
| 1.1 Encuestador: Equipo Técnico | 1.2 Ficha N° : 003 |
| 1.3 Fecha: 13-05-2009 | |
| 1.4 Nombre del Atractivo: Mirador Curi Gallo | |
| 1.5 Categoría: Sitio Natural | |
| 1.6 Tipo: Montaña | |
| 1.7 Subtipo: Colina | |
|  | |
| Foto N.-3 : Mirador Curi Gallo | Por : Luis Anilema |
| 2. UBICACIÓN | |
| 2.1 Provincia: Chimborazo | 2.2 Ciudad y / o Cantón: Guamote |
| 2.3 Parroquia : Matriz | 2.4 Comunidad: Sablog Chico |
| 2.5 Latitud: 9789822 UTM | 2.6 Longitud: 752885 UTM |
| 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO | |
| 3.1 Nombre del poblado: Guamote Colta | 3.2 Distancia: 17km 28km |
| 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO | |
| 4.1 Altitud: 3370 m.s.n.m. | |
| 4.2 Temperatura: 12°C – 16°C | |
| 4.3 Precipitación Pluviométrica: 650mm/año | |
| 4.4 Ubicación del Atractivo | |
| A partir de la granja la distancia del sendero es 350m para llegar el mirador solo se puede llegar caminando. | |
| 4.5 Descripción del atractivo. | |
| Es una colina de la cual se puede apreciar a los volcanes como son Chimborazo, Tungurahua, Altar y la parte alta de Cruz Loma. | |

| | |
|--|---|
| Y también se puede apreciar el camino del inca, en una parte al frente del mirador, alrededor hay cultivos de cebada y maíz. | |
| 4.6 Permisos y restricciones | |
| Está cerca a la Granja Agroturística y para el acceder a este sitio se sigue un sendero que en los lados están especies de yagual los mismos que forman a manera de un túnel hasta llegar al mirador. | |
| 4.7 Usos | |
| 4.7.1 Usos actuales | |
| Cuando existe cosechas en esta parte realizan lo que se conoce como la trilla. Miran cuando asa el tren en la parte baja. | |
| 4.7.6 Usos Potenciales | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Alquilar a los turistas binoculares para que tengan una mejor apreciación de los volcanes - Los turistas podrían fotografiar la belleza del paisaje natural y las aves. -Se puede practicar parapente. | |
| 4.7.7 Necesidades turísticas | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Realizar programas de educación e interpretación ambiental. - Diseñar e implementar letreros informativos. - Señalización del sendero y del atractivo turístico. - Diseñar un paradero en el mirador | |
| 4.8 Impactos | |
| 4.8.1 Impactos positivos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Afluencia de turistas nacionales y extranjeros. - Generación de fuentes de empleo. - Desarrollo comercial de la zona. - Reducción de la migración de la población local. - Incremento de los ingresos económicos. | |
| 4.8.2 Impactos negativos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Contaminación por basura. - Casería ilegal de aves. - Deterioro del suelo por inicio de procesos erosivos y compactación. | |
| 4.8.3 Mitigación de impactos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Realizar un monitoreo ambiental del estado de conservación de las aves de la zona. - Establecer normas de comportamiento para los turistas antes y después de visitar el atractivo turístico. - Elaborar un plan de recolección y reciclaje de basura. - Realizar un estudio de capacidad de carga. | |
| 5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO | |
| 5.1 Estado: En proceso de recuperación | |
| 5.2 Causas: Anteriormente existía una plantación de pino en ese lugar que afecto al suelo de ese sector. | |
| 6. ENTORNO | |
| 6.1 Entorno: Intervenido | |
| 6.2 Causas: Debido a que existe cultivos a su entorno como la quinua, habas. | |
| 7. INFRAESTRUCTURA VIALY ACCESO | |
| 7.1 Tipo : Terrestre | 7.2 Subtipo: Sendero |
| 7.3 Estado de vías: Bueno | 7.4 Transporte: Se accede al atractivo |

| | turístico a pie | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|-------------------------------|--------------|-----------|------------|-------------|-------|---------------------------------|--|--|--|--|-------------------|-------|------|-------------|---------------|-------|------|--|-------------------------|-------|------|--|--|--|--|--|-----------------|-------|------|-------|--------------|-------|------|--|-------------------------|-------|------|--|--|--|--|---------|-------------------------|-----------|------|--|--------------------|-------|------|--|----------------|-----------|------|--|--|--|--|--|-----------------|--|-------|---------------------------|--|----------------------------|-------|-----------------------|--|-------------|------|----------------------------|--|-------------------------------|----|--|--------------|--|--------------|
| 7.5 Frecuencia: Todos los días. | 7.6 Temporalidad de acceso: de preferencia en la estación de invierno. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.7 Observaciones: Ninguna | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. FACILIDADES TURÍSTICAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Servicio de información turística, alimentación y guía. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1 Agua: No existe (agua potable) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.2 Energía Eléctrica: No existe | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.3 Alcantarillado: No existe | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.1 Nombre del atractivo: Granja Agroecológica | 10.2 Distancia: Ninguno | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1.1 Difusión : Local | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>VARIABLES</th> <th>PARÁMETROS</th> <th>INDICADORES</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a) Características de la colina</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Abundancia</td> <td>Bueno</td> <td>1.44</td> </tr> <tr> <td>Fauna: Aves</td> <td>Rareza</td> <td>Bueno</td> <td>2.40</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Espectacularidad</td> <td>Bueno</td> <td>1.93</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Colorido</td> <td>Bueno</td> <td>1.92</td> </tr> <tr> <td>Flora</td> <td>Aroma</td> <td>Bueno</td> <td>0.96</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Espectacularidad</td> <td>Bueno</td> <td>2.89</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Paisaje</td> <td>Espectacularidad</td> <td>Excelente</td> <td>8.75</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Naturalidad</td> <td>Bueno</td> <td>3.93</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Armonía</td> <td>Excelente</td> <td>2.80</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Subtotal</td> <td></td> <td>27.02</td> </tr> <tr> <td>b) Estado de conservación</td> <td></td> <td>En proceso de recuperación</td> <td>18.75</td> </tr> <tr> <td>c) Estado del Entorno</td> <td></td> <td>Intervenido</td> <td>6.66</td> </tr> <tr> <td>d) Potencialidad Turística</td> <td></td> <td>Varias actividades turísticas</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td></td> <td>TOTAL</td> <td></td> <td>72,43</td> </tr> </tbody> </table> | | | | VARIABLES | PARÁMETROS | INDICADORES | VALOR | a) Características de la colina | | | | | Abundancia | Bueno | 1.44 | Fauna: Aves | Rareza | Bueno | 2.40 | | Espectacularidad | Bueno | 1.93 | | | | | | Colorido | Bueno | 1.92 | Flora | Aroma | Bueno | 0.96 | | Espectacularidad | Bueno | 2.89 | | | | | Paisaje | Espectacularidad | Excelente | 8.75 | | Naturalidad | Bueno | 3.93 | | Armonía | Excelente | 2.80 | | | | | | Subtotal | | 27.02 | b) Estado de conservación | | En proceso de recuperación | 18.75 | c) Estado del Entorno | | Intervenido | 6.66 | d) Potencialidad Turística | | Varias actividades turísticas | 20 | | TOTAL | | 72,43 |
| VARIABLES | PARÁMETROS | INDICADORES | VALOR | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Características de la colina | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Abundancia | Bueno | 1.44 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fauna: Aves | Rareza | Bueno | 2.40 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Espectacularidad | Bueno | 1.93 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Colorido | Bueno | 1.92 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Flora | Aroma | Bueno | 0.96 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Espectacularidad | Bueno | 2.89 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Paisaje | Espectacularidad | Excelente | 8.75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Naturalidad | Bueno | 3.93 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Armonía | Excelente | 2.80 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Subtotal | | 27.02 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Estado de conservación | | En proceso de recuperación | 18.75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| c) Estado del Entorno | | Intervenido | 6.66 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| d) Potencialidad Turística | | Varias actividades turísticas | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | TOTAL | | 72,43 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 JERARQUIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jerarquía II | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Este atractivo alcanzó un puntaje de 72.43 por lo tanto es un atractivo que posee rasgos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |


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 actuales.

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Luis Anilema

d. Atractivo N° 4: Páramo de Sablog Chico

Cuadro N°12: Páramo de Sablog Chico

| | |
|--|---|
| 1. DATOS GENERALES | |
| 1.1 Encuestador: Luis Anilema | 1.2 Ficha N° : 004 |
| 1.3 Fecha: 13-05-2009 | |
| 1.4 Nombre Del Atractivo: Páramo de Sablog Chico | |
| 1.5 Categoría: Sitio Natural | |
| 1.6 Tipo: montañas | |
| 1.7 Subtipo: Altas montañas | |
|  | |
| Foto N.- 4 : Páramo de Sablog Chico | Por : Luis Anilema |
| 2. UBICACIÓN | |
| 2.1 Provincia: Chimborazo | 2.2 Ciudad y / o Cantón: Guamote |
| 2.3 Parroquia : Matriz | 2.4 Comunidad: Sablog Chico |
| 2.5 Latitud: 9788628 UTM | 2.6 Longitud: 746882 UTM |
| 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO | |
| 3.1 Nombre del poblado: Guamote Colta | 3.2 Distancia: 16km 20km |
| 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO | |
| 4.1 Altitud: 3710 m.s.n.m. | |
| 4.2 Temperatura: 8°C – 14°C | |
| 4.3 Precipitación Pluviométrica: 800mm/año | |
| 4.4 Ubicación del Atractivo | |
| Se encuentra en los terrenos de la parte alta de la comunidad. | |
| 4.5 Descripción del atractivo. | |
| Ecosistema que casi está cubierta en su totalidad por paja (<i>Stipa ichu</i>), grandes extensiones cubiertas a manera de telas de color café y verde, en la cual viven conejos, insectos aves, ratones y entre otros. Se puede apreciar riachuelos de agua que buscan por donde | |

| | |
|--|--|
| direccionarse para descender del páramo a las partes bajas | |
| 4.6 Permisos y restricciones | |
| No requiere de permiso ya que existe una carretera de tercer orden que llega hasta el punto de paramo. | |
| 4.7 Usos | |
| 4.7.1 Usos actuales | |
| Sirve como alimento de los animales, en las partes bajas utilizan para sembrar. Almacenamiento de agua. | |
| 4.7.8 Usos Potenciales | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Alquilar a los turistas binoculares para que tengan una mejor apreciación de las aves, puesto que si las personas se acercan demasiado a las aves éstas se alejan. - Los turistas podrían fotografiar la belleza del paisaje natural y las aves. | |
| 4.7.9 Necesidades turísticas | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Se necesita la presencia de guías nativos. - Realizar programas de educación e interpretación ambiental. - Diseñar e implementar letreros informativos. - Señalización del sendero y del atractivo turístico. | |
| 4.8 Impactos | |
| 4.8.1 Impactos positivos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Generación de fuentes de empleo. - Desarrollo comercial de la zona. - Afluencia de turistas nacionales y extranjeros. - Incremento de los ingresos económicos. - Reducción de la migración de la población local. | |
| 4.8.2 Impactos negativos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Contaminación de la chacra estacional por la presencia de basura. - Casería ilegal de aves. - Alteración de microhábitats de las aves. - Desplazamiento de las aves hacia otro sector. - Deterioro del suelo por inicio de procesos erosivos y compactación. | |
| 4.8.3 Mitigación de impactos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un plan de recolección y reciclaje de basura. - Establecer normas de comportamiento para los turistas antes y después de visitar el atractivo turístico. - Realizar un monitoreo ambiental del estado de conservación de las aves de la zona. - Realizar un estudio de capacidad de carga. | |
| 5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO | |
| 5.1 Estado: En proceso de recuperación | |
| 5.2 Causas: | |
| La frontera agrícola está avanzando | |
| 6. ENTORNO | |
| 6.1 Entorno: semi- Intervenido. | |
| 6.2 Causas: Existen pequeñas parcelas de cultivos en el páramo | |
| 7. INFRAESTRUCTURA VIALY ACCESO | |
| 7.1 Tipo : Terrestre | 7.2 Subtipo: Sendero |
| 7.3 Estado de Vías: Regular | 7.4 Transporte: Se accede al atractivo en |

| | | carro o a pie | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|---|--------------|-----------|------------|-------------|-------|------------------------------------|--|--|--|--|-------------------|-------|------|-------|---------------|------|------|--|-------------------------|------|------|--|--|--|--|--|-----------------|-------|------|-------|--------------|-------|------|--|-------------------------|-----------|------|--|--|--|--|---------|-------------------------|-----------|------|--|--------------------|-----------|------|--|----------------|-----------|------|--|--|--|--|--|-----------------|--|-------|---------------------------|--|------------|----|-----------------------|--|------------------|-------|----------------------------|--|----------------------------------|----|--|--------------|--|--------------|
| 7.5 Frecuencia: Todos los días. | | 7.6 Temporalidad de acceso: de preferencia en la época de verano | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.7 Observaciones: En invierno es complicada la visita a este atractivo. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. FACILIDADES TURÍSTICAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Servicio de información turística, guianza, alimentación en la granja agroturística | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1 Agua: No existe (agua potable) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.2 Energías Eléctrica: No existe | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.3 Alcantarillado: No existe | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.1 Nombre del atractivo: Ninguno | | 10.2 Distancia: Ninguno | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1.1 Difusión : Local | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>VARIABLES</th> <th>PARÁMETROS</th> <th>INDICADORES</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a) Características de alta montaña</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Abundancia</td> <td>Buena</td> <td>1.44</td> </tr> <tr> <td>Fauna</td> <td>Rareza</td> <td>Mala</td> <td>0.79</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Espectacularidad</td> <td>Mala</td> <td>0.64</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Colorido</td> <td>Bueno</td> <td>1.92</td> </tr> <tr> <td>Flora</td> <td>Aroma</td> <td>Bueno</td> <td>0.96</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Espectacularidad</td> <td>Excelente</td> <td>4.38</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Paisaje</td> <td>Espectacularidad</td> <td>Excelente</td> <td>8.75</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Naturalidad</td> <td>Excelente</td> <td>5.95</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Armonía</td> <td>Excelente</td> <td>2.80</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Subtotal</td> <td></td> <td>27.63</td> </tr> <tr> <td>b) Estado de conservación</td> <td></td> <td>Conservado</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>c) Estado del Entorno</td> <td></td> <td>Semi-Intervenido</td> <td>13.33</td> </tr> <tr> <td>d) Potencialidad Turística</td> <td></td> <td>Limitadas actividades turísticas</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td></td> <td>TOTAL</td> <td></td> <td>75.96</td> </tr> </tbody> </table> | | | | VARIABLES | PARÁMETROS | INDICADORES | VALOR | a) Características de alta montaña | | | | | Abundancia | Buena | 1.44 | Fauna | Rareza | Mala | 0.79 | | Espectacularidad | Mala | 0.64 | | | | | | Colorido | Bueno | 1.92 | Flora | Aroma | Bueno | 0.96 | | Espectacularidad | Excelente | 4.38 | | | | | Paisaje | Espectacularidad | Excelente | 8.75 | | Naturalidad | Excelente | 5.95 | | Armonía | Excelente | 2.80 | | | | | | Subtotal | | 27.63 | b) Estado de conservación | | Conservado | 25 | c) Estado del Entorno | | Semi-Intervenido | 13.33 | d) Potencialidad Turística | | Limitadas actividades turísticas | 10 | | TOTAL | | 75.96 |
| VARIABLES | PARÁMETROS | INDICADORES | VALOR | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Características de alta montaña | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Abundancia | Buena | 1.44 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fauna | Rareza | Mala | 0.79 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Espectacularidad | Mala | 0.64 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Colorido | Bueno | 1.92 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Flora | Aroma | Bueno | 0.96 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Espectacularidad | Excelente | 4.38 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Paisaje | Espectacularidad | Excelente | 8.75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Naturalidad | Excelente | 5.95 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Armonía | Excelente | 2.80 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Subtotal | | 27.63 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Estado de conservación | | Conservado | 25 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| c) Estado del Entorno | | Semi-Intervenido | 13.33 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| d) Potencialidad Turística | | Limitadas actividades turísticas | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | TOTAL | | 75.96 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 JERARQUIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Jerarquía II


Este atractivo alcanzó un puntaje de 75.96 por lo tanto es un atractivo que posee rasgos 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 actuales o potenciales.

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Luis Anilema.

e. Atractivo N° 5: Mira Loma.

Cuadro N°13: Mira Loma.

| | |
|---|---|
| 1. DATOS GENERALES | |
| 1.1 Encuestador: Luis Anilema | 1.2 Ficha N° : 005 |
| 1.3 Fecha: 13-05-2009 | |
| 1.4 Nombre Del Atractivo: Mira Loma. | |
| 1.5 Categoría: Sitio Natural | |
| 1.6 Tipo: montañas | |
| 1.7 Subtipo: Altas montañas | |
|  | |
| Foto N.- 5 : Mira Loma | Por : Luis Anilema |
| 2. UBICACIÓN | |
| 2.1 Provincia: Chimborazo | 2.2 Ciudad y / o Cantón: Guamote |
| 2.3 Parroquia : Matriz | 2.4 Comunidad: Sablog Chico |
| 2.5 Latitud: 9788817 UTM | 2.6 Longitud: 735680 UTM |
| 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO | |
| 3.1 Nombre del poblado: Guamote Colta | 3.2 Distancia: 14km 19km |
| 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO | |
| 4.1 Altitud: 3710 m.s.n.m. | |
| 4.2 Temperatura: 8°C – 14°C | |
| 4.3 Precipitación Pluviométrica: 800mm/año | |
| 4.4 Ubicación del Atractivo | |
| Se encuentra en los terrenos de la parte alta de la comunidad | |
| 4.5 Descripción del atractivo. | |
| Esta rodeado de especies nativas del sector, ubicado como mirador más alto de la comunidad, en años pasados en este punto fue colocado una pequeña pirámide de cemento no saben quien lo puso allí exactamente , pero con averiguaciones nos manifestaron que los militares habían puesto esa pirámide, supuestamente por ser el punto más alto para las medidas que tomaban en los años 70as | |

| | |
|--|--|
| 4.6 Permisos y restricciones | |
| No requiere de permiso ya que existe una carretera de tercer orden que llega hasta el punto de paramo y una pequeña trocha hasta llegar a este punto. | |
| 4.7 Usos | |
| 4.7.1 Usos actuales | |
| En sus alrededores son terrenos que están cultivando y es mirador para comunicarse en la parte bajo con los pobladores a través de silbidos. | |
| 4.7.10 Usos Potenciales | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Alquilar a los turistas binoculares para que tengan una mejor apreciación de las aves, puesto que si las personas se acercan demasiado a las aves éstas se alejan. - Los turistas podrían fotografiar la belleza del paisaje natural y las aves. | |
| 4.7.11 Necesidades turísticas | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Se necesita la presencia de guías nativos. - Sería conveniente realizar programas de educación e interpretación ambiental. - Diseñar e implementar letreros informativos. - Señalización del sendero y del atractivo turístico. | |
| 4.8 Impactos | |
| 4.8.1 Impactos positivos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Generación de fuentes de empleo. - Desarrollo comercial de la zona. - Afluencia de turistas nacionales y extranjeros. - Incremento de los ingresos económicos. - Reducción de la migración de la población local. | |
| 4.8.2 Impactos negativos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Contaminación por la presencia de basura. - Casería ilegal de aves. - Alteración de microhábitats de las aves. - Desplazamiento de las aves hacia otro sector. - Deterioro del suelo por inicio de procesos erosivos y compactación. | |
| 4.8.3 Mitigación de impactos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un plan de recolección y reciclaje de basura. - Establecer normas de comportamiento para los turistas antes y después de visitar el atractivo turístico. - Realizar un monitoreo ambiental del estado de conservación de las aves de la zona. - Realizar un estudio de capacidad de carga. | |
| 5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO | |
| 5.1 Estado: En proceso de recuperación | |
| 5.2 Causas: | |
| La frontera agrícola está avanzando | |
| 6. ENTORNO | |
| 6.1 Entorno: semi- Intervenido. | |
| 6.2 Causas: Existen pequeñas parcelas de cultivos en el páramo | |
| 7. INFRAESTRUCTURA VIALY ACCESO | |
| 7.1 Tipo : Terrestre | 7.2 Subtipo: Sendero |
| 7.3 Estado de Vías: Regular | 7.4 Transporte: Se accede al atractivo en carro o a pie |

| 7.5 Frecuencia: Todos los días. | | 7.6 Temporalidad de acceso: de preferencia en la época de verano | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|---|--------------|-----------|------------|-------------|-------|------------------------------------|--|--|--|--|-------------------|-------|------|-------|---------------|------|------|--|-------------------------|------|------|--|--|--|--|--|-----------------|-------|------|-------|--------------|-------|------|--|-------------------------|-----------|------|--|--|--|--|---------|-------------------------|-----------|------|--|--------------------|-----------|------|--|----------------|-----------|------|--|--|--|--|--|-----------------|--|-------|---------------------------|--|------------|----|-----------------------|--|------------------|-------|----------------------------|--|----------------------------------|----|--|--------------|--|--------------|
| 7.7 Observaciones: En invierno es complicada la visita a este atractivo. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. FACILIDADES TURÍSTICAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Servicio de información turística, guianza, alimentación en la granja agroecológica. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1 Agua: No existe (agua potable) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.2 Energía Eléctrica: No existe | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.3 Alcantarillado: No existe | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.1 Nombre del atractivo: Ninguno | | 10.2 Distancia: Ninguno | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1.1 Difusión : Local | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>VARIABLES</th> <th>PARÁMETROS</th> <th>INDICADORES</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a) Características de alta montaña</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Abundancia</td> <td>Buena</td> <td>1.44</td> </tr> <tr> <td>Fauna</td> <td>Rareza</td> <td>Mala</td> <td>0.79</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Espectacularidad</td> <td>Mala</td> <td>0.64</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Colorido</td> <td>Bueno</td> <td>1.92</td> </tr> <tr> <td>Flora</td> <td>Aroma</td> <td>Bueno</td> <td>0.96</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Espectacularidad</td> <td>Excelente</td> <td>4.38</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Paisaje</td> <td>Espectacularidad</td> <td>Excelente</td> <td>8.75</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Naturalidad</td> <td>Excelente</td> <td>5.95</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Armonía</td> <td>Excelente</td> <td>2.80</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Subtotal</td> <td></td> <td>27.63</td> </tr> <tr> <td>b) Estado de conservación</td> <td></td> <td>Conservado</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>c) Estado del Entorno</td> <td></td> <td>Semi-Intervenido</td> <td>13.33</td> </tr> <tr> <td>d) Potencialidad Turística</td> <td></td> <td>Limitadas actividades turísticas</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td></td> <td>TOTAL</td> <td></td> <td>75.96</td> </tr> </tbody> </table> | | | | VARIABLES | PARÁMETROS | INDICADORES | VALOR | a) Características de alta montaña | | | | | Abundancia | Buena | 1.44 | Fauna | Rareza | Mala | 0.79 | | Espectacularidad | Mala | 0.64 | | | | | | Colorido | Bueno | 1.92 | Flora | Aroma | Bueno | 0.96 | | Espectacularidad | Excelente | 4.38 | | | | | Paisaje | Espectacularidad | Excelente | 8.75 | | Naturalidad | Excelente | 5.95 | | Armonía | Excelente | 2.80 | | | | | | Subtotal | | 27.63 | b) Estado de conservación | | Conservado | 25 | c) Estado del Entorno | | Semi-Intervenido | 13.33 | d) Potencialidad Turística | | Limitadas actividades turísticas | 10 | | TOTAL | | 75.96 |
| VARIABLES | PARÁMETROS | INDICADORES | VALOR | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Características de alta montaña | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Abundancia | Buena | 1.44 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fauna | Rareza | Mala | 0.79 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Espectacularidad | Mala | 0.64 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Colorido | Bueno | 1.92 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Flora | Aroma | Bueno | 0.96 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Espectacularidad | Excelente | 4.38 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Paisaje | Espectacularidad | Excelente | 8.75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Naturalidad | Excelente | 5.95 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Armonía | Excelente | 2.80 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Subtotal | | 27.63 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Estado de conservación | | Conservado | 25 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| c) Estado del Entorno | | Semi-Intervenido | 13.33 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| d) Potencialidad Turística | | Limitadas actividades turísticas | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | TOTAL | | 75.96 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 JERARQUIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jerarquía II | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Este atractivo alcanzó un puntaje de 75.96 por lo tanto es un atractivo que posee rasgos 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 actuales o potenciales.

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Luis Anilema.

10. Inventario de Atractivos Culturales

a. **Lista de los Bienes del Patrimonio Cultural.**

Para el inventario del Patrimonio Cultural de la Asociación se registraron los siguientes bienes culturales que son importantes para la población:

1) **Las cosas de respeto**

a) **Caminos antiguos**

La necesidad de movilización de las personas a los sitios poblados y a otros lugares de la comunidad, obliga que se utilice un pequeño camino que en el idioma quichua se conoce como chaki ñan. Los caminos de mayor utilización en estos días son desde la comunidad hasta la parroquia de Columbe es el camino llamado chaki ñan Cruz Loma, y para llegar a Guamote se utiliza el camino que pasa por el sector de Sara pampa o por el sector de la antigua hacienda La Troya, que llegan hasta la línea del tren y a partir de allí un recorrido hasta el cantón Guamote.

c) **Casas**



Fotografía N°6: Casa típica

Por: Luis Anilema

Hasta la década de los 80 las casas eran construidas por tapial y cubiertas por paja, luego se utilizaba mas los adobes y el techo son cubiertos por paja y en algunos casos con zin

Y en la actualidad las viviendas son construidas con otros materiales como bloque, ladrillo y cubiertas de zin , eternit.

A través de la organización y gestión de la comunidad y el interés de recuperar los conocimientos adquiridos sus mayores en la construcción de las viviendas, se consiguieron una adobera, luego impartieron los conocimientos a los jóvenes. Con el acuerdo de los participantes se inició en la construcción las viviendas para las personas más necesitadas.

Se trabaja a través de mingas y presta manos para dar vida a las arquitecturas de tierra.

El proceso para la construcción se da la siguiente forma: elaboración de los adobes, levantamiento de los muros, techado (paja o sigse) y finalmente se hace el ritual que consiste en quemar los desperdicios de la construcción con la finalidad de humear la casa, posteriormente los propietarios de la casa son amarrados desde la cabeza hasta los pies y luego con una soga son elevados sujetándolos a un madero. Esta acción se efectúa para comprobar si la construcción está bien realizada y es una práctica tradicional para ahuyentar a los malos espíritus que pudiesen ocasionar males o enfermedades a los futuros habitantes de dichas construcciones; La granja agroecológica cuenta con estas construcciones , es uno de los atractivos culturales ya que la construcción es típica del sector , con paredes de adobe, el techo cubierto por paja las puertas de madera la misma que da vida al ambiente junto a toda la vegetación y producción que existe en este sitio.

c) **Colinas**

- **La colina de Tabil.**

Es una colina que en la parte alta tiene una llanura extensa.

- **Mira Loma.**

Es una colina conocida desde hace mucho tiempo atrás con este nombre, desde este sitio se puede apreciar al nevado Chimborazo, Altar, Tungurahua, Sangay. La vista es impresionante ya que se puede ver todo el paisaje a su alrededor.

2) **El saber popular diario**

a) **Gastronomía**

Los platos típicos de la zona son:

Papas con cuy, locro de cuy, arroz de cebada con leche, colada de máchica de sal y de dulce, chapo de máchica en agua de panela, locro de papas con mellocos y habas, colada de harina de (haba, trigo, lenteja, maíz, flor),

Las habas , mellocos, mashua, ocas, papas cocinadas

Sopa de quinua, caldo de gallina, colada de dulce con avena, colada morada, fanesca, morocho de dulce y morocho de sal, zapallo con dulce, tortillas de trigo, habas tostadas, tostados de maíz de sal y de dulce.

b) **Preparación de las bebidas**

- **Chicha de jora**

En el fogón se coloca una olla grande con agua, mientras esta casi llega al punto de ebullición, preparamos un batido con agua y la harina de maíz luego se mezcla por unos minutos; se debe poner la panela y cuando esta hirviendo se pone la mezcla de harina, y en unos 40 min esta lista, se deba enfriar y luego servir.

Se utiliza la harina de maíz.

- **Chicha de quinua**

En fogón se coloca una olla con agua de acuerdo a las personas que lo van beber, la harina de quinua se mezcla con poco de agua fría, se pone la panela en trozos pequeños para que se pueda diluir rápidamente, cuando comienza a hervir se añade la mezcla de haría, y dejar por unos 30 min antes de quitar del fogón, luego deja sin tapar la olla para que se enfrié.

- **Chicha de avena**

En la cocina o fogón, en una olla de agua se añade naranjilla, canela antes que llegue a hervir y luego se pone panela o azúcar, pero lo más recomendable es panela, y cuando ya llegue a hervir se pone avena, por 25 min y luego se retira de la cocina para posteriormente cernir la avena.

Preparación de las comidas ((Fotografía N° 7)

- Papas con cuy

Colocar las papas peladas en una olla con agua que está puesta en el fogón de leña, añadir sal y se lo deja hervir hasta que las papas estén bien cocinadas. Para la preparación del cuy los aliños se obtiene de forma natural moliendo el ajo, la cebolla, cilandro, el perejil y un poco de achote, estos ingredientes son machacados con una piedra hasta obtener el sumo y proceder a aliñar al cuy, posteriormente pasamos a colocar al cuy en un palo atándolo en las patas para que el asado sea muy bueno y no se vaya a caer al moverlo, el proceso de asado es en carbón donde se lo va girando lentamente y el cuy se va dorando.

Para el acompañamiento de las papas se procede a preparar una salsa, en una olla con agua se pone, cebolla paitaña, ajo, paico esto lo hacemos hervir para luego poner un poco de leche obteniendo una salsa espesa al cual lo sazonamos con sal a gusto y lo dejamos hervir. Una vez preparado se pasa a servir las papas con la salsa y el cuy.

- Locro de cuy.

En una olla con agua se coloca las papas previamente lavadas, cebolla y un poco de aliño, y sal al gusto, las papas pueden ser papa Gabriela o Esperanza por elección.

Seguidamente se pone el cuy por pedazos y lo dejamos hervir junto con los demás ingredientes hasta que las papas se cocinen bien y queda listo para servirlo.

- Arroz de cebada con leche

Primero comenzamos con la preparación de la cebada en un molino manual o en una piedra machacándolo hasta tritararlo.

Posteriormente en una olla se procede a hervir el agua y luego se pone unas dos tazas de arroz de cebada, cuando inicia a hervir la olla de agua sacamos los residuos de la cáscara de la cebada, una vez sacado esto pasamos a poner la leche basándonos en la cantidad de agua que se encuentre en la olla y por último la azúcar o la panela y queda listo para servirlo.

- Colada de máchica de sal y de dulce

En una olla se pone a hervir el agua, luego poner las papas, la cebolla, carne en este caso

puede ser de cerdo o de borrego dependiendo del gusto y un poco de sal, se bate la machica en un pequeño recipiente con agua sin dejar obteniendo una mezcla uniforme.

Una vez batido la machica se pone cuando el agua cuando comienza a hervir esperando un tiempo de 15 minutos hasta que se haga un poco espesa y queda listo para servirlo.

Puede ser acompañada con toronjil o manzanilla, finalmente se añade azúcar o dulce, leche esperamos unos minutos mas y queda listo para servirlo.

- **Chapo de máchica en agua de panela**

En una olla se pone a hervir agua aproximadamente por unos 10 minutos con cedrón o con cualquier tipo de hierba medicinal de la zona y se añade pedazo de dulce, la machica es cernida en un cedazo muy fino para luego servirlo junto con el agua.

- **Locro de papas con mellocos y habas**

En la olla de agua que esta hirviendo se pone las papas lo mellocos y las habas previamente peladas, cebolla, perejil, cilandro y un poco de apio, sal y aliños al gusto.

Se espera unos 30 min aproximadamente hasta que los productos casi se hayan disuelto, se añade una cuchara de manteca de chanco y está listo para servir con un pedazo de queso.

- **Colada de harina de haba**

Se pone a hervir agua, batir la harina de haba hasta que esté listo para añadirlo.

Seguidamente se añade las papas, la zanahoria, cebolla blanca o cebolla paiteña, sal y aliños al gusto, carne (esta carne puede ser de cualquier tipo de animal como cerdo, borrego, gallina o del cuy). El tiempo de cocción 45 minutos hasta que quede listo. El mismo procediendo se aplica en la elaboración de las diferentes coladas de harina como: harina de trigo, harina de lenteja, harina de flor o de castilla.

- **Las habas ,mellocos, mashua, ocas, papas cocinadas**

En una olla que esta hirviendo se pone juntamente las habas, los mellocos, la mashua, las ocas, y las papas

El tiempo de cocción es de unos 45 minutos dependiendo la dureza de los productos, a

estos alimentos lo podemos acompañar con ají o con una agua de sal con cebolla

- **Sopa de quinua**

Se lava la quinua, luego poner en una olla de agua que este hirviendo por unos 20 minutos, pasados los 20 minutos agregamos las papas, las cebollas, la carne de cerdo en especial porque es la que le da sabor a la sopa, se deja cocinar unos 15 min más.

- **Caldo de gallina**

Cocinar media taza de arroz, luego agregar los demás ingredientes como son: la zanahoria, arveja, papa, cebolla, y la carne de gallina criolla en pedazos en presas, sal al gusto y aliños.

En 45 minutos estará listo, en esta sopa podemos poner cebolla, cilantro, apio todo picado finamente.

- **Dulce de avena con leche.**

Cocinar una taza de avena, en el transcurso de que se va cocinando le agregamos la leche, la canela, y azúcar al gusto, el tiempo de la preparación es de unos 20 minutos y queda listo.

- **Colada morada**

El proceso de la elaboración comienza 12 horas antes de cocinarlo, se remoja la harina negra de maíz con unas cuantas naranjillas en un recipiente con agua de acuerdo a lo que se va a cocinar; El día de cocinarlo se hierva con los condimentos necesarios para darle el sabor tales como son: Canela, clavo de olor, cedrón entre otros, que son puestos en la olla junto con el agua de panela y el jugo de naranjilla; Como último paso se pone los pedazos de piña y se cocina durante 30 minutos y se debe mecer con un cucharón para que no se quemé, quedara listo para servirse con unas guaguas de pan.

- Aliñar la olla con ingredientes pequeños como la cebolla, el perejil y condimentos hechos esto procedemos a poner todo tipo de grano en la olla como son: la quinua, las habas, los mellocos, la lenteja, frejol.

Luego de este proceso pasamos a poner el zapallo y el zambo junto con el pescado seco y se deja cocinar por unos 45 minutos antes de que quede listo para servirse.

- **Zapallo con dulce**

Hervir una olla de agua seguidamente ponemos los trozos de zapallo, canela, dulce y un poco de harina de flor batida en un tiempo aproximado de 30 minutos y quedara listo para servirlo.

- **Tortillas de trigo**

Hervir una olla de agua en la cual va manteca, sal, cebolla y más ingredientes. Seguidamente se agrega una cantidad determinada de harina de trigo para mesclar con el agua y amasar, en el proceso de amasado se pone huevos, queso y luego procedemos a asar en un tiesto de barro.

- **Habas tostadas**

Lo principal para esto es tener habas secas, se pone en el tiesto de barro o de metal la movemos hasta que se vayan dorando para proceder a sacarlo.

- **Tostados de maíz de sal y de dulce.**

En una olla poner un poco de aceite dejar hervir y procedemos a poner el maíz lo movemos hasta que se dore picamos un poco de cebolla blanca y queda listo.

En caso del maíz de dulce se derrite la panela, cuando ya esta dorado el maíz en la otra olla mezclamos.

d) Cultivos actuales

En la actualidad la producción agrícola sigue siendo el mismo de hace muchos años, las

especies de mayor producción son: papas, habas, zanahoria, cebada

Estos productos están cultivados son de forma orgánica.

La prevención de plagas son combatidos a través de viales (hierbas como del sector dependiendo de la aplicación).

e) Forma de cultivo.

- La yunta de bueyes, el arado y azadón son esenciales en las actividades agrícolas de los miembros de la Asociación.

Herramientas como la “chaquitacla” y la “tola”, son mencionadas por los abuelos. La fuente de estas informaciones es a través de conversaciones con sus mayores: ellos hundían con el pie y viraban la tierra para cavar las papas había la tola (era una herramienta que terminaba en una punta hecha de madera de arrayan o capulí). Hoy en día utilizan el azadón (consta con una pala de hierro y un mango de madera), lo trajo el hacendado Alfonso Troya hace 5 décadas; Esta herramienta es complementaria a las labores que se realizan con la yunta; sirve para el destronado, el tzaumuado el deshierbe y el guachado.

-Nuevas formas de cultivo.

La asociación tiene excelente experiencia para cultivar los productos, cuidando la tierra; desde el año 2004 inicio con la idea de crear una granja agroecológica, el mismo que con el transcurso del tiempo va tomando forma. Y en estos días se está trabajando con varias especies de cultivo que se dan en la zona y recuperando a las especies que se estaban perdiendo; Los terrenos cuentan con barreras que permiten crear un ambiente tranquilo sin viento y frio; En la cual los cultivos son cuidados de manera orgánica.

-Calendario agrofestivo.

La importancia del calendario agrofestivo como herencia metodológica radica en la capacidad de promover la reflexión colectiva, de reconocer que la cotidianidad forma parte

de un todo, le otorga resignificación a lo propio; en sentido más amplio, contribuye a retomar el ejercicio soberano del territorio que ocupan, con cada elemento (los saberes, los conocimientos, los rituales) que se vuelven a recrear. El calendario agrofestivo contempla los ciclos y los ritmos de la comunidad y la naturaleza.

Cuadro N° 14: Calendario agropecuario

| MESES | ACTIVIDADES |
|--------------|---|
| Enero | Año nuevo pelada de un chanco para agradecer a Dios por la vida con toda la familia y se reparte chicha; Los cultivos de papas están en época de aporque, y son muy verdes. |
| Febrero | Los productos comienzan a cosechar los granos tiernos y son utilizados como alimento y para venta. |
| Marzo | Los reyes de carnaval: La fiesta de San Carlos todas las familias iban donde los reyes con jochas, también hacían el misay (significa el acto de compartir los alimentos de la madre tierra sobre bayetas) y luego iban a la iglesia, juego con los gallos en la plaza de Guamote. Los mayores hablaban con los jóvenes aconsejándoles sobre los problemas de la vida. |
| Abril | En este mes se recogían los granos como son habas, mellocos y choclos. A los muchachos los padres llevaban a donde su padrino para que se reconcilien; Fiesta de Pascua: Los capitanes, sargentos realizaban ayunos desde que se acabo carnaval hasta el viernes Santo, también los mayores hacían oraciones y ayunos |
| Mayo | Este mes es de mayor cosecha de los productos guardando en postas, parvas y enterando, las semillas son seleccionadas para las siembras venideras y una parte de la cosecha se utiliza para alimento; El terreno en que se hizo la cosecha debe quedar por un promedio de cuatro mese sin cultivar. En la mayoría de cosechas se cantaba el Jawai (canción que no tenia letra definida) |
| Junio | Antiguamente las familias y la comunidad iban a una parte alta a dar gracias a la pacha mama. Fiesta de San Pedro: Se realizaba una misa y luego los priostes botaban naranjas para todas las personas se tomada chicha y se hacia el misay. |
| Julio | Cruce de terrenos: Utilizaban las yuntas en un grupo de siete a ocho yuntas por el día de trabajo posterior a esto se sembraba trigo y cebada y en otras partes de la parcela abonaban con estiércol de borrego. |
| Agosto | Se hacen las primeras siembras de papas, habas, mellocos y ocas. Los pobladores se basan en las siguientes señales: nubes negras un buen año, nubes blancas poca lluvia y granizada. Los curiquingues cuando vuelan en pares es un buen año y cuando vuelan solitarias es un mal año. Si las golondrinas vuelan en grupos hacia el norte es un buen año y si vuelan al sur es un mal año. Y si las estrellas de la madrugada brillan intensamente es un buen año. |
| Septiembre | Se realizan las siembras de todos los productos; Fiestas de San Miguel, se da el 29 de septiembre en Tixán con la corrida de toros acompañadas de bandas de pueblo y castillos. |
| Octubre | Deshierbe: Aquí se saca las malas hierbas las mismas que son enteradas luego asían saltar a borregos tiernos o cualquier animal tierno |
| Noviembre | En noviembre para que no afecte las heladas a los cultivos: hacían chamizas desde el 15 hasta el 30 de diciembre; Se Hacia la misa del niño con los priostes luego comían mote, chanco y diferentes cucayos. |

| | |
|-----------|---|
| Diciembre | Se hace una limpieza de toda la casa y luego van a la comunidad para hacer los preparativos de la quema del año viejo |
|-----------|---|

Fuente: Talleres participativos

Elaborado por Luis Anilema

f) Vestimenta tradicional

Antiguamente los pobladores de la comunidad utilizaban las siguientes vestimentas:



Fotografía N° 8: Vestimenta actual hombre.

Por: Luis Anilema.

Hombres: pantalones de poliéster sobre el mismo utilizaban los zamarros, con camisa de color blanco, saco de lana de borrego, sombrero de paño, bufanda, poncho tejido con lana de borrego por lo común de color rojo.

En la actualidad utilizan pantalones de algodón, poliéster, incluso jeans; utilizan camisas o camisetas, chompas o buzos, ponchos delgados de color rojo y otros, sombrero de paño, gorra, zapatos de cuero, zapatillas, botas de caucho.



Fotografía N° 9: Vestimenta actual mujer

Por: Luis Anilema

Mujeres: Antiguamente las mujeres vestían con: anaco y changallí, éste era amañera de un delantal para proteger el anaco y no permitir que se ensucie por los trabajos que realizaban y bayeta de lana de borrego de color gris y para sujetarlo un tupo que era de palo o metal grandes, chumbi o fajas de diversos colores, y el sombrero blanco de lana de borrego con un pequeño cintillo, quipi para cargar la tonga y el azadón, sogas para las cargas de hierba o leña, utilizaban también una camisa blanca con bordados a mano, aretes coloridos y largos, collares gruesos y manillas, zapatos de caucho.

Pero en la actualidad la bayetas y anaco no todos son de lana de borrego, sino es de poliéster, la fajas más pequeñas, los aretes son cortos y modernos, collares delgados, hasta la actualidad utilizan las manillas, los sombreros son de paño.

g) Música tradicional

La música tradicional antigua se entonaba con instrumentos como: pingullo (instrumento de viento), guitarra, bombo.

Pero estos días las personas por la falta de difusión de la música antigua se ha perdido casi en su totalidad solamente los mayores lo practican en días festivos como en carnaval.

