

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECOLODGE EN
LA PARROQUÍA SAN ANDRÉS, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO.**

JORGE LUIS GUEVARA SANCHEZ

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERO EN ECOTURISMO**

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO.

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

El suscrito TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN, certifica que: la memoria de tesis titulada “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECOLODGE EN LA PARROQUÍA SAN ANDRÉS, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**” De responsabilidad del señor Egresado JORGE LUIS GUEVARA SÁNCHEZ, con cedula de identidad 060325356-8 y código 1329, ha sido pródigamente revisada y aprobada, quedando autorizada la presentación y defensa.

TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Verónica Yépez

DIRECTORA

Ing. Christiam Aguirre

MIEMBRO

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Riobamba, Junio de 2014

DEDICATORIA

Con todo mi amor.

A tu paciencia y comprensión, preferiste sacrificar tu tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío. Por tu bondad y sacrificio me inspiraste a ser mejor para ti y mi hija, ahora puedo decir que esta tesis lleva mucho de ustedes las reinas de mi vida, gracias por estar siempre a mi lado, Gaby y Paula.

AGRADECIMIENTO

A Dios, verdadera fuente de amor y sabiduría.

A mi madre, cuyo vivir me ha mostrado que en el camino hacia la meta se necesita de la dulce fortaleza para aceptar las derrotas y del sutil coraje para derribar miedos.

A mi padre, porque gracias a él sé que la responsabilidad se la debe vivir como un compromiso de dedicación y esfuerzo.

CONTENIDO

	Pág.
I. TEMA	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. JUSTIFICACIÓN	2
B. OBJETIVOS	3
1. General	3
2. Específicos	3
III. HIPOTESIS	4
IV. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	5
A. ECOLOGE	5
B. GENERALIDADES DEL TURISMO	6
1. Turismo	6
2. Turismo sostenible	7
C. DIAGNÓSTICO	8
1. Definición	8
2. Diagnóstico turístico	8
D. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	9
1. Inventario de Atractivos	10
E. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	11
1. Objetivos de un estudio de factibilidad	12
F. ESTUDIO DE MERCADO	13
G. ESTUDIO TÉCNICO	14
1. Tamaño del proyecto.	15
2. Localización.	15
3. Ingeniería del proyecto.	16
H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	18
I. ESTUDIO AMBIENTAL	19
J. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO	21
1. Pasos para el estudio económico financiero	21
V. MATERIALES Y MÉTODOS	23
A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR	23

1. Localización	23
2. Ubicación geográfica	23
3. Características climáticas	23
4. Características ecológicas	23
5. Zonas de Vida	23
6. Características del suelo	24
B. MATERIALES Y EQUIPOS	25
C. METODOLOGÍA	25
VI. RESULTADOS	34
A. VALIDAR EL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA PARROQUIA SAN ANDRÉS.	34
1. Diagnóstico de la parroquia San Andrés	34
2. Físico – Espacial	34
3. Ecológico – Territorial	36
4. Socio – cultural	41
5. Económico – productivo	60
6. Evaluación del potencial turístico	66
7. Análisis FODA del Sistema Turístico	116
8. Identificación y priorización de nudos críticos	124
9. Identificación y priorización de factores claves de éxito.	128
10. Priorización de Nudos Críticos	134
11. Priorización de Factores Claves de Éxito	136
B. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLODGE EN LA PARROQUIA SAN ANDRÉS	139
1. Estudio de Mercado	139
2. Análisis de la Oferta actual	139
3. Análisis de la demanda	149
C. DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA.	161

1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística	161
2. Requerimiento de materia prima e insumos, suministros para el proyecto.	194
3. Talento humano y Remuneración económica	206
4. Servicios básicos	208
5. Estudio de mercadotecnia	208
D. DETERMINAR LA VIABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIO – CULTURAL	
1. Método analítico y descriptivo	221
2. Matriz de Lázaro Lagos	221
E. DETERMINAR LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVO – LEGAL	231
1. Estudio Administrativo	231
2. Estudio Legal	272
F. DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA – FINANCIERA	283
1. Estudio Económico	283
2. Estudio Financiero	299
VII CONCLUSIONES	300
VIII. RECOMENDACIONES	302
IX. RESUMEN	303
X. SUMMARY	304
XI. BIBLIOGRAFÍA	305
XII. ANEXO	308