Ahora las personas escuchan música que se trasmite en la actualidad.

h) Danza

Existe el grupo de danza denominada “Nueva generación”, constituida por un grupo de jóvenes de la comunidad.

i) Símbolos y valores de la Asociación

a) Tradiciones

➤ La minga

Para el cuidado de vías, el agua entubada, el agua de riego, las mingas son casi constantes, a partir de la creación de la comunidad se ha trabajado semanalmente y si se requiere más tiempo de acuerdo a los trabajos las personas están dispuestas a ese tiempo. Todos los miembros de la comunidad trabajan juntos para cuidar sus recursos.

Las relaciones de reciprocidad y redistribución como la minga, el presta-manos, o los acompañamientos se dan en función a las necesidades de las familias; garantizan el intercambio entre iguales y el trabajo o producción pensado en el bien común, dos claves en la economía comunitaria: si se mantienen estas condiciones que significa la supervivencia.

Estos trabajos unifican más a la población, y manifiestan que en grupos es mejor que trabajar solo. Hace tres años iniciaron con estas mingas el trabajo se da una vez a la semana.

➤ Haway Haway

Antes cuando trabajaban en las haciendas aprendieron esta manifestación porque sus patrones (mayordo, cabecilla), los trabajos eran desde las 08h00 am hasta las 17h00, cuando cosechan los cultivos el mayordomo dirigía la canción, como en el caso de la cosecha de la cebada decía cuchuy haway y los bajadores decían haway. (Un canto de alegría a la madre tierra)

Pero hoy en día solo los mayores lo practican cuando van a la cosecha.

➤ **Pacha mama**

Hasta estos días dan gracias a la madre tierra cuando van a sembrar, cosechar; antes de dar inicio al trabajo el padre de familia rinde una oración junto a su familia que lo acompaña en el trabajo.

➤ **Telares**

Por medio de la asociación “Mushuj Ayllu” un grupo de jóvenes está tejiendo con la lana de borrego y otros. La comunidad facilito una de sus instalaciones para que puedan continuar con esta actividad.

Aquí se teje: bufandas, sacos, guantes, gorros.

Pocas mujeres de la comunidad preparar la lana de borrego

➤ **Arado**

Es el más utilizado por todos los miembros de la asociación para roturación de las tierras y su puesta a punto para la siembra. Esta importante herramienta es casi en su totalidad de madera y está compuesta de muchas piezas, todas recambiables, así tenemos: el yugo, el arma, reja(única pieza de metal), la macera, el arado, y complementos adicionales para su amarre funcionamiento como la garrocha o acial, zarcillo y cinta de cabresto.

j) Juegos

Trompo, horqueta, llantas, planchas, bolas, rayuela, escondidas.

b) Leyendas

➤ **Antu Aya**

Llegaba algún desconocido pidiendo un lugar para pasar la noche y las personas le daban esa facilidad a mas de eso los dueños de la casa le daban de comer arroz de cebada de sal y después arroz con leche y le como lo veían hambriento preguntaban si quería mas y seguía comiendo más hasta que ya se acabo la comida y se dieron cuenta que estaba pasando algo

malo y encendieron la luz que en ese tiempo eran con paja y vieron que en el piso estaba regada toda la comida y desapareció aquel hombre.

➤ **El chuzalongo**

Dicen que es un hombre muy pequeño con pocho que vive en el bosque y sigue a las mujeres cuando ellas están solas y cuando las encuentra las quiere llevar con él al bosque, no se sabe como lo hacía pero las llevaba y estas chicas son violadas por él. Manifiestan que el miembro masculino del chuzalongo es grande ya que cuando lo perseguían los padres de la chica en el piso se podía ver que en medio de las huellas existía una tercera huella que debe ser de miembro.

c) **Cuentos**

➤ **Cruz Loma.**

Manifiestan esa montaña tenía que ser la paya abuela (el Sangay), que incluso se salía una sustancia a manera de querosín y la gente iba llevar habían ganado bravo en las faldas de la colina. Y las persona hicieron una misa allí para que no se haga un volcán y desapareció ese querosín los ganados bravos.

➤ **El lobo**

Un señor tenía un rebaño de ovejas pero con un lobo comenzó a llevárselas, el hombre tenía que cuidarlas las noches salía a ver lo que pasaba y no sabía qué hacer hasta que enfrente al lobo pero de una manera tranquila ya que luego una idea de envolver una piedra con la lana de borrego para hacerla rodar y matar al lobo y al estar el dueño en la cima de la montaña le dijo al lobo que le regalaba un borrego pero de allí en adelante ya no regrese y el lobo estaba contento por el regalito y el dueño dice que le va hacer rodar a la oveja y que el lobo la encuentre abajo. Así fue empujo la piedra y lobo lo esperaba pero la piedra lo aplasto y el lobo murió al instante, y todas las ovejas vivieron junto a su dueño.

b. El Calendario de Fiestas y Ritos en el Año

Cuadro N° 15: Calendario de fiestas y ritos en el año

| FECHA | DURACIÓN | FESTIVIDAD | LUGAR DE CELEBRACIÓN |
|-----------------|----------|----------------------|----------------------------|
| Enero | 1 día | Año Nuevo | Mushuj Ayllu |
| Febrero | 7 días | Carnaval | Mushuj Ayllu |
| Abril | 3 días | Semana Santa | Mushuj Ayllu |
| Mayo | 1 día | Día de la Madre | Mushuj Ayllu |
| Junio | 1 día | San Pedro Inty raymi | Mushuj Ayllu |
| 1 y 2 Noviembre | 2 días | Día de los difuntos | Parroquia Columbe Y Matriz |
| 25 Diciembre | 2 días | Navidad | Mushuj Ayllu |
| 31 de Diciembre | 1 día | Año Viejo | |

Fuente: Talleres con la Asociación Mushuj Ayllu.

Elaborado por: Luis Anilema.

1) El año nuevo

El primer día de año fijado en el calendario gregoriano, es motivo de celebración y renovación, antiguamente las familias acudían a los puyyu o vertientes de agua en la madrugada para bañarse, con fin de revitalizar, curar enfermedades y comenzar limpios el nuevo año; esta costumbre se mantiene en algunas familias aún.

2) Las fiestas de carnaval

La fiesta de carnaval tiene un carácter comunal donde la celebración se caracteriza por acompañamiento y el compartir de los familiares y allegados del “tayta carnaval”. La celebración del carnaval continúa dándose en lugares aledaños y es el espacio y el tiempo de fortalecer los tejidos sociales, a tratarse de una manifestación cultural comunitaria, donde todos participan y cada quien a porta con lo que quiere, las comunidades fortalecen sus vínculos como convivientes dentro de un mismo territorio. La colaboración de esta

fiesta indica el comiendo del año andino, es decir el fin de un ciclo y el comienzo de otro, es la fiesta grande de la zona.

3) Semana Santa

En abril se conmemora la semana santa, indica con el “chaqui mallay” o procesión, acompañados por soldados, corneteros, y caravineros; La peregrinación se realiza entonando una alabanza al chigüil de sal y al chigüil de dulce. Destacan el jueves y el viernes santo días en los que se realizan ayunos y rezos, recordando la muerte y resurrección de Jesús. Las familias se visitan y comparten la comida tradicional.

4) Fiesta de San Pedro

Se celebra en junio la fiesta de san Pedro, antiguamente fue una de las más importantes de la comunidad, en la que se nombraba priostes y estos eran acompañados por centilleros y corneteros; Actualmente se ofrece una misa a San Pedro esta fiesta corresponde a la celebración del Inty Raymi.

5) Día de los difuntos y día de los ángeles

El 1 y 2 de noviembre se recuerda a los difuntos. En esta oportunidad se acostumbra prepara abundante comida y bebida y para compartir con la almas, es infaltable en esta caso la colada morada, las tortillas de maíz, la papas con cuy y mote.

6) La navidad

El 25 de diciembre se recuerda al nacimiento de Jesús, la comunidad participa el tradicional pase del niño, en donde los niños se disfrazan y peregrinan junto a sus padres, entonando villancicos y danzando.

7) Finalización del año

El 31 de diciembre al finalizar el año es ocasión para purificación, las familias conmemoran esta fecha con rituales de limpieza, se barre la casa, se baña la familia, se quema las cosas viejas, todo ello a la espera del año nuevo.

c. Temporada en que la gente sale.

Las personas no tiene la costumbre de salir por temporadas, algunas personas ya no trabajan en el campo viven a la ciudades solamente regresan en la fiestas.

d. Temporada de helada

Dependiendo del año, las heladas se en los meses de agosto- septiembre; algunos años no se da la helada.

e. Formas de Vida de las Familias

1) La casa donde vive la familia

Se observa tres tipos de casas:

- Casas de adobe con techo de paja o de cinc, el piso de tierra, otras con pisos entablados.
- Casa de tapial y cubierta de paja.
- Casas con paredes de bloque o ladrillo y la cubierta de cinc.

2) La parcela de la casa

Los productos que tienen en las chacras son: las papas, zanahoria, mellocos, maíz, habas, cebada, quinua.

3) **Alimentación diaria**

La alimentación se basa en los productos que se cultiva y algunos que son llevados de la ciudad como el arroz, fideo, aceite, azúcar y entre otros.

4) **Fiestas del ciclo vital**

- **Bautizo**

El padre del niño elige a la persona que va a ser el padrino, este puede ser un familiar más querido o su mejor amigo.

El padre del niño visita a la persona elegida para ser el padrino con algunos presentes como puede ser cuy, hornado, pan, plátano, colas, y el licor que se bebe en el sector, el padre del niño manifiesta que es un honor elegirlo como segundo padre de su hijo.

Ante la aceptación del padrino ambos fijan una fecha para celebrar el bautizo, tanto el padre y el padrino invitan a sus familiares para que sean testigos del acto religioso y posteriormente festejar dicho acto. El día del bautizo muy temprano en la mañana el padrino visita la casa del padre para tomar al niño en su poder durante todo el día, con el objetivo de prepararlo y vestirlo para el día de la ceremonia.

Tanto el padre del niño como el padrino se dirigen a la iglesia cada uno con sus familiares, una vez reunidos en la iglesia el padrino con niño en manos procede a realizar la ceremonia de bautizo a cargo del cura de la iglesia, finalizado la ceremonia el padre del niño invita a los familiares en general a festejar el bautizo de su hijo.

Reunidos en la casa del padre del niño el padrino procede a entregarlo en la mano de sus padres con sus respectivos regalos así como: ropa para el niño y víveres para los padres, y de la misma manera los padres del niño le dan un agrado al padrino.

La celebración culmina con baile y bebida del licor tradicional del sector.

- **Matrimonio**

El matrimonio es el acto de comprometerse entre dos personas. Todo comienza con el compromiso de la pareja de jóvenes que deciden casarse, el joven lleva a la chica a la casa para presentarla ante sus padres y pedirles el consentimiento seguido de esto el padre le comunica esto a los familiares para proceder a trasladarse a la casa de la chica para pedir la mano de la misma, en donde los padres del novio van llevando diferentes tipos de regalos como agrado para los padres de la novia como puede ser; un hornado, pan, cola, plátano, etc. La misma noche los padres fijan una fecha para que los jóvenes se casen por el registro civil, una vez llegada la fecha los jóvenes dan su firma en el registro civil y quedan casados ante la ley, en ese día los familiares de parte del novio cocinan y llevan como cuca para repartir a toda la gente que les acompañó a dicha celebración, en el mismo día los padres y familiares más allegados definen una fecha para el matrimonio eclesiástico y también se van determinando y designando a las personas que los van a ayudar en los preparativos de dicha celebración.

El día del acto religioso todos los familiares se ponen su mejor vestimenta para acompañar a los novios en su día de matrimonio, una vez concluida la misa, la música los espera con sus mejores melodías para que los familiares bailen y celebren con alegría.

Al día siguiente los familiares de la novia y más allegados se trasladan a la casa de los suegros con regalos y con el tradicional juego del venado, después de la visita todos celebran juntos por la unión de las dos familias.

- **Velorio**

Es uno de los rituales más dolorosos que hay por la pérdida de un ser querido, todos los familiares y más allegados a la víctima y a la familia son los que acompañan en los momentos de dolor.

El día del velorio las personas se acercan a la casa de los dolientes con su respectiva jocha (regalo) en este caso puede ser caramelos, velas, licor, o cualquier otra cosa dependiendo a la voluntad de la persona. La noche transcurre y es el momento donde las personas realizan un juego para que las horas de la noche sean cortas, el juego se trata de hacer poner dinero a los familiares de los dolientes y ese dinero es repartido entre las personas que realizan el juego para comprar víveres para cocinar esa noche y claro también compran licor para amortiguar el frío de la noche y poder aguantar hasta el amanecer.

Al día siguiente es el traslado, en ese día los familiares de la víctima y los encargados de la cocina llevan arroz, papas, carne de res en grandes ollas como cucay para los acompañantes y familiares, el acto doloroso del entierro concluye con llanto y mucha tristeza en los rostros de los asistentes, por último y como agradecimiento se procede a repartir la comida que llevaron.

Como es costumbre después del traslado ósea al día siguiente acostumbran a realizar un ritual llamado enfriamiento en la cual los familiares proceden a bañarse y realizan la limpieza de la casa donde fue velada la víctima, y finalmente agradecen a todas las personas a quienes les acompañó.

f. Las Instituciones y organizaciones que promueven la Cultura en la zona.

Heifer International, Corporación Nueva Generación.

1) Actividad cultural trabajada

Los miembros tanto jóvenes y adultos mayores han trabajado en la recuperación de los conocimientos como en tejido, danza y el cuidado de la tierra, cosechas.

Recuperación de conocimientos en construcción de viviendas antiguas y práctica de este tipo de construcciones.

2) Objetivo

Mantener viva las tradiciones y conocimientos de nuestros padres.

3) Grado de amistad / colaboración con los habitantes de la zona

Estos trabajos han permitido generar amistad y colaboración entre los pobladores, trabajan en grupos en la actividad agrícola conocida como la presta de mano, no todos están involucrados en este modo de trabajo y través de las mingas con toda la asociación.

11. Resumen de los atractivos Naturales y Culturales

Cuadro N° 16: Resumen de los Atractivos Naturales

| NOMBRE DEL ATRACTIVO | CATEGORÍA | TIPO | SUBTIPO | JERARQUÍA | ACTIVIDADES |
|---------------------------|---------------|---------|--------------------|--------------|--|
| Cruz loma | Sitio natural | Montaña | Colina | Jerarquía II | <ul style="list-style-type: none"> -Escalada deportiva. -Se puede hacer visitas y conocer la historia que tiene esta montaña. -Observación de aves y flora - Los turistas podrían fotografiar la belleza del paisaje natural - Visita a las cuevas. - Camping. |
| Casha Puyyu | Sitio natural | Río | Manantial o fuente | Jerarquía I | Los turistas pueden fotografía la belleza del paisaje. |
| Mirador Curi gallo | Sitio natural | Montaña | Colina | Jerarquía II | <ul style="list-style-type: none"> - Alquilar a los turistas binoculares para que tengan una mejor apreciación de los volcanes - Los turistas podrían fotografiar la belleza del paisaje natural y las aves. -Se puede practicar parapente. |

| | | | | | |
|---|---------------|---------|---------------|--------------|---|
| Páramo de Sablog Chico y Mira Loma | Sitio natural | Montaña | Altas montaña | Jerarquía II | - Los turistas podrían fotografiar la belleza del paisaje natural y las aves. - Camping, - Caminata. |
|---|---------------|---------|---------------|--------------|---|

Fuente: Trabajo de campo, talleres con integrantes de la asociación Mushuj Ayllu.

Elaborado por: Luis Anilema.

Cuadro N° 17: Resumen de los Atractivos Culturales

| NOMBRE DEL ATRACTIVO | CATEGORÍA | TIPO | SUBTIPO | DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO |
|-----------------------------|----------------------------|-------------|----------------------|---|
| Caminos antiguos | Manifestaciones culturales | Históricas | Sitios arqueológicos | Los chaki ñanes. Los caminos de mayor utilización hasta estos días son desde la comunidad hasta parroquia de Columbe llamado el camino llamado chaki ñan Cruz loma, y para llegar a Guamote se utiliza el camino que pasa por un el sector de Sara pampa o por el sector de la antigua hacienda La Troya, que seguidamente llegan hasta la línea del tren. Finalmente un recorrido hasta el cantón Guamote. |
| | | | | |

| | | | | |
|----------------------------------|----------------------------|---|-----------------------------|--|
| Casas | Manifestaciones culturales | Históricas | Arquitectura civil | <p>Hasta la década de los 80 las casas eran construidas por tapial y cubiertas por paja, luego se utilizaba mas los adobes y el techo son cubiertos por paja y en algunos casos con zin.</p> <p>Las casas son uno de los atractivos culturales ya que la construcción es típica del sector , con paredes de adobe, el techo cubierto por paja las puertas de madera la misma que da vida al ambiente junto a toda la vegetación y producción que existe en este sitio.</p> |
| Comidas y bebidas típicas | Manifestaciones culturales | Etnográficas | Comidas y bebidas típicas | <p>Los platos tradicionales de la comunidad se basa en la producción agrícola que se da en el sector, los principales productos son: papas, , maíz, habas, cebada, zanahoria, etc</p> |
| Forma de cultivo | Manifestaciones Culturales | Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas | Explotaciones agropecuarias | <p>Hoy en día utilizan el azadón.</p> <p>El arado con la yunta hasta estos días se puede apreciar en la comunidad. A través de la fundación Heifer a</p> |

| | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------|---|---|
| | | | | impulsado la producción orgánica trabajando con varias especies de cultivo que se dan en la zona y recuperando a las especies que se estaban perdiendo y la creación de granjas agroecológicas. |
| Pueblo Puruwa | Manifestaciones Culturales | Etnográficas | Grupos Étnicos | Los pobladores de la Asociación conservan las tradiciones, creencias, vestimenta de sus antepasados |
| Música y danza | Manifestaciones Culturales | Etnográficas | Música y danza | La música tradicional antigua se entonaba con instrumentos como: pingullo (instrumento de viento), guitarra, bombo. |
| Tradiciones | Manifestaciones Culturales | Etnográficas | Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares | En la Asociación se mantiene las siguientes tradiciones: <ul style="list-style-type: none"> ➤ La minga ➤ Haway Haway ➤ Pacha mama ➤ Telares |

| | | | | |
|-----------------|-------------------------------|--------------|--|---|
| | | | | ➤ Arado |
| Leyendas | Manifestaciones Culturales | Etnográficas | Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares | La gente de la Asociación mantiene las siguientes leyendas: ➤ Antu Aya ➤ El chusalongo |
| Cuentos | Manifestaciones Culturales | Etnográficas | Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares | Las personas mayores de la Asociación relatan los siguientes cuentos: ➤ Cruz loma. ➤ El lobo |

| | | | | |
|----------------|-------------------------------|--------------------------------|---------|---|
| Fiestas | Manifestaciones Culturales | Acontecimientos programados | Fiestas | <p>La gente de la Asociación celebra y recuerda las siguientes fiestas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Año Nuevo • Carnaval • Semana Santa • Día de la madre • San Pedro (Inty raymi). • Día de los difuntos • Navidad • Año viejo |
|----------------|-------------------------------|--------------------------------|---------|---|

Fuente: Trabajo de campo, talleres con integrantes de la Asociación Mushuj Ayllu.

Elaborado por: Luis Anilema.

12. Imagen Turística

Se han identificado 5 atractivos naturales presentes en el sector de la asociación Mushuj Ayllu. La clasificación por tipos se determinó que el 80% al tipo Montañas, el 20% al tipo Ambientes lacustres.

El estado de conservación en el que se encuentran los atractivos naturales hasta el mes de junio del 2010 fecha del inventario se identificó que: el 25% se encuentran conservados y el 75% se encuentran en proceso de recuperación a causa de no existir un buen manejo de los recursos naturales. Con relación al estado del entorno el 75% esta semi-intervenido y el 25% esta intervenido por el avance de la frontera agrícola y pastoreo

De acuerdo con los atractivos inventariados se ha determinado que se puede realizar varias actividades en un 75% y limitadas actividades en un 25%.

Las jerarquías turísticas alcanzadas por los atractivos naturales son las siguientes: el 80% de los atractivos naturales corresponden a la jerarquía II, el 20% corresponde a la jerarquía I.

Esta imagen turística puede ser aprovechada mediante el AGROTURISMO, la misma que se puede ser reconocida esta frase “Tierra fértil”. Mediante la actividad turística contribuirá en la generación de nuevos ingresos, por ende fuentes empleo, reconocimiento de la comunidad ante la sociedad.

13. **Análisis de las causas, problemas, efectos y soluciones del ámbito, cultural, social, económico, turístico y ambiental.**

CUADRO N° 18: Análisis causas, problemas, efectos y posibles soluciones. Fotografía número: 15

| CAUSA | PROBLEMA | EFEECTO | SOLUCIÓN |
|--------------------------------------|-------------------------------|--|---|
| Adquisición de nuevas costumbres. | Pérdida de identidad Cultural | Escasa representación de manifestaciones culturales. | Programas de revitalización cultural. |
| Desempleo , ingreso económicos bajos | Migración | A culturización. Abandono de los hijos y esposas. | Capacitación en microempresas comunitarias para la elaboración de artesanías, producción de especies menores, queserías, yogurt, mermeladas Incorporar al agroturismo como una nueva alternativa para mejorar los ingresos económicos de la población. |

| CAUSA | PROBLEMA | EFECTO | SOLUCIONES |
|--|---|--|--|
| Escaza aérea de producción agrícola. | Desempleo | Bajos ingresos económicos | Asistencia técnica, aprovechamiento adecuado de recurso suelo. |
| Municipio no designa recursos suficientes para el servicio de recolección de basura. | La frecuencia de recolección de basura en la comunidad es inadecuada. Falta de recolección de basura | Contaminación del suelo. La gente quema la basura o la arrojan en los terrenos baldíos Contaminación del aire por la quema de la basura Impacto visual por la presencia de la basura en las calles. | Solicitar al municipio de de Guamate que mejore el horario de recolección y la ubicación de nuevos tachos recolectores en lugares estratégicos de la comunidad. Realizar talleres de capacitación sobre el manejo de desechos sólidos orgánicos e inorgánicos Reciclar el papel, vidrio, metales, para posteriormente venderlos. |
| Tala comercial de madera (eucalipto). | Deforestación | Alteración y pérdida de los recursos hídricos, erosión del suelo, sequías, desequilibrios climáticos. | Coordinar capacitaciones sobre la reforestación de especies nativas de la zona con la ong's Heifer Ecuador. Solicitar el apoyo al GAD P CH |

| CAUSA | PROBLEMA | EFECTO | SOLUCIONES |
|---|---|---|---|
| Falta de conocimiento acerca del tema de turismo comunitario. Las personas no tienen los recursos económicos suficientes para capacitarse. | Desconocimiento sobre turismo y turismo comunitario. | Desaprovechamiento de los recursos naturales y culturales que tiene la comunidad. | Solicitar el apoyo de la CORDTUCH para las capacitaciones por parte los técnicos. |
| Bajo apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales. | Insuficiente infraestructura turística y servicios básicos Inadecuada infraestructura turística. | Incomodidad de turistas y visitantes. | Gestionar con el Municipio de Guamote para la mejora e implementación de los servicios básicos necesarios. Gestionar o otras instituciones de relación con el turismo. |

Fuente: Trabajo de campo, talleres con integrantes de la asociación Mushuj Ayllu
Elaborado por: Luis Anilema.

14. Análisis FODA

a. Medio interno de la Asociación Mushuj Ayllu.

Mediante talleres participativos con la Asociación Nueva Vida se realizó el análisis de las fortalezas y debilidades que tiene la comunidad.

1) Fortalezas

- a) Contar con la conformación legal de Asociación Mushuj Ayllu, que trabaja en base a las necesidades de y recursos disponibles.
- b) Excelente organización.
- c) Buen trabajo en equipo.
- d) La asociación cuenta con medios de comunicación como: radio, televisión, señal para celulares de la operadora Claro.
- e) Los miembros de la asociación tienen interés para capacitarse.
- f) La asociación dispone de servicios básicos como. electricidad, vías de acceso.
- g) Cuentan con atractivos naturales y culturales
- h) Realizan producción orgánica de sus alimentos.
- i) Disponen de huertos familiares.
- j) Como abono orgánico para la siembra utilizan el humus y estiércol de sus animales domésticos.
- k) No existe inseguridad.
- l) Poseen un taller para realizar tejidos.

2) Debilidades

- a) Analfabetismo.
- b) Escasa infraestructura y planta turística.
- c) Falta de baterías sanitarias disponen de letrinas.
- d) En la comunidad no disponen de servicios básicos como: teléfonos convencionales, alcantarillado, alumbrado público.
- e) Vías de acceso en mal estado.
- f) 67% de la gente de la asociación tienen un ingreso mensual de entre 30 y 80 dólares.
- g) Inexistencia de fuentes de empleo.
- h) La migración de sus pobladores.
- i) Inexistencia de señalización de los atractivos turísticos
- j) Deficiencia de capacitación.
- k) El carro recolector de basura no llega seguidamente.
- l) La comunidad no cuenta con un manejo y tratamiento adecuado de desechos sólidos inorgánicos.
- m) Ausencia de concientización en la conservación del medio ambiente
- n) Pérdida de tradiciones orales y del idioma kichwa.
- o) Carencia de atención por parte de las autoridades (recursos económicos)
- p) Problemas e intereses personales - egoísmo.

b. Medio externo de la Asociación Mushuj Ayllu.

Se analizaron también las oportunidades y amenazas del medio externo que pueden influir de manera positiva o de manera negativa en el desarrollo de la comunidad.

1) Oportunidades

La corporación la asociación nueva vida tiene el apoyo de:

- a) Una ONG llamada Heifer Ecuador, esta es una institución que trabaja a nivel mundial y se ha trabajado con la Asociación con actividades como: forestación, producción orgánica, talleres para tejidos, revitalización de actividades ancestrales, etc.
- b) Apoyo por el plan internacional.
- c) Fundación Esquel.
- d) Organización Nueva Generación.
- e) Fundación Manantial.
- f) Fundación WingHope.

2) Amenazas

- a) Paros y huelgas en el país.
- b) Inestabilidad financiera.
- c) Subida de los precios de la canasta básica.
- d) Fenómenos naturales
- e) Alteración en la economía nacional

B. ESTUDIO DE MERCADO.

1. Análisis de la Demanda.

a. Segmentación del mercado

A través del proceso de división en subgrupos de compradores homogéneos, poder satisfacer las necesidades en bienes y servicios, con interés a que la empresa desarrolle sus funciones y actividades.

Para determinar el perfil de los potenciales clientes se recurrió a utilizar indicadores, variables e índices.

Se analizó la demanda identificando dos segmentos de mercado prioritarios de turistas, a los que la empresa dirigirá su oferta, los mismos se mencionan a continuación:

1) Mercado Nacional

El segmento de mercado nacional está constituido por los turistas locales, sean estos hombres y mujeres de toda edad, de la ciudad de Riobamba, solos, en grupos organizados y/o familiares, que desean conocer atractivos naturales y estar en un ambiente agradable con la opción a seleccionar diferentes actividades relacionadas a la agricultura.

2) Mercado Internacional

El segmento de mercado internacional lo componen los turistas extranjeros especialmente del continente de Europeo con países como Francia, España, Alemania, y en el continente americano el país de Estados Unidos, hombres y mujeres de toda edad que lleguen a la ciudad de Riobamba solos, en grupos organizados y/o familiares; con la finalidad de conocer e interactuar con la cultura de la localidad en sus actividades agrícolas y en sus manifestaciones culturales.

b. Universo

1) Nacionales

Datos tomados del censo del INEC 2010

La población total del cantón Riobamba es de 225741 habitantes; la población económica activa (PEA) mayores de 15 años hasta menores de 65 años ; 143419 habitantes

El 60% corresponde a la clase económicamente pobre, y el 40% corresponde a la clase económicamente media y alta, a la que se dirige el estudio de mercado, por tanto:

$$143419 * 0.40 = 57367$$

$$57367 \text{ ----- } 100\% - 47\% \text{ de migración} = 26969$$

$$57367 \text{ ----- } 53\% = 30405 \text{ habitantes}$$

Siendo entonces **30405** habitantes como universo de estudio de turistas nacionales.

2) Extranjeros

En el año 2008 la provincia de Chimborazo recibió 19.000 turistas, de los cuales el 90% son extranjeros y el 10% son nacionales

19000 turistas extranjeros 90% y nacionales 10%.

$$19000 \text{ ----- } 10\% = 1900$$

$$19000 - 1900 = 17100 \text{ turistas extranjeros}$$

Siendo entonces **17100** turistas extranjeros el universo de estudio.

c. Muestra.

Utilizando la fórmula de Canavos se determinó la aplicación de 119 encuestas tanto para turistas nacionales y extranjeros.

d. Instrumento.

El instrumento empleado para el análisis de la demanda fue el cuestionario, que facilitó emplear la técnica de encuesta.

e. **Tabulación de la encuesta**

1) **Demanda Nacionales**

a) **Sexo.**

Cuadro N° 19: Sexo de la población local encuestada.

| Sexo | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|-----------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Masculino | 55 | 55 | 46,22 | 46 |
| Femenino | 64 | 119 | 53,78 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

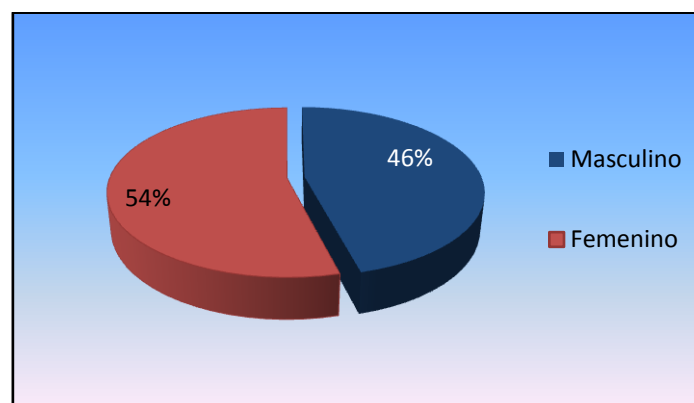


Gráfico N° 03. Sexo de población local encuestada. 2010

El 54% de las encuestadas son mujeres y el 46% son hombres.

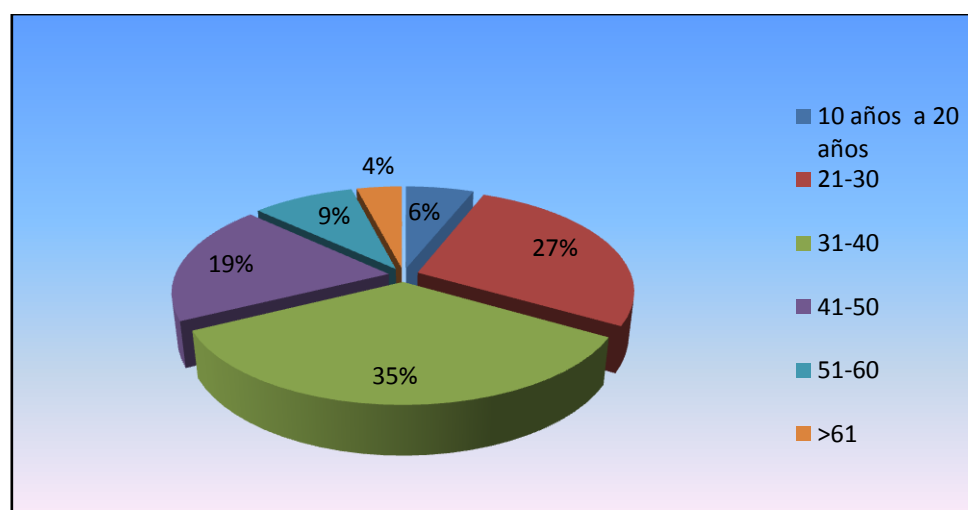
b) Edad.

Cuadro N° 20: Edad de la población local encuestada.

| Rango de Edad | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|---------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| 10-20 | 7 | 7 | 5,88 | 6 |
| 21-30 | 32 | 39 | 26,89 | 33 |
| 31-40 | 41 | 80 | 34,45 | 67 |
| 41-50 | 23 | 103 | 19,33 | 87 |
| 51-60 | 11 | 114 | 9,24 | 96 |
| >61 | 5 | 119 | 4,20 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

**Gráfico N° 04:** Edad de la población local encuestada 2010.

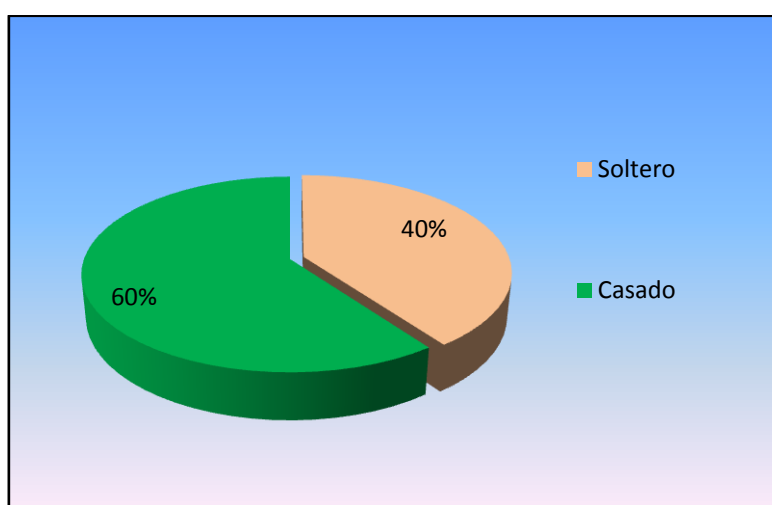
La edad de la población local encuestada se encuentra en un rango de 31-40 años en un 35% y en el rango de 21-30 años en un 27%, seguido el rango de 41 – 50 en un 19%, y rangos menores tales como el de 51 – 60 años en un 9%, de 10- 20 años un 6% y finalmente el rango de mayores a 61 años con un 4%.

Cuadro N° 21: Estado civil de la población local encuestada.

| Estado civil | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Soltero | 48 | 48 | 40,34 | 40 |
| Casado | 71 | 119 | 59,66 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

**Gráfico N° 05:** Estado civil de la población local de Riobamba.

El 60% de la población local encuestada son casados, mientras que el 40% son solteros

c) Ingresos Mensuales

Cuadro N° 22: Ingresos mensuales de la población local de Riobamba.

| Ingresos mensuales | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| < 200usd | 2 | 2 | 1,68 | 1,68 |
| 201-400usd | 32 | 34 | 26,89 | 28,57 |
| 401-600usd | 52 | 86 | 43,70 | 72,27 |
| 601-800usd | 23 | 109 | 19,33 | 91,60 |
| > 800usd | 10 | 119 | 8,40 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

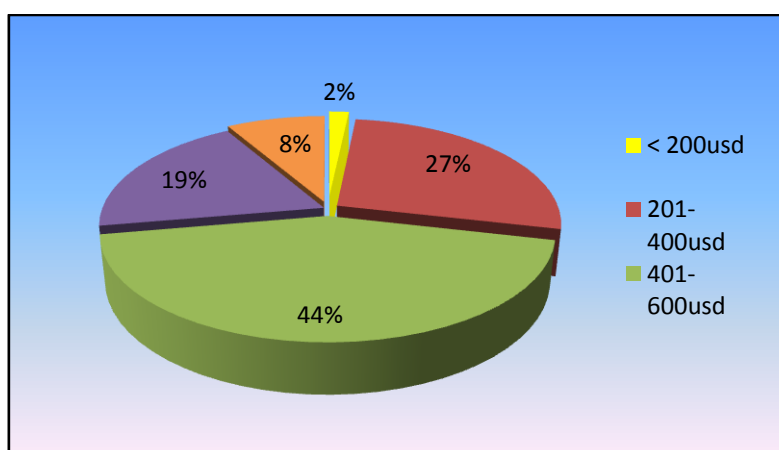


Gráfico N° 06: Ingresos mensuales de la población local de Riobamba 2010.

El 44% de la población local de Riobamba encuestada tienen como ingresos económicos mensuales de \$401 a \$600 seguido por un 27% de los encuestados que tienen ingresos desde los \$201 a \$400, un 19% de los encuestados es a partir de los \$601 a 800 usd, 8% tienen ingresos económicos mayor de los \$800 y finalmente 2% de los encuestados tienen ingresos mensuales menores a 200usd.

d) Con quién viaja.

Cuadro N°23: Con quien viajan los turistas de la ciudad de Riobamba.

| Estado civil | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Amigo | 33 | 33 | 27,73 | 27,73 |
| Familia | 58 | 91 | 48,74 | 76,47 |
| Pareja | 23 | 114 | 19,33 | 95,80 |
| Solo | 5 | 119 | 4,20 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado- Aplicación de encuestas 2010

Elaborado por: Luis Anilema.

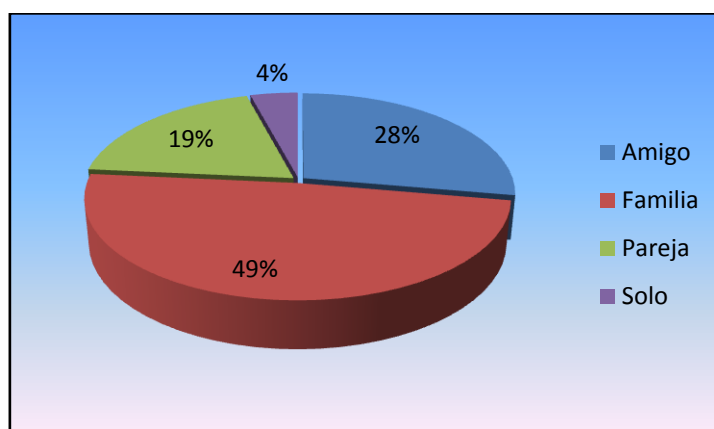


Gráfico N° 07: Con quien viaja la población local de Riobamba 2010.

El 49% de los turistas encuestados viajan con su familia, el 28% viajan con amigos, mientras que el 19% viajan con su pareja y el 4% viajan solos.

e) **Ha realizado alguna vez usted actividades relacionadas con el agroturismo.**

Cuadro N°24: Han realizado actividades agroturísticas la población local de Riobamba.

| Realización de actividades Agroturísticas | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|---|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| No | 97 | 82 | 81,51 | 81,51 |
| Si | 22 | 119 | 18,49 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

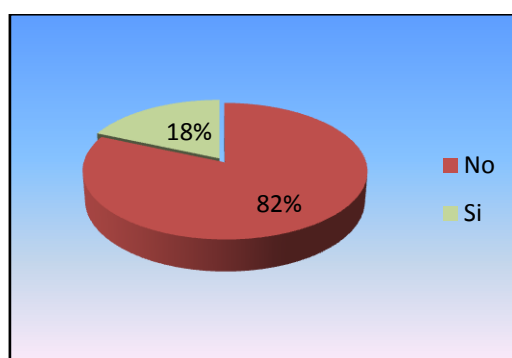


Gráfico N° 08: Han realizado actividades agroturísticas la población local de Riobamba 2010.

El 82% de los turistas nacionales encuestados no han realizado actividades relacionadas con el agroturismo, mientras que el 18% si lo han realizado.

- f) **Considera usted necesario que se desarrolle el agroturismo en la provincia de Chimborazo.**

Cuadro N° 25: Necesidad de los turistas de que se desarrolle el agroturismo en la provincia de Chimborazo.

| Necesidad de agroturismo | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Si | 96 | 96 | 80,67 | 80,67 |
| No | 23 | 119 | 19,33 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

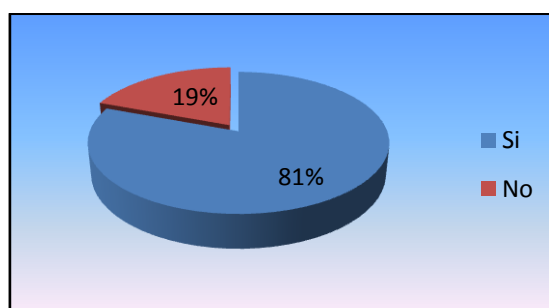


Gráfico N° 09.Necesidad de los pobladores locales encuestados 2010.

El 81% de la población local encuestada han seleccionado la opción de que es necesario desarrollar el agroturismo en la provincia de Chimborazo, mientras que el 19% manifiestan que no es necesario el desarrollo del agroturismo en la Provincia de Chimborazo.

g) Actividades preferidas por turistas.

Cuadro N°26. Actividades preferidas por los turistas nacionales que visitan la provincia de Chimborazo.

| Actividades | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|---|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Participación en labores agrícolas | 13 | 13 | 10,92 | 10,92 |
| Observación de labores agrícolas | 15 | 28 | 12,61 | 23,53 |
| Participación en labores pecuarias | 7 | 35 | 5,88 | 29,41 |
| Observación de labores pecuarias | 13 | 48 | 10,92 | 40,33 |
| Recorrido hacia los atractivos naturales | 22 | 70 | 18,49 | 58,82 |
| Cabalgatas | 14 | 84 | 11,76 | 70,58 |
| Bakking | 12 | 96 | 10,08 | 80,67 |
| Intercambio cultural (convivencia) feria indígena | 8 | 104 | 6,72 | 87,39 |
| Compra de artesanías | 11 | 115 | 9,24 | 96,63 |
| Otros | 4 | 119 | 3,36 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

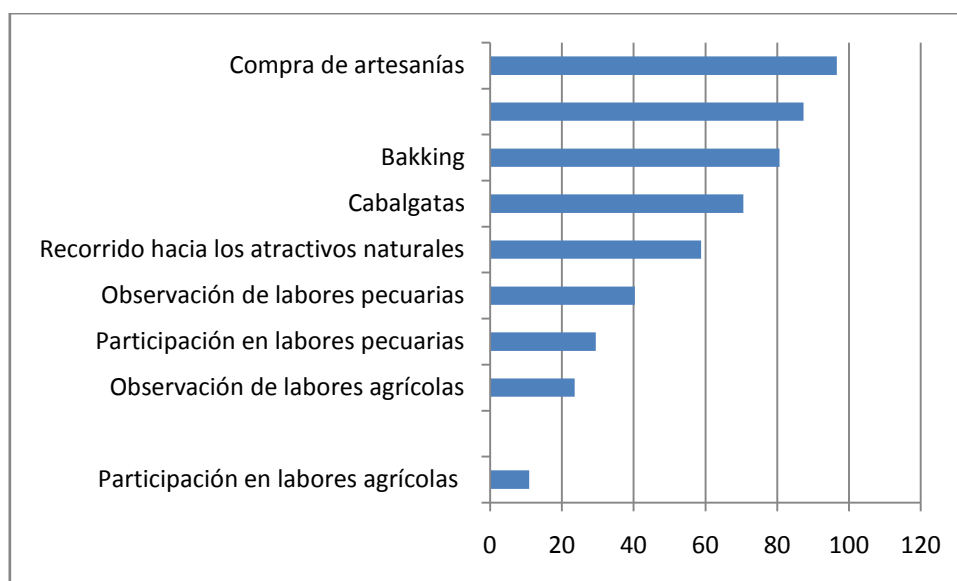


Gráfico N° 10: Actividades preferidas por la población local encuestada de Riobamba 2010.

El 18% de los encuestados les gustaría visitar atractivos turísticos, el 13% prefieren observar labores agrícolas y un otro 12% realizar cabalgatas, el 11% participación en labores pecuarias y otro 11% prefieren observar labores pecuarias, un 10% prefieren bakking, el 9% les gustaría comprar artesanías, el 7% prefieren intercambio cultural, un 6% participación en labores pecuarias, mientras que un 3% les gustaría realizar otras actividades como preparación de platos típicos, bebidas y otros productos de la localidad.

h) Servicios preferidos por turistas.

Cuadro N° 27: Servicios preferidos por turistas nacionales.

| Servicios | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Hospedaje | 25 | 25 | 21,01 | 21,01 |
| Alimentación | 39 | 64 | 32,77 | 53,78 |
| Guianza | 22 | 86 | 18,49 | 72,27 |
| Equipo de Camping | 15 | 101 | 12,61 | 84,88 |
| Otros (Transporte) | 18 | 18 | 15,13 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

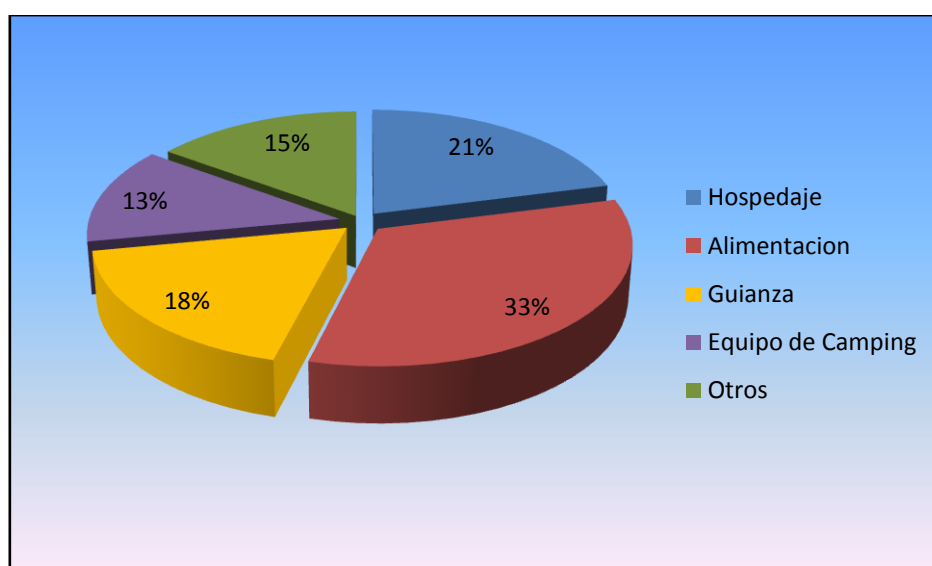


Gráfico N° 11: Servicios preferidos por la población local encuestada 2010.

El 33% de las personas encuestadas desearía contar con el servicio de alimentación en su mayoría con comida tradicional, mientras que el 21% con el servicio de hospedaje, el 18% les gustaría servicio de Guianza, el 15% les gustaría el servicio de transporte y el 13% les gustaría contar con equipo de camping.

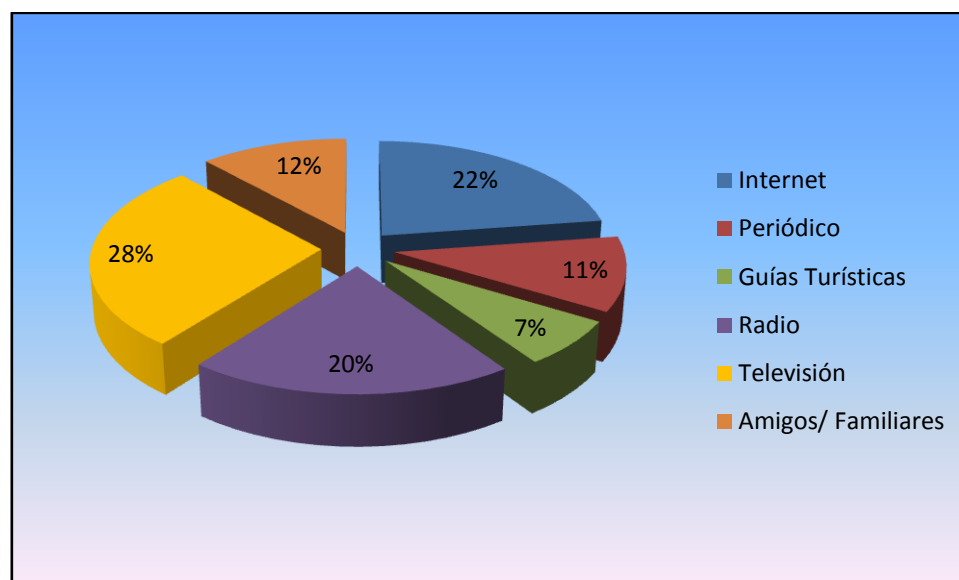
i) Los medios por los que se informa de nuevos sitios turísticos.

Cuadro N° 28: Medios de información de preferencia de turistas nacionales.

| Medios de Información | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Internet | 27 | 27 | 22,69 | 22,69 |
| Periódico | 13 | 40 | 10,92 | 33,61 |
| Guías Turísticas | 8 | 48 | 6,72 | 40,34 |
| Radio | 24 | 72 | 20,17 | 60,51 |
| Televisión | 33 | 105 | 27,73 | 88,24 |
| Amigos/ Familiares | 14 | 119 | 11,76 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

**Gráfico N° 12:** Medios de información de preferencia de turistas nacionales 2010.

El 28% de los turistas encuestados se informan de nuevos sitios turísticos por la televisión, el 22% por medio del internet, el 20% a través de la radio, el 12% a través de amigos y familiares, el 11% a través del periódico y otro 7% de guías turísticas.

j) Promedio de estancia.

Cuadro N° 29. Promedio de estancia de turistas nacionales.

| Días | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| 1 día | 47 | 47 | 39,50 | 39 |
| 02 días a 3 días | 41 | 88 | 34,45 | 73 |
| 3 días a 4días | 22 | 110 | 18,49 | 92 |
| Más de 5 días | 9 | 119 | 7,56 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

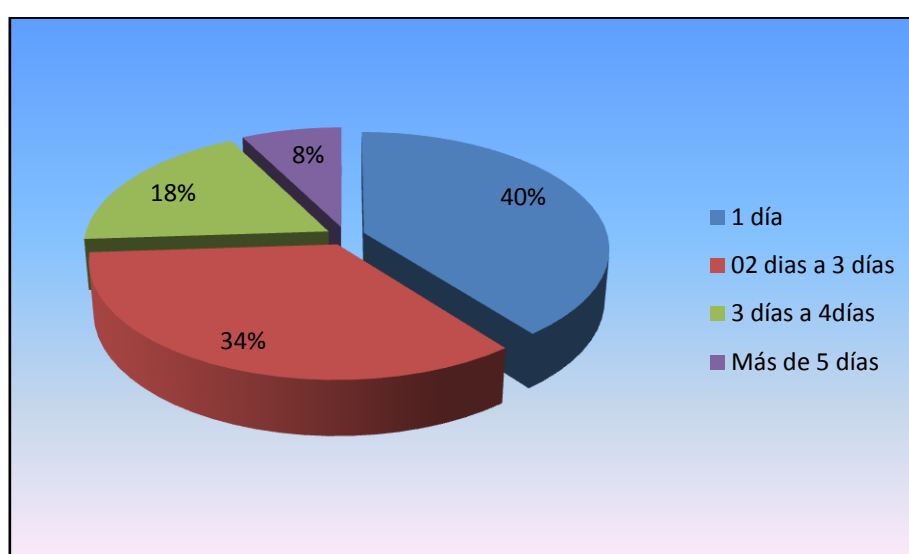


Gráfico N° 13: Promedio de estancia de turistas nacionales 2010.

El promedio de estancia es; el 40% de 1 días, el 34% de 2 días, el 18% de 3-4 días y el 8% más de 5 días.

k) Promedio de gasto diario.

Cuadro N° 30: Promedio de gasto diario por paquete por turistas nacionales.

| Dólares | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|-----------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| <15 dólares | 29 | 29 | 24,37 | 24,37 |
| 15 – 25 dólares | 43 | 72 | 36,13 | 60,50 |
| 25 – 35 dólares | 31 | 103 | 26,05 | 86,55 |
| > 35 dólares | 16 | 119 | 13,45 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado- Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

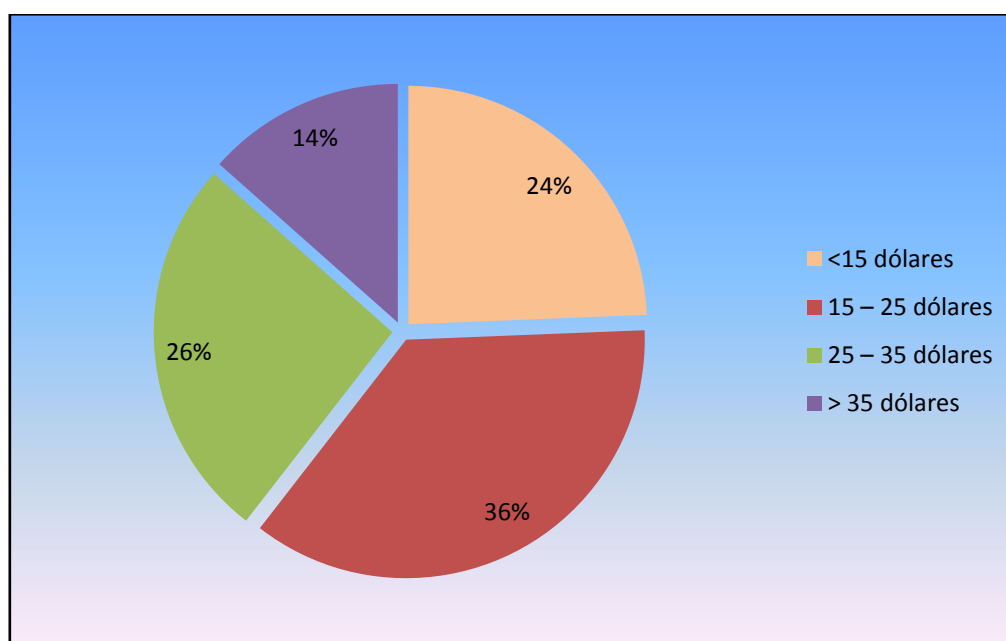


Gráfico N° 14: Promedio de gasto diario por paquete por turistas nacionales 2010.

El promedio de gasto diario sería; el 36% de 15 - 25 dólares, el 26% de 25-35 dólares, el 24% más de 35 dólares y el 14% menos de 15 dólares.

2) Demanda extranjeros

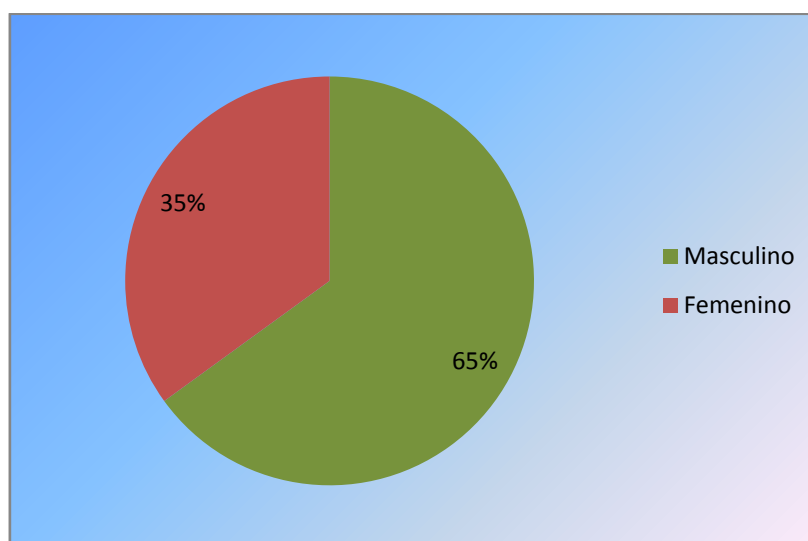
a) Sexo.

Cuadro N° 31: Sexo de turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo.

| Sexo | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|-----------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Masculino | 77 | 77 | 64.70 | 64.70 |
| Femenino | 42 | 119 | 35.30 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

**Gráfico N° 15.** Sexo de turistas que visitan Riobamba 2010.

El 65% de los turistas encuestados son hombres y el 35% son mujeres.

b) Edad.

Cuadro N° 32: Edad de turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo.

| Rango de Edad | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|---------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| 10-20 | 5 | 5 | 4.20 | 4.20 |
| 21-30 | 39 | 44 | 32.78 | 36.98 |
| 31-40 | 46 | 90 | 38.66 | 75.64 |
| 41-50 | 21 | 111 | 17.64 | 93.28 |
| 51-60 | 5 | 116 | 4.20 | 97.48 |
| >61 | 3 | 119 | 2.52 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

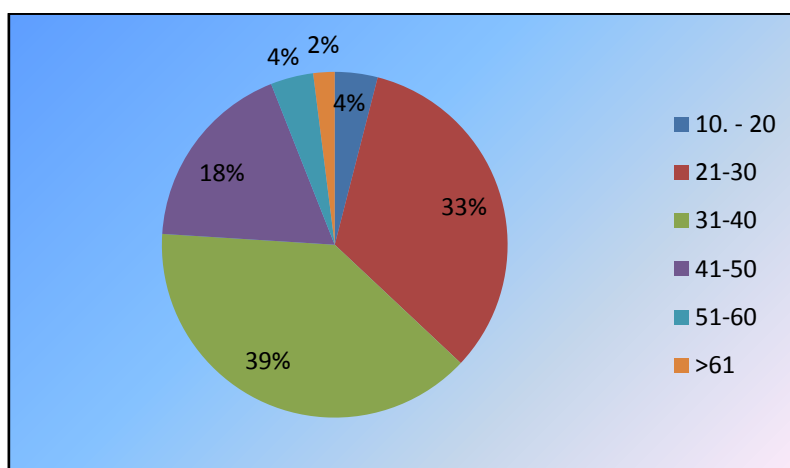


Gráfico N° 16. Edad de turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo 2010.

La edad de los turistas extranjeros encuestados se encuentran en una mayoría en un el rango de 31-40 años en un 39 % y en el rango de 21-30 años en un 33%, mientras que otros rangos tienen menor porcentaje, es así: en el rango 41-50 el 18%, de los rangos 10-20 y 51-60 años el 4% y mayor de 61 años ocupan el 2%.

c) Estado Civil.

Cuadro N° 33: Estado civil de turistas extranjeros que visitan la provincia de

Chimborazo 2010.

| Estado civil | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Soltero | 65 | 65 | 54.62 | 54.62 |
| Casado | 54 | 119 | 45.37 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas.

Elaborado por: Luis Anilema.

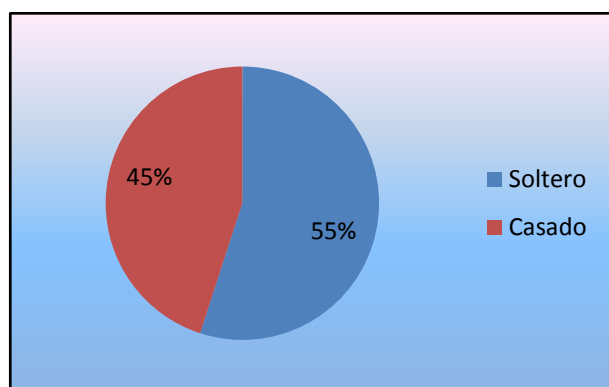


Gráfico N° 17: Estado civil de turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo 2010.

El 55% de los turistas encuestados son solteros, mientras que el 45% son casados.

d) Procedencia.

Cuadro N° 34: Procedencia de turistas extranjeros que visitan la provincia de

Chimborazo.

| Nacionalidad | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Alemania | 14 | 14 | 12 | 11,76 |
| Australia | 9 | 23 | 8 | 19,32 |
| Austria | 2 | 25 | 2 | 21,00 |
| Argentina | 3 | 28 | 3 | 23,52 |
| Bélgica | 6 | 34 | 5 | 28,57 |
| Canadá | 9 | 43 | 8 | 36,13 |
| EE.UU. | 12 | 55 | 10 | 46,21 |
| Francia | 21 | 76 | 18 | 63,86 |
| España | 19 | 95 | 16 | 79,83 |
| Italia | 5 | 100 | 4 | 84,03 |
| Inglaterra | 11 | 111 | 9 | 93,27 |
| Japón | 4 | 115 | 3 | 96,63 |
| Portugal | 4 | 119 | 3 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

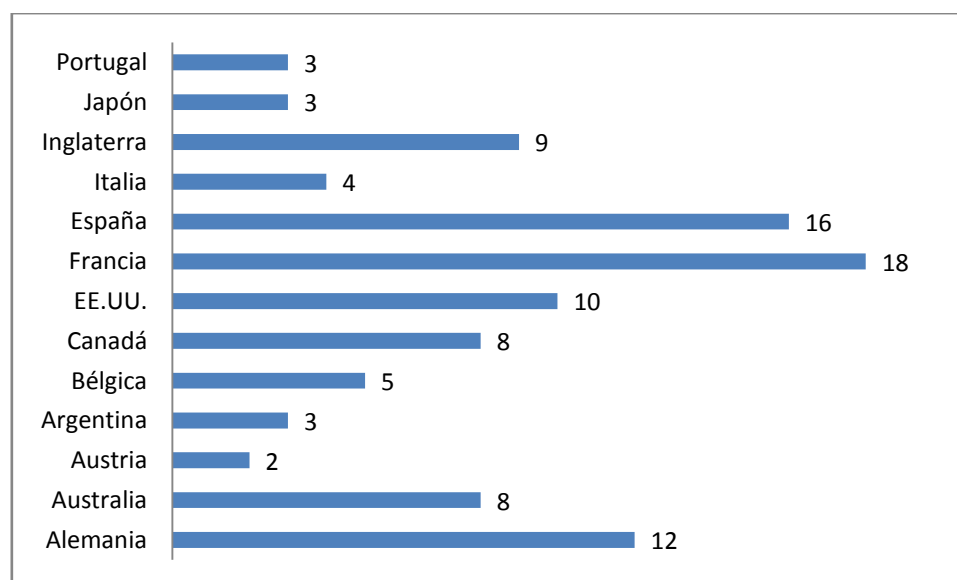


Gráfico N° 35: Procedencia de turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo 2010.

Los turistas extranjeros encuestados el 18% son de Francia, el 16% de España, el 12% de Alemania, el 10 % de Estados Unidos, el 9 % de Inglaterra, el 8% de Australia al

igual que Canadá, el 5 % de Bélgica , 4 % de Italia, el 3% de Argentina, Japón y Portugal, el 2 % de Austria. Estos datos nos permite identificar la procedencia de la mayoría de turistas y de esta manera poder consolidar el mercado.

e) Ingresos Mensuales

Cuadro N° 35: Ingresos mensuales de turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo.

| Ingresos mensuales | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| < 200usd | 2 | 2 | 1,68 | 1,68 |
| 201-400usd | 11 | 13 | 9,24 | 10,92 |
| 401-600usd | 15 | 28 | 12,61 | 23,53 |
| 601-800usd | 34 | 62 | 28,57 | 52,10 |
| > 800usd | 57 | 119 | 47,90 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

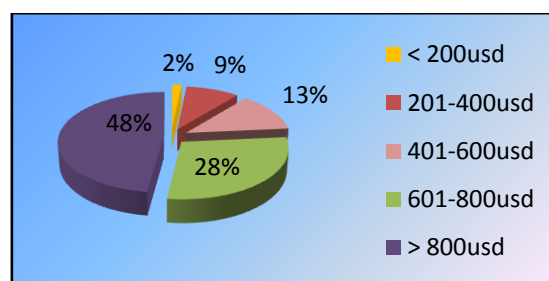


Gráfico N° 19: Ingresos económicos mensuales turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo 2010.

El 48% de los turistas encuestados tienen como ingresos económicos mensuales mayores a 800usd, el 28% tienen ingresos económicos de entre 601 – 800usd, el 13 % se encuentra de 401-600usd, el 9% de 201-400usd y el 2% de los encuestados tienen ingresos mensuales menores a 200usd.

Con quién viaja.

Cuadro N° 36: Con quien viajan los turistas extranjeros que visitan la provincia de

Chimborazo

| Estado civil | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Amigo | 43 | 43 | 36,13 | 36,13 |
| Familia | 45 | 88 | 37,82 | 73,95 |
| Pareja | 23 | 111 | 19,33 | 93,27 |
| Solo | 8 | 119 | 6,72 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

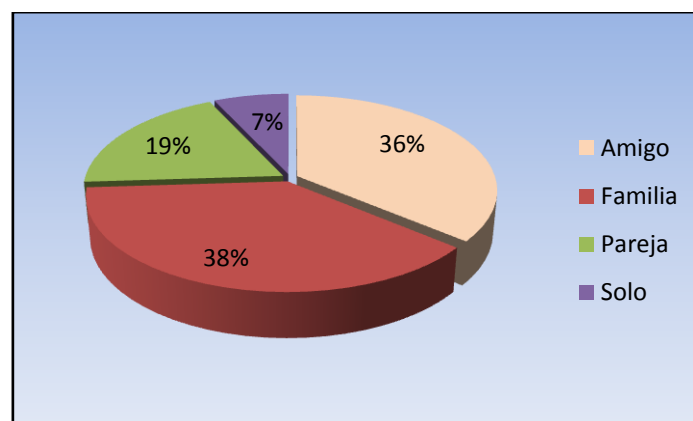


Gráfico N° 20: Con quien viajan los turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo 2010.

El 38% de los turistas encuestados viajan con su familia, el 36% viajan con amigos, mientras que el 19% viajan con su pareja y el 6% viajan solos.

f) Ha realizado alguna vez usted actividades relacionadas con el agroturismo.

Cuadro N° 37: Han realizado actividades agroturísticas los turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo.

| Realización de actividades Agroturísticas | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|---|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| No | 82 | 82 | 69 | 69 |
| Si | 37 | 119 | 31 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

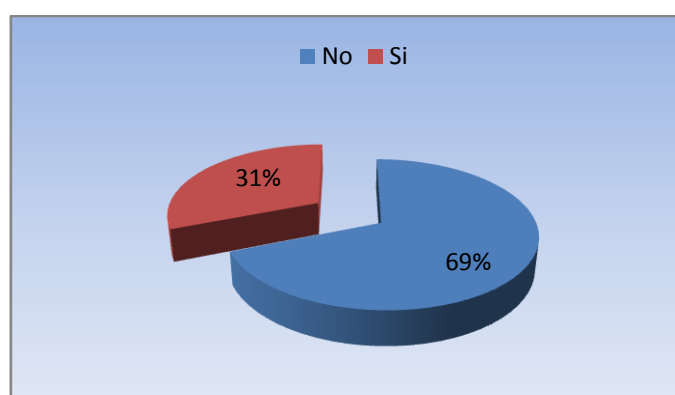


Gráfico N° 21: Han realizado actividades agroturísticas los turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo 2010.

El 69% de los turistas encuestados no han realizado actividades relacionadas con el agroturismo, mientras que el 31% si lo han realizado, tomando en cuenta que no ha sido en la provincia de Chimborazo.

g) Considera usted necesario que se desarrolle el agroturismo en la provincia de Chimborazo.

Cuadro N° 38: Necesidad de los turistas de que se desarrolle el agroturismo en la provincia de Chimborazo.

| Necesidad de agroturismo | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Si | 103 | 103 | 87 | 87 |
| No | 16 | 119 | 13 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

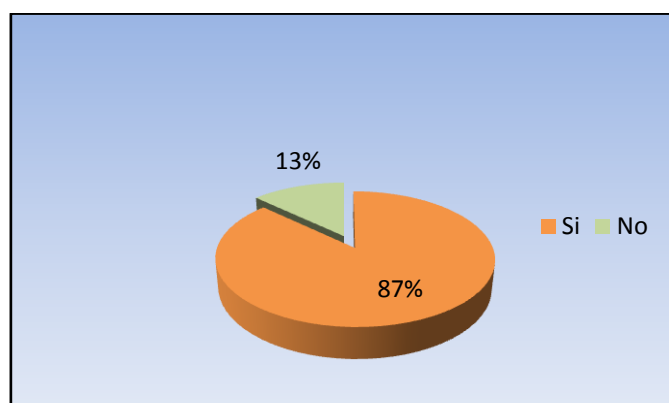


Gráfico N° 22: Necesidad de los turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo 2010.

El 87% de los turistas extranjeros encuestados manifiestan que es necesario desarrollar el agroturismo en la provincia de Chimborazo, mientras que el 13% manifiestan que no es necesario el desarrollo del agroturismo en la Provincia de Chimborazo.

h) Actividades preferidas por turistas.

Cuadro N° 39: Actividades preferidas por los turistas extranjeros que visitan la

provincia de Chimborazo.

| Actividades | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|---|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Participación en labores agrícolas | 17 | 15 | 14,29 | 14,29 |
| Observación de labores agrícolas | 6 | 21 | 5,04 | 19,33 |
| Participación en labores pecuarias | 14 | 35 | 11,76 | 31,10 |
| Observación de labores pecuarias | 5 | 40 | 4,20 | 35,30 |
| Recorrido hacia los atractivos naturales | 17 | 59 | 14,29 | 49,58 |
| Cabalgatas | 12 | 71 | 10,08 | 59,67 |
| Bakking | 10 | 81 | 8,40 | 68,07 |
| Intercambio cultural (convivencia) y feria indígena | 26 | 107 | 21,85 | 89,92 |
| Compra de artesanías | 8 | 115 | 6,72 | 96,64 |
| Otros (Viaje tren) | 4 | 119 | 3,36 | 100,00 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

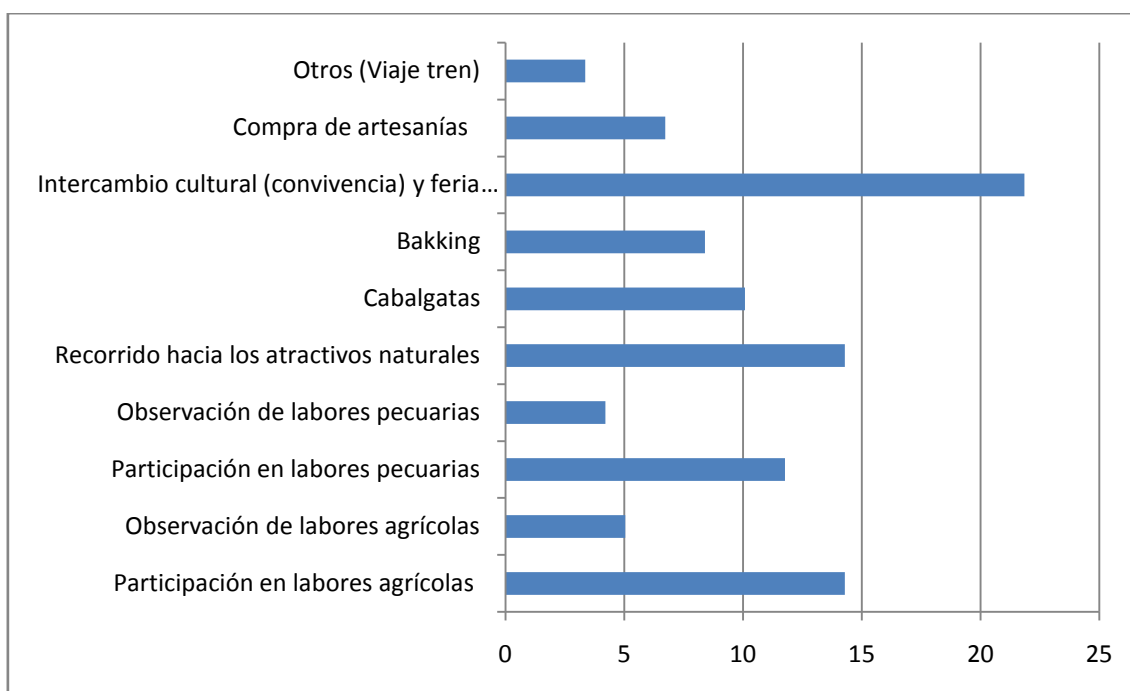


Gráfico N° 23:Actividades preferidas por turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo 2010.

El 22% de los turistas encuestados prefieren intercambio cultural, el 14% prefieren participación en labores agrícolas y un otro 14% recorrido hacia los atractivos naturales, el 12% participación en labores pecuarias, el 10% prefieren realizar cabalgatas , el 8% les gustaría realizar bakking , el 7%, realizar compras de artesanías, un 5% observación labores agrícolas, mientras que un 4% han seleccionado la opción observación de labores pecuarias y finalmente un 4 % les gustaría realizar otras actividades como preparación de platos típicos, bebidas y otros productos de la localidad.

i) Servicios preferidos por turistas.

Cuadro N° 40: Servicios preferidos por turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo.

| Servicios | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|--------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Hospedaje | 28 | 28 | 23,53 | 24 |
| Alimentación | 42 | 70 | 35,29 | 59 |
| Guianza | 17 | 87 | 14,29 | 74 |
| Equipo de Camping | 20 | 107 | 16,81 | 90 |
| Otros (Transporte) | 12 | 119 | 10,08 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

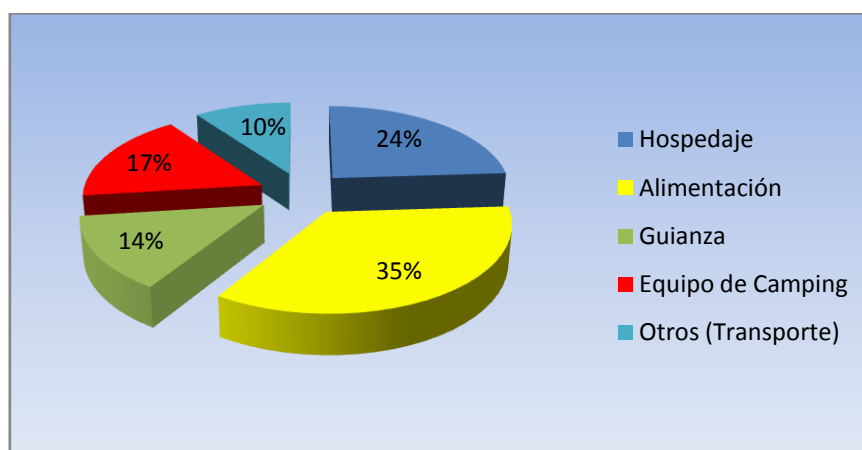


Gráfico N° 24: Servicios preferidos por turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo 2010.

El 35% de los turistas encuestados desearía contar con el servicio de alimentación en su mayoría con comida tradicional, mientras que el 24% con el servicio de hospedaje, el 14% contar con equipo para acampar, el 10% les gustaría servicio de guianza, y el 10% les gustaría contar con otro tipo de servicios como sala de exposición de productos, información.

j) Los medios por los que se informa de nuevos sitios turísticos.

Cuadro N° 41: Medios de información por turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo.

| Medios de Información | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| Internet | 49 | 49 | 41,18 | 41 |
| Periódico | 11 | 60 | 9,24 | 50 |
| Guías Turísticas | 12 | 72 | 10,08 | 60 |
| Radio | 10 | 82 | 8,40 | 69 |
| Televisión | 17 | 99 | 14,29 | 83 |
| Amigos/ Familiares | 20 | 119 | 16,81 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

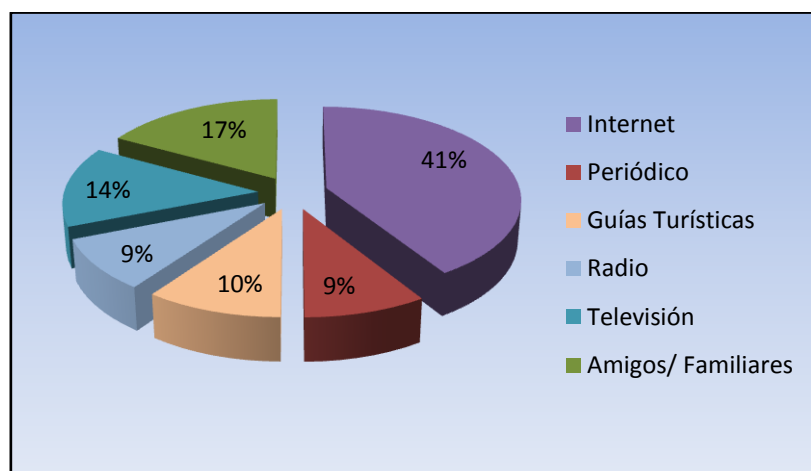


Gráfico N° 25. Medios de información por turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo 2010.

El 41% de los turistas encuestados se informan de nuevos sitios turísticos a través del internet, el 17% por medio de amigos o familiares, el 14% por televisión, el 10% a través de guías turísticas, el 9% a través de la radio y otro 9% a través del periódico.

k) Promedio de estancia.

Cuadro N° 42: Promedio de estancia.

| Días | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|---------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| 1 | 35 | 35 | 29,41 | 29 |
| 2-3 | 54 | 89 | 45,38 | 75 |
| 3-4 | 21 | 110 | 17,65 | 92 |
| Más de 5 días | 9 | 119 | 7,56 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

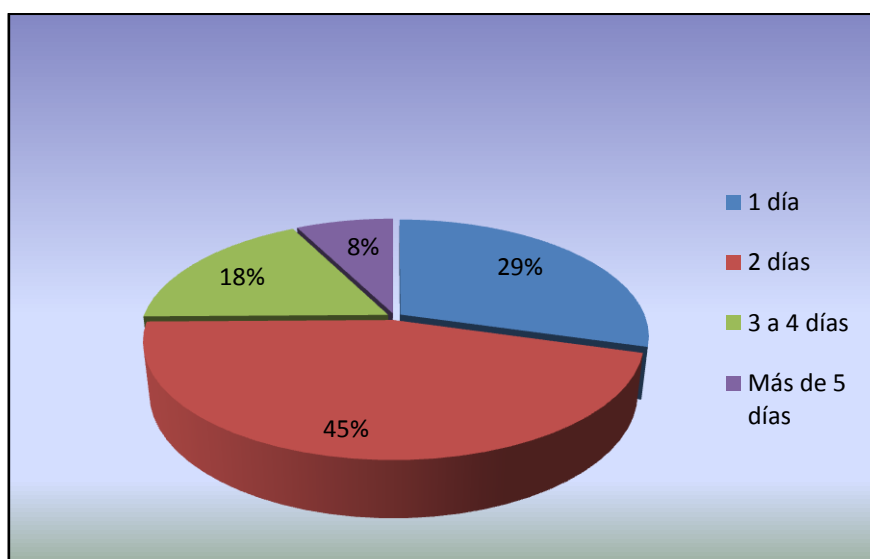


Gráfico N° 26: Promedio de estancia 2010.

El promedio de estancia es; el 45% de 2 días, el 29% de 1 día, el 18% de 3-4 días y el 8% más de 5 días.

l) Promedio de gasto diario.

Cuadro N° 43: Promedio de gasto diario

| Dólares | Frecuencia Absoluta | | Frecuencia Relativa | |
|-----------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| | F. Acumulada | F. Absoluta Acumulada | F. Relativa (%) | F. Relativa Acumulada (%) |
| <15 dólares | 15 | 15 | 12,61 | 13 |
| 15 – 25 dólares | 39 | 54 | 32,77 | 46 |
| 25 – 35 dólares | 48 | 102 | 40,34 | 86 |
| > 35 dólares | 17 | 119 | 14,29 | 100 |

Fuente: Estudio de mercado-Aplicación de encuestas 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

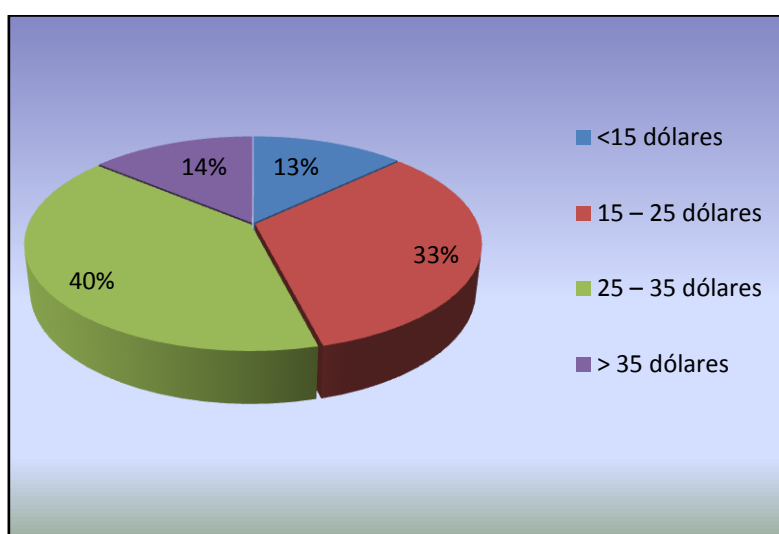


Gráfico N° 27. Promedio de gasto diario por paquete 2010.

El promedio de gasto diario sería; el 40% de 25-35 dólares, el 33% de 15-25 dólares, el 14% más de 35 dólares y el 13% menos de 15 dólares.

3) Perfil de los consumidores

Una vez realizado aplicado las encuestas y la tabulación de datos se obtuvo el perfil del turista que visitará al proyecto agroturístico, el mismo que se detalla a continuación:

a) Turista Nacional

El turista nacional es de la ciudad de Riobamba

En su mayoría viajan una vez al año en compañía de su familia y amigos, el 46% son hombres mientras 54% son mujeres, están en un rango de edad partir de los 31 años hasta los 40 años, casados en 60%, sus ingresos económicos oscilan desde los \$401 a \$600, la mayoría no han realizado actividades relacionadas a el agroturismo pero un 81% de los encuestados les gustaría participar, realizar actividades agroturísticas, las mas seleccionadas son recorrido por los atractivos turísticos, observación de actividades, agrícolas, cabalgatas; Los servicios que requieren son alimentación y hospedaje, los medios informativos utilizados son la televisión e internet, la visita lo realizan por un día generalmente con un gasto a partir de los \$25 a \$35

b) Turista Internacional

Los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Riobamba tiene una edad entre los 31-40 años, el número de hombres son más que el de mujeres, el estado civil son tanto casados como solteros, provienen principalmente del continente Europeo siendo en su mayoría de Francia, España, Alemania seguido por Estadounidenses, profesionales que tienen un ingreso promedio mensual mayores de los \$800 los mismos que en un 37% que viajan entre familiares o amigos, y en 69% no han realizado actividades relacionadas con el agroturismo y los mismo luego de preguntarles si les gustaría realizar este tipo de actividades manifestaron que si lo harían en un 87%, de las actividades ofertadas un 22% están interesados en intercambio cultural seguido por un 14% tanto en participación en labores agrícolas, como recorrido por los atractivos turísticos. Los servicios que les gustaría que exista son con un 35% en alimentación y un 24% con hospedaje, se informan en un 41% a través del internet y un 16 % a través de amigos o familiares que al llegar permanecen en un 45% de 2 a 3 días los mismos

que gastan desde \$25 a \$40 por día

4) Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera

La proyección para los próximos 5 años de la demanda nacional y extranjera se indica a continuación.

Nacionales

$$C_{2011} = 30405 (1+0,015)^1 = 30861$$

$$C_{2012} = 30405(1+0,015)^2 = 31324$$

$$C_{2013} = 30405 (1+0,015)^3 = 31794$$

$$C_{2014} = 30405 (1+0,015)^4 = 32271$$

$$C_{2015} = 30405 (1+0,015)^5 = 32755$$

$$C_{2016} = 303405 (1+0,015)^6 = 33246$$

Extranjeros

$$C_{2011} = 17100 (1+0,07)^1 = 18297$$

$$C_{2012} = 17100 (1+0,07)^2 = 19578$$

$$C_{2013} = 17100 (1+0,07)^3 = 20948$$

$$C_{2014} = 17100 (1+0,07)^4 = 22415$$

$$C_{2015} = 17100 (1+0,07)^5 = 23984$$

$$C_{2016} = 17100 (1+0,07)^6 = 25662$$

$$C_{2017} = 17100 (1+0,07)^7 = 27458$$

Cuadro N° 44: Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos 5 años.

| Año | DEMANDA NACIONAL | DEMANDA EXTRANJERA |
|------------|-------------------------|---------------------------|
| 2011 | 30861 | 18297 |
| 2012 | 31324 | 19578 |
| 2013 | 31794 | 20948 |
| 2014 | 32271 | 22415 |
| 2015 | 32755 | 23984 |

Fuente: MITUR, Gerencia Regional Sierra Centro

Elaborado por: Luís Anilema.

2. Análisis de la Oferta .

a. **Identificación de los competidores.**

Se ha identificado a la granja Totorillas como competidor en el mercado el mismo que es administrado a través del comité de desarrollo local del Municipio de Guamote.

1) **Granja Agroturística Totorillas.**

La Granja Agroturística Totorillas ubicada a 10.6 Km. de la cabecera cantonal, junto a la vía panamericana sur Riobamba-Cuenca.

Cuadro N° 45. Servicios que ofrece la Granja Totorillas

| Servicios | N° | Tipo | Capacidad | Especificaciones | Característica | Precio |
|--|----|------------------|---|--|---|---|
| Alojamiento | 1 | Cabaña pequeña | 16 pax | 1 habitación doble 2 habitaciones con literas | Cemento armado, sus pisos y paredes internas en su totalidad decorado con duelas de eucalipto, la cubierta es de eternit. | \$6 en convenio Precio normal \$8. Gratuidad en caso de trámites. |
| | 1 | Cabaña Ejecutiva | 57 pax | Sala con chimenea. cocina comedor | | |
| Alimentación y Bebidas | 1 | Restaurante | 100 pax | Amoblado y equipado Posee horno de leña. | Desayuno Almuerzo Cena | 2.60 \$ por pax 2.60 \$ por pax 2.60 \$ por pax |
| Centro de capacitación y convenciones | 1 | Auditorio teatro | 85 pax | Tiene inclinación y asientos individuales. | Amplia y confortable | 200 \$ por día |
| Sala de eventos y recepciones. | 1 | | 200 pax | Para cualquier tipo de evento social. | Amplia y confortable | 200 \$ por día |
| Comercialización | | | Por medio de la página Web. Portal del municipio. Mesa de turismo, trípticos. | | | |
| Demanda | | | Mercado Internacional Canadá y Estados Unidos | | | |
| Observaciones | | | Se trabaja mediante reservaciones | | | |

Fuente: Guzñay, J. 2008.