LISTA DE CUADROS

Cuadro #01: Idioma empleado mayoritariamente por la población en la parroquia San Andrés.	43
Cuadro# 02: Población desagregada por sexo y grupos.	44
Cuadro #03: Cobertura de servicios básicos	47
Cuadro #04: Identificación de nudos críticos	124
Cuadro #05: Identificación de factores claves de éxito.	128
Cuadro #06: Priorización de Nudos Críticos	134
Cuadro #07: Priorización de Factores Claves de Éxito	136
Cuadro # 08: Hostería La Andaluza	145
Cuadro #09: Hostería Los Eucaliptos	146
Cuadro #10: Hospedaje Portón Andino	147
Cuadro #11: Complejo San Juan Loma	148
Cuadro # 12: Determinación del Universo	149
Cuadro # 13: Demanda Proyectada para el servicio de alojamiento	154
Cuadro # 14: Demanda Proyectada para el servicio de restaurante	156
Cuadro#15: Proyección de la oferta potencial en el servicio de alojamiento	157
Cuadro # 16: Proyección de la oferta para el servicio de restaurante	157
Cuadro # 17: Proyección de la demanda insatisfecha para el servicio de hospedaje	158
Cuadro # 18: Demanda insatisfecha proyectada para el servicio de alimentación	158
Cuadro # 19: Demanda objetivo proyectada para el servicio de hospedaje	159
Cuadro # 20: Demanda objetivo proyectada para el servicio de restaurante	159
Cuadro # 21: Clientes Proyectados en el servicio hospedaje	162

Cuadro # 22: Clientes Proyectados en el servicio alimentación	163
Cuadro #:23 Proyección de los consumidores de acuerdo a lo servicios demandados turistas nacionales	164
Cuadro #24: Proyección de los consumidores de acuerdo a lo servicios demandados turistas nacionales	165
Cuadro #25: Requerimientos de instalación	166
Cuadro #26: Papas con Cuy	194
Cuadro # 27: Plato de Fritada	194
Cuadro # 28: Plato de Llapingachos	195
Cuadro #29: Caldo de Gallina	196
Cuadro #30: Seco de Pollo	196
Cuadro # 31: Seco de carne	197
Cuadro # 32: Ceviche de chochos	197
Cuadro # 33: Churrasco	198
Cuadro # 34: Lasaña	198
Cuadro # 35: Filet Mignon	199
Cuadro # 36: Desayuno continental	199
Cuadro #37: Desayuno Tradicional	200
Cuadro # 38: Requerimiento de Mobiliario	200
Cuadro # 39: Requerimiento de Equipos	202
Cuadro# 40: Requerimiento de Menaje	203
Cuadro # 41: Requerimiento de Insumos	205
Cuadro # 42: Talento Humano y Remuneración	207
Cuadro # 43: Servicios básicos	208

Cuadro # 44: Precios de las habitaciones del Ecolodge	213
Cuadro # 45: Precios Servicio de Alimentación	214
Cuadro # 46: Plan publicitario	216
Cuadro # 47: Gastos del área comercial	220
Cuadro # 48: Medidas de mitigación	229
Cuadro # 49: Estrategias de cambio para los nudos críticos priorizados	234
Cuadro # 50: Estrategias de cambio para los factores claves de éxito priorizados	237
Cuadro # 51: Gasto de constitución de San Miguel Ecolodge	282
Cuadro # 52: Inversiones del proyecto	283
Cuadro # 53: Fuentes y usos del proyecto	284
Cuadro # 54: Clasificación de las inversiones	285
Cuadro # 55: Financiamiento del Proyecto	286
Cuadro # 56: Depreciación de activos fijos	287
Cuadro # 57: Depreciación de activos fijos	287
Cuadro # 58: Cálculo de la deuda	288
Cuadro # 59: Estructura de costos y gastos	289
Cuadro # 60: Ingresos por alojamiento	290
Cuadro # 61: Ingresos por alimentación	290
Cuadro # 62: Estructura de Ingreso Totales	291
Cuadro # 63: Estado proforma de resultados	292
Cuadro # 64: Flujo de caja	293
Cuadro # 65: Costos y Gastos	294
Cuadro # 66: Remuneración del Personal	295