Elaborado por: Luís Anilema.

b. Análisis FODA de la Competencia.

Cuadro N°46: Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Competencia.

| FORTALEZAS. | DEBILIDADES. |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ Infraestructura de la hacienda es de tipo colonial (amplios espacios). ○ Ubicación geográfica estratégica. ○ Cuenta con servicio de Hospedaje y Alimentación. ○ Poseen diversos proyectos productivos en ejecución. ○ Pertenece al Gobierno Municipal de Guamote | <ul style="list-style-type: none"> ○ Limitado líquido vital. ○ No hay conocimiento profundo de la totalidad de los predios (falta de levantamiento topográfico). ○ Política administrativa (cambio del personal constante no hay continuidad). ○ Limitado sistema de información interna. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> ○ Investigación dirigida para diferentes áreas. ○ Interés de instituciones educativas en conocer. | <ul style="list-style-type: none"> ○ Comunidades indígenas que esperan apropiarse los predios (no es propiedad del municipio). ○ Suspensión del agua entubada y riego por las comunidades por problemas de interés político y personales. ○ Inestabilidad política del país. |

Fuente: Guzñay, J. 2008.

Elaborado por: Luís Anilema.

c. Proyección de la Oferta.

Para el análisis de la Competencia se recurrió al dato de turistas que han visitado la granja

Turistas que visitaron la granja Totorillas en el año 2011 desde enero hasta diciembre fue 4528 turistas que llegaron a la granja.

$$4528 * 81\% \text{ demanda nacional} / 100 = 3668 \text{ oferta nacional}$$

$$4528 * 87\% \text{ demanda extranjera} / 100 = 3939 \text{ oferta extranjera.}$$

A continuación se muestra la proyección de la oferta nacional y extranjera para los próximos 5 años:

Nacionales

$$C_{2012} = 3668 (1+0,015)^1 = 3723$$

$$C_{2013} = 3668 (1+0,015)^2 = 3779$$

$$C_{2014} = 3668 (1+0,015)^3 = 3836$$

$$C_{2015} = 3668 (1+0,015)^4 = 3893$$

$$C_{2016} = 3668 (1+0,015)^5 = 3951$$

$$C_{2017} = 3668 (1+0,015)^6 = 4011$$

Extranjeros

$$C_{2012} = 3939 (1+0,07)^1 = 4215$$

$$C_{2013} = 3939 (1+0,07)^2 = 4510$$

$$C_{2014} = 3939 (1+0,07)^3 = 4825$$

$$C_{2015} = 3939 (1+0,07)^4 = 5163$$

$$C_{2016} = 3939 (1+0,07)^5 = 5525$$

Cuadro N° 47: Proyección de la Competencia para los próximos 5 años.

| Año | OFERTA NACIONAL | OFERTA EXTRANJERA |
|------------|------------------------|--------------------------|
| 2012 | 3723 | 4215 |
| 2013 | 3779 | 4510 |
| 2014 | 3836 | 4825 |
| 2015 | 3893 | 5163 |
| 2016 | 3951 | 5525 |

Fuente: Base de datos granja Agroturística Totorillas 2010.

Elaborado por: Luís Anilema.

d. Balance oferta demanda.

Con los datos obtenidos en la granja agroturística y las estadísticas del INEC 2010 (Instituto Nacional de Estadísticas del Ecuador), se realizó la proyección de la demanda insatisfecha de turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N° 48: Demanda insatisfecha de turistas nacionales.

| Años | DEMANDA NACIONAL | OFERTA NACIONAL | DEMANDA INSATISFECHA |
|-------------|-------------------------|------------------------|-----------------------------|
| 2012 | 30861 | 3723 | 27138 |
| 2013 | 31324 | 3779 | 27545 |
| 2014 | 31794 | 3836 | 27958 |
| 2015 | 32271 | 3893 | 28278 |
| 2016 | 32755 | 3951 | 28804 |

Fuente: Regional Sierra Centro de Turismo 2008.

Elaborado por: Luis Anilema.

Cuadro N° 49: Demanda insatisfecha de turistas extranjeros.

| Años | DEMANDA EXTRANJER A | OFERTA EXTRANJERA | DEMANDA INSATISFECHA |
|-------------|------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| 2012 | 18297 | 4215 | 14082 |
| 2013 | 19578 | 4510 | 15068 |
| 2014 | 20948 | 4825 | 16123 |
| 2015 | 22415 | 5163 | 17252 |
| 2016 | 23984 | 5525 | 18459 |

Fuente: MITUR, Gerencia Regional Sierra Centro 2010.

Elaborado por: Luis Anilema

La demandada de turistas tanto nacionales como extranjeros se determinó a través del análisis del estudio de mercado realizado. El mismo que fue tomado 81% de los turistas nacionales y el 87% de los turistas extranjeros proyectados. Estos porcentajes de turistas que están interesados en desarrollar actividades que tienen relacionadas con el agroturismo.

e. Demanda Objetiva de Mercado.

La demanda objetiva del proyecto pretende captar anualmente el 15% de la demanda insatisfecha de turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro N° 50: Cuota de mercado de la demanda nacional

| Años | DEMANDA NACIONAL INSATISFECHA | CUOTA OBJETIVA DE MERCADO 10% |
|-------------|--|--|
| 2012 | 27138 | 2713,8 |
| 2013 | 27545 | 2754,5 |
| 2014 | 27958 | 2795,8 |
| 2015 | 28278 | 2827,8 |
| 2016 | 28804 | 2880,4 |

Elaborado por: Luis Anilema.

Cuadro N° 51: Cuota de mercado de la demanda extranjera

| Años | DEMANDA EXTRANJERA INSATISFECHA | CUOTA OBJETIVA DE MERCADO 10% |
|-------------|--|--|
| 2012 | 14082 | 1408,2 |
| 2013 | 15068 | 1506,8 |
| 2014 | 16123 | 1612,3 |
| 2015 | 17252 | 1725,2 |
| 2016 | 18459 | 1845,9 |

Elaborado por: Luis Anilema.

Cuadro N° 52: Total de cuota de mercado de la demanda nacional y extranjera

| Años | TOTAL DE CUOTA OBJETIVA NACIONAL Y EXTRANJERA 10% |
|-------------|--|
| 2012 | 4122 |
| 2013 | 4261 |
| 2014 | 4408 |
| 2015 | 4553 |
| 2016 | 4726 |

Elaborado por: Luis Anilema.

3. Análisis del producto

1) Línea

La línea del proyecto es manifestaciones ancestrales de producción agrícola y naturaleza, debido a que la gente de la Asociación mantiene sus costumbres y tradiciones ancestrales en el uso de la tierra para producción agrícola y pecuaria, a si mismo la comunidad posee importante flora y fauna nativa representativa de la zona.

2) Los servicios adicionales o complementarios

Para la completa satisfacción del turista se prestará servicios adicionales como:

- Venta de artesanías, postales
- Alquiler de equipo de camping
- Alquiler de botas de caucho, ponchos, entre otros.
- Alquiler de caballos.

3) La calidad

La calidad del producto está dada por 3 ámbitos básicos para el desarrollo de las actividades agroturísticas como estas son:

- ✓ Calidad cultural: convivencia con la gente la asociación, contribuyendo así en el fortalecimiento de su identidad cultural.
- ✓ Calidad ambiental. El proyecto contribuirá al manejo sustentable de los recursos naturales con la aplicación de técnicas agrícolas ancestrales.
- ✓ Calidad en la prestación de servicios. El trato que se dé a los turistas será cubriendo los parámetros y normas establecidas de los servicios turísticos.

4. Análisis del precio

Mediante talleres participativos con la gente de la asociación se tomó como referencia los precios que la competencia maneja al ofrecer productos similares a los que se propone en el proyecto estableciéndose así precios adecuados, accesible para turistas nacionales y extranjeros y que den un justo rédito a la gente involucrada en el proyecto.

A demás se consideraron la oferta y demanda turística, el perfil del visitante y sus necesidades para ofrecer los servicios turísticos, a continuación se indica el cuadro del análisis del precio.

Cuadro N° 53: Análisis del precio

| PRODUCTO | ESPECIALIZACIÓN | PRECIO USD |
|-------------------------|------------------------|-------------------|
| ALOJAMIENTO | | |
| Cabaña | Por Pax/ día | 12,00 |
| RESTAURANTE | | |
| Desayuno | Por PAX/ día | 3 |
| Almuerzo | Por PAX/ día | 4 |
| Merienda | Por PAX/ día | 3 |
| TRANSPORTE | | |
| Riobamba – Mushuj Ayllu | Costo del bus por día | 90 \$ |
| ALQUILER | | |
| Carpa | Por PAX/ día | 6,00 |
| Sleeping | Por PAX/ día | 3,00 |
| Aislante | Por PAX/ día | 1,50 |
| Ponchos de agua | Por PAX/ día | 1,00 |
| Botas caucho | Por PAX/ día | 3,00 |
| Caballos | Por PAX/ día | 6,00 |
| OTROS | | |
| Venta de artesanías | Por unidad | 1,50 |
| Bufandas | Por unidad | 5,00 |

| | | |
|---------|------------|-------|
| Guantes | Por unidad | 3,00 |
| Gorros | Por unidad | 2,50 |
| TOTAL | | 54,50 |

Fuente: Talleres participativos, trabajo de campo 2010.

Elaborado por: Luis Anilema.

5. Análisis de los canales de distribución y comercialización.

Se determinaron dos canales de distribución y comercialización para dar a conocer el producto agroturístico en el mercado es el siguiente:

- **La Venta Directa.** Por parte de del personal de administración se procederá a ofertar mediante paquetes y material promocional en visitas a instituciones públicas, privadas.
- **La venta indirecta.** A través de la organización nueva generación que en su portal internet ofertará nuestros productos y contactos con otras organizaciones.

6. Análisis de la comunicación

Para la promoción y la publicidad de los servicios turísticos se consideraron los medios de comunicación utilizados por los turistas nacionales y extranjeros de acuerdo a las encuestas aplicadas, siendo estos:

- 41% internet, 17% Amigos y familiares (extranjeros).
- 28% televisión, 22% internet, 20 % radio (nacionales).

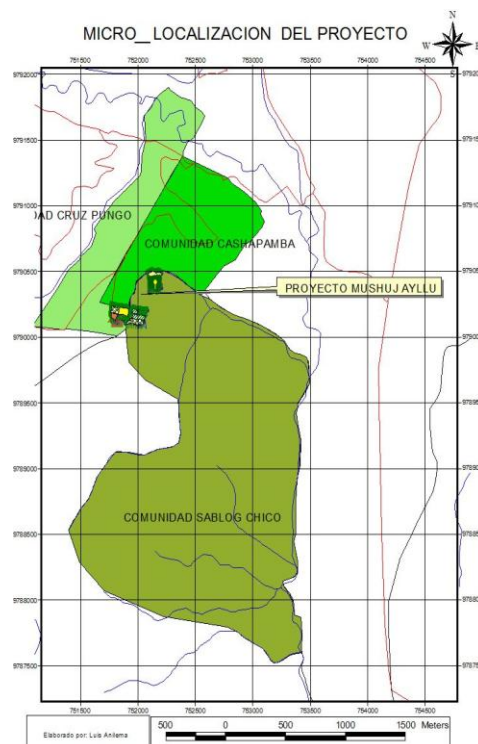
F. ESTUDIO TÉCNICO/ INGENIERÍA DEL PROYECTO

1. Localización del proyecto

a. Macro-localización del proyecto.

La empresa estará ubicada en Sudamérica, Ecuador, provincia de Chimborazo, cantón Guamote, Comunidad Sablog Chico, Sector Mushuj Ayllu.

b. Micro-localización del proyecto

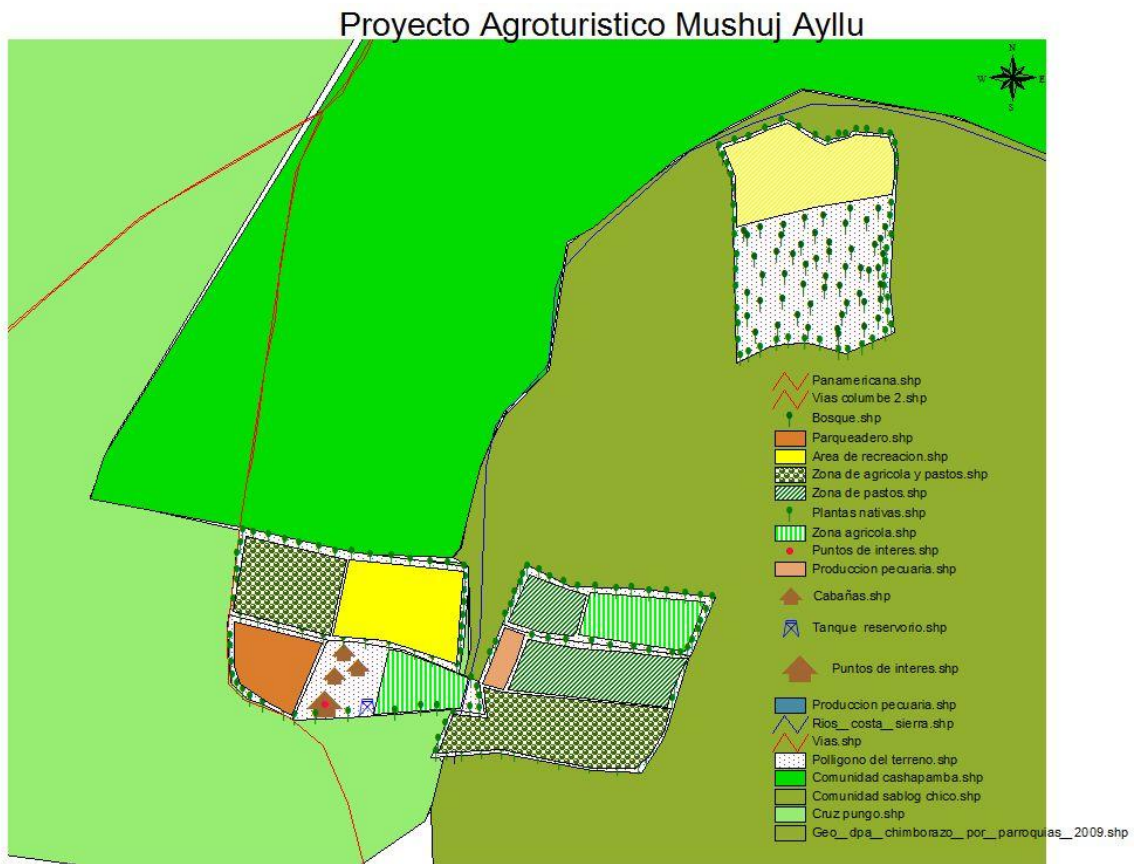


Mapa N° 02. Micro localización del proyecto Agroturístico Mushuj Ayllu.

Elaborado: Luis Anilema.

La Asociación Mushuj Ayllu, está rodeada de atractivos naturales y culturales, condiciones socioeconómicas, emprendimientos de nuevas oportunidades de trabajo, busca mejorar su condición de vida por ello quieren trabajar en la actividad turística, es así que la prestación de los servicios turísticos como hospedaje, alimentación, guianza y transporte se

realizará por parte de la Asociación Mushuj Ayllu, Parroquia Matriz, esta asociación se encuentra en la comunidad Sablog Chico, ubicada vía panamericana sur, ingresando desde la el sector denominado Cruce a mano derecha y luego la parroquia de Columbe, el recorrido es de 5 km desde el desvío. La asociación Mushuj Ayllu se encuentra entre las coordenadas: latitud 9788854 UTM, longitud 752470 UTM, temperatura promedio anual entre 13,7° C, una altitud de 3384 m.s.n.m.



Mapa N°3. Distribución de áreas del proyecto Agroturístico.

Elaborado por: Luis Anilema.

2. Análisis de los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros

a. Servicios

De los turistas nacionales el 33% de las personas encuestadas desearía contar con el servicio de alimentación en su mayoría con comida tradicional, mientras que el 21% con el servicio de hospedaje, el 18% les gustaría servicio de Guianza, el 15% les gustaría el servicio de transporte y el 13% les gustaría contar con equipo de camping.

Y por parte de los turistas extranjeros el 35% de los turistas encuestados desearía contar con el servicio de alimentación en su mayoría con comida tradicional, mientras que el 24% con el servicio de hospedaje, el 14% contar con equipo para acampar, el 10% les gustaría servicio de guianza, y el 10% les gustaría contar con otro tipo de servicios como sala de exposición de productos, viaje en tren, feria indígena.

b. Actividades turísticas

La población local encuestada, el 18% de los encuestados les gustaría visitar atractivos turísticos, el 13% prefieren observar labores agrícolas y un otro 12% realizar cabalgatas, el 11% participación en labores pecuarias y otro 11% prefieren observar labores pecuarias, un 10% prefieren bakking, el 9% les gustaría comprar artesanías, el 7% prefieren intercambio cultural, un 6% participación en labores pecuarias, mientras que un 3% les gustaría realizar otras actividades como preparación de platos típicos, bebidas y otros productos de la localidad.

Turistas extranjeros el 22% de los turistas encuestados prefieren intercambio cultural, el 14% prefieren participación en labores agrícolas y un otro 14% recorrido hacia los atractivos naturales, el 12% participación en labores pecuarias, el 10% prefieren realizar cabalgatas, el 8% les gustaría realizar bakking, el 7%, realizar compras de artesanías, un 5% observación labores agrícolas, mientras que un 4% han seleccionado la opción observación de labores pecuarias y finalmente un 4% les gustaría realizar otras actividades como preparación de platos típicos, bebidas y otros productos de la localidad.

c. Tiempo de permanencia

La población local el 40% permanecerían por 1 día, el 34% 2 días y por parte de los turistas extranjeros el 45% de 2 días, el 29% de 1 día, el 18% de 3-4 días.

3. Factores de Producción Agrícola y Pecuario

En el proyecto se trabajará con tres factores de producción los primeros son identifica por los principales productos tanto agrícolas como pecuarios que se dan en la Comunidad y para la actividad turística de acuerdo a los gustos y preferencias de los turistas.

a. Agrícola.

1) Principales productos agrícolas de la zona

Cuadro N° 54: Detalles de producción de los cultivos característicos

| Detalle\ cultivo característico | Cebada | Papas | Haba | Quinoa |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Unidad de producción familiar (ha) | 0,3 | 0.2 | 0.15 | 0,3 |
| Nivel tecnológico | Semi-tecnificado | Semi-tecnificado | Semi-tecnificado | Semi-tecnificado |
| Zona de ubicación | Alta | Alta | Media | Media alta |
| Regadío (si usa o no) | si | si | si | si |
| Costo de producción \$/ha | 337 | 1046 | 490 | 387 |
| Empleo de mano de obra (jornales/ha/ciclo) | 46 | 93 | 47 | 46 |
| Ciclo de cultivo (meses) | 8 meses | 6 meses | 6 meses | 9 meses |
| Tiempo de siembra | Noviembre | Octubre | Septiembre | Noviembre |
| Rendimiento (Tm/ha) | 0,8 | 7 | 0,8 | 0,3 |

Elaborado por: Luis Anilema 2011.

Los parámetros para determinar el nivel tecnológico de cultivos son: el uso de maquinaria para preparar el suelo, el uso de semillas certificadas y paquetes tecnológicos, y también la forma de regadío.

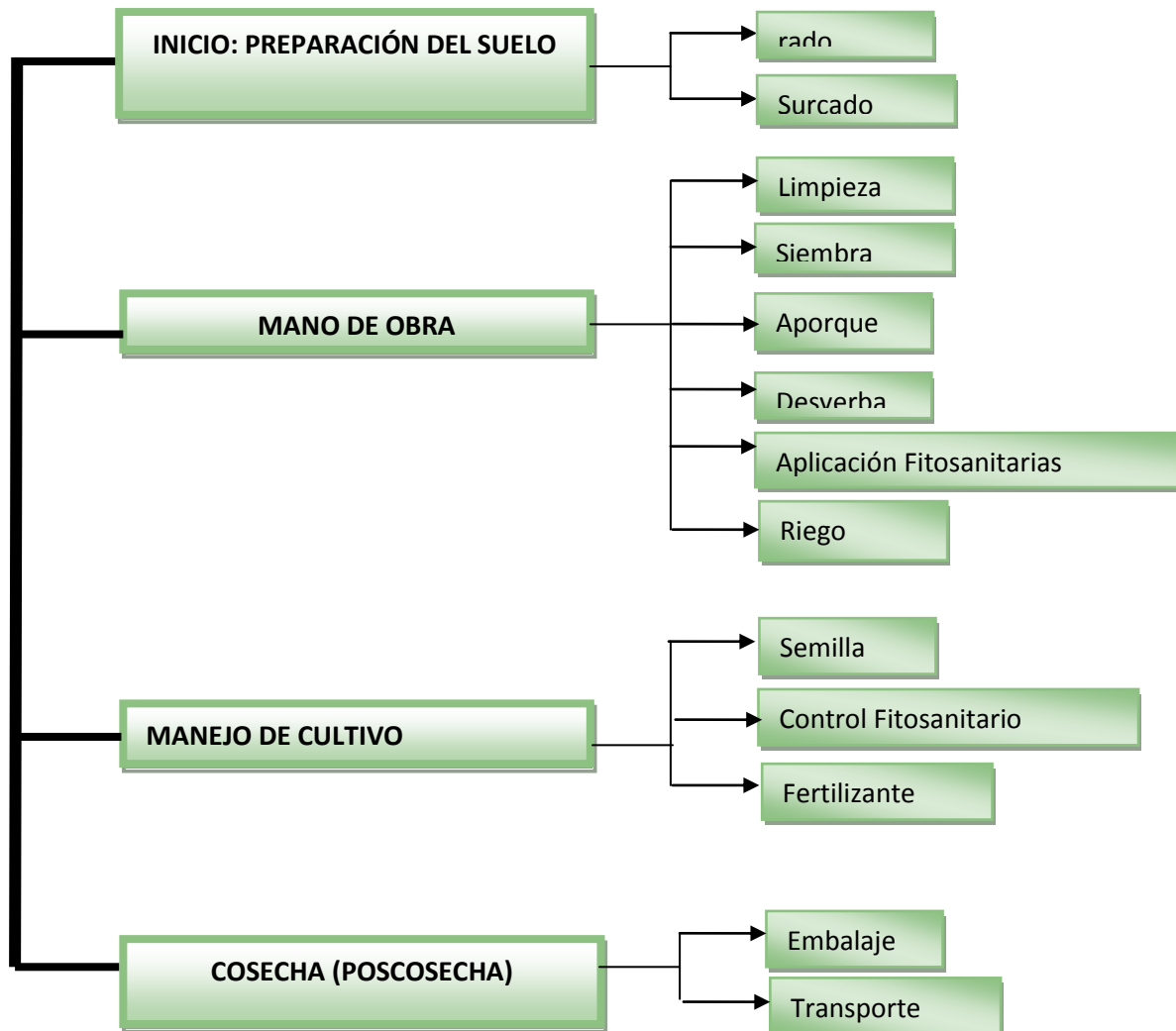
2) Características del área de pastos

Cuadro N° 55: Características del área de pastos (Cultivo de alfalfa).

| | |
|----------------------------------|---|
| Superficie total implementada | 9846,82 m ² |
| Producción total esperada | 18000 Kg |
| No. De jornales (implementación) | 21 |
| No. De jornales (mantenimiento) | 66 |
| Insumos endógenos empleados | Abono Orgánico |
| Insumos exógenos empleados | Semilla, Cloruro de potasio, Urea, Superfosfato triple , agridex , Perfeckthion |
| Implementación | Al primer año de ejecución |
| Costo de producción | \$ 306,72 |

Elaborado por: Luis Anilema 2011.

3) Procesos de Producción agrícola



b. Pecuario

Cuadro N° 56: Detalles de producción pecuaria referencial en la zona de Mushuj Ayllu

| Animal/ detalle | Rendimiento |
|------------------------------|-----------------------|
| Ganado bovino de leche | 10 lt/ vaca/ día |
| Ganado ovino | 45 kg/ animal |
| Cuyes | 0,6 kg/ animal |
| Gallinas de postura (huevos) | 1 huevo/día |
| Pollos criollos de engorde | 1,5 Kg/ animal |

Elaborado por: Luis Anilema 2011.

1) Requerimiento de infraestructura área de producción pecuaria

a) Galpón para cuyes

Para esta construcción se utilizara ladrillo, instalación comprendida por un área total de construcción de: 154.78 metros cuadrados.

El galpón constara de pozas de recria, pozas de empadre, pozas para machos reproductores, pozas para descarte de reproductoras y pozas para cría.

Ventajas de la utilización de pozas de cría.

- Permite separar a los cuyes por clases, edad y sexo.
- Facilita el manejo de reproductores y control de producción mediante el registro de destetados.
- Elimina la competencia por alimento porque no se crían juntos cuyes chicos y grandes.
- Evita el contagio de todos los animales en caso de alguna enfermedad.
- Permite almacenar las excretas para poder utilizarlas en mayor volumen para el reciclaje o como abono orgánico.



Figura N° 2: Diseño de Galpón de cuyes

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C 2011.

Cuadro N°57. Rubros del diseño del Galpón para cuyes.

| Dimensiones y rubro de construcción del galpón de cuyes. | | | | |
|--|---------------------------------------|-------------------|-----------------|----------------|
| Rubro | Medidas/Dimensiones | Cantidad | Precio Unitario | Precio Total |
| Construcción galpón | (10.50x 14.20): 154.78 m ² | 1 | 70 | 10834.6 |
| costo | | | | 10834.6 |
| Capacidad de la infraestructura del galpón. | | | | |
| Infraestructura | Área cerrada m ² | Total alojamiento | | |
| Galpón cobayos | (8,60 x 12,60) 100,08 m ² | 270 | | |
| | | 270 | | |
| Insumos para la producción cavícola | | | | |

| Insumos | Descripción | Cantidad | Costo unitario | Costo total |
|-------------------------|-------------|-----------|-------------------|----------------|
| Bebedores/ comederos | Plástico | 40 | 2,3 | 92,00 |
| Insumos Veterinarios | Varios | 1 paquete | 305 | 305 |
| Imprevistos 10% | | | | 39,7 |
| Costo | | | | 436,7 |
| Costos de cobayos. | | | | |
| Compra de animales | Descripción | cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
| Cobayos | Machos | 6 | 10 | 60 |
| | Hembra | 60 | 12 | 720 |
| Costo | | | | \$ 780 |

Elaboradopor: Luis Anilema 2011.

- Dimensiones de las pozas

Pozas de empadre o maternidad

Las pozas de empadre o maternidad son de 1 m de ancho por 1.5 me de largo y 0.45 m de alto. Se recomienda colocar de 10 a 15 hembras con un macho en cada poza. Por cada poza de empadre se reservan o construyen dos de recría.

Pozas de recría

En la crianza de cuyes se han detectado problemas en la cría de machos por la agresividad que estos presentan. Varias investigaciones han recomendado juntar a 10 machos en pozas de 1 m por 0.75 m por 0.45 m. En cuanto a las hembras estas no presentan agresividad y se recomiendan pozas de 1 m por 1 m por 0.45 m.

Pozas para machos reproductores en prueba o reserva.

El galpón debe considerar que debe mantenerse en reserva una cantidad equivalente al 5 por ciento de machos en producción.

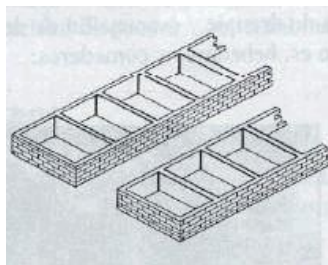


Figura N°3: Diseño de la poza para machos reproductores en prueba o reserva.

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C. 2011.

c) Pozas para descarte de reproductoras.

Para el momento de saca de reproductoras se separa a las hembras con preñez avanzada para que paran antes de destinarlas al sacrificio. Se ubica a 30 hembras.

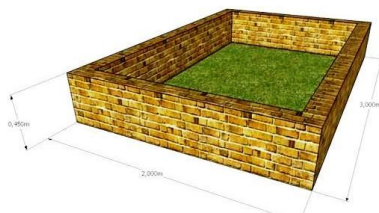


Figura N°4. Diseño de la poza descarte de hembras reproductoras

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C. 2011.

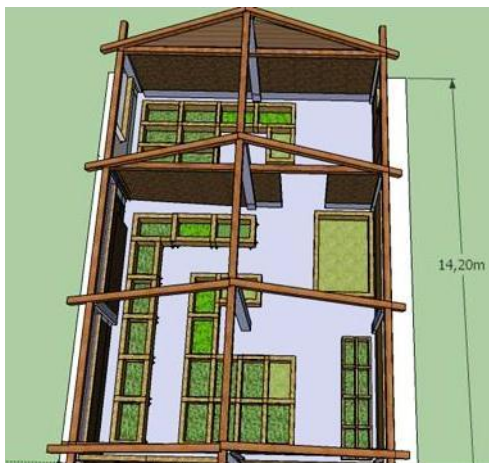


Figura N° 5: Diseño de distribución de pozas en el galpón

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C. 2011.

b) Manejo para la cría de cuyes.

CICLO PRODUCTIVO

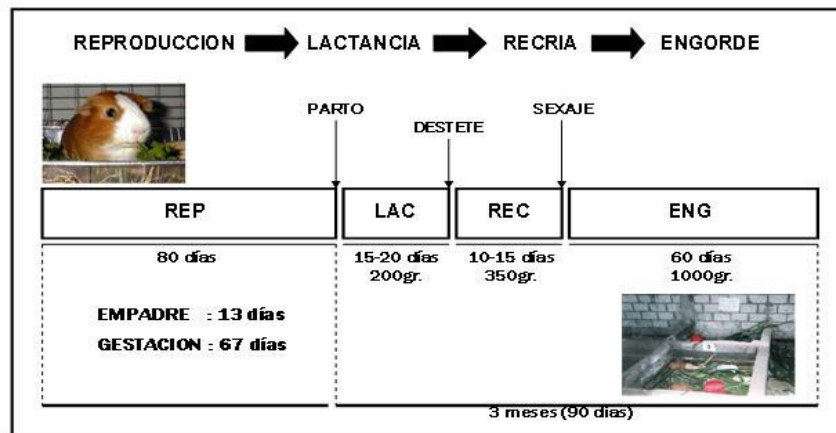


Figura N° 6: Ciclo productivo de cuy

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Etapa que comprende desde el destete hasta el momento de la saca. Los animales destetados se colocan en pozas limpias y desinfectadas en número de 8 a 10 cuyes del mismo sexo por poza, tomando en cuenta las dimensiones de las pozas.

Se debe proporcionar alimento adecuado tanto en cantidad como en calidad, para que tengan un desarrollo satisfactorio. En esta etapa el crecimiento es rápido y los animales responden bien a una alimentación equilibrada.

La fase de recría tiene una duración de 45 a 60 días dependiendo de la línea y alimentación empleada, es recomendable no prolongar por mucho tiempo, para evitar peleas entre los machos, las cuales causan heridas y malogran la calidad de la carcasa.

Al concluir la etapa de recría se debe seleccionar a los cuyes de mejor tamaño y conformación para reproductores. Se escogerán los animales que crecieron más rápido, o

sea cuyes de mayor tamaño que procedan de camadas de 3 o más crías. Estas hembras deben reemplazar a los reproductores que se tienen que descartar después de 5 a 6 partos. Albergan a cuyes destetados con 2 a 4 semanas de edad. Los grupos formados son de 25 cuyes, y para la recría albergan a 10 cuyes machos ó 15 hembras de 4 a 9 semanas.

Guanilo, J. (2004) manifiesta que cuando los cuyes alcanzan la pubertad, están en capacidad de reproducirse. Se llama pubertad a la edad en la cual la hembra presenta su primer celo y los machos ya pueden cubrir la hembra.

En las hembras la pubertad se presenta entre las seis y ocho semanas de edad. Esto depende de la línea y de la alimentación que se les proporcione. Los machos alcanzan la pubertad una o dos semanas después que las hembras. El empadre es la acción de juntar al macho con la hembra para iniciar el proceso de la reproducción. La densidad de empadre y la capacidad de carga en machos deben manejarse conjuntamente para tomar la decisión de manejo que debe tenerse en una explotación de cuyes.

Cuando los cuyes alcanzan el peso y edad para **reproducirse**, debe juntarse a la hembra con el macho para dar inicio a su vida reproductiva y procrear descendencia. Solo cuando el cuy hembra está en celo, acepta que el macho la cubra. Este celo se presenta cada 16 días con un período corto de variación.

Se conocen varios sistemas de empadre; uno de los más utilizados es el sistema de empadre continuo, el cual consiste en colocar las hembras reproductoras junto con el macho durante una fase reproductiva (un año) en forma permanente, en el cual se aprovecha el celo post-parto de la hembra, ya que está, 2 a 3 horas después del parto presenta un celo fértil con un 85% de probabilidad de aprovechamiento.

En base a este tipo de empadre, el intervalo entre partos sucede aproximadamente cada 70 días (4 a 5 partos por año por hembra), de tal forma que no tienen un período de descanso sexual y por esta razón para evitar el desgaste de los animales, se les debe proporcionar una alimentación adecuada.

Bajo estas circunstancias se pueden utilizar las hembras de 5 a 6 partos y posteriormente descartarlas.

En cualquier sistema de crianza, es útil manejar registros para mantener el control de los animales, los cuales permiten conocer los aspectos de producción de mayor interés.

Se debe tomar en cuenta la fecha del empadre (inicio de la etapa reproductiva) y de los partos, lo cual permite tener mayor control sobre el intervalo entre partos de cada hembra, permitiendo identificar a hembras rezagadas o con problemas de fertilidad, conocer el número de partos por año y el tamaño de camada. Lo cual ayuda a determinar qué animales se deben conservar y qué animales descartar por infertilidad.

De igual forma se deben llevar registros en la etapa de recría, de manera que al destetar a las crías considere la fecha de destete, línea (si se maneja más de dos) sexo, número de animales, fecha de la saca (de venta o como reproductor), etc. A continuación se presentan registros que se pueden utilizar en crianzas familiares-comerciales.

- Alimentación

El cuy consume en forraje verde 30% de su peso vivo. Consume prácticamente cualquier tipo de forraje. La alfalfa es el mejor forraje que se puede proporcionar a los cuyes, sin embargo al no disponerse en algunas épocas y zonas del país se pueden utilizar otros forrajes que se puede dar a los cuyes:

· Alfalfa, vicia, maíz forrajero, avena, cebada, pasto elefante, rastros de cosecha (hojas de habas, repollo, paja de avena, paja de cebada, chala de Maíz, etc.)

- Clasificación taxonómica

Cuadro N°58. Clasificación taxonómica del cuy.

| NOMBRES COMUNES | NOMBRE CIENTÍFICO |
|-----------------|-------------------|
| Cuy | Cavia porcellus |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

- Gestación

Cuadro N°59. Periodo de gestación del cuy.

| Nombre | Tiempo de gestación | Número de crías |
|-------------|----------------------|-----------------|
| Cuy criollo | 67 días (9 semanas) | 4 en el año |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

- Proceso productivo Cavicola.



Figura N° 7: Proceso productivo Cavicola.

Elaborado por: Luis Anilema.

4. Definición de itinerarios y paquetes turísticos

El diseño de los paquetes turísticos se ha elaborado en función al perfil del turista obtenido en el análisis de la demanda, es así que se llegó a definir las preferencias como son recorrido por los atractivos, observación de las formas de cultivo de los productos de la zona, para el mismo se requiere los servicios básicos y una infraestructura adecuada.

La oferta de Asociación Mushuj Ayllu es satisfacer las expectativas de los turistas, se ha diseñado dos paquetes turísticos.

El paquete turístico denominado *manifestaciones ancestrales de producción agrícola y naturaleza*, con la facilidad de acceder a conocer y aprender diversas actividades de producción tanto agrícola y pecuario, dentro de un ambiente y conservación conocido como la agroecología.

El paquete turístico denominado *viaje en tren, agroturismo y feria indígena*, incluye actividades de recorrido hacia cada uno de los atractivos naturales y actividades de preservación de la naturaleza.

Nuestros paquetes estarán incluidos con los siguientes servicios: alimentación, hospedaje, transporte y guianza, adicional a esto quienes gusten podrán disfrutar de caminatas, recorridos en bicicletas, cabalgatas.

a. Paquete Turístico No.01: MANIFESTACIONES ANCESTRALES DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y NATURALEZA

| | |
|-------------------|--------------------------|
| CÓDIGO: | 001 |
| DURACIÓN: | 1 Día |
| ACCESIBILIDAD: | Cualquier día del año |
| DIFICULTAD: | Fácil |
| MERCADO OBJETIVO: | Nacional e Internacional |

1) Descripción del paquete.

Riobamba – Sablog Chico. Disfrute de la caminata al cerro Cruz Loma, uno de los atractivos de la comunidad, lugar en la cual se puede tomar fotografías, conocer acerca de las leyendas, posteriormente visita a una de las primeras fuentes de agua que es (cashapogui) agua pura y cristalina, la diversidad en producción agrícola y especies menores posee la granja agroecológica en la que la integración de usted en las actividades están a su disposición; apreciar la belleza paisajística y el camino del inca desde un mirador, además conocer la riqueza cultural que existe en este pueblo indígena y finalmente caminar por nuestro páramo en donde se puede observar la belleza paisajística flora y fauna.

2) Itinerario

06h00 Concentración ciudad de Riobamba y salida a la comunidad Sablog Chico.

07h00 Llegada a la parte alta de la comunidad.

07h05 Charla informativa

07h10 Treking a la cima de Mira Loma y observación del páramo.

08h00 Retorno a la comunidad

08h15 Desayuno en la Granja Agroecológica

08h45 Observación de actividades agrícolas y pecuarias

12h30 Almuerzo comida típica

13h30 Participación en las actividades de la granja.

14h15 observación de las artesanías, danza de un grupo de jóvenes.

13h45 Vista Mirador Curi gallo y la fuente de agua Cashapugyo.

15h00 Caminata al Cruz loma.

15h30 Llegada a Cruz loma.

16h00 Caminata a la parroquia de Columbe.

16h30 Retorno a Riobamba.

17h30 Fin servicio

a) Que llevar:

- Cámara fotográfica
- Ropa abrigada (impermeable, guantes, bufanda)
- Poncho de aguas
- Botas de caucho
- Gorra
- Protector solar

b) Que no llevar:

- Bebidas alcohólicas
- Equipos de sonido
- Armas blancas y de fuego

c) El paquete incluye:

- Transporte durante el recorrido
 - Vehículo
- Alimentación
 - 1 desayuno
 - 1 almuerzo
- Guianza
 - guía nativo

El paquete no incluye:

- Comidas no especificadas
- Bebidas extras
- Gastos personales
- Propinas
- Alquiler: carpas, sleeping, aislante, botas de caucho, ponchos de agua.

d) Nota:

- Durante la visita un guía nativo acompañara al grupo.

3) Guión interpretativo

a) Tema: MANIFESTACIONES ANCESTRALES DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y NATURALEZA

b) Período de preparación:

Muy buenos días mi nombre es Luis Anilema, en este recorrido van a poder conocer algunos atractivos naturales los cuales describiré según su visita o parada.

Normas de Conducta Para el Visitante:

- Ayudemos a mantener limpio y bien presentado los distintos sitios y atractivos que visitemos, guardando su basura.
- No rompa el equilibrio de la naturaleza, el silencio vivifica el espíritu.
- Prohibido realizar cualesquier tipo de regalo a la comunidad o miembro.
- Absténgase de usar drogas o tomar alcohol durante el tiempo de visita a los atractivos o comunidades.
- Tome precauciones apropiadas a las condiciones de altura y clima.

- Recuerde que nosotros tenemos conceptos de tiempo, espacio y cultura diferentes de usted. Por favor sea comprensible y respetuoso, asegurándole que las actividades comprometidas se cumplirán. Y disfrute de la caminata.

PARADA N° 1

Mira Loma

Desde mucho tiempo es conocido a este atractivo con este nombre que significa cerro muy alto de donde se puede observar todo a su alrededor, incluso que fue un punto de referencia de medición utilizada por militares que ubicaron una especie de pirámide.

Es un lugar ideal para poder apreciar la parte la zona baja de la comunidad Sablog Chico además apreciar de una los nevados como el Chimborazo, Tungurahua, Altar Sangay, Carihuayrazo y Cubillenes.

PARADA N° 2

Páramo

Este es un ecosistema representativo de la serranía ecuatoriana, que significa en el antiguo vocablo español se expresa “llanura de altura o de meseta elevada yerma o sin arboledas”. Páramo y paramera en español, tiene el mismo significado desde siglos atrás para referirse a las altiplanicies inhóspitas de la antigua Castilla sin árboles.

El páramo es un ecosistema natural alto andino frágil, único en términos de biodiversidad y de vital importancia para la ecología y economía de los Andes.

Los pobladores de nuestra comunidad y comunidades vecinas reciben en agua gracias a la existencia de este importante ecosistema.

PARADA N° 3

Comunidad Sablog Chico.

Fue una hacienda llamada Troya de los hermanos del mismo nombre, la hacienda tenía aproximadamente 400 ha en la que se sembraba: cebada, trigo, papas, mellocos, ocas; la gente recibía raciones de las cosechas (un saco) que utilizaban para alimentarse a cambio de trabajo y pastoreo de sus animales. Los patrones daban un pedazo de tierra (un solar) para cada familia.

El trabajo de ellos era producir, cosechar y luego llevar los rendimientos, en burros hasta la estación de tren en Guamote donde aguardaba el mayordomo para llevar los productos a las ciudades de Riobamba, Guayaquil, Ambato.

La memoria se alimenta de la tradición oral y va creciendo por recuento de los hechos pasados. La recuperación de la tierra surgió en los años 60.

Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización (IERAC) entregaron las tierras a los huasipungeros quienes cogieron ½ ha – 1 ha cada uno de acuerdo al trabajo.

En el año de 1970 ya se había formado jurídicamente la comunidad Sablog Chico.

En este lugar pueden apreciar el taller de artesanías y además comprar las mismas.

La presentación del grupo de danza de los jóvenes que estarán amenizando la visita de los turistas.

PARADA N° 4

Granja Agroecológica

La granja pertenece a la Asociación Mushuj Ayllu un grupo de agricultores que se dedican a la producción Agroecológica. En la cual se cultiva distintos productos, cuidando la tierra; desde el año 2004 inicio con la idea de crear una granja agroecológica, el mismo que con el transcurso del tiempo va tomando forma. Y estos días está trabajando con varias especies de cultivo que se dan en la zona y recuperando a las especies que se estaban perdiendo; Los terrenos cuentan con barreras que permiten crear un ambiente tranquilo sin viento y frio; En la cual los cultivos son producidos de manera orgánica.

La granja cuenta con parcelas designadas para cultivo de papas en un número de 20 especies, maíz la variedad parecida a la anterior con 18 especies, quinua, amaranto, cebada, trigo, habas, ocas, mellocos, mashua, jícama, hortalizas, zanahoria; además se cultiva pasto como la alfa que son utilizados para la crianza de cuyes, conejos, especies de ovinos.

PARADA N° 5**Mirador Cury Gallo**

El nombre de este atractivo es por la razón que hace años pobladores de la localidad observaron un gallo de color dorado muy brillante: y en el idioma Kichua kurigallo significa gallo de oro.

Es una colina de la cual se puede apreciar a los volcanes como son Chimborazo, Tungurahua, Altar y la parte alta de Cruz loma.

Y también se puede apreciar el camino del inca, en una parte al frente del mirador, alrededor hay cultivos de cebada y maíz.

En este sitio podemos descansar por algunos minutos y poder apreciar a simple vista el camino del inca la misma que fue un medio de comunicación terrestre ya en el imperio inca por este camino nuestros antepasados realizaban actividades de comercio y formó parte del Tahuantinsuyo el Imperio más grande del planeta en el siglo XVI, el cual unía países como Argentina, Chile, Bolivia, Perú, Colombia y Ecuador, hermanados por una sola red vial de más de 5200 Km. Un camino empedrado sobre los 4000 m.s.n.m. en los páramos andinos.

PARADA N° 6**Casha pugyu**

Este sitio se encuentra en medio de dos paredes de tierra (quebrada) formada por causa de la erosión y la afluencia de agua, cuando se dan fuertes precipitaciones durante todos estos años.

Aquí se puede apreciar la afluencia de agua desde la tierra en una forma cristalina.

Este sitio natural fue y es de gran importancia para los pobladores, porque hace años atrás pugyu cuando no tenían el agua entubada en sus casas, este o les dotaba de este líquido vital durante ese tiempo, pero incluso en estos días algunas personas que viven junto a esta fuente recurren para llevar el agua en barriles y pomas, manifiestan que el sabor de las comidas son más deliciosas que cuando las preparan con el agua que tiene en sus casas.

PARADA N° 7**Cerro Cruz loma.**

El cerro Cruz loma se encuentra junto al río Columbe, junto a este atractivo pueden observar sembríos de chochos y cebada.

Las personas mayores cuentan que en este sitio se instaló a vivir un personaje conocida como la abuela refiriéndose a el volcán Sangay, es así que tenían miedo porque desde la parte alta de la comunidad podían ver a este volcán emanando humo y no querían que esto sucediera junto a su comunidad y también de ese lugar salía una sustancia a manera de querosín y las personas lo adquirirían para sus mecheros en ese entonces, también en la parte baja de este cerro habitaban toros bravos. Con el paso de los años los pobladores de la parroquia y el cura de ese entonces al conocer estos rumores y los temblores que se daban en ese momento hicieron una misa para que el cerro no se forme el volcán y finalmente pusieron una cruz en ese lugar bendiciéndolo; por aquello se lo conoce como cruz loma.

Pueden apreciar dos cuevas en donde habitan aves.

El suelo del cerro en parte está compuesto de roca volcánica de un color rojizo

A simple vista se aprecia las siguientes especies:

Árboles de pino (*Pinus radiata*), eucalipto (*Eucalyptus globulus*).

Especies nativas: chupallas, paja (*Stipa ichu*), diente de león (*Taraxacum officinalis*) ñachac (*Genero Vicens*), chilca (*Baccharis latifolia*).

Se puede apreciar aves como, tórtolas orejadas (*Zenaida auriculata*), el gorrión (*Passer domesticus*), semillero menor (*Catamenia analis*), mirlo grande (*Turdus fuscater*), tangara montana ventriescarlata (*Anisognathus igniventris*), gavilanes (*Buteo magnorostris*)

c) Mapa de recorrido

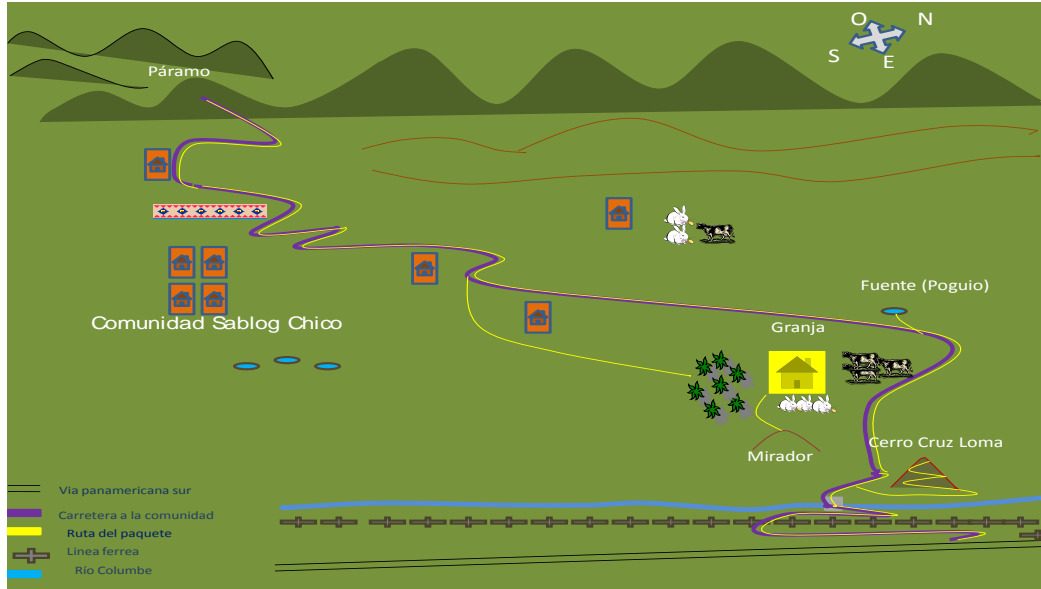


Figura N° 08: Recorrido del paquete # 01

Elaborado por: Luis Anilema

d) Prestadores de servicios

Cuadro N° 60: Prestadores de servicios del paquete #01

| | ESTABLECIMIENTO | DIRECCION | COSTO |
|------------------|------------------------|--------------------------------|--------------|
| Actividad | | | |
| Desayuno | Granja Agroecológica | Asociación Mushuj Ayllu | 3\$ |
| Almuerzo | Granja Agroecológica | Asociación Mushuj Ayllu | 4\$ |
| Guianza | Comunidad | Asociación Mushuj Ayllu | 40\$ |
| Transporte | Sanpertrans cia.ltda | Lavalle 211 y Av. D León Borja | 90 |
| | Montecarlo | 10 de agosto 25-41 y España | 120 - 100 |

Elaborado por: Luis Anilema.

4) Estructura de costos

Cuadro N° 61: Estructura de costos del paquete # 01

| PAQUETE N° 1 | | | | | | |
|------------------------------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|
| CONCEPTO | 2-6 PAX | | 7-11 PAX | | 12-16 PAX | |
| CONCEPTO | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. |
| <u>COSTOS FIJOS</u> | 130 | 21,67 | 130 | 11,82 | 130 | 8,13 |
| 1 Guianza | 40 | 6,67 | 40 | 3,64 | 40 | 2,50 |
| 1 Transporte terrestre (buseta) | 90 | 15 | 90 | 8,18 | 90 | 5,63 |
| <u>COSTOS VARIABLES</u> | 42 | 7 | 77 | 7 | 112 | 7 |
| 1 Desayuno | 18 | 3 | 33 | 3 | 48 | 3 |
| 1 Almuerzo | 24 | 4 | 44 | 4 | 64 | 4 |
| <u>SUBTOTAL 1</u> | 172 | 28,67 | 207 | 18,82 | 242 | 15,13 |
| <u>COSTOS DIRECTOS</u> | 34,4 | 5,73 | 41,4 | 3,76 | 48,4 | 3,025 |
| Gastos administración 10% | 17,2 | 2,87 | 20,7 | 1,88 | 24,2 | 1,51 |
| Gastos de ventas 0% | 17,2 | 2,87 | 20,7 | 1,88 | 24,2 | 1,51 |
| <u>SUBTOTAL 2</u> | \$ 206,4 | \$ 34,40 | \$ 248,4 | \$ 22,58 | \$ 290,4 | \$ 18,15 |
| Impuestos 12% IVA | 24,77 | 4,13 | 29,81 | 2,71 | 34,85 | 2,18 |
| <u>COSTOS TOTALES</u> | 231,168 | 38,53 | 278,21 | 25,29 | 325,25 | 20,33 |
| Utilidad 20% | 46,23 | 7,71 | 55,64 | 5,06 | 65,05 | 4,07 |
| Precio de Venta P.V.P | \$ 277,40 | \$ 46,23 | \$ 333,85 | \$ 30,35 | \$ 390,30 | \$ 24,39 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

**a) Paquete Turístico No.02: VIAJE EN TREN, AGROTURISMO Y FERIA
INDIGENA**

| | |
|-------------------|--------------------------------------|
| CÓDIGO: | 002 |
| DURACION: | 2 Días |
| ACCESIBILIDAD: | Miércoles y jueves, sábado y domingo |
| DIFICULTAD: | Fácil |
| MERCADO OBJETIVO: | Nacional e internacional |

1) Descripción del paquete.

Día 1: Riobamba – Sablog Chico. Disfrute viajando en tren desde la ciudad de Riobamba y durante el recorrido aprecie la belleza natural, cultural e histórico al pasar por la Laguna de Colta, la primera iglesia española en el territorio Ecuatoriano Balbanera, su gente sus tradiciones y costumbres del pueblo Puruha; la duración del viaje es de 01h20 hasta la estación de tren en la parroquia de Columbe, donde culmina este viaje y comienza otro de convivencia con el pueblo indígena de la Asociación Mushuj Ayllu en el cual usted inicia con una caminata al cerro Cruz Loma, uno de los atractivos de la comunidad, lugar en la cual se puede tomar fotografías, conocer acerca de las leyendas, posteriormente visita a una de las primeras fuentes de agua que es (casha pugyo) agua pura y cristalina , la diversidad en producción agrícola y especies menores posee la granja agroecológica en la que la integración de usted en las actividades están a su disposición; apreciar la belleza paisajística y el camino del inca desde un mirador, además conocer la riqueza cultural que existe en este pueblo indígena y finalmente caminar por nuestro páramo en donde se puede observar la belleza paisajística flora y fauna; una recopilación de este viaje puede resumirlo visitando la feria indígena de Guamote que está dada por una variedad de compra y venta de productos de la zona.

Día 2: Luego de una tranquila noche, las actividades en la granja empieza y la mano laboradora de su propietarios con respeto y cuidado de la pacha mama (madre tierra), la participación en actividades diarias en la granja, después de culminar en las mismas, un viaje a la cabecera cantonal para observar la feria indígena tradicional más de 100 años en la vida de este pueblo trabajador.

2) Itinerario

DÍA 1

06h00 Viaje en tren desde la ciudad de Riobamba hasta la estación de la parroquia de Columbe.

07h00 Llegada a la estación de tren de Columbe.

07h10 salida hacia los atractivos de la comunidad Sablog Chico

Operación del paquete 1 incluido alojamiento.

DÍA 2

07h30 Desayuno

08h00 Participación en la actividad de pastoreo, sacar la leche de la forma tradicional a las vacas

09h30 Transfer al cantón Guamote (feria)

09h50 Arribo a Guamote

10h00 Charla informativa

10h05 Inicio del recorrido.

- Feria (ganado: vacuno, ovino, porcino)
- Feria (de ponchos, bayetas, sombreros)
- Feria de productos agrícolas
- Productos de primera necesidad.

- Herramientas.
- Plantas medicinales.

12h30 Almuerzo, comida típica

13h30 Retorno a la ciudad de Riobamba

15h00 Fin del servicio

a) Que llevar:

- Cámara fotográfica
- Ropa abrigada (impermeable, guantes, bufanda)
- Poncho de aguas
- Botas de caucho,
- Gorra, Protector solar

b) Que no llevar:

- Bebidas alcohólicas
- Armas blancas y de fuego

c) El paquete incluye:

- Transporte durante el recorrido
 - Tren
 - Busetas.
- Alimentación
 - 2 desayunos
 - 2 almuerzo
 - 1 cena
- Alojamiento
 - Casa comunitaria
- Guianza
 - guía nativo

d) El paquete no incluye:

- Comidas no especificadas
- Bebidas extras
- Gastos personales
- Propinas

e) **Nota:**

- El paquete 2 solamente se lo puede realizar los días miércoles y jueves con reservación anticipada.

3) **Guión interpretativo**

a) **Tema:** VIAJE EN TREN, AGROTURISMO Y FERIA INDIGENA

e) **Periodo de preparación:**

PARADA N°1

Actividades en la granja

El trabajo en la granja son solo es en la agricultura por aquello se dedican al pastoreo y también a la producción de leche, pueden observar y aprender para que puedan intentar realizar esta actividad.

PARADA N°2

Feria indígena de Guamote.

Por favor les recuerdo que no deben regalar objetos a las personas, y pueden apreciar las diferentes artesanías, formas de comercialización de la producción agrícola y ganadera incluso especies menores.

f) Mapa de recorrido

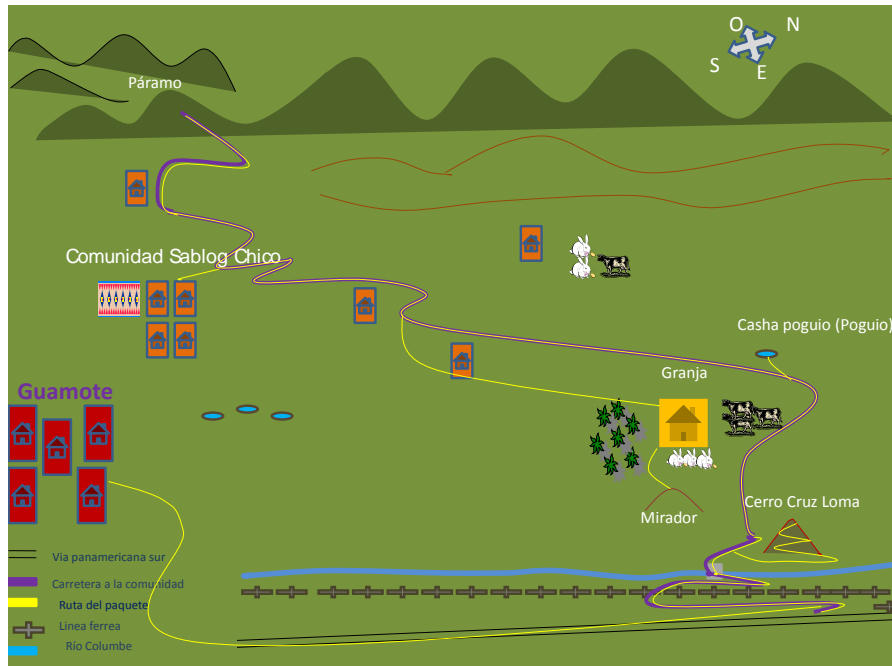


Figura N° 09: Recorrido del paquete # 02

Elaborado por: Luis Anilema

g) Prestadores de servicios

Cuadro N°62: Prestadores de servicios para el paquete # 02

| Actividad | ESTABLECIMIENTO | DIRECCION | COSTO |
|------------|-----------------------------------|-------------------------|---------------------|
| Guianza | Miembro de la Asociación | Asociación Mushuj Ayllu | 40\$ |
| Desayuno | Granja Agroecológica | Asociación Mushuj Ayllu | 3\$ |
| Almuerzo | Granja Agroecológica | Asociación Mushuj Ayllu | 4\$ |
| Merienda | Granja Agroecológica | Asociación Mushuj Ayllu | 3\$ |
| Hospedaje | Granja Agroturistica Mushuj Ayllu | Asociación Mushuj Ayllu | 12\$ |
| Transporte | Sanpertrans CIA. Ltda. Montecarlo | | 90\$ 120 – 100\$ |

| | | | |
|------------|-------------|-------------------------------------|-----|
| Transporte | Ferrocarril | Av. Daniel León Borja y Carabobo | 7\$ |
|------------|-------------|-------------------------------------|-----|

Elaborado por: Luis Anilema

4) Estructura de costos

Cuadro N°63: Estructura de costos paquete #02

| PAQUETE N° 2 | | | | | | |
|---------------------------------------|------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|
| CONCEPTO | 2-6 PAX | | 7-11 PAX | | 12-16 PAX | |
| CONCEPTO | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. | COSTO TOTAL | PRECIO UNIT. |
| <u>COSTOS</u> | | | | | | |
| <u>FIJOS</u> | 260 | 43,33 | 260 | 23,64 | 260 | 16,25 |
| 2Guianza | 80 | 13,33 | 80 | 7,27 | 80 | 5,00 |
| 2 Transporte terrestre (buseta) | 180 | 30 | 180 | 16,36 | 180 | 11,25 |
| pasaje del tren | 42 | 7,00 | 77 | 7,00 | 112 | 7,00 |
| <u>COSTOS</u> | 174 | 29 | 319 | 29 | 464 | 29 |
| <u>VARIABLES</u> | | | | | | |
| 2 Desayuno | 36 | 6 | 66 | 6 | 96 | 6 |
| 2 Almuerzo | 48 | 8 | 88 | 8 | 128 | 8 |
| 1 Merienda | 18 | 3 | 33 | 3 | 48 | 3 |
| 1 Hospedaje | 72 | 12 | 132 | 12 | 192 | 12 |
| <u>SUBTOTAL 1</u> | 434 | 72,33 | 579 | 52,64 | 724 | 45,25 |
| <u>COSTOS</u> | 86,8 | 14,47 | 115,8 | 10,53 | 144,8 | 9,05 |
| <u>DIRECTOS</u> | | | | | | |
| Gastos administración 10% | 43,4 | 7,23 | 57,9 | 5,26 | 72,4 | 4,53 |
| Gastos de ventas 10% | 43,4 | 7,23 | 57,9 | 5,26 | 72,4 | 4,53 |

| | | | | | | |
|----------------------------------|----------------|---------------|---------------|--------------|----------------|--------------|
| SUBTOTAL 2 | 520,8 | 86,80 | 694,8 | 63,16 | 868,8 | 54,3 |
| Impuestos 12% IVA | 62,50 | 10,42 | 83,38 | 7,58 | 104,26 | 6,52 |
| <u>COSTOS</u> | 583,296 | 97,22 | 778,18 | 70,74 | 973,06 | 60,82 |
| <u>TOTALES</u> | | | | | | |
| Utilidad 20% | 116,66 | 19,44 | 155,64 | 14,15 | 194,61 | 12,16 |
| Precio de Venta P.V.P | 699,96 | 116,66 | 933,81 | 84,89 | 1167,67 | 72,98 |

Elaborado por: Luis Anilema.

5. Cálculo del punto de equilibrio

Luego de haber definido los paquetes e itinerarios, se procedió a calcular el punto de equilibrio con la finalidad de conocer el número de turistas mínimos que deben hacer uso de un tour para no tener pérdida ni ganancias por la venta de los paquetes turístico.

CF.- Costo Fijo total

Pvu.- Precio de venta unitario

Cvu.- Costo variable unitario

$$Pe = \frac{CF}{P - Cvmu}$$

▪ Punto de equilibrio Paquete N° 1

6 PAX

$$\frac{130}{46,23 - 7} = 3,31 = 3 \text{ PAX}$$

Para no tener ni pérdidas ni ganancias por la prestación de servicios turísticos deberán adquirir el paquete turístico como mínimo 3 personas

11 PAX

$$\frac{130}{30,35 - 7} = 5,56 = 6 \text{ PAX}$$

Para no tener ni pérdidas ni ganancias por la prestación de servicios turísticos deberán adquirir el paquete turístico como mínimo 6 personas.

16 PAX

$$\frac{130}{24,39 - 7} = 7,74 = 8 \text{ PAX}$$

Para no tener ni pérdidas ni ganancias por la prestación de servicios turísticos deberán adquirir el paquete turístico como mínimo 8 personas

▪ **Punto de equilibrio Paquete N° 2**

6 PAX

$$\frac{260}{116,66 - 29} = 2,96 = 3 \text{ PAX}$$

Para no tener ni pérdidas ni ganancias por la prestación de servicios turísticos deberán adquirir el paquete turístico como mínimo 3 personas

11 PAX

$$\frac{260}{84,89 - 29} = 4,65 = 5 \text{ PAX}$$

Para no tener ni pérdidas ni ganancias por la prestación de servicios turísticos deberán adquirir el paquete turístico como mínimo 5 personas

16 PAX

$$\frac{260}{72,98 - 29} = 5,91 = 6 \text{ PAX}$$

Para no tener ni pérdidas ni ganancias por la prestación de servicios turísticos deberán adquirir el paquete turístico como mínimo 6 personas

6. Definición del producto turístico.

Con la finalidad de poder cubrir las necesidades de los turistas se presentará los servicios turísticos en la siguiente infraestructura: 3 cabañas en la primera se instalará el área del comedor, cocina y el área de administración e información y la segunda y tercera cabaña será destinada para el área de hospedaje. Para lo cual se detalla los siguientes servicios y área de servicio y su capacidad.

Cuadro N° 64: Producto turístico

| SERVICIOS TURÍSTICOS | ÁREA DE SERVICIO/ CAPACIDAD |
|-------------------------------------|---|
| Servicio de operación e Información | <p><u>Área de administración:</u> Estará ubicada en la primera cabaña, será equipada con todos los implementos de oficina para su óptimo funcionamiento, esta área será designada para el administrador general del proyecto agroturismo.</p> <p>Esta área cuenta con 1 medio baño</p> <p><u>Área de información:</u> También estará en la primera cabaña, en ésta área se venderán los paquetes turísticos, alquiler de equipos necesarios para las actividades turísticas ofertadas, lugar de disposición a los guías para cada recorrido turístico, los turistas podrán comprar artesanías del sector.</p> |
| Servicio de Restaurante | <p><u>Área de cocina y comedor:</u> estará ubicada en una primera cabaña la misma <u>que</u> contará</p> |

| SERVICIOS TURÍSTICOS | ÁREA DE SERVICIO/ CAPACIDAD |
|-------------------------|---|
| | con 1 cocina, 1 comedor con capacidad para 32 personas, 2 medios baños. |
| Servicio de Alojamiento | <p><u>Área de Hospedaje:</u></p> <p>Cabaña: Para esta área se construirá 2 cabañas a más de la primera existente que de uso exclusivo para restaurante, el diseño interior tendrá el la figura de una Chakana el pasillo, distribuida en 8 habitaciones para hospedaje, capacidad para 24 Pax.</p> |
| Servicio de Recreación | <p><u>Área Recreacional del proyecto:</u></p> <p>Disponibilidad con espacios verdes jardines, senderos, espacios abiertos. A demás a ello se cuenta con 4 atractivos naturales: Mirador natural, Mira loma, Cuz loma, Cury Gallo, Riachuelo Casha pogyu, incluido las manifestaciones culturales de la gente, el servicio estará incluido por un guía que proporcionará información de los atractivos naturales y culturales del sector de Mushuj Ayllu</p> |
| Servicio de transporte | <p><u>Área de transporte:</u> Este servicio estar a la disposición de los turistas para los turistas, desde la ciudad de Riobamba hacia la comunidad Sablog Chico, Asociación Mushuj Ayllu y desde la asociación hacia Riobamba. (Transporte se alquilará)</p> |

Fuente. Trabajo de campo

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

7. Definición del proceso productivo

Los procesos productivos son necesarios para la operación y la oferta de los diferentes servicios turísticos, de acuerdo a las necesidades de los turistas y el servicio de calidad. Se presenta los siguientes cuadros en el que se indican los diagramas de flujo a seguir para la prestación de los servicios turísticos.

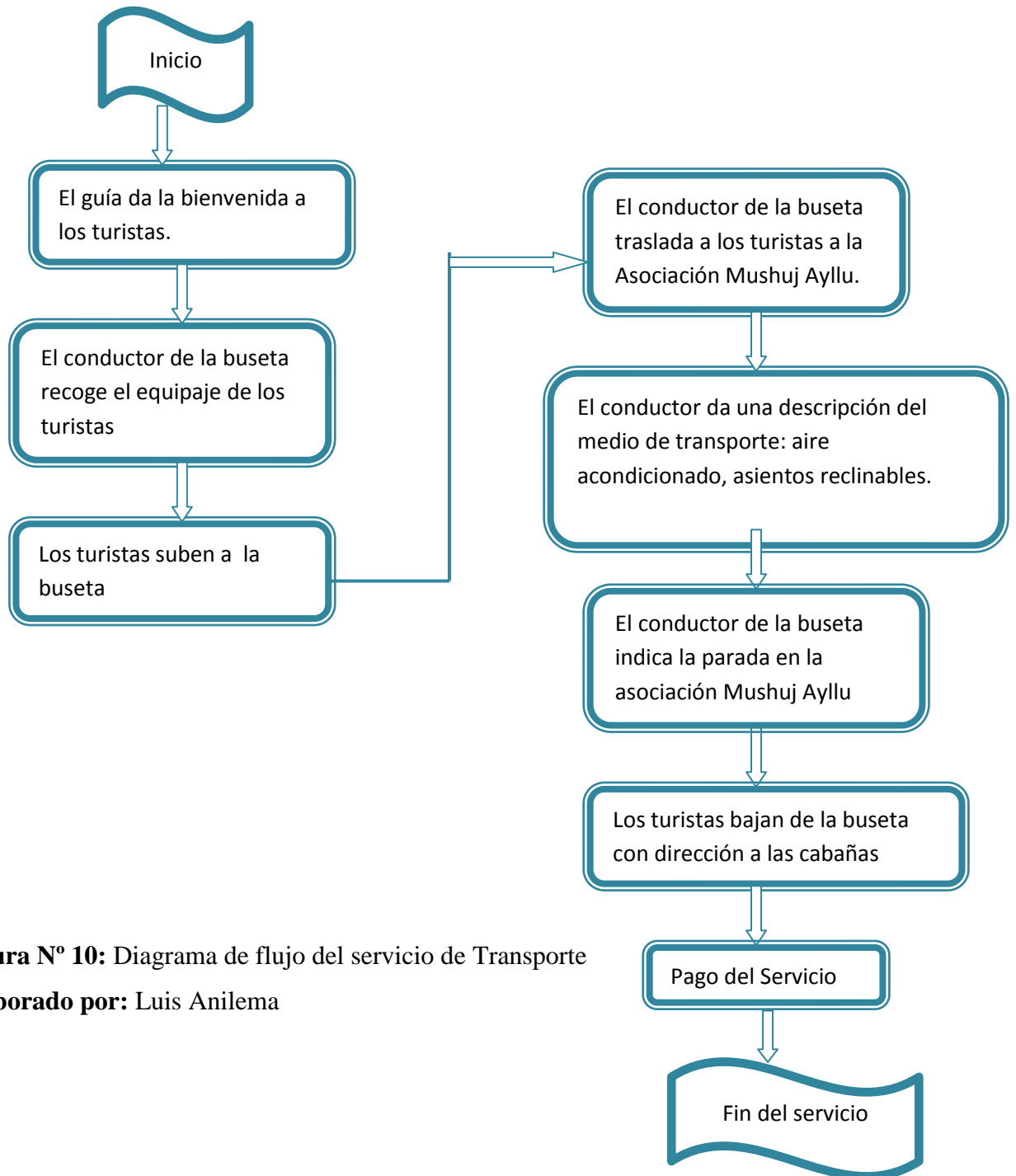


Figura N° 10: Diagrama de flujo del servicio de Transporte

Elaborado por: Luis Anilema



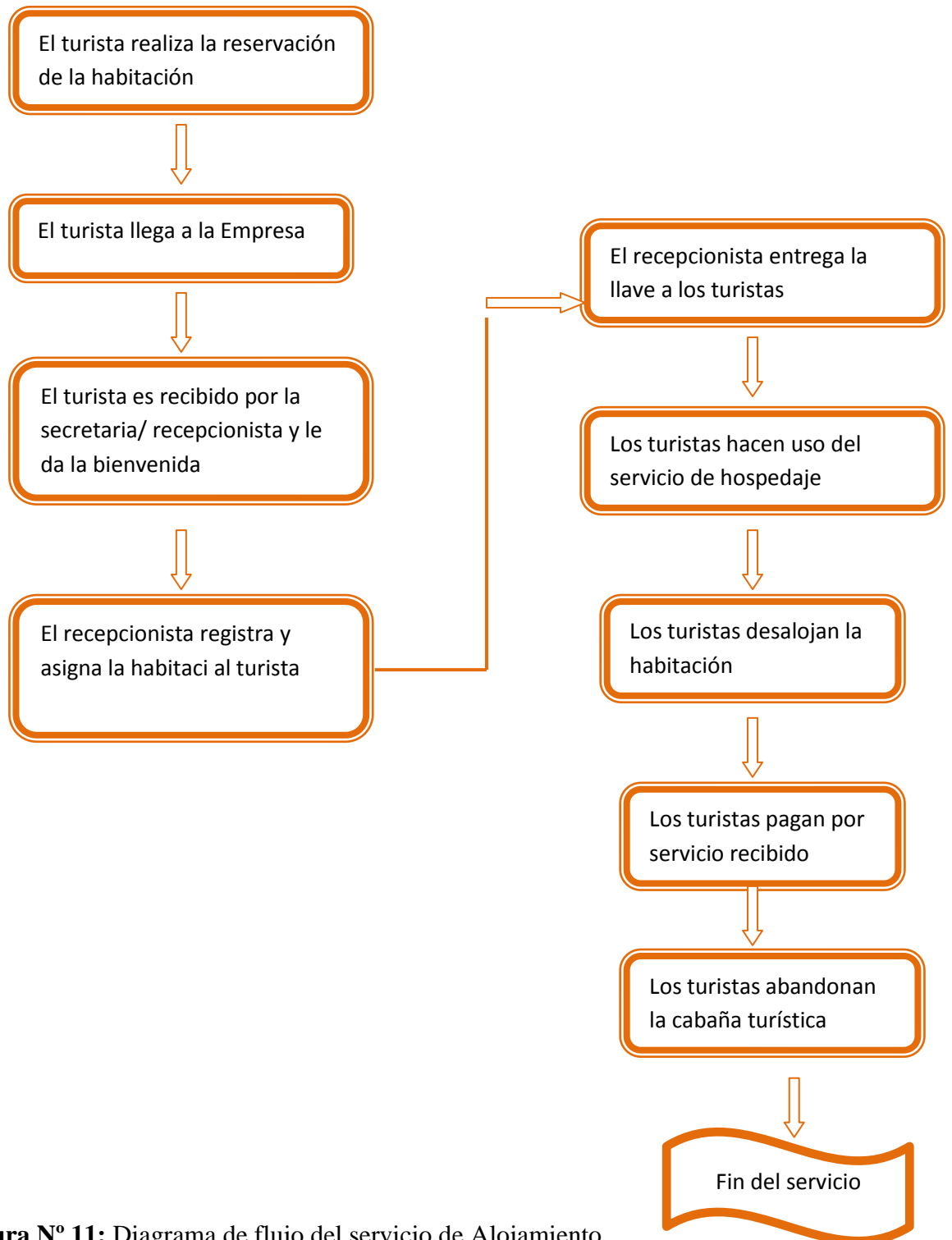
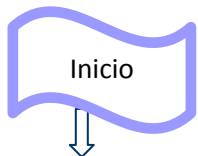


Figura N° 11: Diagrama de flujo del servicio de Alojamiento
Elaborado por: Luis Anilema.



Figura N° 12: Diagrama de flujo del servicio de Alimentación
Elaborado por: Luis Anilema



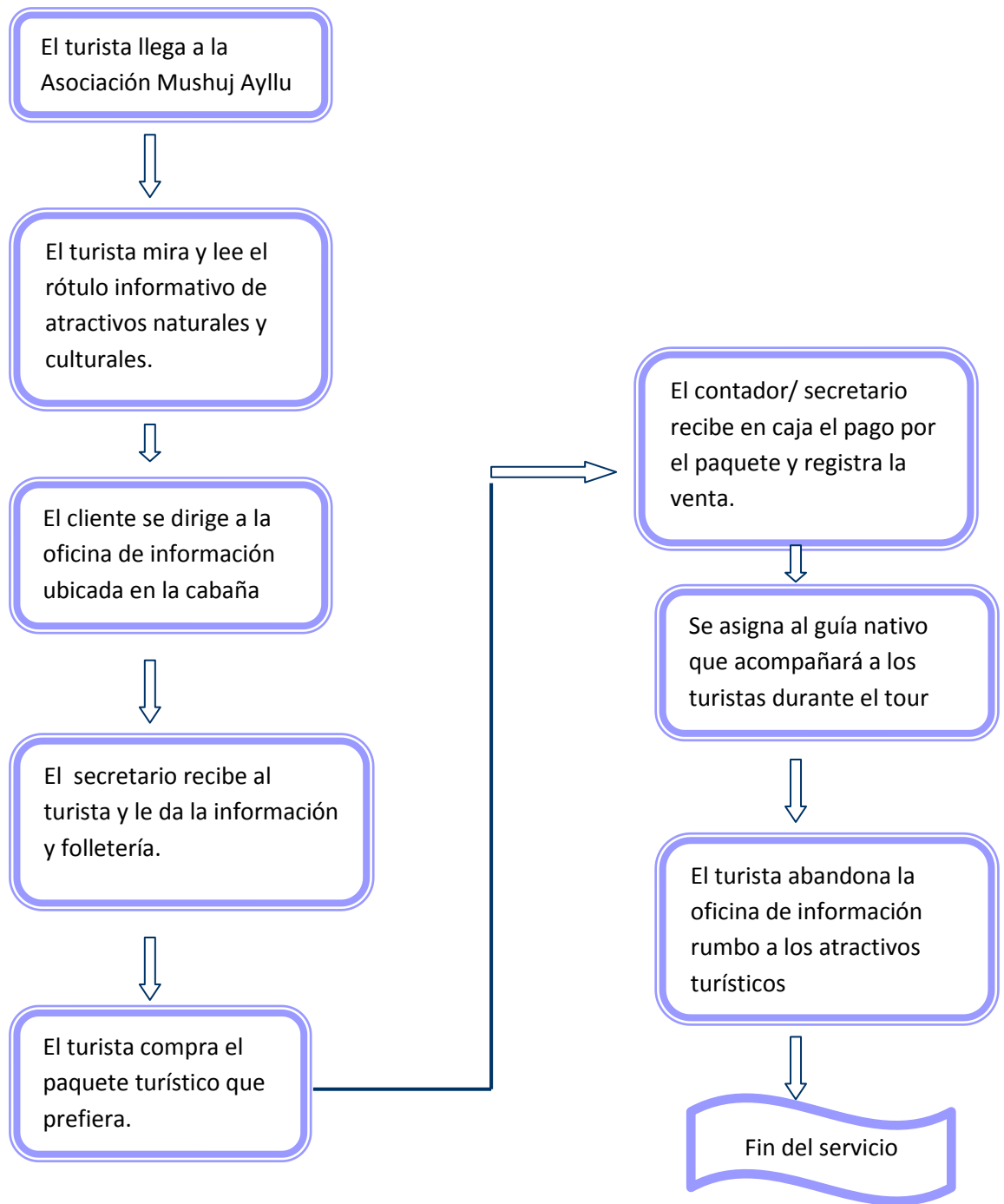


Figura N° 13: Diagrama de flujo del servicio de Guianza
Elaborado por: Luis Anilema.



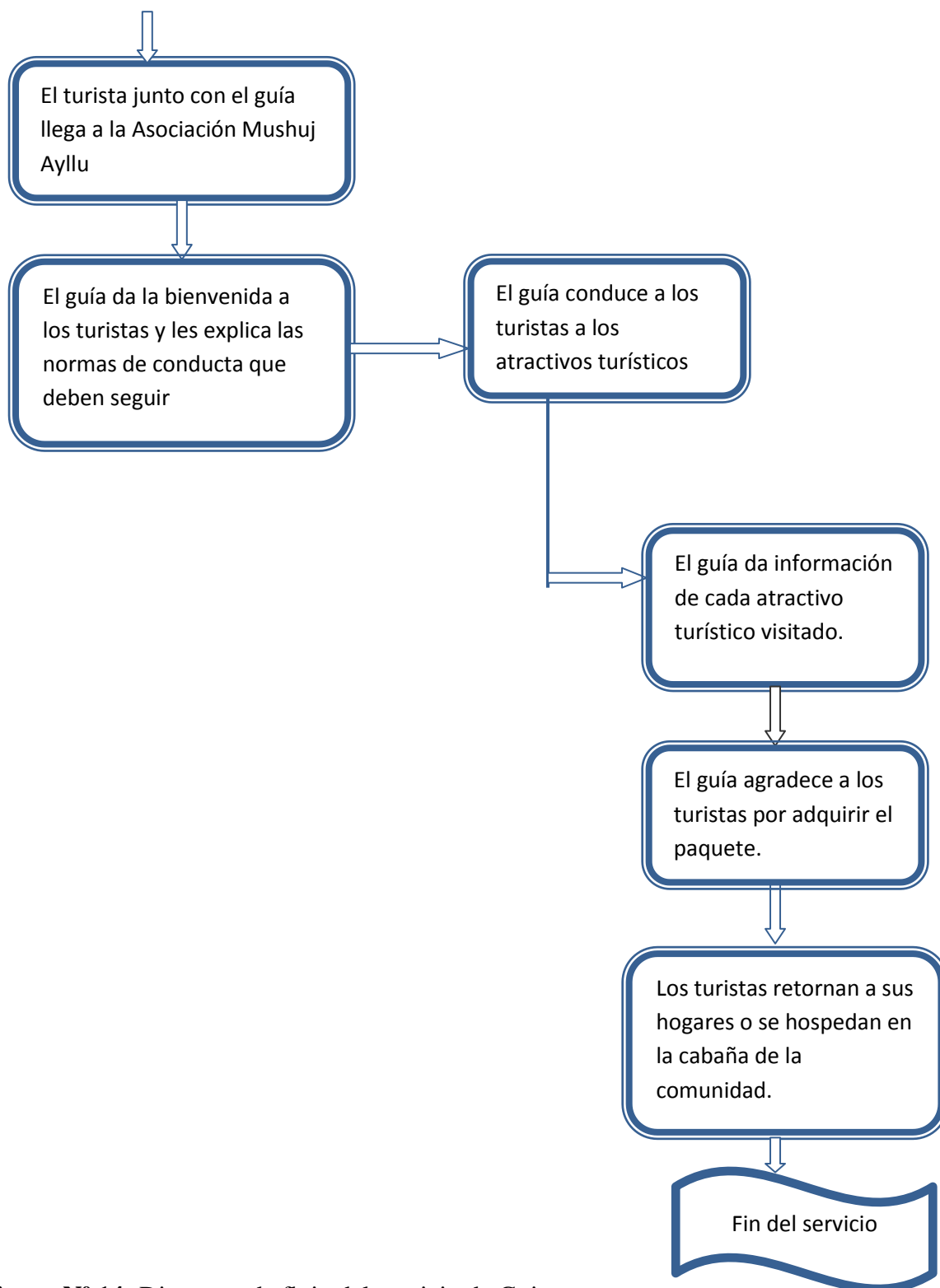


Figura N° 14: Diagrama de flujo del servicio de Guianza.
Elaborado por: Luis Anilema.

8. Personal necesario y plan de capacitación

Para el proyecto agroturístico se requiere personal que ocupará cada una de las áreas establecidas, los mismos que deben tener conocimientos fundamentales para poder desenvolverse en sus puestos. Para ello se determina el perfil del personal requerido y un plan de capacitación.

a. Diferentes áreas del personal requerido.

Cuadro N° 65: Perfil del recurso humano para el proyecto turístico – área de Administración

| ÁREA DE ADMINISTRACIÓN | | |
|---|--|------------------------------------|
| RECURSO HUMANO | PERFIL | IMAGEN |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 Administrador ▪ 1 recepcionista/o – contador/a | De saludo gentil y respetuoso. | Higiene personal |
| | Excelentes relaciones humanas | Cuidado y nitidez de su vestimenta |
| | Disponibilidad de tiempo completo | Cuidado y limpieza de su calzado. |
| | Conocimientos acerca de su cargo. | Cuidado y presencia de su cabello |
| | Puntual | Limpieza de sus manos, uñas. |
| | Atento y ágil. | Limpieza de su cara |
| | Sonreírle al turista, y no demostrar problemas personales | Aliento fresco, limpieza dental. |
| | Demostrar respeto al turista, a su religión, raza, política, a sus pertenencias entre otros aspectos. Ser tolerante. | |
| | Abstenerse de ingerir bebidas alcohólicas, sustancias | |

| ÁREA DE ADMINISTRACIÓN | | |
|-------------------------------|---|--|
| | alucinógenas u otras en horas laborales | |
| | Facilidad de palabra. | |
| | Brindar información detallada de los atractivos turísticos. | |
| | Ser educado, paciente con el turista. | |
| | Conservar su ética profesional. | |
| TOTAL | 2 Personas | |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

Cuadro N° 66: Perfil del recurso humano para el proyecto turístico – área de Información

| ÁREA DE INFORMACIÓN | | |
|----------------------------|---|------------------------------------|
| RECURSO HUMANO | PERFIL | IMAGEN |
| ▪ 3 guías nativos | De saludo gentil y respetuoso. | Higiene personal |
| | Excelentes relaciones humanas | Cuidado y nitidez de su vestimenta |
| | Disponibilidad de tiempo completo | Cuidado y limpieza de su calzado. |
| | Conocimientos acerca de su cargo. | Cuidado y presencia de su cabello |
| | Puntual | Limpieza de sus manos, uñas. |
| | Atento y ágil. | Limpieza de su cara |
| | Sonreírle al turista, y no demostrar problemas personales | Aliento fresco, limpieza dental. |
| | Abstenerse de ingerir bebidas alcohólicas, sustancias alucinógenas u otras en horas | |

| | | |
|--------------|---|--|
| | laborales | |
| | Facilidad de palabra. | |
| | Brindar información detallada de los atractivos turísticos. | |
| | Ser educado, paciente con el turista. | |
| | Conservar su ética profesional. | |
| | Honesto | |
| TOTAL | 3 Personas | |

Elaborado por: Luis Anilema.2011.

Cuadro N° 67: Perfil del recurso humano para el proyecto turístico – área de Hospedaje y Alimentación

| ÁREA DE HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN | | |
|---|---|------------------------------------|
| RECURSO HUMANO | PERFIL | IMAGEN |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 Recepcionista ▪ 1 Camarero/a ▪ 1 cocinero/a ▪ 1 ayudante de cocina ▪ 1 Mesero/a | De saludo gentil y respetuoso. | Higiene personal |
| | Excelentes relaciones humanas | Cuidado y nitidez de su vestimenta |
| | Disponibilidad de tiempo completo | Cuidado y limpieza de su calzado. |
| | Conocimientos acerca de su cargo. | Cuidado y presencia de su cabello |
| | Puntual | Limpieza de sus manos, uñas. |
| | Atento y ágil. | Limpieza de su cara |
| | Sonreírle al turista, y no demostrar problemas personales | Limpieza dental y aliento fresco. |
| | Abstenerse de ingerir bebidas alcohólicas, sustancias | |

| | | |
|--------------|---|--|
| | alucinógenas u otras en horas laborales | |
| | Facilidad de palabra. | |
| | Brindar información detallada de los atractivos turísticos. | |
| | Ser educado, paciente con el turista. | |
| | Conservar su ética profesional. | |
| | Honesto | |
| TOTAL | 5 personas | |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Cuadro N° 68: Perfil del recurso humano para el proyecto turístico – área de Transporte

| ÁREA DE TRANSPORTE | | |
|--|--|------------------------------------|
| RECURSO HUMANO | PERFIL | IMAGEN |
| <p>▪ 1 Conductor del volante profesional. El conductor es alquilado por parte de la empresa, pero antes de contar con su servicio deberá recibir una capacitación</p> | Saludar y ser atento con el turista sin interés de pedirle regalos. | Higiene personal |
| | Excelentes relaciones humanas | Cuidado y nitidez de su vestimenta |
| | Disponibilidad de tiempo para desempeñar su cargo | Cuidado y limpieza de su calzado. |
| | Puntual y responsable | Cuidado y presencia de su cabello |
| | Conocimientos de su cargo o responsabilidad | Limpieza de sus manos, uñas. |
| | Organizado | Limpieza de su cara |
| | Sonreírle al turista y no hacer muecas ni gestos que demuestren mal humor. | Limpieza dental y aliento fresco. |
| | Demostrar respeto al turista, a su | |

| | | |
|--------------|---|--|
| | religión, raza, política, a sus pertenencias entre otros aspectos. | |
| | Abstenerse de ingerir bebidas alcohólicas, sustancias alucinógenas u otras en horas laborales | |
| | Expresarse con un lenguaje sencillo pero entendible. | |
| | Brindar información detallada de los atractivos turísticos | |
| | Ser educado y paciente con el turista | |
| TOTAL | 1 Persona | |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Es necesario que los choferes tengan conocimiento del trato al cliente, y relaciones humanas.

En el siguiente cuadro se muestra el plan de capacitación para el personal que trabajará en la operación turística:

b. Áreas de capacitación necesarias

La mayoría de los servicios que presta las comunidades requieren de un programa de capacitación que permita fortalecer cada una de las actividades turísticas y quién lo ejecuta también este preparado para su prestación. A continuación se detalla los programas de capacitación necesaria en cada área:

1) Área de Capacitación: Administrativa Plan de capacitación

Tema: Formación de Empresarios turísticos

Objetivo: Obtener un personal capacitado en el Área de gestión empresarial de la operación turística se requiere:

Contenido de la capacitación

Cuadro N° 69. Capacitaciones para el área de administración

| Modulo1: ADMINISTRACIÓN | |
|--------------------------------------|--|
| Temas a tratar | <p>Contenido 1:</p> <p>Procesos de Administración.</p> <p>Planificación y dirección administrativa.</p> <p>Recursos humanos.</p> <p>Organización administrativa.</p> <p>Control, reportes y seguimiento.</p> <p>Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción del visitante.</p> <p>Contenido 2:</p> <p>Sistema de reservaciones.</p> <p>Sistema de registro de visitantes.</p> <p>Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción del visitante.</p> <p>Elaboración de contratos.</p> <p>Contenido 3:</p> <p>Solución de Problemas.</p> <p>Políticas y procedimientos generales.</p> <p>La Importancia de los Códigos de Conducta para huéspedes, proveedores, empleados</p> |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria. |
| Modulo 2: PAQUETES TURÍSTICOS | |

| | |
|---|--|
| Temas a tratar | Elaboración de excursiones. Elaboración de paquetes turísticos. Análisis de costos para paquetes turísticos. |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo. |
| Modulo 3: COMUNICACIÓN COMERCIAL | |
| Temas a tratar | Conceptos básicos Marketing Mix (Producto, plaza, precio, promoción). Estrategias para la publicidad de imagen y de venta. Estrategias para relaciones públicas. Estrategias para las promociones. Estrategias para el merchandising. |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica. |
| Modulo 4: MARCO LEGAL | |
| Temas a tratar | Actividades turísticas en el Ecuador. Requisitos para legalizar los centros de turismo comunitario. |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria. |
| Número de horas | Total: 32 |

Elaborado: Luis Anilema. 2011.

Fuente: Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo.
(CORDTUCH)

2) **Área de Capacitación:** Operativo – Guianza

Tema: Formación de Guías Nativos.

Objetivo: Obtener guías nativos capacitados entorno a su medio natural, con conocimientos generales y específicos.

Contenido de la capacitación

Cuadro N° 70. Capacitación para el área de operativa – Guianza y transporte.

| Modulo 1: RECURSOS NATURALES Y CONSERVACIÓN | |
|--|---|
| Temas a tratar | Ecología. Los recursos naturales. Los seres vivos y sus interrelaciones. Ecosistemas. Biodiversidad. Ciclos de la naturaleza. La contaminación. La conservación, re-uso, reciclaje, Manejo de desechos Tratamiento de desechos orgánicos e inorgánicos. Problemas ambientales generados por las actividades turísticas |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo. |
| Módulo 2: FLORA Y FAUNA | |
| Temas a tratar | Flora representativa de la zona Fauna representativa de la zona |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo. |
| Módulo 3: GUIANZA | |

| | |
|---|--|
| Temas a tratar | Técnicas de guiar Atención a grupos Rutas turísticas Preparación de tours Técnicas de animación Geografía Cartografía Manejo de brújula y GPS Protocolo Relaciones públicas |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo |
| Módulo 4: INTERPRETACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL | |
| Temas a tratar | La educación ambiental La interpretación ambiental Principios de la interpretación y educación ambiental Medios interpretativos Técnicas de comunicación y expresión |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo |
| Módulo 5: PRIMEROS AUXILIOS Y CAMPAMENTISMO | |
| Temas a tratar | Primeros auxilios Campamentismo Supervivencia |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria, prácticas de campo |
| Número de horas | Total 32 |

Elaborado: Luis Anilema. 2011.

Fuente: Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo.
(CORDTUCH)

3) Área de Capacitación: Operativo – Alimentación

Tema: Formación de Chef.

Objetivo: Obtener un personal capacitado en el área de alimentación con todos los conocimientos fundamentales y necesarios para el servicio de restaurante.

Contenido de la capacitación

Cuadro N° 71. Capacitación para el área de operativa – restaurante

| Módulo 1: PREPARACIÓN DE ALIMENTOS | |
|--|---|
| Temas a tratar | <p>Valor nutricional de los productos locales y orgánicos</p> <p>Manejo de géneros</p> <p>Elaboración de recetas estándar y tradicionales de la zona</p> <p>Preparación de recetas estándar (Desayunos, Almuerzos, cenas, box lunch)</p> <p>Elaboración de menús y cartas</p> <p>Elaboración de jugos, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y ensaladas en general.</p> <p>Elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta, son vegetarianos o tienen algún problema especial en alimentación.</p> <p>Elaboración de Box Lunch.</p> |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica. |
| Módulo 2: DEFINICIÓN DE PRECIOS E INVENTARIOS | |

| | |
|--|---|
| Temas a tratar | Definición de precios de venta de alimentos y bebidas Elaboración de Inventarios de materiales, equipo y utensilios que se utiliza en la cocina Procedimientos en caso de emergencias en la cocina |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, estudio de casos y discusión plenaria. |
| Módulo 3: TECNOLOGÍA DE RESTAURANTE | |
| Temas a tratar | Estilos de servicio Uso y mantenimiento de lencería y menaje para el servicio de alimentos y bebidas Montaje de mesas para desayuno, menú y carta Recepción y toma de comandas a clientes |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica. |
| Módulo 4: MANIPULACIÓN E HIGIENE DE ALIMENTOS | |
| Temas a tratar | Nº 1 Salubridad de la comida Enfermedades Alimenticias. Tipos de Contaminación. Contaminación de los Alimentos. Nº 2 Higiene del Manipulador Normas de aseo personal del manipulador. Como lavarse las manos. Uso de guantes desechables. Nº 3 Limpiar y desinfectar Diferencia. Desinfección de alimentos. Almacenamiento de productos de limpieza. |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica. |
| Número de horas | Total 64 |

Elaborado: Luis Anilema. 2011.

Fuente: Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo.
(CORDTUCH)

4) **Área de Capacitación:** Operativo – Contabilidad

Tema: Formación de personal con conocimientos en Contabilidad.

Objetivo: Disponer de un personal con aptitudes básicas relacionadas al área contable para la operación.

Contenido de la capacitación

Cuadro N° 72. Capacitación para el área de operativa – contabilidad

| Módulo 1: CONTABILIDAD BÁSICA APLICADA AL TURISMO | |
|--|--|
| Temas a tratar | <p>Conceptos Básicos</p> <p>Elaboración de inventarios</p> <p>Emisión, y manejo de recibos, facturas, notas de venta.</p> <p>Elaboración de proceso contable(Plan de cuentas, estado de situación inicial, diario general, mayorización, balance de comprobación, estados financieros, análisis financiero, libro de caja, libro bancos, conciliaciones bancarias.</p> <p>Elaboración de estados financieros</p> <p>Llenado de formularios y forma de declaración de impuestos</p> <p>Elaboración de roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros etc.</p> |
| Metodología | Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica. |
| Número de horas | Total: 32 |

Elaborado: Equipo Técnico

Fuente: Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo.

(CORDTUCH)

c. Desarrollo del programa de capacitación

Cuadro N° 73. Programas de capacitación

| N° | Área de Capacitación | Temas de Capacitación | Personal a Capacitar | Horas de Duración | Tiempo de Ejecución |
|--------------|-----------------------------|--|---|--------------------------|---|
| 1 | Administrativa | Empresas Turísticas | Administrador Secretaria Técnico | 32 | 2 fines de semana: sábado y domingo. |
| 2 | Operativo | Guianza | 1 Secretaria 3 guías nativos 1 chofer | 32 | 2 fines de semana: sábado y domingo. |
| 3 | Operativo – Alimentación | Formación de Chef . | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 Recepcionista ▪ 1 Camarero/a ▪ 1 cocinero/a ▪ 1 ayudante de cocina 1 Mesero/a | 64 | 4 fines de semana: sábado y domingo |
| 4 | Operativo – Contabilidad | Formación de personal con conocimientos en Contabilidad. | 3 representantes de la asociación Mushuj Ayllu | 32 | 2 fines de semana: sábado y domingo. |
| Total | | | | 160 | 12 fines de semana |

Elaborado: Luis Anilema. 2011.

Fuente: Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo. (CORDTUCH)

d) Presupuesto para las áreas de capacitación identificadas

Cuadro N° 74. Presupuesto para las áreas de capacitación

| Rubro | Unidad | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|---------------------|---------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Instructores | Hora | 160 | \$ 15 | \$ 2.400 |
| Alimentación | Almuerzos | 84 | 3 | 252 |
| Alimentación | Coffe Brake | 84 | 1,5 | 126 |
| Alquiler de infocus | | 20 días | 5 | 100 |
| Módulos | | 11 | 10 | 110 |
| TOTAL | | | | \$ 2.988 |

Elaborado: Luis Anilema. 2011.

e) Horarios de capacitación

Por las diferentes actividades que realizan la población de la Asociación y por el tiempo las capacitaciones se dictaran los días sábados y domingos durante 3 meses y medio y tendrán un horario de 8h a.m. hasta las 16h p.m.

9. Diseño de la Cabaña turística

a. Descripción

El lugar designado para la construcción de las cabañas es en los terrenos de la Asociación Mushuj Ayllu en el cual por el momento se tiene un la producción agroecológica y que está rodeado por especies nativas que contribuyen a ser cortinas rompe vientos, las cabañas dispondrá de todas las instalaciones, mobiliarios, equipos, para ofrecer a los turistas el servicio de alojamiento, alimentación, recepción e información turística.

La primera cabaña dispondrá de una planta, distribuida de la siguiente manera:

- 1 Área de información, recepción y oficina de administración.

- 1 Área de cocina y comedor con capacidad para 30 personas.
- 2 medios baños.

La segunda y tercera cabaña será de una planta, distribuida de la siguiente manera cada una de ellas:

- Área de hospedaje con capacidad para 24 personas.
- Área de lectura.
- 8 baños completos.

A través de talleres participativos con los involucrados de la Asociación y las preferencias de los turistas se estableció el diseño de la cabaña.

- El diseño será a manera de una chakana o cruz andina, ya que la cultura e historia y de generación en generación tienen presente de ser indígenas y poder a través de este símbolo demostrar la organización y la parte espiritual y la relación directa que se tiene con la madre naturaleza.
- Los colores, decoración interna y externa de la construcción en medida de lo posible será acorde al paisaje natural.
- En los espacios restantes o como pasillo serán designados para que los turistas puedan leer, escuchar música, y en los 4 extremos se decorará con una fuente de agua, una fogata, un sistema de ventilación, tierra en el piso sobre el cual estará cubierto con un vidrio que pueda soportar el peso de los turistas respectivamente en cada una de ellas. Todo esto con la finalidad de dar a conocer el significado de la ChaKana.
- Para el diseño se contrató a un profesional que anteriormente hizo una visita del lugar predestinado el mismo que considero las siguientes observaciones visibilidad de atractivos turísticos, la belleza paisajística, la dirección del viento, la luz solar, la topografía de la zona, la humedad del piso, la vegetación circundante.

- Previo a la construcción de cada cabaña se realizará el respectivo estudio de impacto ambiental.

b. Diseño Arquitectónico

Diseño arquitectónico de la Cabaña para Hospedaje

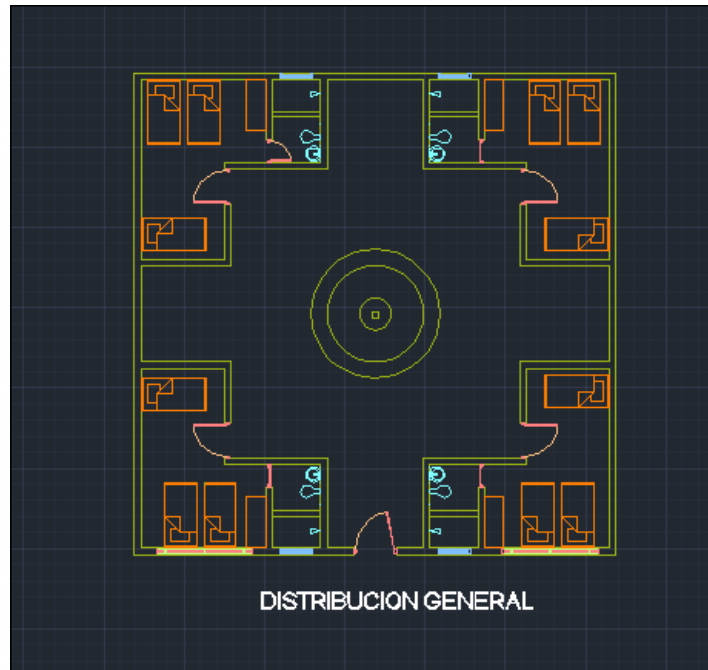


Figura N°15: Diseño arquitectónico.

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C. 2011.

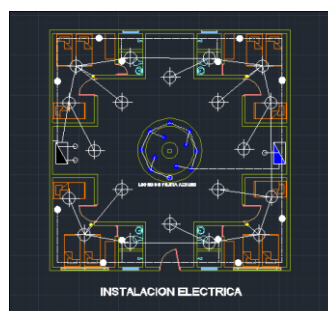


Figura N°16: Instalacion Electrica. 2011.

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C. 2011.

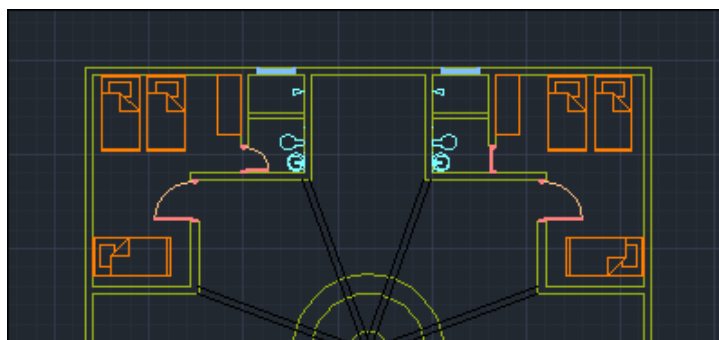


Figura N°17: Soporte del techo

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C. 2011.



Figura N°18: Fachada.

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz. C. 2011.

Nota: El Diseño es el mismo para las dos cabañas de servicio de hospedaje.

- 1) **Diseño arquitectónico de la cabaña para las áreas de cocina, restaurante, administración.**

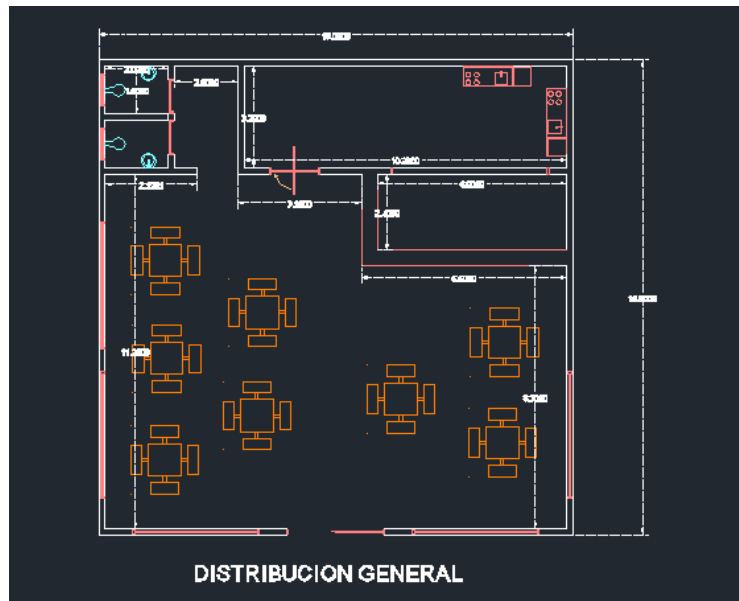


Figura N°19: Diseño arquitectónico.

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C. 2011.

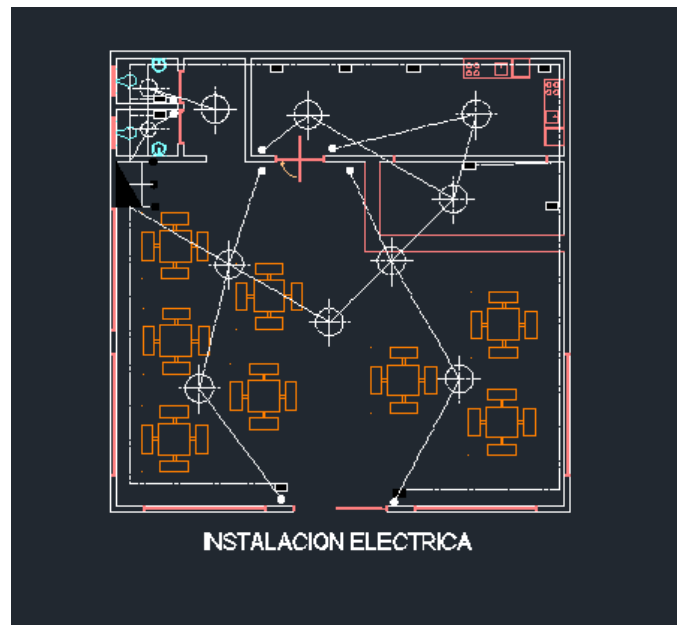


Figura N°20: Instalacion Electrica.

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C. 2011.

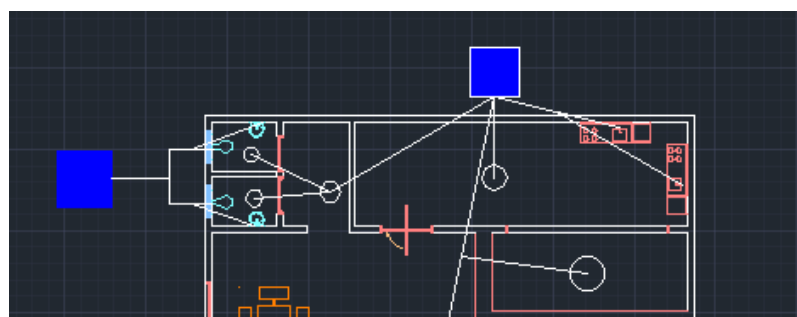


Figura N°21: Instalación Sanitaria
Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C. 2011.



Figura N°22: Fachada vista 2D del restaurante. 2011
Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C

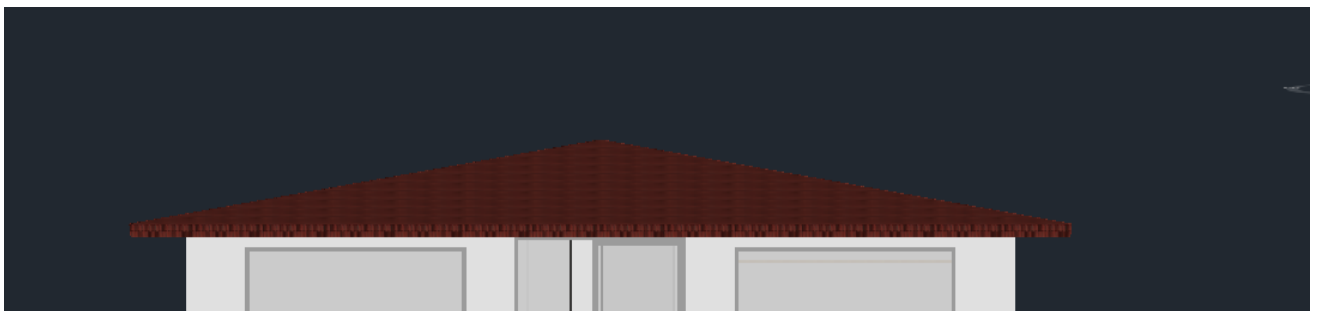


Figura N°23:Fachada frontal del restaurante.2011

Elaborado por: Arq. Jhefferson J. Ortiz.C

Fotografía N 10: Terreno en donde se construirán las cabañas Vista del frente. 2011



2) Presupuesto para la construcción de la cabaña turística

El presupuesto referencial de la obra, es dado por rubro general de obra por metros cuadrados que tiene cada construcción en obra según la tabla de precios 2010 – 2011, dichos precios pueden variar de acuerdo a la constante de material.

Por lo tanto el precio de cada cabaña (15mx15m), es de, cincuenta mil dólares cero centavos americanos, precio de restaurante (15mx15m) es de cincuenta mil dólares cero centavos americanos, incluido mano de obra, limpieza, acabados de primera y técnico de construcción. Tiempo estimado de obra en concluirse es de seis meses (180 días).

Precio total de construcción en sumatoria de rubros ejecutables del técnico es de, dos cabañas turísticas, 1 restaurante. Dan la suma total de \$ 150.000,00 (Ciento cincuenta mil dólares cero centavos americanos).

Elaborado por. Arq. Jhefferson J. Ortiz C. 2011.

3) Propuesta de decoración de las cabañas

a) Decoración interna

La infraestructura por dentro estará decorada, primeramente con colores que den un ambiente de armonía y descanso en toda la parte interna, en el área del restaurante la decoración estará constituida con cuadros de pintura con imágenes de la serranía y cultura, el techo interno cerrado con duelas de madera con yute y estera.

En las esquinas se colocarán vasijas con racimos de cebada y las mesas serán de madera de eucalipto y cubierto con manteles de tejido de borrego y vidrio sobre cada mesa existirá un recipiente de piedra para el ají.

A demás tendrán mecheros con combustible de querosín en un número de ocho, piso del área de cocina será de baldosa y el área de comedor será entablado con madera.

En esta área tendrá una chimenea con decoración de piedras pequeñas con diversos colores y con una cantidad de leña obtenida de los árboles nativos.

b) Decoración externa

Las paredes serán de ladrillo y su acabo visto y en la parte baja que esta a nivel del piso unos 40cm será cubierto con cemento y pintado de color café, el espacio designado para construcción de las cabañas anteriormente se hizo la plantación de especies nativas y el techo de las cabañas se lo cubrirá con paja para dar una apariencia arquitectónica armoniosa con el paisaje y el medio.

Los marcos de las ventanas serán de madera los mimos que serán barnizados conservando el color original.

El diseño de las cabañas tendrá en el centro una fuente de agua con piedras y alrededor plantas ornamentales además se sembrará césped en el patio.

3) Requerimientos para los servicios turísticos a ofertar.

a) Servicio de Hospedaje

A continuación se establecen los costos y mobiliario necesarios para el área de hospedaje:

Cuadro N° 75: Mobiliario para las habitaciones

| DETALLE | CANTIDAD | COSTO UNITARIO USD | COSTO TOTAL USD |
|----------------------|-----------------|-------------------------------|----------------------------|
| Muebles | | | |
| Literas de 2.10 mts. | 4 | 107,14 | 428,56 |
| Camas simples | 12 | 100 | 1200 |
| camas matrimoniales | 2 | 250 | 500 |
| Veladores | 16 | 17 | 272 |
| Armario (de pino) | 20 | 90 | 1800 |
| Sub Total 1 | | | 4200,56 |
| Accesorios | | | |
| Colchones de 2.10m. | 20 | 84,82 | 1.696,40 |
| Colchones de 2.10m. | 2 | 120 | 240 |

| | | | |
|------------------------|----|-------|--------------------|
| Sábanas | 48 | 15,18 | 728,64 |
| Cobijas | 48 | 10,71 | 514,08 |
| Almohadas | 24 | 4 | 96 |
| Cortinas | 8 | 12 | 96 |
| Armadores (docenas) | 6 | 1,79 | 10,74 |
| Basureros | 8 | 3 | 24 |
| Sub Total 2 | | | 3.405,86 |
| SUB TOTAL 3 | | | 7.606,42 |
| Imprevistos 10% | | | 760,642 |
| TOTAL | | | \$ 8.367,06 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

Los requerimientos para de baños son:

Cuadro N° 76: Equipamiento para los baños

| DETALLE | CANTIDAD | COSTO UNITARIO USD | COSTO TOTAL USD |
|-------------------------------|--------------------------------------|--------------------|-----------------|
| Accesorios | | | |
| Repisas | 10 | 7,77 | 77,7 |
| Espejos | 10 | 6 | 60 |
| Cortinas de baño | 8 | 8 | 64 |
| Toallas grandes | 48 | 5 | 240 |
| Basureros | 10 | 3 | 30 |
| Tapiz para piso | 10 | 7 | 70 |
| Sub Total 1 | | | 541,7 |
| Materiales de limpieza | | | |
| Shampoo (paquete) | 2 | 15 | 30 |
| Jabones | 8 paquetes (4 unidades cada uno) | 2,1 | 16,8 |
| Papel higiénico | 10 paquetes (de 6 unidades cada uno) | 2 | 20 |
| Teps para pisos | 5 frascos | 2 | 10 |
| Jabonera | 24 | 0,54 | 12,96 |

| | | | |
|------------------------|--|--|-------------------|
| Sub Total 2 | | | 89,76 |
| SUB TOTAL 3 | | | 631,46 |
| Imprevistos 10% | | | 63,146 |
| TOTAL | | | \$ 694,606 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

En el siguiente cuadro se indican los costos de mobiliarios para el área de lectura.

Cuadro N° 77: Equipamiento, mobiliario para el área de lectura.

| DETALLE | CANTIDAD | COSTO UNITARIO USD | COSTO TOTAL USD |
|-----------------------------|-----------------|---------------------------|------------------------|
| Mobiliario | | | |
| Sillas | 24 | 8,00 | 192 |
| Mesas | 8 | 80,00 | 640 |
| Mueble para libros | 1 | 100 | 100 |
| Sub total 1 | | | 932 |
| Decoración interna | | | |
| Accesorios | | | |
| Vasijas de barro | 2 | 4,5 | 9 |
| Sistema de fogata eléctrica | 2 | 100 | 200 |
| Sistema de fuentes de agua | 2 | 120 | 240 |
| Sistema de viento | 2 | 80 | 160 |
| vidrio templado | 2 | 105 | 210 |
| Fajas | 8 | 6 | 48 |
| Fotos de la comunidad | 10 | 0.35 | 3,5 |
| Libros | 20 | 10 | 200 |

| | | | |
|------------------------|--|--|----------------|
| Sub Total 2 | | | 1070,5 |
| SUB TOTAL 3 | | | 2003 |
| Imprevistos 10% | | | 200,25 |
| TOTAL | | | \$ 2203 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

b) Servicio de alimentación

La importancia de dar a conocer a los turistas sobre la producción orgánica de la zona, la calidad nutricional de los productos orgánicos, los productos utilizados para la preparación de los alimentos serán frescos y en su mayoría propios de la zona para ofrecer platos típicos a los turistas.

La cocina deberá disponer de un extintor y una persona se encargará de esta área.

En el siguiente cuadro se indican los materiales necesarios para la cocina y restaurante:

Cuadro N° 78: Equipamiento para la cocina y restaurante

| DETALLE | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|-------------------------------|----------|----------------|-----------------|
| | | USD | USD |
| Equipos de cocina | | | |
| Refrigerador (12 pies) | 1 | 530 | 530 |
| Cocina | 1 | 559 | 559 |
| Extintor de incendios | 1 | 15 | 15 |
| Licuadaora | 1 | 75,89 | 75,89 |
| Batidora | 1 | 20,54 | 20,54 |
| Horno | 1 | 250 | 250 |
| Microonda. | 1 | 320 | 320 |
| Sub Total 1 | | | 1.770,43 |
| Mobiliario | | | |
| Juego de comedor (4pax) | 6 | 95 | 570 |
| Mostrador | 1 | 170 | 170 |
| Sub Total 2 | | | 740 |
| Accesorios | | | |
| Vajilla (12 piezas) | 3 | 44,73 | 134,19 |
| Cristalería (docena) | 3 | 6,21 | 18,63 |
| Juego de cubiertos(docena) | 3 | 23,3 | 69,9 |
| Juego de ollas | 3 | 39,29 | 117,87 |
| Juego de sartenes (3 piezas) | 1 | 41,16 | 41,16 |

| | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Juego de cuchillos | 1 | 4,02 | 4,02 |
| Jarras de 4 litros | 3 | 2,55 | 7,65 |
| Juego de cucharitas (4) | 1 | 30,89 | 30,89 |
| Bandejas | 4 | 3,5 | 14 |
| Legumbreira | 1 | 2,5 | 2,5 |
| DETALLE | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
| | | USD | USD |
| Lavacaros | 3 | 2 | 6 |
| Servilletas | 3 paquetes | 1 | 3 |
| Manteles | 6 | 13 | 144 |
| Carta del menú | 24 | 6 | 36 |
| Uniforme. Delantal y gorro | 6 | 10 | 60 |
| Floreros con flores | 6 | 3 | 18 |
| Sub Total 3 | | | 641,81 |
| Materiales de limpieza | | | |
| Trapeador | 4 | 3,13 | 12,52 |
| Escoba | 3 | 2 | 6 |
| Recogedor de basura | 3 | 1 | 3 |
| Basurero | 2 | 3 | 6 |
| Sub Total 4 | | | 27,52 |
| Decoración interna | | | |
| Cortinas | 6 | 51,68 | 310,08 |
| Portacubiertos de paja. | 10 | 1 | 10 |
| Adornos de cebada | 4 | 1 | 4 |
| Vasijas de barro | 4 | 4,5 | 18 |
| Sub Total 5 | | | 342,08 |
| SUB TOTAL | | | 3521,146 |
| Imprevistos 10% | | | 352 |
| TOTAL | | | \$ 3873,86 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

c) Servicio de información y administración

El área de información y administración contará con su respectivo equipo y mobiliario como se indica a continuación:

Cuadro N° 79: Equipamiento necesario para el área de información y administración

| DETALLE | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|--|----------|----------------|-----------------|
| | | USD | USD |
| Muebles y enseres del área de información y administración. | | | |
| Escritorio | 2 | 45 | 90 |
| Mueble de computadora | 1 | 33,92 | 33,92 |
| Sillas | 4 | 6,5 | 26 |
| Archivador | 1 | 110 | 110 |
| Librero | 1 | 110 | 110 |
| Juego de sala | 1 | 340 | 340 |
| Botiquín de primeros auxilios | 1 | 40 | 40 |
| Gigantografía de 1.40m x 1.20m | 1 | 22 | 22 |
| Sub Total 1 | | | 771,92 |
| Equipos para el área de información y administración | | | |
| Computadora e impresora | 1 | 880 | 880 |
| Radio transmisor | 1 | 36,61 | 36,61 |
| Radio-grabadora | 1 | 195 | 195 |
| Sub Total 2 | | | 1.111,61 |
| Materiales de oficina | | | |
| Resmas de papel | 4 | 3,2 | 12,8 |
| Carpetas | 20 | 0,15 | 3 |
| Perforadora | 2 | 4,4 | 8,8 |
| Grapadora | 2 | 2,8 | 5,6 |
| Caja de esferos rojo y negro | 2 | 4,75 | 9,5 |
| Regla | 1 | 0,35 | 0,35 |
| DETALLE | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
| | | USD | USD |

| | | | |
|---------------------------|----|------|--------------------|
| Corrector | 1 | 1,5 | 1,5 |
| Cuaderno universitario | 1 | 1,25 | 1,25 |
| Sub Total 3 | | | 42,8 |
| Decoración interna | | | |
| Accesorios | | | |
| Cortinas | 2 | | 53 |
| Fotos de la comunidad | 10 | 0,35 | 3,5 |
| Vasijas de barro | 2 | 4,5 | 9 |
| Adornos de avena y cebada | 2 | 2,5 | 5 |
| Sub Total 4 | | | 70,5 |
| SUB TOTAL | | | 1.246,90 |
| Imprevistos 10% | | | 124,7 |
| TOTAL | | | \$ 1.371,60 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

d) Servicio de Recreación

Para recorrer los atractivos turísticos y para comodidad de los turistas se alquilarán, ponchos de agua, vinculares, carpas, sleeping en caso de que lo soliciten, no es obligatorio alquilar estos equipos.

En el siguiente cuadro se indica el equipamiento necesario para el área de recreación:

Cuadro N° 80: Equipamiento necesario para el área de recreación

| DETALLE | CANTIDAD | COSTO UNITARIO USD | COSTO TOTAL USD |
|------------------------|----------|-----------------------|--------------------|
| Equipos | | | |
| Ponchos de agua | 24 | 7 | 168 |
| Carpas (3 personas) | 4 | 35,71 | 142,84 |
| Aislante | 12 | 9,38 | 112,56 |
| Sleeping | 24 | 26,79 | 642,96 |
| Binoculares | 3 | 40,98 | 122,94 |
| SUB TOTAL | | | 1189,3 |
| Imprevistos 10% | | | 118,93 |
| TOTAL | | | \$ 1308,23 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

10. Diseño de los medios de publicidad

a. Logotipo de la Asociación Mushuj Ayllu.



Figura N 24: Logotipo de la empresa.

Los colores que identifican al proyecto Agro turístico son los siguientes:

Tomate: Un color que da a conocer la generosidad de la madre naturaleza en brindar los diferentes productos tanto agrícolas como pecuarios de la serranía ecuatoriana. Es decir la productividad que posee este rincón ecuatoriano.

Verde: color de la Naturaleza, vida, diversidad, que tiene este proyecto en sus diferentes áreas como el cultivo de tubérculos, hortalizas, pastos, entre otros.

Y la parte esencial del proyecto que trata de transmitir el respeto a la naturaleza mediante la producción agroecológica es decir sin ningún químico, todos los productos son orgánicos y con ello fomentamos el cuidado primeramente el cuidado de la madre tierra y de igual manera de la salud humana.

b. Página Web

Para la promoción de la oferta turística que presenta el proyecto de Agroturismo se diseñó de la página Web, en donde se dará a conocer los atractivos naturales, culturales, actividades y pecuarias, a través de paquetes elaborados en base a sus necesidades. (Anexo4)

c. Spot Publicitario. Si te gustaría salir de la rutina y conocer otros lugares en donde puedas disfrutar de un ambiente de naturaleza y diversión debes visitar nuestra granja Agroturística Mushuj Aully que cuenta con producción orgánica, platos típicos, y aprender de las actividades diarias que realizamos, descansar en nuestras hermosas cabañas, no esperes mas solamente contáctanos a nuestros números 032607470 o al 089769438 y serás recibido como te mereces.

d. Afiches.- Contará con imágenes que identifiquen el proyecto su oferta turística y agroecológica.

e. Trípticos: En el que se presenta acerca de la producción Agroecológica, y los atractivos naturales y culturales del sector. (Anexo5)

f. Cuadro N° 81: Gastos del área comercial

| DETALLE | CARACTERÍSTICAS | COSTO TOTAL |
|---------|-----------------|-------------|
|---------|-----------------|-------------|

| | | USD |
|----------------------------|---|----------------|
| 1000 Trípticos | Full color, papel couche de 150 gramos con UV | 160,00 |
| 1000 Afiches | Full color, papel couche de 115 gramos con UV | 240,00 |
| Página Web | Diseño y publicación por un año, página principal, 5 links, tamaño de 50 MB | 300,00 |
| Spot publicitario (Prensa) | 2 columnas x 5 centímetros | 166,32 |
| Radio (Alegria) | 10 diarias por 26 días | 520.00 |
| TOTAL | | 1386.32 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

D. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

1. Método de Lázaro Lagos

La implementación del proyecto permitirá el desarrollo turístico y económico de la Asociación Mushuj Ayllu, conociendo que el estudio de impacto ambiental es necesario se realizó la evaluación utilizando el método propuesto por Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales que se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle-Columbus, todo gracias al ingenio del científico cubano Lázaro Lagos el mismo que permitió encontrar un método fácil, rápido, sencillo para el investigador y generar información confiable.

a. Delimitación del área

La Asociación Mushuj Ayllu, se encuentra en la comunidad Sablog Chico pertenece a la Parroquia Matriz, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo, está localizada en las coordenadas:

- 1) **Latitud :** 9788854 UTM
- 2) **Longitud:** 752470 UTM.
- 3) **Altitud media:** 3.384 m.s.n.m.

Con las siguientes características climática

- 4) **Temperatura:** 13,7 °C
- 5) **Precipitación media anual:** 650 mm
- 6) **Humedad Relativa:** 96,8 %.

Y con la siguiente clasificación ecológica:

De acuerdo a la clasificación de las zonas de Vida de Holdrige, el sector Mushuj Ayllu posee la siguiente zona de vida: Estepa espinosa montano bajo. (e.e.M.B)²

b. Determinación de las actividades

En el proyecto las actividades a desarrollarse fueron enumeradas y enlistadas en la Matriz utilizada de Lázaro Lagos que se indica luego en la aplicación.

c. Determinación de los componentes ambientales

De la misma manera a la anterior los componentes ambientales afectados de manera positiva o negativa fueron identificados en función de cada una de las actividades que se efectuarán en el transcurso y después de la ejecución del proyecto.

d. Parámetros para la Evaluación de Impactos Ambientales

1) Naturaleza. Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-)

2) Magnitud. La magnitud se determina a través de tres rangos:

1 = *Baja intensidad*. Cuando el área afectada es menor a 1 ha.

2 = *Moderada intensidad*. Cuando el área afectada está entre 1 a 10 has

3 = *Alta intensidad*. Cuando el área afectada es mayor a 10 has.

²Inventario de atractivos turísticos del cantón Guamote, Patricio Lozano, 2004

3) **Importancia.** Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

- 0 = Sin importancia
- 1 = Menor importancia
- 2 = Moderada importancia
- 3 = Importante importancia.

4) **Certeza.** Se determina a través de tres rangos definidos con letras:

- C (Certeza). Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%
- D (Duda) Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%
- I (Indeterminado) Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

5) **Tipo.** Se define a través de:

- (Pr) *Primario.* Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto.
- (Sc) *Secundario.* Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto.
- (Ac) *Acumulativo.* Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

6) **Reversibilidad.** Puede ser de dos tipos:

- 1= *Reversible.* Si el impacto es transformable por mecanismos naturales.
- 2 = *Irreversible.* Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales.

7) **Duración.** Se determina a través del tiempo en:

- 1 = *A corto plazo.* Si el impacto permanece menos de 1 año
- 2 = *A mediano plazo.* Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años.

3 = *A largo plazo*. Si el impacto permanece más de 10 años

- 8) **Tiempo en aparecer.** Determinado también por el tiempo se clasifica en:
- a) C: *Corto plazo*. Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.
 - b) M: *Mediano plazo*. Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.
 - c) L: *Largo plazo*. Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto

- 9) **Considerado en el proyecto.** Se define por las alternativas:

S: *Si*. Si el impacto fue considerado en el proyecto

N: *No*. Si el impacto no fue considerado en el proyecto

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del ambiente en general.

En el siguiente cuadro se indica la evaluación de impactos ambientales para el proyecto agroturismo de la Asociación Mushuj Ayllu

Cuadro N° 82: Evaluación de impactos ambientales para el Diseño del proyecto agroturístico de la Asociación Mushuj Ayllu.

| COMPONENTES NATURALES Y FÍSICOS | ACTIVIDADES | | | | | | | | | | IMPACTOS | | CRITERIO DE EVALUACIÓN | | | | | | | | |
|---------------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------------------|--------|--------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------|--------------------------|---|---|------------------------|-------------|----------------|------------|---------|-------------------|-------------|-----------------------|-------------------------------|
| | 1. Limpieza del terreno | 2. Construcción de cabaña | 3. producción Agrícola y pecuaria | 4. ... | 5. Implementación de ... | 6. Educación Ambiental | 7. Educación cultural | 8. Manejo de desechos | 9. Participación de la Asociación. | 10. Tránsito en senderos | | | 1. Naturaleza | 2. Magnitud | 3. Importancia | 4. Certeza | 5. Tipo | 6. Reversibilidad | 7. Duración | 8. Tiempo en aparecer | 9. Considerado en el proyecto |
| A. AIRE | | X | | X | | | X | | | | Emisión de gases contaminantes | - | 1 | 1 | I | Pr | 2 | 2 | C | Si | 6 |
| B. SUELO | X | X | | X | X | | | | X | | Compactación y erosión del suelo | - | 1 | 1 | C | Pr | 2 | 3 | C | Si | 6 |
| | | X | | X | | | | | X | | Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos | - | 1 | 1 | I | Pr | 2 | 3 | C | Si | 6 |
| | X | X | X | X | X | | | | X | | Pérdida de la cobertura vegetal en el área y en senderos | - | 1 | 1 | D | Pr | 2 | 3 | C | Si | 6 |
| C. AGUA | | | | X | | | X | | | | Contaminación de la fuente de agua por actividad turística. | - | 1 | 1 | I | Sc | 2 | 1 | C | Si | 4 |
| D. FLORA Y FAUNA | | | | X | | | | | X | | Recolección de especies de flora | - | 1 | 1 | I | Pr | 2 | 3 | C | Si | 5 |
| | | | X | X | | X | | X | X | | Protección de flora y fauna | + | 2 | 3 | C | Pr | 2 | 3 | C | Si | 1 |

| COMPONENTES NATURALES Y FÍSICOS | ACTIVIDADES | | | | | | | | | | IMPACTOS | CRITERIO DE EVALUACIÓN | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------------------|--------|--------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|---|--------------------------|---|------------------------|-------------|----------------|------------|---------|-------------------|-------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------|
| | 1. Limpieza del terreno | 2. Construcción de cabaña | 3. producción Agrícola y pecuaria | 4. ... | 5. Implementación de ... | 6. Educación Ambiental | 7. Educación cultural | 8. Manejo de desechos | 9. Participación de la miembros de la Asociación. | 10. Tránsito en senderos | | 1. Naturaleza | 2. Magnitud | 3. Importancia | 4. Certeza | 5. Tipo | 6. Reversibilidad | 7. Duración | 8. Tiempo en aparecer | 9. Considerado en el proyecto | 10. Ponderación |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 1 |
| | | X | X | X | X | X | X | | | X | Aumento de turismo en la zona | + | 2 | 3 | D | Pr | 2 | 3 | C | Si | 1 1 |
| E. SOCIO. ECONÓMICO | | | X | X | X | X | X | | | X | Sensibilización de turistas y miembros de la Asociación | + | 1 | 3 | D | Pr | 2 | 2 | M | Si | 7 |
| | | | | X | | | X | | | | Intercambio cultural | + | 2 | 3 | C | Pr | 2 | 3 | M | Si | 1 1 |
| | X | X | X | X | X | | | X | X | X | Fuentes alternativas de trabajo | + | 1 | 2 | C | Pr | 2 | 3 | M | Si | 7 |
| | | | X | X | X | X | X | | | X | Esparcimiento | + | 2 | 2 | C | Pr | 2 | 3 | C | Si | 9 |
| F. PAISAJE | | X | | X | | | | | | X | Perturbación por ruido | - | 1 | 1 | I | Sc | 2 | 3 | C | Si | 6 |
| | X | | | X | | | | | | X | Presencia de basura | - | 1 | 1 | I | Pr | 2 | 2 | C | Si | 5 |

Fuente. Talleres participativos con los miembros de la Asociación Mushuj Ayllu.

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

Cuadro N° 83: Cuantificación de impactos ambientales para el diseño del proyecto agroturístico de la Asociación Mushuj Ayllu

| COMPONENTES AMBIENTALES | ACTIVIDADES | | | | | | | | | | TOTAL (+) | TOTAL (-) | TOTAL |
|-------------------------|-------------|--------|-----------|-----------|--------|--------|---------|-----|-----|-----------|-----------|-----------|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | | |
| A | | -6 | | -6 | | | | -6 | | | 0 | 18 | 18 |
| B | - 6-6-6 | -6-6-6 | -6 | -6-6-6 | - 6-6 | | | | | - 6-6-6 | 0 | 90 | 90 |
| C | | | | - 4 | | | | - 4 | | | 0 | 8 | 8 |
| D | | +11 | +11+11 | - 5+11+11 | +11 | +11+11 | +11 | | +11 | - 5+11+11 | 132 | 10 | 142 |
| E | +7 | +7 | +7+11+7+9 | +7+7+9 | +7+7+9 | +7+9 | +7+11+9 | +7 | +7 | +7+7+9 | 174 | | 174 |
| F | -5 | -6 | | -6-5 | | | | | | -6-5 | | 33 | 33 |
| TOTAL (+) | 7 | 18 | 56 | 45 | 34 | 38 | 38 | 7 | 18 | 45 | ↓ →306 | | |
| TOTAL (-) | 23 | 30 | 6 | 44 | 12 | 0 | 0 | 10 | 0 | 34 | | ↓ →159 | |
| TOTAL | 30 | 48 | 62 | 89 | 46 | 38 | 38 | 17 | 18 | 79 | | | ↓ → 465 |

Fuente. Talleres participativos con los miembros de la Asociación Mushuj Ayllu

Elaborado por: Luis Anilema.2011.

Con los resultados obtenidos en la matriz de Lázaro Lagos se interpretó los medios naturales y físicos que podrían ser impactados a causa de las actividades turísticas, un total de 306 puntos es el resultado de los impactos positivos y un total 159 es el resultado de los impactos negativos sobre los componentes físicos y naturales para los cuales se establecerán más adelante medidas de mitigación, prevención y compensación para proteger los recursos naturales y culturales del área de influencia.

En un trabajo conjunto con a la organización Mushuj Ayllu se consideraron a los tres componentes físicos o naturales que tienen los 3 mayores puntajes para describir, los posibles impactos positivos o negativos

a) Socio Económico (+174)

Con relación a la limpieza del terreno, necesario para construcción de las cabañas se requiere de mano de obra permitiendo generar fuentes alternativas de trabajo para los habitantes de la asociación y comunidad, aportando de esta manera a incrementar los ingresos económicos.

La actividad agrícola, pecuaria permitirá generar nuevos empleos y mejorar sus conocimientos en producción Agroecológica, incluso el esparcimiento de quienes visiten y hagan uso de los servicios del proyecto.

La implementación de letreros interpretativos con información de identificación y sensibilización permitirá a los miembros y turistas a generar actitud de conservación y respeto a la naturaleza, para el mismo se requiere de materiales y mano de obra que serán utilizados por personas de la asociación para la construcción colocación de estos medios informativos, con ello aportará en la orientación y el esparcimiento de los turistas.

Educación ambiental con los medios antes mencionados y una reiterada narración de información acerca de los parámetros de cuidado del demedio ambiente tanto para los miembros de la Asociación como también a los turistas en este proyecto estará vinculado junto a esparcimiento y recreación.

Educación cultural involucrados miembros de la asociación y turistas frente a ello la sensibilización y respeto a cada una de ellas, con un alto grado de intercambio cultural y esparcimiento.

Manejo de desechos estará dado por servicios prestados de los miembros de Asociación, es así que existirá fuentes de empleo para mas personas.

La operación turística favorecerá a la sensibilización tanto de turistas como de comunitarios y así cada uno de ellos desarrollará un alto nivel de concientización y valorización a los recursos naturales y culturales de la zona.

Tránsito en senderos la sensibilización por la naturaleza, fuentes de empleo para los guías nativos, y el turismo como actividad de esparcimiento, que en parte si la sensibilización no está bien aceptada y conceptuada, la generación de ruidos y basura ocasionara contaminación.

Mientras los turistas transiten por el sendero provocarán perturbación por ruido al hablar en voz alta o al escuchar música a alto volumen, por lo que será necesario que los turistas sigan las normas de conducta y no perturbar al medio que les rodea.

Al transitar por el sendero los turistas podrían arrojar la basura de los empaques de los alimentos, bebidas, entre otras basuras que afectarían al ambiente y la ideal presentación del sendero.

b) Flora y Fauna (+132)

La construcción de las cabañas permitirá ofrecer los servicios turísticos a los clientes que lleguen a la granja Agroecológica de la asociación y de esta manera con miras de alcanzar aumento de turismo en el sector favoreciendo económicamente a sus moradores.

Producción agrícola y pecuaria estas actividades son aquellas que al ser ecológicas tiene un valor agregado y con ello la recuperación de especies estaban por desaparecer y al mismo tiempo la muestra de nuevas especies y el turismo aumentara notablemente.

Con la operación turística y el tránsito en el sendero afectaran a la flora y fauna ya que estas actividades incentivarán a que los turistas recolecten especies de flora o destruyan las hojas, flores. Por su parte para mitigar aquello la operación turística y el tránsito en el sendero para mantener las actividades turísticas velarán por la protección de flora y fauna lo cual contribuirá a aumentar el turismo en la zona en forma controlada.

La implementación de letrero permitirá tener una buena orientación a los turistas la información de la flora y fauna nativa de la comunidad, lo cual permitirá que más turistas se informen de ello y se incremente el turismo y la ubicación en el área.

La educación ambiental y cultural una buena opción que permitirá que los turistas y habitantes de la Asociación y comunidad que se preocupen por proteger la flora y fauna nativa, llegando a ser una herramientas que ayudarán a crear conciencia en ellos. Y el aumento de turistas por el interés de conocer las manifestaciones y los recursos que tiene el Agroturismo.

c) Suelo (- 90)

La limpieza del terreno para la construcción de las cabañas, la operación turística y la implementación del letrero causará la pérdida de la cobertura vegetal en el área, puesto que para este trabajo al utilizar lampas y picos se mata la micro fauna del suelo, además que por

parte del personal de mantenimiento existirá la limpieza en lugares específicos con la finalidad de la presentación de los alrededores de las cabañas.

La construcción de las cabañas, la operación turística y el tránsito por el sendero traerá consigo la generación de basura porque los turistas arrojarán los desechos orgánicos e inorgánicos, desperdicios de materiales de construcción, al suelo lo cual causa un impacto visual y también afecta negativamente al suelo, la acumulación de basura permitirá la presencia de mosquitos, ratas, insectos, lo cual causará la generación y propagación de malos olores y enfermedades, poniendo en riesgo la conservación del paisaje y de toda sus formas de vida.

La limpieza del terreno, la construcción de las cabañas, la operación turística, la implementación de los letreros y el tránsito por el sendero generarán la compactación y erosión del suelo, debido al constante pisoteo de las personas que trabajan en la construcción, la pérdida de especies nativas, por personal que estaría dedicada a la operación turística, de los turistas que visitan las cabañas y que recorren por los senderos.

En base a los resultados obtenidos en la matriz de Lázaro Lagos las actividades que podrían causar impactos sobre el medio natural son:

d) Producción Agrícola y pecuaria (+56)

Si no se tomolas correspondientes medidas de producción sostenible en el área de la agricultura afectará a la flora, fauna, agua, aire, a lo socio económico, al paisaje,

Actividad que a más de estar constituida como las más primordiales en el desarrollo de su economía, permite y permitirá el manejo sostenible de los recursos que posee la Asociación y contribución en la soberanía alimentaria de quienes son beneficiarios y están involucrados directa o indirectamente. Con estas acotaciones y el turismo como actividad que con sus modalidades como es el Agroturismo son alternativas de desarrollo económico, social de la asociación y quienes la aplican en sus entornos.

e) Educación Ambiental (+38)

La educación ambiental contribuirá a la conservación de la flora y fauna a lo socio económico puesto que se podría elaborar y ejecutar las correspondientes medidas de prevención, mitigación y compensación lo cual contribuirá a minimizar o reducir los posibles impactos ambientales.

Entonces la educación ambiental sería una alternativa de distracción para los turistas nacionales e internacionales al considerar un adecuado plan de manejo de este recurso natural.

f) Tránsito en el Sendero (- 34)

El tránsito en el sendero en el caso de que no se tome las correspondientes acciones para la conservación de los recursos naturales afectará al suelo, a la flora y fauna, a lo socio económico y al paisaje pero todos estos posibles impactos ambientales al medio natural y físico pueden ser superados y controlados con la ayuda de un plan de prevención, mitigación, y compensación los mismos que ayudarán a proteger y conservar la riqueza natural de la zona.

El tránsito por el sendero contribuirá a que los turistas nacionales e internacionales cuenten con un destino turístico que les permita apreciar y valorar la biodiversidad natural y cultural que posee esta zona.

Con la interpretación los datos obtenidos en la matriz de Lázaro Lagos se establecieron las correspondientes medidas de prevención, compensación y mitigación para minimizar al máximo los impactos negativos sobre los recursos naturales causados por las diferentes actividades.

10) Medidas de Prevención

a) Socio Económico

A los miembros se dará una charla con información de lo importante que es mantener sus raíces, identidad cultural y que deben mostrar a los turistas su propia cultura sin imitar las culturas de los turistas.

b) Flora y Fauna

Para evitar los impactos sobre la vegetación se debe establecer una guía de educación ambiental donde se da una charla previa a los turistas para concientizar a los mismos a la protección y prevención para que no rompan las plantas, hojas, flores, no escriban grafiti en las rocas o en los troncos de los árboles, o se lleven partes de la planta o intenten cazar a los animales silvestres.

Se cree conveniente realizar un inventario tanto de flora como de fauna para de esta manera identificar a posibles especies que sean endémicas o estén en peligro de extinción para darles mayor protección y cuidado.

c) Suelo

Conservar la belleza escénica del sector a través de la elaboración de un plan de medidas de recolección y reciclaje de basura, concientizar a los turistas que no arrojen basura, cuando se desplacen por los senderos existentes de la comunidad para evitar los impactos ambientales.

d) Producción Agrícola y pecuaria

El presente estudio de impacto ambiental previa a la ejecución del proyecto permitió tomar las decisiones adecuadas de manejar la Agroecológica es decir con la producción netamente orgánica.

e) Educación Ambiental

Para difundir la educación ambiental se conducirá a los turistas a visitar el museo para que valoren y respeten la flora y fauna nativa de la zona y se informen de la importancia de proteger y conservar estos recursos.

f) Tránsito en el Sendero

Se dará una charla a los turistas acerca de las normas de comportamiento, actividades que pueden realizar y cuáles no. En determinados puntos de los senderos se colocarán basureros para que los turistas depositen los desechos orgánicos en un basurero y los desechos inorgánicos en el otro basurero destinado para este tipo de desechos. Además que a los turistas se les entregarán fundas para que en ellas guarden la basura mientras recorren los senderos y cuando retornen a las instalaciones y los depositen en los basureros correspondientes.

11) Medidas de Mitigación

a) Socio Económico

Dos veces al año se convocará a un taller en el que se realizará un diagnóstico dirigido a los miembros de la asociación para determinar si la presencia de turistas no ha afectado su forma de vestir, sus tradiciones, costumbres. En este taller se tratará de que la gente del sector y comunidad siga conservando su cultura y se sienta orgulloso de su identidad cultural.

b) Flora y Fauna

Se utilizará la madera y materiales de la zona para la construcción del sendero turístico y de las cabañas para que contrasten armónicamente con el paisaje de la localidad, se prohibirá que los turistas se lleven plantas o animales silvestres.

c) Suelo

Se conservará la imagen limpia del suelo a través de la recolección semanal de la basura que se encuentra en el piso o en los depósitos de desechos sólidos que se encuentran saturados, los desechos con potencial reciclable serán almacenados.

d) Producción Agrícola y pecuaria

Se realizara un análisis del suelo si en caso de existencia de algún tipo de producto químico que se pudiera encontrar por la adquisición de semillas, además actualizar conocimientos a través de charlas por parte de promotores agroecológicos.

e) Educación Ambiental

El guía a más de proporcionar información de los atractivos también dará un mensaje de conservación y respeto a los recursos naturales.

f) Tránsito en el Sendero

La basura de los depósitos será recogidos pasado cada 3 veces a la semana para de esta manera evitar la acumulación de basura y generar impacto ambiental y visual, malos olores; previo a recorrer por el sendero siempre se indicarán las normas de comportamiento de los turistas.

12) Medidas de Compensación

a) Socio Económico

La actividad turística permitirá que la población local mejore sus ingresos económicos a través de la generación de plazas de empleo y de esta manera mejorar las condiciones de vida de la localidad, la población también podrán vender a los turistas sus productos agrícolas, artesanías, comidas típicas, entre otros servicios turísticos y así contribuir a que obtengan beneficios económicos.

b) Flora y Fauna

Continuar con la forestación de plantas arbóreas, arbustivas y herbáceas de la zona, que no afecten a los recursos existentes.

c) Suelo

La apertura de senderos serán muy pocos ya que la accesibilidad a la mayoría de atractivos tiene senderos ya establecidos y en el área de cultivo no se utilizará tractor, ni químicos. Todas estas formas de intervención con el suelo podrá no afectar en gran magnitud el suelo. El estudio de los impactos ambientales, sus consecuencias y la actividad turística contribuirán a crear conciencia en los turistas y comunitarios para mantener siempre la belleza escénica natural.

d) Producción Agrícola y pecuaria.

Con la participación de los miembros de Asociación se buscare aumentar la producción y comercialización, y a la vez emprender nuevos proyectos productivos.

e) Educación Ambiental

Para la educación ambiental se necesitará también de guías nativos, los mismos que deberán siempre actualizar sus conocimientos para informar a los habitantes de la zona y a los turistas, siempre pidiendo de una manera cortés a los turistas de no contaminar.

f) Tránsito en el Sendero

El tránsito en el sendero permitirá que los turistas nacionales e internacionales conozcan los recursos naturales que posee esta zona y lo hagan a través de un sendero establecido no es necesario construir más senderos ya que existen los Chaquiñán (que son caminos para personas y disminuir el trayecto).

H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO - LEGAL.

1. Estructura organizativa de la Empresa

a. Área Administrativa.

Cuadro N° 84. Área administrativa del Proyecto Agroturístico Mushuj Ayllu

| CARGO | FUNCIONES | RESPONSABILIDADES | REMUNERACIÓN |
|----------------------|---|--|----------------|
| Administrador (1) | Dirección y administración del proyecto | Dirigir el proyecto y las actividades por la que está compuesta. Planificar el trabajo y elección de los procedimientos a seguir. Control y coordinación de la comunicación interna de la empresa. | 750,00 |
| Costo Anual | | | 9000,00 |

Elaborado por: Luís Anilema. 2011.

b. Área Productiva.

Cuadro N° 85. Área productiva del Proyecto Agroturístico Mushuj Ayllu

| CARGO | FUNCIONES | RESPONSABILIDADES | REMUNERACIÓN MENSUAL |
|-----------------------|---|---|----------------------|
| Cocinera (1) | Dotación de alimentación a los turistas | - Preparación de alimentos - Mantenimiento de área de alimentación. - Adquisición de insumos para preparación de alimentos. | 300,00 |
| Ayudante de cocina(1) | Apoyo en el área de restaurante | - Limpieza del área del comedor. Limpieza de utensilios de cocina. | 264 |
| Mesero(1) | Bienvenida y servicio en las mesas | Atención rápida y de calidad a los clientes | 264 |
| Camarera(1) | Mantenimiento del | Limpieza de habitaciones | 264 |

| | | | |
|--------------------|-------------------|---|--------------------|
| | área de hospedaje | | |
| Guía (1) | - Guianza | - Manejo de grupos - Elaboración y ejecución de paquetes - Cumplimiento de Itinerarios - Proporcionar información de los atractivos naturales y culturales | 264 |
| Costo Anual | | | \$ 16272,00 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

c. Área Comercial.

Cuadro N° 86: Área comercial del Proyecto Agroturístico Mushuj Ayllu

| CARGO | FUNCIÓN | RESPONSABILIDADES | REMUNERACIÓN MENSUAL (Usd) |
|-------------------------------------|--|---|----------------------------|
| Recepcionista – Contadora (1) | Encargada de ventas de paquetes y atención al cliente. | - Responsable de la contabilidad de la Empresa. - Atención al cliente - Efectuar reservaciones. - Venta de paquetes - Coordinación de las actividades económicas preoperativas. | \$ 264,00 |
| Costo Anual | | | \$ 3168,00 |

Elaborado por: Luís Anilema. 2011.

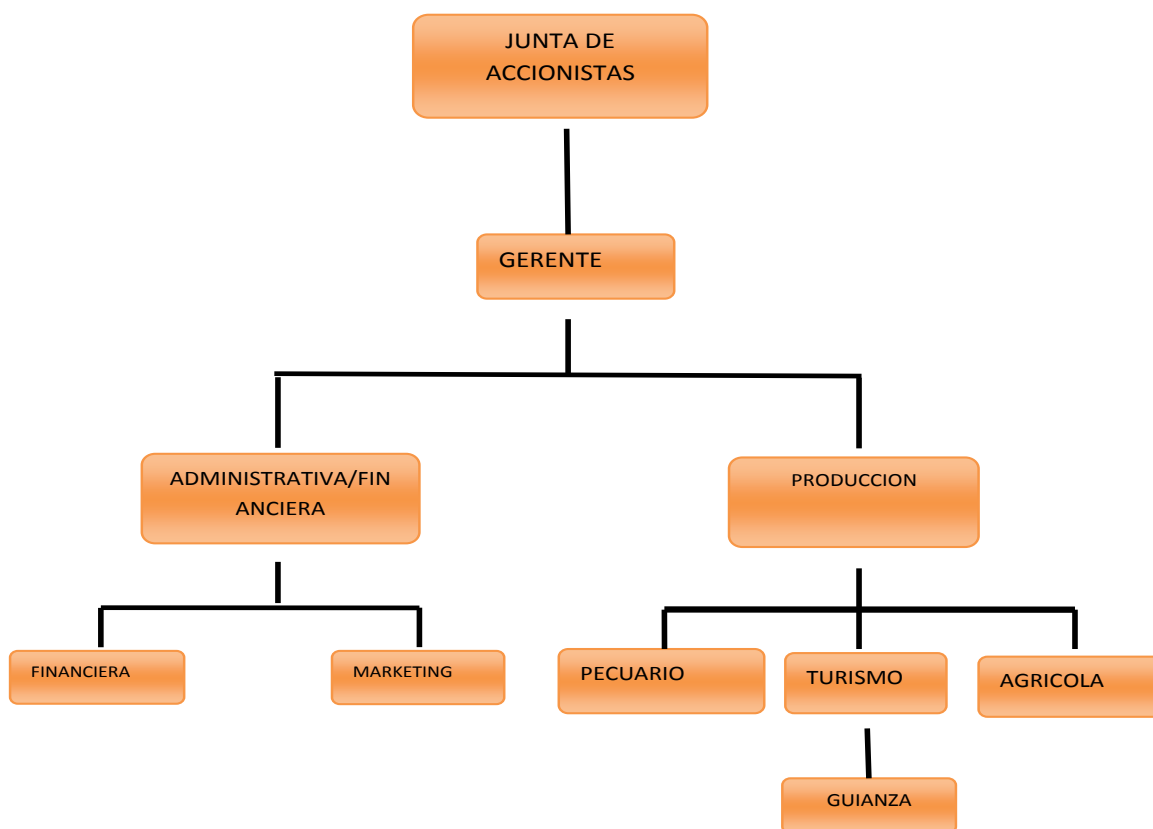
d. Organigrama estructural de la Empresa.

Figura N° 25: Organigrama estructural de la empresa.

Fuente: Talleres participativos miembros Mushuj Ayllu. 2011.

Elaborado por: Luis Anilema.

e. Organigrama funcional de la Empresa.



Figura N° 26: Organigrama Funcional de la empresa.

Fuente: Talleres participativos miembros Mushuj Ayllu 2011.

Elaborado por: Luis Anilema.

f. **Costos para el talento humano y material necesario para el desarrollo del proyecto**

En el siguiente cuadro se indica a más del personal que se necesita, el costo mensual y anual que se cancelará a cada uno de ellos para atender a la demanda insatisfecha del mercado objetivo.

Cuadro N°87: Mano de obra.

| PERSONAL | UNIDAD | CANTIDAD | COSTO MENSUAL USD | COSTO ANUAL USD |
|-----------------------------------|---------------|----------------------|--------------------------|------------------------|
| Cocinero/a | Persona | 1 | 300 | 3600 |
| Ayudante de cocina | Persona | 1 | 264 | 3168 |
| Guía | Persona | 1 | 264 | 3168 |
| Mesero/a | Persona | 1 | 264 | 3168 |
| Camarero/a | Persona | 1 | 264 | 3168 |
| SUB TOTAL 1 | | | 1356 | 16272 |
| REMUNERACIONES ADICIONALES | UNIDAD | DECIMO CUARTO | DECIMO TERCERO | TOTAL |
| Cocinero/a | Persona | 264 | 300 | 564 |
| Ayudante de cocina | Persona | 264 | 264 | 528 |
| Guía | Persona | 264 | 264 | 528 |
| Mesero/a | Persona | 264 | 264 | 528 |
| Camarero/a | Persona | 264 | 264 | 528 |
| SUB TOTAL 2 | | 1320 | 1356 | 2676 |
| OBLIGACIONES | | VALOR ANUAL | | |
| APORTE PATRONALES | | 1488,888 | | 1488,888 |
| FONDO DE RESERVA | | 3336,888 | | 5220,888 |
| SUB TOTAL 3 | | | | 6709,776 |
| TOTAL | | | | \$ 25657,776 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Fuente: Investigación de campo, talleres participativos.

En el siguiente cuadro se establece costos necesarios para adquirir los insumos, los mismos que serán ofrecidos a los turistas.

Cuadro N° 88: Insumos para el área de alimentación y hospedaje del paquete 1

| INSUMOS | CANTIDAD | COSTO UNITARIO USD | COSTO TOTAL USD | CANTIDAD ANUAL (# de turistas insatisfechos 24%) | COSTO ANUAL USD |
|--------------------|----------|-----------------------|--------------------|---|--------------------|
| Desayuno | 1 | 3 | 3 | 9252 | 27756 |
| Almuerzo | 1 | 4 | 4 | 9252 | 37008 |
| Caballo | 1 | 7 | 7 | 9252 | 64764 |
| TOTAL ANUAL | | | | | \$ 129528 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Fuente: Investigación de campo, talleres participativos.

Cuadro N°89: Total de insumos de los 2 paquetes.

| INSUMOS | CANTIDAD | COSTO UNITARIO USD | COSTO TOTAL USD | CANTIDAD ANUAL (# de turistas insatisfechos 24%) | COSTO ANUAL USD |
|--------------------|----------|-----------------------|--------------------|---|--------------------|
| Desayuno | 2 | 3 | 6 | 9252 | 55512 |
| Almuerzo | 2 | 4 | 8 | 9252 | 74016 |
| Cena | 1 | 3 | 3 | 9252 | 27756 |
| Hospedaje | 1 | 6 | 6 | 9252 | 55512 |
| TOTAL ANUAL | | | | | \$ 212796 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Fuente: Investigación de campo, talleres participativos.

Cuadro N°90: Total de los insumos de los 2 paquetes

| INSUMOS | COSTO TOTAL USD |
|---|--------------------------------|
| Del Paquete 1 | 129528 |
| Del Paquete 2 | 212796 |
| TOTAL ANUAL | 342324 |
| TOTAL PROMEDIO ANUAL PAQUETE/2 | 171162 |
| TOTAL MENSUAL | \$ 14263,5 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Fuente: Investigación de campo, talleres participativos.

En los siguientes cuadros se presenta los costos por el servicio eléctrico y de agua potable que se utilizarán en el desarrollo del proyecto:

Cuadro N° 91: Otros insumos

| INSUMOS | CANTIDAD | COSTO UNITARIO USD | COSTO TOTAL USD | COSTO DIARIO USD | CANTIDAD ANUAL (# de turistas insatisfechos 5%) | COSTO ANUAL USD |
|--------------------|-----------------|-----------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|--|--------------------------------|
| Transporte | 1 | 5,63 | 5,63 | 90 | 9252 | 52088,76 |
| TOTAL ANUAL | | | | | | \$ 52088,76 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Fuente: Investigación de campo, talleres participativos.

Cuadro N°92: Total de insumos

| INSUMOS | COSTO MENSUAL USD | | COSTO ANUAL USD |
|--|--------------------------|--------------------|------------------------|
| Box lunch, desayuno, almuerzo, cena, hospedaje | 14263,5 | | 171162 |
| Transporte | 4340,73 | | 52088,76 |
| TOTAL MENSUAL | 18.604,23 | TOTAL ANUAL | 223.250,76 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

Fuente: Investigación de campo, talleres participativos.

Cuadro N°93: Servicios Básicos

| RUBROS | UNIDAD | CONSUMO MENSUAL | COSTO UNITARIO USD | COSTO ANUAL USD |
|-------------------|---------------|------------------------|---------------------------|------------------------|
| Energía eléctrica | KWH | 300 | 0,12 ctvos | 432 |
| Agua | Litros | 16000 | 1,5 | 24 |
| TOTAL | | | | 456 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Fuente: Investigación de campo.

A continuación se establecieron los salarios a cancelar al personal del área de administración, quienes se encargarán de la atención al turista.

Cuadro N°94: Sueldos y Salarios

| PERSONAL | UNIDAD | CANTIDAD | COSTO MENSUAL \$ | COSTO ANUAL \$ |
|-----------------------------------|---------------|----------------------|-------------------------|-----------------------|
| Administrador | Persona | 1 | 750 | 9000 |
| Secretaria -contador/ra | Persona | 1 | 350 | 4200 |
| SUB TOTAL 1 | | | 1100 | 13200 |
| REMUNERACIONES ADICIONALES | UNIDAD | DECIMO CUARTO | DECIMO TERCERO | TOTAL |
| Administrador | Persona | 264 | 750 | 1014 |
| Secretaria -contador/ra | Persona | 264 | 350 | 614 |
| SUB TOTAL 2 | | 528 | 1100 | 1628 |
| OBLIGACIONES | | VALOR ANUAL | | |
| APORTE Patronales | | 1207,8 | | 1207,8 |
| FONDO DE RESERVA | | 1100 | | 1100 |
| SUB TOTAL 3 | | | | 2307,8 |
| TOTAL | | | | 17135,8 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

A continuación se muestra el precio general para los paquetes turísticos, el mismo que servirá como referencia para la proyección de los ingresos por venta de paquetes turísticos.

Cuadro N° 95: Precio general de los paquetes turísticos.

| PAQUETES | PAX | COSTO DE C/ PAQUETE |
|--------------------------|-----|---------------------|
| 1 | 12 | 24,39 |
| 2 | 12 | 72,98 |
| TOTAL | | 97,37 |
| Promedio DE LOS 2 | | 48,685 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

Fuente: Investigación de campo, talleres participativos.

Cuadro N° 96: Sueldos y salarios Área de Producción Agropecuaria.

| PERSONAL | UNIDAD | CANTIDAD | COSTO MENSUAL USD | COSTO ANUAL USD |
|-----------------------------------|---------|---------------|-------------------|------------------|
| Obrero(Agrícola) | Persona | 1 | 264 | 3168 |
| Obrero(Pecuario) | Persona | 1 | 264 | 3168 |
| SUB TOTAL 1 | | | 528 | 6336 |
| REMUNERACIONES ADICIONALES | UNIDAD | DECIMO CUARTO | DECIMO TERCERO | TOTAL |
| Obrero(Agrícola) | Persona | 264 | 300 | 564 |
| Obrero(Pecuario) | Persona | 264 | 264 | 528 |
| SUB TOTAL 2 | | 528 | 564 | 1092 |
| OBLIGACIONES | | VALOR ANUAL | | |
| APORTE PATRONAES | | 579,72 | | 1488,888 |
| FONDO DE RESERVA | | 1107,72 | | 2580,888 |
| SUB TOTAL 3 | | | | 4069,776 |
| TOTAL | | | | 11497,776 |
| PERSONAL | UNIDAD | CANTIDAD | COSTO MENSUAL \$ | COSTO ANUAL \$ |
| Técnico (agropecuario) | Persona | 1 | 750 | 9000 |
| SUB TOTAL 1 | | | 750 | 9000 |
| REMUNERACIONES ADICIONALES | UNIDAD | DECIMO CUARTO | DECIMO TERCERO | TOTAL |
| Administrador | Persona | 264 | 750 | 1014 |
| SUB TOTAL 2 | | 264 | 750 | 1014 |
| OBLIGACIONES | | VALOR ANUAL | | |

| | | | | |
|------------------|--|--------|--|-----------------|
| APORTE PATRONAES | | 289,87 | | 289,87 |
| FONDO DE RESERVA | | 553,87 | | 553,87 |
| SUB TOTAL 3 | | | | 843,74 |
| TOTAL | | | | 10857,74 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

2. Viabilidad legal.

a. Base Legal.

- 1) **Conforme a la Constitución Política de la República:** En los artículos 84, 85, 245, 246: Las comunidades de las nacionalidades y pueblos tenemos el derecho pleno de ejercer y hacer respetar nuestros derechos colectivos a la cultura, a la economía, a los recursos naturales, al territorio, entre otros; la economía en el país se desenvuelve con la concurrencia del sector público, privado, mixto y comunitario; y, podemos constituir nuestros propios emprendimientos económicos de forma asociativa o comunitaria.

En este mismo sentido se estatuye en el Convenio 169-OIT, sobre pueblos indígenas y triviales, siendo el Ecuador también su signatario.

- 2) **Ley de Turismo:** En los artículos 3, 7, 8, 12, 13, 17: Se establece el derecho a las comunidades, y a sus organizaciones que la representan, a ejercer actividades turísticas, en igualdad de condiciones con los otros actores turísticos; a registrar su actividad en el Ministerio de Turismo y a obtener la Licencia Anual Única de Funcionamiento.
- 3) **Reglamento de Registro de Centros Turísticos Comunitarios:** En el que se establece el derecho de las comunidades a ejercer cualquier actividad turística. Dispone además que las comunidades deben promover en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

- 4) Resolución de la Asamblea Nacional de la FEPTCE:** Norma la calidad que debe tener una organización para reconocerla que se desenvuelve en el turismo comunitario.

Es decir se cuenta con instrumentos legales que permite ejercer libremente el turismo como comunidades u organizaciones comunitarias.

b. Conformación de la Asociación de Mushuj Ayllu.

Que, de conformidad con lo prescrito en el numeral 19 del artículo 23 de la constitución Política de la República del Ecuador, el estado reconoce y garantiza a los ciudadanos el derecho a la libre asociación con fines específicos.

Es así que, el actual Ministerio de Inclusión Económica y Social – MIES, mediante el Acuerdo Ministerial N°. 001112 del 9 de Marzo del 1986, acuerda aprobar el estatuto y concede la Personería jurídica a la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos Indígenas Mushuj Ayllu, con domicilio en el sector de la comunidad Sablog Chico, parroquia Matriz del cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Quedando de esta forma, registrados 30 socios fundadores.

El estatuto está distribuido en:

- Capítulo I. Nombre, domicilio y naturaleza jurídica de la organización.
- Capítulo II. Derechos y obligaciones de los socios.
- Capítulo III. Gobierno institucional.
- Capítulo IV. Manejo de fondos de la Asociación.
- Capítulo V. Caja solidaria de ahorro y crédito Mushuj Ayllu.

- Capítulo VI. Sanciones

- Capítulo VII. Disposiciones generales.

c. Legalización para la implementación del Proyecto Agroturístico en la Asociación Mushuj Ayllu.

En la actualidad el agroturismo no está reglamentada de manera específica, por lo que la implementación del proyecto agroturístico para la Asociación Mushuj Ayllu estará regulada por el *Reglamento de Centros Turísticos Comunitarios*, que dentro de sus objetivos estará orientado al desarrollo de actividades agroturísticas.

Conforme al Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios, conforme al Acuerdo N° 200701320 considera que, para ejercer la actividad turística se deberá cumplir con dos requisitos legales obligatorios:

- El Registro de Turismo.
- La Licencia Anual de Funcionamiento.

1) Registro de Turismo.

Cuadro N° 97. Requisitos y prerrequisitos para la obtención del Registro de Turismo.

| Prerrequisito | Requisito | Costo |
|--|---------------------------------------|--------------|
| | Solicitud al Ministerio de Turismo | |
| | Constitución legal de la Organización | |
| | Representación legal de la entidad | |
| | Acta de la organización | |
| | Documentos de capacitación/ formación | |
| | Pago de la tasa por registro | 80,00 |
| | Ruc para Servicios Turísticos | |
| Constitución legal de la Organización | Informe de la FEPTCE | |
| Nombramiento del representante legal | | |
| Registro Único de Contribuyente | | |
| Documentación de la organización | | |
| Acta de la comunidad | | |
| Solicitud a la FEPTCE | | |
| Encuesta suscrita proveído por la FEPTCE | | |
| Solicitud dirigida a la FEPTCE | | |
| | Mapa de ubicación | |
| | Oferta de Servicios | |
| Costo total | | 80,00 |

Fuente. Manual para la legalización de Centros Turísticos Comunitarios.

Elaborado por: Luis Anilema.

2) Licencia Única Anual de Funcionamiento - LUAF.

La legislación vigente es clara en este sentido: se obtiene la Licencia Única Anual de Funcionamiento, si se cuenta con el Registro de Turismo expedido por el Ministerio y la otorgan ya sea el mismo Ministerio de Turismo en los cantones sin competencias turísticas, o en las Municipalidades con dichas competencias.

Ante el Ministerio, los requisitos para obtener la LUAF son.

- Constancia de pago por registro
- Copia certificada del Registro de Turismo.

\$ 90 para obtener licencia

\$ 10 Afiliación

F. ESTUDIO FINANCIERO.

A. INVERSIONES DEL PROYECTO

Cuadro N° 98: Inversiones del proyecto

| RUBROS | INVERSION REALIZADA | INVERSION POR REALIZAR | TOTAL INVERSION |
|-------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|------------------------|
| INVERSIONES FIJAS | 40000,00 | 177679,43 | 217679,43 |
| Terreno | 40000,00 | | 40000,00 |
| Edificaciones y construcciones | | 160834,6 | 160834,6 |
| Equipos de cómputo | | 880 | 880 |
| Máquinas y equipos | | 2032,04 | 2032,04 |
| Menaje | | 6121,01 | 6121,01 |
| Equipos de camping | | 1189,3 | 1189,3 |
| Muebles y enseres | | 6622,48 | 6622,48 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | 1200,00 | 4554,32 | 5754,32 |
| Gastos de organización | | 180,00 | 180,00 |
| Gastos de promoción y publicidad | | 1386,32 | 1386,32 |
| Gastos por estudios de factibilidad | 1200,00 | | 1200,00 |
| Capacitación de personal | | 2988,00 | 2988,00 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 0,00 | 24080,93 | 24080,93 |
| Insumos | | 18604,23 | 18604,23 |
| Insumos agrícolas | | 2260 | 2260 |
| Insumo área de pecuario | | 1216,70 | 1216,70 |
| Mano de obra | | 3566,13 | 3566,13 |
| cajas y bancos | | 2000,00 | 2000,00 |
| TOTAL | 41200,00 | 206314,68 | 247514,68 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

B. FUENTES Y USOS DEL PROYECTO**Cuadro N°99:** Fuentes y usos del Proyecto

| RUBROS | USO DE FONDOS | FUENTES DE FINANC. | |
|-------------------------------------|-------------------|------------------------------|------------------|
| | | RECURSOS PROPIOS, DONACIONES | BANCO |
| INVERSIONES FIJAS | 217.679,43 | 209.526,38 | 8.153,05 |
| Terreno | 40.000,00 | 40.000,00 | |
| Edificaciones y construcciones | 160.834,60 | 160.834,60 | |
| Equipos de cómputo | 880,00 | 880,00 | |
| Máquinas y equipos | 2.032,04 | | 2.032,04 |
| Menaje | 6.121,01 | | 6.121,01 |
| Equipos de camping | 1.189,30 | 1.189,30 | |
| Muebles y enseres | 6.622,48 | 6.622,48 | |
| ACTIVOS DIFERIDOS | 5.754,32 | 5.574,32 | 180,00 |
| Gastos de organización | 180,00 | | 180,00 |
| Gastos de promoción y publicidad | 1.386,32 | 1.386,32 | |
| Gastos por estudios de factibilidad | 1.200,00 | 1.200,00 | |
| Capacitación a personal | 2.988,00 | 2.988,00 | |
| CAPITAL DE TRABAJO | 24.080,93 | 22.080,93 | 2.000,00 |
| Insumos | 18.604,23 | 18.604,23 | |
| insumos agrícolas | 2260 | 2260 | |
| Insumo área de pecuario | 1216,70 | 1216,70 | |
| Mano de obra directa | 3566.13 | 3566.13 | |
| Caja y bancos | 2.000,00 | | 2.000,00 |
| TOTAL | 247.514,68 | 237.181,63 | 10.333,05 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

C. CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES

Cuadro N°100: Inversiones en activos fijos

| DETALLE | VALOR |
|--------------------------------|-------------------|
| Terreno | 40.000,00 |
| Edificaciones y construcciones | 160.834,60 |
| Equipos de cómputo | 880,00 |
| Máquinas y equipos | 2.032,04 |
| Menaje | 6.121,01 |
| Equipos de camping | 1.189,30 |
| Muebles y enseres | 6.622,48 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | 217.679,43 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Cuadro N°101: Inversiones en activos diferidos

| DETALLE | VALOR |
|-------------------------------------|-----------------|
| Gastos de Organización | 180,00 |
| Gastos de Promoción y publicidad | 1.386,32 |
| Gastos por estudios de factibilidad | 1.200,00 |
| Capacitación de personal | 2.988,00 |
| TOTAL CARGOS DIFERIDOS | 5.754,32 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Cuadro N° 102: Capital de trabajo

| DETALLE | VALOR |
|---------------------------------|------------------|
| Insumos | 18.604,23 |
| Insumos agrícolas | 2.260,00 |
| Insumo área de pecuario | 1216,70 |
| Mano de obra directa | 3566.13 |
| Caja y bancos | 2.000,00 |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | 24.080,93 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011

Cuadro N 103: Total de inversión

| TOTAL DE LA INVERSION | |
|------------------------------|-------------------|
| DETALLE | VALOR |
| ACTIVOS FIJOS | 217.679,43 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | 5.754,32 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 24.080,93 |
| TOTAL | 247.514,68 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Cuadro N°104: Total de Financiamiento

| FINANCIAMIENTO | |
|------------------------------|-------------------|
| PRESTAMO BANCO | 10.333,05 |
| RECURSOS PROPIOS, DONACIONES | 237.181,63 |
| TOTAL FINANCIAMIENTO | 247.514,68 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

D. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Cuadro N° 105: Depreciación de Activos fijos

| DETALLE | VALOR DEL BIEN | DEPRECIACION ANUAL | VALOR SALVAMENTO. | VALOR A DEPRECIAR | % DEPR. | S.R.I AÑOS |
|--------------------------------|----------------|--------------------|-------------------|-------------------|---------|------------|
| Edificaciones y construcciones | 160.834,60 | 32.166,92 | 0,00 | 160.834,60 | 100% | 5 |
| Equipos de cómputo | 880,00 | 4,04 | 748,00 | 132,00 | 15% | 33 |
| Máquinas y equipos | 2.032,04 | 101,60 | 1.016,02 | 1.016,02 | 50% | 10 |
| Menaje | 6.121,01 | 306,05 | 3.060,51 | 3.060,51 | 50% | 10 |
| Equipos de camping | 1.189,30 | 59,47 | 594,65 | 594,65 | 50% | 10 |
| Muebles y enseres | 6.622,48 | 331,12 | 3.311,24 | 3.311,24 | 50% | 10 |
| | | 32.969,20 | 8.730,42 | | | |

Elaborado por: Luis Anilema.

E. AMORTIZACION DE DIFERIDOS

Cuadro N°106: Amortización de diferidos

| DETALLE | VALOR | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Total diferidos | 5.754,32 | 1150,864 | 1150,864 | 1150,864 | 1150,864 |
| Gastos de organización | 180,00 | 36,00 | 36,00 | 36,00 | 36,00 |
| Gastos de promoción y publicidad | 1.386,32 | 277,26 | 277,26 | 277,26 | 277,26 |
| Gastos por estudios de factibilidad | 1.200,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 |
| Capacitación de personal | 2.988,00 | 597,60 | 597,60 | 597,60 | 597,60 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

F. CALCULO DEL PAGO DE LA DEUDA O AMORTIZACION DEL PRESTAMO.Préstamo: **10.333,05**Plazo (años): **5**Tasa de interés **18%**

Capitalizable anualmente

Cuadro N°107: Pago de la deuda o amortización del préstamo.

| PERIODO | CAPITAL PREST. | INTERES | CAPITAL PAGADO | CUOTA PAGO | SALDO |
|----------------|-----------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|--------------|
| 1 | 10.333,05 | 1.859,95 | 2.066,61 | 3.926,56 | 8.266,44 |
| 2 | 8.266,44 | 1.487,96 | 2.066,61 | 3.554,57 | 6.199,83 |
| 3 | 6.199,83 | 1.115,97 | 2.066,61 | 3.182,58 | 4.133,22 |
| 4 | 4.133,22 | 743,98 | 2.066,61 | 2.810,59 | 2.066,61 |
| 5 | 2.066,61 | 371,99 | 2.066,61 | 2.438,60 | 0,00 |
| TOTAL | | 5.579,85 | 10.333,05 | 15.912,90 | |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

G. ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

Cuadro N° 108: Estructura de costos para la vida útil del proyecto

| 1. COSTOS DE PRODUCCION | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Insumos | 171.162,00 | 183.143,34 | 195.963,37 | 209.680,81 | 224.358,47 |
| insumos agricolas | 2.260,00 | 2.293,90 | 2.328,31 | 2.363,23 | 2.398,68 |
| 1.216,70 | 1.234,95 | 1.253,47 | 1.272,28 | 1.291,36 | |
| Mano de obra | 25657,776 | 26.042,64 | 26.433,28 | 26.829,78 | 27.232,23 |
| Deprec de construcc- edific | 32.166,92 | 32.166,92 | 32.166,92 | 32.166,92 | 32.166,92 |
| Utiles de aseo | 117,28 | 119,04 | 120,82 | 122,64 | 124,48 |
| Deprec. De equipos de camping | 59,47 | 59,47 | 59,47 | 59,47 | 59,47 |
| Deprec. de menaje | 306,05 | 306,05 | 306,05 | 306,05 | 306,05 |
| TOTAL | 232.946,19 | 245.366,31 | 258.631,70 | 272.801,17 | 287.937,65 |
| 2. COSTOS DE ADMINISTRACION | | | | | |
| Sueldos y salarios | 17135,8 | 17.392,84 | 17.653,73 | 17.918,54 | 18.187,31 |
| Agua, luz | 456 | 462,84 | 469,78 | 476,83 | 483,98 |
| Gastos de organización | 180,00 | 182,70 | 185,44 | 188,22 | 191,05 |
| Deprec. muebles y enseres | 331,12 | 331,12 | 331,12 | 331,12 | 331,12 |
| Deprec. Máquinas y equipos | 101,60 | 101,60 | 101,60 | 101,60 | 101,60 |
| Deprec. equipo de cómputo | 4,04 | 4,04 | 4,04 | 4,04 | 4,04 |
| TOTAL | 18.208,57 | 18.475,14 | 18.745,72 | 19.020,35 | 19.299,11 |

| 3. COSTO DE VENTAS | | | | | |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Publicidad | 1386,32 | 1386,32 | 1386,32 | 1386,32 | 1386,32 |
| TOTAL | 1.386,32 | 1.386,32 | 1.386,32 | 1.386,32 | 1.386,32 |
| | | | | | |
| 4. COSTOS FINANCIEROS | | | | | |
| intereses bancarios | 1.859,95 | 1.487,96 | 1.115,97 | 743,98 | 371,99 |
| TOTAL COSTOS | 254.401,03 | 266.715,73 | 279.879,71 | 293.951,83 | 308.995,07 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

H. ESTRUCTURA DE INGRESOS

Cuadro N° 109: Demanda insatisfecha a captar

| DEMANDA INSATISFECHA A CAPTAR | | | | | |
|-------------------------------|------|------|------|------|------|
| AÑO | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| TURISTAS | 4122 | 4261 | 4408 | 4553 | 4726 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Cuadro N° 110: Estructura de ingresos (paquetes)

| CONCEPTO | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO 5 |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Paquetes | 309.150,00 | 335427,75 | 363939,11 | 394873,93 | 428438,22 |
| TOTAL INGRESOS | 309.150,00 | 335.427,75 | 363.939,11 | 394.873,93 | 428.438,22 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Cuadro N° 111: Estructura de ingresos (Venta de los productos)

| Concepto | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO 5 |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Producción de papa | 4.000,00 | 4340,00 | 4708,90 | 5109,16 | 5543,43 |
| Producción de cebada | 3.000,00 | 3255,00 | 3531,68 | 3831,87 | 4157,58 |
| Producción de Haba | 2.500,00 | 2712,50 | 2943,06 | 3193,22 | 3464,65 |
| Producción de Quinua | 3.500,00 | 3797,50 | 4120,29 | 4470,51 | 4850,51 |
| TOTAL INGRESOS | 13.000,00 | 14.105,00 | 15.303,93 | 16.604,76 | 18.016,16 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Cuadro N° 112: Estructura de ingresos (Venta de las especies)

| Concepto | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO 5 |
|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Producción de Cuyes | 21.600,00 | 23436,00 | 25428,06 | 27589,45 | 29934,55 |
| TOTAL INGRESOS | 21.600,00 | 23.436,00 | 25.428,06 | 27.589,45 | 29.934,55 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

I. ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS

Cuadro N° 113: Estado de proforma de resultados

| RUBROS | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ventas netas | 323140,00 | 350606,90 | 380408,49 | 412743,21 | 447826,38 |
| - Costos de producción | 232.946,19 | 245.366,31 | 258.631,70 | 272.801,17 | 287.937,65 |
| : Utilidad Bruta | 90.193,81 | 105.240,59 | 121.776,79 | 139.942,03 | 159.888,73 |
| -Costos de administración | 18.208,57 | 18.475,14 | 18.745,72 | 19.020,35 | 19.299,11 |
| -Costos de ventas | 1.386,32 | 1.386,32 | 1.386,32 | 1.386,32 | 1.386,32 |
| :Utilidad operativa | 70.598,92 | 85.379,13 | 101.644,75 | 119.535,36 | 139.203,30 |
| -Costo financiero | 1.859,95 | 1.487,96 | 1.115,97 | 743,98 | 371,99 |
| :Utilidad neta antes de rep de utilidades | 68.738,97 | 83.891,17 | 100.528,78 | 118.791,38 | 138.831,31 |
| - Reparto de utilidades 15% | 10310,85 | 12583,68 | 15079,32 | 17818,71 | 20824,70 |

| | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| : Utilidad neta antes de impuestos | 58.428,13 | 71.307,49 | 85.449,46 | 100.972,67 | 118.006,62 |
| - Impuestos 25% | 14607,03 | 17826,87 | 21362,37 | 25243,17 | 29501,65 |
| :Utilidad neta | 43.821,10 | 53.480,62 | 64.087,10 | 75.729,51 | 88.504,96 |

J. BALANCE GENERAL.

Cuadro N° 114: Balance General

| DETALLE | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Activo corriente (capital de trabajo) | 24.080,93 | 258.595,92 | 275.698,13 | 293.747,29 | 312.832,38 | 333.050,52 |
| Activo fijo | 217.679,43 | 36.660,16 | 36.660,16 | 36.660,16 | 36.660,16 | 36.660,16 |
| Depreciación acumulada | 0,00 | 8.730,42 | 17.460,84 | 26.191,26 | 34.921,68 | 43.652,10 |
| Ac. diferi (valor anual de amort) | 5.754,32 | 4.603,46 | 3.452,59 | 2.301,73 | 1.150,86 | 0,00 |
| TOTAL DE ACTIVOS | 247.514,68 | 291.129,11 | 298.350,04 | 306.517,92 | 315.721,73 | 326.058,58 |
| Pasiv. corr (intereses) | | 1.859,95 | 1.487,96 | 1.115,97 | 743,98 | 371,99 |
| Pasiv. Largo p. (préstamo) | 10.333,05 | 8.266,44 | 6.199,83 | 4.133,22 | 2.066,61 | 0,00 |
| Patrimonio | 237.181,63 | 237.181,63 | 237.181,63 | 237.181,63 | 237.181,63 | 237.181,63 |
| UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta) | | 43.821,10 | 53.480,62 | 64.087,10 | 75.729,51 | 88.504,96 |
| TOTAL PASIVO + | 247.514,68 | 291.129,11 | 298.350,04 | 306.517,92 | 315.721,73 | 326.058,58 |

| | | | | | | |
|-------------------|--|--|--|--|--|--|
| PATRIMONIO | | | | | | |
|-------------------|--|--|--|--|--|--|

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

ACTIVO CORRIENTE= TOTAL PASIVO+PATRIMONIO-ACTIVO FIJO+DEPRECIACIÓN – ACTIVO DIFERIDOS

K. CALCULO DEL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO.

Cuadro N° 115: Calculo del flujo de caja del proyecto.

| RUBROS | AÑOS | | | | | |
|----------------------------------|------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| VENTAS | | 323.140,00 | 350.606,90 | 380.408,49 | 412.743,21 | 447.826,38 |
| VALOR SALVAMENTO | | | | | | 8.730,42 |
| COST. PRODUCC. | | 232.946,19 | 245.366,31 | 258.631,70 | 272.801,17 | 287.937,65 |
| COSTOS. ADMINIS. | | 18.208,57 | 18.475,14 | 18.745,72 | 19.020,35 | 19.299,11 |
| COSTOS VENTAS | | 1.386,32 | 1.386,32 | 1.386,32 | 1.386,32 | 1.386,32 |
| COSTOS FINANCIEROS | | 1.859,95 | 1.487,96 | 1.115,97 | 743,98 | 371,99 |
| AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ) | | 1.150,86 | 1.150,86 | 1.150,86 | 1.150,86 | 1150,864 |
| UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP. | | 67.588,11 | 82.740,31 | 99.377,91 | 117.640,52 | 146.410,87 |
| REPARTO UTILIDADES | | 10.138,22 | 12.411,05 | 14.906,69 | 17.646,08 | 21961,63 |
| UTILIDADES ANTES DE IMP. | | 57.449,89 | 70.329,26 | 84.471,23 | 99.994,44 | 124.449,24 |
| IMPUESTO | | 8.617,48 | 10.549,39 | 12.670,68 | 14.999,17 | 18667,39 |
| UTILIDAD NETA | | 48.832,41 | 59.779,87 | 71.800,54 | 84.995,27 | 105.781,85 |
| DEPRECIACIONES | | 32.969,20 | 32.969,20 | 32.969,20 | 32.969,20 | 32.969,20 |

| | | | | | | |
|----------------------------|--------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| AMORT. ACT. NOMINAL | | 1.150,86 | 1.150,86 | 1.150,86 | 847,26 | 1.150,86 |
| INVERSIONEN MAQ. Y EQ. | -2.032,04 | | | | | |
| INV. TERRENO Y OBRA FISICA | -190.000,00 | | | | | |
| INVERSION OTROS | -16.844,83 | | | | | |
| INV. ACT. NOMINAL | -5.166,32 | | | | | |
| INV. CAPITAL DE TRABAJO | | 22.154,23 | | | | |
| RECP. CAPITAL TRABAJO | | | | | | 24.080,93 |
| PRESTAMO | 10.333,05 | | | | | |
| AMORT. PRESTAMO | | -2.066,61 | -2066,61 | -2066,61 | -2.066,61 | -2066,61 |
| FLUJO DE CAJA | -203.710,14 | 62.864,85 | 95.966,55 | 107.987,22 | 120.878,35 | 166.049,46 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

L. CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Cuadro N°116: Cálculo del punto de equilibrio.

| RUBROS | 2010 | | | 2011 | | | 2012 | | | 2013 | | | 2014 | | |
|---------------------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| | cv | cf | ct | cv | cf | ct | cv | cf | ct | cv | cf | ct | cv | cf | ct |
| Gastos de ventas | | | | | | | | | | | | | | | |
| Propaganda | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 |
| Total | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 |
| Costos de Producción | | | | | | | | | | | | | | | |
| Insumos | 174.638,70 | | 174.638,70 | 186.672,19 | | 186.672,19 | 199.545,16 | | 199.545,16 | 213.316,32 | | 213.316,32 | 228.048,51 | | 228.048,51 |
| Mano de obra | | 25.657,78 | 25.657,78 | | 26.042,64 | 26.042,64 | | 26.433,28 | 26.433,28 | | 26.829,78 | 26.829,78 | | 27.232,23 | 27.232,23 |
| Deprec de construccion edific | | 32.166,92 | 32.166,92 | | 32.166,92 | 32.166,92 | | 32.166,92 | 32.166,92 | | 32.166,92 | 32.166,92 | | 32.166,92 | 32.166,92 |
| Utiles de aseo | 117,28 | | 117,28 | 119,0392 | | 119,0392 | 120,824788 | | 120,824788 | 122,63716 | | 122,63716 | 124,476717 | | 124,476717 |
| Deprec. De equipos de camping | | 59,465 | 59,465 | | 59,465 | 59,465 | | 59,465 | 59,465 | | 59,465 | 59,465 | | 59,465 | 59,465 |
| Deprec. de menaje | | 306,0505 | 306,0505 | | 306,0505 | 306,0505 | | 306,0505 | 306,0505 | | 306,0505 | 306,0505 | | 306,0505 | 306,0505 |
| Total | 174.755,98 | 58.190,21 | 232.946,19 | 186.791,23 | 58.575,08 | 245.366,31 | 199.665,98 | 58.965,7178 | 258.631,70 | 213.438,96 | 59.362,217 | 272.801,17 | 228.172,99 | 59.764,6637 | 287.937,65 |
| Gastos de Administración | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sueldos y salarios | | 17.135,80 | 17.135,80 | | 17.392,84 | 17.392,84 | | 17.653,73 | 17.653,73 | | 17.918,54 | 17.918,54 | | 18.187,31 | 18.187,31 |
| Agua, luz | | 456,00 | 456,00 | | 462,84 | 462,84 | | 469,7826 | 469,7826 | | 476,829339 | 476,829339 | | 483,981779 | 483,981779 |
| Gastos de organización | | 180,00 | 180,00 | | 182,7 | 182,7 | | 185,4405 | 185,4405 | | 188,222108 | 188,222108 | | 191,045439 | 191,045439 |
| Deprec. muebles y enseres | | 331,12 | 331,12 | | 331,12 | 331,12 | | 331,12 | 331,12 | | 331,12 | 331,12 | | 331,12 | 331,12 |
| Deprec. Máquinas y equipos | | 101,60 | 101,60 | | 101,6 | 101,6 | | 101,6 | 101,6 | | 101,6 | 101,6 | | 101,60 | 101,60 |
| Deprec. equipo de cómputo | | 4,04 | 4,04 | | 4,04 | 4,04 | | 4,04 | 4,04 | | 4,04 | 4,04 | | 4,04 | 4,04 |
| Utiles de oficina | 0,00 | | 0,00 | 0 | | 0 | 0 | | 0 | 0 | | 0 | 0 | | 0 |
| Total | 0,00 | 18.208,56 | 18.208,56 | 0 | 18.475,14 | 18.475,14 | 0 | 18.745,71 | 18.745,71 | 0 | 19.020,35 | 19.020,35 | 0 | 19.299,10 | 19.299,10 |
| Gastos Financieros | | | | | | | | | | | | | | | |
| intereses bancarios | | 1.859,95 | 1.859,95 | | 1.859,59 | 1.859,59 | | 1.115,97 | 1.115,97 | | 743,98 | 743,98 | | 371,99 | 371,99 |
| Total | | 1.859,95 | 1.859,95 | | 1.859,59 | 1.859,59 | | 1.115,97 | 1.115,97 | | 743,98 | 743,98 | | 371,99 | 371,99 |
| TOTAL | 174.755,98 | 79.645,04 | 254.401,02 | 186.791,23 | 80.296,13 | 267.087,35 | 199.665,98 | 80.213,72 | 279.879,71 | 213.438,96 | 80.512,86 | 293.951,82 | 228.172,99 | 80.822,07 | 308.995,06 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Cuadro N° 117: Resumen de los costos fijos y variables del proyecto.

| RUBROS | AÑOS | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| | 2010 | | | 2011 | | | 2012 | | | 2013 | | | 2014 | | |
| | cv | cf | ct | cv | cf | ct | cv | cf | ct | cv | cf | ct | cv | cf | ct |
| Gastos de Ventas | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 | | 1.386,32 | 1.386,32 |
| Costos de Producción | 174.755,98 | 58.190,21 | 232.946,19 | 186791,23 | 58.575,08 | 245.366,31 | 199.665,98 | 58965,7178 | 258.631,70 | 213.438,96 | 59362,217 | 272.801,17 | 228.172,99 | 59764,6637 | 287.937,65 |
| Gastos Administrativos | 0,00 | 18.208,56 | 18.208,56 | 0 | 18.475,14 | 18.475,14 | 0 | 18.745,71 | 18.745,71 | 0 | 19.020,35 | 19.020,35 | 0 | 19.299,10 | 19.299,10 |
| Gastos Financieros | | 1.859,95 | 1.859,95 | | 1.859,59 | 1.859,59 | | 1.115,97 | 1.115,97 | | 743,98 | 743,98 | | 371,99 | 371,99 |
| Total Costos variables | 174.755,98 | | | 186791,23 | | | 199.665,98 | | | 213.438,96 | | | 228.172,99 | | |
| Total Costos fijos | | 79.645,04 | | | 80.296,13 | | | 80.213,72 | | | 80.512,86 | | | 80.822,07 | |
| COSTO TOTAL | | | 254.401,02 | | | 267.087,35 | | | 279.879,71 | | | 293.951,82 | | | 308.995,06 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Cuadro N° 118: Total de costos fijos y variables del proyecto.

| COSTOS DE 5 AÑOS | |
|-------------------------|---------------------|
| Costos variables | 1.002.825,14 |
| Costos fijos | 401.489,83 |
| TOTAL | 1.404.314,96 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

Cuadro N° 119: Punto de equilibrio.

| RUBRO | 5 años |
|--|---------------------|
| Costos totales | 1.404.314,96 |
| Costos fijos totales | 401.489,83 |
| Costos variables totales | 1.002.825,14 |
| Costo variable unitario | 45,44 |
| Unidades a producir | 22070,70 |
| Precio de Mercado | 75 |
| QE: Punto de Equilibrio para las unidades a producir | 13580,80 |
| YE: Punto de Equilibrio para los ingresos | 1018559,65 |
| CM: Costo medio de la unidad | 63,63 |
| PE: Precio de equilibrio | 63,63 |
| MG: Margen de ganancia | 11,37 |
| U: Porcentaje de producción | 20.45 |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

G. EVALUACIÓN FINANCIERA**Cuadro N° 120:** Evaluación Financiera

| | |
|-----------------------|---------------|
| TIR: | 28% |
| VAN: | \$ 120.208,81 |
| PERIOD. RECUPERAC.: | 2 |
| RELAC. COSTO / BENEF: | 2,72 |
| | |

Elaborado por: Luis Anilema. 2011.

VI. CONCLUSIONES

Al finalizar el estudio permite concluir que:

- A. El diagnóstico realizado con la colaboración de los miembros de la Asociación permitió conocer que los servicios básicos como alcantarillado, alumbrado público, servicio telefónico convencional, internet y agua potable no existe en la comunidad de Sablog Chico en la actualidad. De los servicios básicos citados el agua llega a las viviendas por el sistema entubado y la cobertura de señales de teléfonos celular son de buena calidad.
- B. La actividad turística está presente en la comunidad, debido a que la Asociación Mushuj Ayllu cuenta con una granja que ha permitido recibir a estudiantes y turistas. Ya que el sector cuenta con gran potencial turístico, por lo cual se cita la identificación de 5 atractivos naturales y las jerarquías alcanzadas por los atractivos son las siguientes: el 80% corresponden a la jerarquía II, el 20% corresponde a la jerarquía I.
- C. Los Recursos Culturales existen son de reconocimiento porque la población conservan sus tradiciones y costumbres ancestrales. Los mismos que han sido de interés de los visitantes y turistas.
- D. El estudio de mercado permitió determinar que los turistas nacionales y extranjeros encuestados muestran un gran interés de la implementación del proyecto agroturístico, es así que un 81% y 87% de encuestados nacionales y extranjeros respectivamente dijeron que si, también de las 10 actividades que preferirían el 18% de turistas nacionales desearían visitar atractivos turísticos naturales, el 33% prefieren alimentación, de la misma manera dentro de las 10 actividades el 22% de los turistas extranjeros les gustaría intercambio cultural, el 14% práctica de labores agrícolas.

- E. La demanda insatisfecha curso será de 41220 de esta se pretenderá captar el 10% anual, estimando que 4122 turistas al año visiten.
- F. Una vez realizado el Estudio de Técnico, acorde al perfil del turista se definieron los productos turísticos que constan en 2 paquetes los mismos que fueron diseñados cubriendo las necesidades básicas del consumidor, para ello tanto los atractivos naturales y culturales presentan condiciones favorables. Se realizó el estudio de la infraestructura.
- G. Las actividades operativas y preoperativas del proyecto generarán impactos de carácter negativo con 159 puntos sobre los componentes físicos y naturales e impactos de carácter positivo con 306 puntos sobre los componentes físicos y naturales, por ser mayor el puntaje de impactos positivos respecto a los negativos, se demostró que es factible la realización del presente proyecto desde el punto de vista ambiental.
- H. Al realizar el estudio administrativo-legal, se estructuró la organización de personal necesario que será responsable de la ejecución y puesta en marcha del proyecto para lo cual disponen como guía el manual de funcionamiento para la prestación de servicios turísticos. Los insumos necesarios para las diferentes áreas del proyecto La organización de este proyecto está estructurada como Centros Turísticos Comunitarios constituida por los socios de la asociación Mushuj Ayllu.
- I. Finalmente en el análisis financiero se logró estimar el costo total de recursos materiales, tecnológicos y humanos medidos en unidades monetarias, es así que se determinó que la inversión necesaria para la ejecución del proyecto es de: \$ 247514,68 definida la inversión y haber estimado los estados financieros, se obtuvieron los siguientes índices de rentabilidad para un período de 5 años: El Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 120.208.81 USD lo que indica que el proyecto es rentable pues este valor se presenta de carácter positivo, el TIR es de 28 %, lo que

representa que el proyecto es rentable de igual manera puesto que este porcentaje es mayor que la tasa de interés del préstamo de inversión, la relación costo-beneficio es de 2.72, es decir que por cada 1,00 dólar de inversión se obtendrá 1.72 dólares de ganancia.

- J. De acuerdo al análisis realizado, este proyecto presenta la viabilidad comercial, técnica, ambiental, administrativa-legal y financiera. Por lo que es factible su implementación.

VII. RECOMENDACIONES

Finalizada la presente investigación se recomienda lo siguiente:

- A. Mejorar los servicios básicos en la comunidad como agua entubada y alcantarillado.
- B. Constante gestión a instituciones, ONG s, que apoyan proyectos turísticos, por parte de la directiva de la asociación.
- C. Solicitar al MITUR y a otras instituciones relacionadas al turismo, capacitaciones al personal de la asociación en temas de interés al proyecto.
- D. Implementar el manual de buenas prácticas.
- E. Obtener los la licencia anual de funcionamiento de la empresa turística.
- F. Vinculación con la COORTUCH y operadoras que trabajan con productos similares.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: “Diseñar un proyecto agroturístico para la Asociación “Mushuj Ayllu” del cantón Guamote, provincia de Chimborazo”, estudio comprendido por un diagnóstico social, económico, ambiental y turístico, en el que se realizó salidas de campo y talleres participativos, posterior a ello se desarrolló el estudio de mercado donde se aplicó encuestas determinándose que el 33% de las personas encuestadas desearían contar con el servicio de alimentación, y al 21% le gustaría acceder al servicio de hospedaje, al 18% de los turistas nacionales les gustaría visitar atractivos turísticos, mientras que al 22% de los turistas extranjeros encuestados preferirían el intercambio cultural, el 35% de los encuestados desearían contar con el servicio de alimentación, mientras que al 24% le gustaría contar con el servicio de hospedaje. El estudio técnico definió productos de acuerdo al perfil del turista, para lo cual se diseñó 2 paquetes turísticos que cubren las necesidades del consumidor. En el estudio de impacto ambiental se obtuvo valores positivos de evaluación mediante la aplicación de la matriz de Lázaro Lagos. En el estudio administrativo-legal se estableció la estructura organizacional y el manual de funciones. Finalmente en el análisis financiero se realizaron las proyecciones para 5 años las que indicaron la inversión requerida siendo 247.514,68 USD, en este estudio se determinó que el VAN es igual a \$ 120.208.81 USD y el TIR es igual al 28%, la relación costo-beneficio (B/C) es de 2,7 USD. Se concluye que la ejecución del proyecto presenta una viabilidad comercial, técnica, ambiental, administrativo legal y financiera.

IX. SUMMARY

The present investigation was carried out to Design an agriculture – tourist project for Association “Mushuj Ayllu” in Guamote city, Chimborazo province, its study was based on a social, economic, environmental and tourist diagnosis, this was carried out field exits and shops participates, market study was developed, then, it was applied surveys being determined that 33% of interviewed persons would want to have feeding service, and 21% would like to consent to lodging service, 18% national tourists would like to visit tourist attractiveness, while to 22% interviewed tourists would prefer the cultural exchange, 35% those interviewed will want to have feeding service while would like to have service of Lodging. The technical study defined products according to the tourist’s profile, which were designed 2 tourist packages that cover the consumer’s necessities. In the study environmental impact was obtained positive securities of evaluation by means of the application Lázaro logo’s matrix. In administrative- legal study settled down the organizational structure and manual of functions. Finally in financial analysis were carried out the projections to 5 years those that indicated the required investment being 247.514,68 USD, in this study it was determined that VAN is similar to 120.208.81 USD and the TIR is similar to 28%, the relationship cost-benefit (B/C) is 2, 72 USD. It concludes that the execution of the project present a commercial road, technique, environmental, administrative legal and financial.

X. BIBLIOGRAFÍA.

1. BACA, G. (2001). “Evaluación de proyectos”(en línea). Consultado el 5 de enero del 2010. Disponible en: <http://Publicaciones/contaduria/Julio2008/estudio.pdf>
2. BLANCO Marvin. 2008, Grupo Técnico de Apoyo del PRODAR-IICA, Guía Para La Elaboración Del Plan De Desarrollo Turístico De Un Territorio; Documento producido en el marco del Convenio de colaboración entre IICA Costa Rica y el Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR).
3. HIDALGO, S 2007. “Agroturismo” (en línea) consultado el 4 de Enero del 2010
Disponible: <http://www.turismo20.agroturism/932414:Topic:3466>
4. HERNÁNDEZ, C 2005 “Cómo abordar el tema del Agroecoturismo” (en línea).
Consultado el 7 de enero del 2010. Disponible:<http://www.rz.uni-karlsruhe.de/~ev02/stube-bw/archiv/seminare.html>
5. ICONTEC (Instituto Colombiano De Normas Tecnicas Y Certificacion); 2003, Norma Tecnica Nts Sectorial Av04. Diseño De Paquetes Turisticos En Agencias De Viajes. Editada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC), Apartado 14237 Bogotá.
6. LUNA Rafael – CHAVES Damaris, 2001. Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos eco turísticos. PROARCA /CAPAS/USAID.
7. OMT, 2002. “Introducción al Ecoturismo”. Organización Mundial del Turismo, Madrid.
8. NOBOA,P. 2001. “Texto Básico de Antropología”. Riobamba-Ecuador. 10,15p.
9. PUJOL, B. 2002. “Dirección de marketing y ventas”. Madrid, España. Cultural S.A

10. PROYECTOS http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto#Etapas_de_un_proyecto.
11. RICAURTE, C. 2006, texto básico de Mercadeo Turístico y Hotelero, Marketing Turístico unidad 2 y unidad 3, catedrático de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
12. SÁNCHEZ, L “Evaluación de impactos ambientales” Sao Paulo Brasil.
13. U. AZUAY, 2003. Métodos de evaluación de impactos ambientales. Consultado el 1 de enero del 2010. Disponible en: http://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/ima/metodos_de_eia.ppt.
14. WIKIPEDIA, Enciclopedia “Proyectos”. Consultado el 3 de enero del 2010. Disponible: http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto#Etapas_de_un_proyecto.

XI. ANEXOS

Anexo N°1: Ficha para inventarios de atractivos naturales del MITUR 2004

| | |
|--|---------------------------------|
| 1. DATOS GENERALES | |
| 1.1 Encuestador: | 1.2 Ficha N° : |
| 1.3 Fecha: | |
| 1.4 Nombre del Atractivo: | |
| 1.5 Categoría: | |
| 1.6 Tipo: | |
| 1.7 Subtipo: | |
| Foto N°: | Por : |
| 2. UBICACIÓN | |
| 2.1 Provincia: | 2.2 Ciudad y / o Cantón: |
| 2.3 Parroquia : | 2.4 Comunidad: |
| 2.5 Latitud: 1 | 2.6 Longitud: |
| 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO | |
| 3.1 Nombre del poblado: | 3.2 Distancia: km |
| 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO | |
| 4.1 Altitud: | |
| 4.2 Temperatura: °C | |
| 4.3 Precipitación Pluviométrica: mm. | |
| 4.4 Valor extrínscico | |
| 4.7 Usos | |
| 5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO | |
| 5.1 Alterado <input type="checkbox"/> 5.2 No alterado <input type="checkbox"/> 5.3 Deteriorado <input type="checkbox"/> | |
| 5.4 Conservado <input type="checkbox"/> 5.5 En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> | |
| 5.6 Causas: | |
| 6. ENTORNO | |
| 6.1 Conservado <input type="checkbox"/> 6.2 En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> 6.3 Deteriorado <input type="checkbox"/> | |
| 6.4 Causas: | |

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

| 7.1 Tipo | 7.2 Subtipo | 7.3 Estado de las vías | | | 7.4. Transporte | 7.5. Frecuencias | | | | 7.6 Temporalidad de acceso |
|-----------------|-------------|------------------------|---|---|-----------------|------------------|---------|---------|----------|----------------------------|
| 7.1.1 Terrestre | | B | R | M | | | | | | |
| | Asfaltado | | | | Bus | Diaria | Semanal | Mensual | Eventual | Días del año |
| | Lastrado | | | | Automóvil | | | | | |
| | Empedrado | | | | 4x4 | | | | | |
| | Sendero | | | | Tren | | | | | |
| 7.1.2 Acuático | Marítimo | | | | Barco | | | | | |
| | Flubial | | | | Bote | | | | | |
| | | | | | Canoa | | | | | Días al mes |
| | | | | | Otros | | | | | |
| 7.1.3 Aéreo | | | | | Avión | | | | | |
| | | | | | Avioneta | | | | | Horas al día |
| | | | | | Helicópteros | | | | | |

7.7 Observaciones

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 APOYO

| | | | | | | | | | | |
|--|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| 9.1.1 AGUA: 9.1.1.1 Potable () 9.1.1.2 Entubada () 9.1.1.3 Tanquero () 9.1.1.4 Pozo () 9.1.1.5 Río () 9.1.1.6 Lago () | | | | | | | | | | |
| 9.1.2 ENREGÍA: 9.1.2.1 Sistema interconectado () 9.1.2.2 Generador () 9.1.2.3 Alternativo () 9.1.2.4 Otras () | | | | | | | | | | |
| 9.1.3 COMUNICACIÓN 9.1.3.1 Sistema de andinatel () 9.1.3.2 Telefonía móvil () 9.1.3.3 Otro () | | | | | | | | | | |
| 9.1.4 ALCANTARILLADO 9.1.4.1 Red pública () 9.1.4.2 Pozo ciego () 9.1.4.3 Pozo séptico () 9.1.4.4 No existe () | | | | | | | | | | |
| 9.2 SERVICIOS: 9.2.1 Lujo () 9.2.2 Primera () 9.2.3 Segunda () 9.2.4 Tercera () 9.2.5 Cuarta () | | | | | | | | | | |
| | total | plazas | total | plazas | total | plazas | total | plazas | total | plazas |
| Alojamiento | | | | | | | | | | |
| Alimentación | | | | | | | | | | |
| Esparcimiento | | | | | | | | | | |
| 9.3 Agencias de viaje () 9.4 Almacenes de artesanías () 9.5 correos 9.10 telf fax internet () | | | | | | | | | | |

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

10.1 Nombre del atractivo: **10.2 Distancia:** km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

11.1 Local () 11.2 Provincial () 11.3 Nacional () 11.4 Internacional ()

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS |
|----------|--------|--------|
|----------|--------|--------|

| | | |
|--------------------------|--|--|
| CALIDAD | a) Valor intrínseco | |
| | b) Valor extrínseco | |
| | c) Entorno | |
| | d) Estado de conservación (y/o organización) | |
| APOYO | a) Acceso | |
| | b) Servicios | |
| | c) Asociación con otros atractivos | |
| SIGNIFICADO | a) Local | |
| | b) Provincial | |
| | c) Nacional | |
| | d) Internacional | |
| | TOTAL | |
| 13 JERARQUIZACIÓN | | |



Anexo N° 2: Encuesta para análisis de la demanda (español).

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO.

DISEÑO DE UN PROYECTO AGROTURISTICO PARA LA ASOCIACION DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTONOMOS MUSHUJ AYLLU, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

Por favor solicitamos conteste con seriedad y veracidad las siguientes preguntas. Gracias.

Fecha de la encuesta: _____

1. Sexo: **1.1 Masculino** _____ **1.2 Femenino** _____

2. Edad:

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| a. Entre 10-20 años | <input type="checkbox"/> | d. Entre 41-50 años | <input type="checkbox"/> |
| b. Entre 21-30 años | <input type="checkbox"/> | f. Entre 51-60 años | <input type="checkbox"/> |
| c. Entre 31-40 años | <input type="checkbox"/> | g. Mayor 61 años | <input type="checkbox"/> |

3. Estado Civil:

- a.** Soltero _____ **b.** Casado _____

4. Nacionalidad _____

5. Nivel de instrucción:

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| a. Primaria | <input type="checkbox"/> |
| b. Secundaria | <input type="checkbox"/> |
| c. Superior | <input type="checkbox"/> |
| d. Otros | <input type="checkbox"/> |
- Si su respuesta es "Otros", especifique cual: **e.** _____

6. ¿Cuál es el Lugar de su residencia?

- a.** País _____
- b.** Ciudad _____
- c.** Estado/ Provincia _____

7. ¿Cuáles son sus ingresos económicos mensuales?

- a.** < 200usd _____ **b.** 201-400usd _____ **c.** 401-600usd _____
- d.** 601-800usd _____ **e.** > 800usd _____

8. ¿Con quien realiza sus viajes?

- Familia
- Amigos
- Pareja
- Solo

9. ¿Ha realizado alguna vez usted actividades relacionadas con el agroturismo?

- a.** Si _____ **b.** No _____

Si la respuesta es sí. Donde lo realizó

10. ¿Considera usted necesario que se desarrolle el agroturismo en la provincia de Chimborazo?

a. Si _____ b. No _____

¿Porque? _____

11. Si la respuesta es sí. ¿En qué tipo de actividades le gustaría participar?

- a. Participación en labores agrícolas _____
 b. Observación de labores agrícolas. _____
 c. Participación en labores pecuarias _____
 d. Observación de labores pecuarias _____
 e. Recorrido hacia los atractivos naturales _____
 f. Cabalgatas _____
 g. Bakiing. _____
 h. Intercambio cultural (convivencia) _____
 i. Integral (de todo un poco) _____
 j. Compra de artesanías _____
 k. Otros. _____

Si su respuesta es "Otros", especifique cuales: **m.** _____ **n.** _____

12. ¿Con que servicios le gustaría contar?

- a. Alimentación Con: Comida nacional ___ Platos tradicionales___ Otros___
 b. Hospedaje
 c. Equipo para acampar
 d. Guianza
 e. Otros

Si su respuesta es "Otros", especifique cuales: **f.** _____ **g.** _____

13. ¿Cuáles son los medios por los que se informa de nuevos sitios turísticos?

- a. Internet _____
 b. Prensa _____
 c. Guías Turísticas _____
 d. Radio _____
 e. Televisión _____
 f. Amigos/ Familiares _____
 g. Otros _____

Si su respuesta es "Otros", especifique cual: **h.** _____

14. ¿Cuál sería su promedio de estancia?

- a. 1 día _____
 b. 2-3 días _____
 c. 3-4 días _____
 d. Más de 5 días _____

15. ¿Precio que estaría dispuesto a pagar por su paquete turístico con todos los servicios incluidos por día y por persona?

- a. <15 dólares b. 15-25 dólares
 c. 25-35 dólares e. Más de 35 dólares

Anexo N° 2: Encuesta para análisis de la demanda (inglés).



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
NATURAL RESOURCES FACULTY
ECOTOURISM ENGINEERING.**

THIS IS A SURVEY TO DESIGN OF AN AGRO-TOURISTIC PROJECT FOR THE MUSHUJ AYLLU ASSOCIATION; WHICH IS LOCATED CLOSE TO GUAMOTE IN THE CHIMBORAZO PROVINCE.

Please fill the following questions as honestly as possible.

Date: _____

1. Sex: **a. Masculine** _____ **b. Feminine** _____

2. Age:

a. From 10-20 years _____ d. From 41-50 years _____
b. From 21-30 years _____ f. From 51-60 years _____
c. From 31-40 years _____ g. More than 61 years _____

3. Marital Status:

a. Single _____ b. Married _____

4. Nationality _____

5. Educational level:

a. School _____
b. High school _____
c. University _____
d. Other _____

If your answer was other please specify _____

6. What is your place of residence?

a. Country _____
b. City _____
c. Estate / Province _____

7. What is your income per month?

a. < 200usd _____ b. 201-400usd _____ c. 401-600usd _____
d. 601-800usd _____ e. >800usd _____

8. Have you participated in agro- ecotourism activities?

Yes _____ No _____

If your answer was yes. Where have you participated of these activities? _____

9. Do you think that the development of the agro tourism in the Chimborazo province is necessary?

Yes _____ No _____

¿Why? _____

10. If your answer was yes. What kind of activities would you like to participate in?

- a. Agricultural labors
- b. Taking care of animals
- c. Walks around natural attractions
- d. Horseback riding
- e. Fishing
- f. Cultural exchange
- g. Integral activities (a bit of everything)
- h. Making souvenirs/ handicrafts
- i. Other.

If your answer was other, please specify _____

11. What is the maximum period of time that you would spend on these activities?

- a. 1 day
 - b. 1-2 days
 - c. 3-4 days
 - d. More than 5 days
-
-

12. What services would you like to be offered?

- a. Food

Please specify National food __ Traditional food__ Other_____

- b. Lodging
- c. Equipment
- d. Guide
- e. Other

If your answer was other, please specify _____

13. How do you obtain information about the new attractions places

- a. Internet
- b. Newspapers
- c. Tour guides
- d. Radio
- e. Television
- f. Friends/ Family
- g. Other

If your answer was other, please specify _____

14. How much money per day would you spend during your visit?

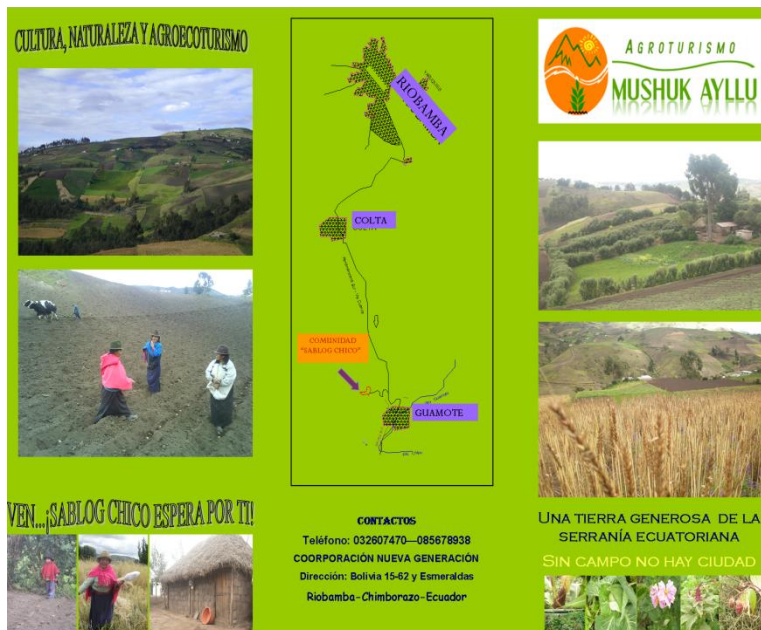
- a. <\$10
 - b. \$11-20
 - c. \$21-30
 - e. More than \$31
-
-

Anexo N° 4: Diseño de la página Web.



Elaborado por: Luis Anilema.

Anexo N° 5: Diseño del tríptico



Elaborado por: Luis Anilema

XII. FOTOGRAFIAS

A. ATRACTIVOS CULTURALES.



Fotografía N° 7: Preparación de los alimentos



Fotografía: N°10: Cosecha de la cebada

B. GRANJA AGROTURISTICA MUSHUJ AYLLU.



Fotografía: N°11: Cosecha de la maíz



Fotografía: N°12: Cosecha de la amaranto



Fotografías N° 13: Especie de papa



Fotografía: N°14: Cosecha de zanahoria

C. TALLERES PARTICIPATIVOS



Fotografía N° 15: Análisis y elaboración de la matriz CEPS