Cuadro # 67: Depreciaciones	296
Cuadro # 68: Punto de equilibrio	297
Cuadro # 69: Evaluación Financiero	299
Cuadro # 70: Edad de Turistas Nacionales	314
Cuadro # 71: Género de los turistas Nacionales	315
Cuadro # 72: Procedencia de los turistas Nacionales	316
Cuadro # 73: Nivel de Educación de los turistas Nacionales	317
Cuadro # 74: Ocupación de los turistas Nacionales	318
Cuadro # 75: Ingresos Económicos de los turistas Nacionales	319
Cuadro # 76: Con quien o quienes viajan los turistas Nacionales	320
Cuadro # 77: Como Con quien o quienes viajan los turistas Nacionales	321
Cuadro # 78: Conoce la parroquia San Andrés	322
Cuadro # 79: Le gustaría conocer la Parroquia San Andrés	323
Cuadro # 80: Ecolodge en la parroquia San Andrés	324
Cuadro # 81: Servicios que le gustaría que ofrezca el Ecolodge	325
Cuadro # 82: Días de permanencia en el Ecolodge	326
Cuadro # 83: Medios de comunicación que utilizan los turistas nacionales	327
Cuadro # 84: Gastronomía que les gustaría degustar a los turistas nacionales	328
Cuadro # 85: Promedio de Gasto de los turistas nacionales	329
Cuadro # 86: Forma de Pago de los turistas Nacionales	330
Cuadro #87: Edad de los turistas extranjeros	332
Cuadro # 88: Género de los turistas extranjeros	333
Cuadro # 89: Procedencia de los turistas extranjeros	334
Cuadro # 90: Nivel de Educación de los turistas extranjeros	335

Cuadro # 91: Ocupación de los turistas extranjeros	336
Cuadro # 92: Nivel de Ingresos Económicos de los turistas extranjeros	337
Cuadro # 93: Con quien o quienes viajan los turistas extranjeros	338
Cuadro # 94: Como Viajan los turistas extranjeros	339
Cuadro # 95: Conoce la parroquia San Andrés	340
Cuadro # 96: Le gustaría conocer la parroquia San Andrés	341
Cuadro # 97: Ecolodge en la parroquia San Andrés	341
Cuadro # 98: Servicios del Ecolodge en la parroquia San Andrés	342
Cuadro # 99: Días de permanencia en el Ecolodge	343
Cuadro # 100: Medios de Información	344
Cuadro # 101: Gastronomía que ofrecerá el ecolodge	345
Cuadro # 102: Promedio de Gasto de los turistas extranjeros	346
Cuadro # 103: Formas de pago de los turistas extranjeros	347
Cuadro # 104: Precio de habitación por persona	348
Cuadro # 105: Costo de habitación suites	349

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla #01: Matriz resumen de atractivos	29
Tabla #02: Matriz de Análisis de Competencias	30
Tabla# 03: Flora de la parroquia San Andrés	38
Tabla # 04: Fauna de la parroquia San Andrés	39
Tabla# 05: Riegos de vulnerabilidad de la parroquia	40
Tabla # 06: Idioma empleado mayoritariamente por la población en los diferentes asentamientos humanos de la parroquia San Andrés.	42
Tabla # 07: Disponibilidad de servicios básicos de agua, electricidad y saneamiento básico en las comunidades de la parroquia de San Andrés.	48
Tabla #08: Educación en la parroquia San Andrés	57
Tabla #09: Autoridades electas en el GAD Parroquial período 2009 -2014	63
Tabla # 10: Organización política institucional	63
Tabla #11: Resumen de los principales Atractivos turísticos	139
Tabla #12: Sitios de alojamiento	140
Tabla #13: Sitios de Alimentación	141
Tabla #14: Sitios de esparcimiento	141
Tabla #15: Líneas de transporte	142
Tabla #16: Líneas de Productos	142

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico # 01: Mapa de la Parroquia San Andrés	35
Gráfico#2: Ubicación del Ecolodge	162
Gráfico # 3: Plano del Ecolodge	167
Gráfico #4: Planta Implantación	168
Gráfico #5: Planta área administrativa y habitaciones	169
Gráfico #6: fachadas	170
Gráfico #7: Flujograma de producción de servicios turísticos	189
Gráfico #8: Flujograma de servicio de alojamiento	190
Gráfico #9: Servicio de Alimentación	191
Gráfico #10: Servicio de Recreación	192
Gráfico #11: Menú que ofrecerá el ecolodge	193
Gráfico # 12: Marca - imagen de la empresa	210
Gráfico # 13: Hojas membretadas	211
Gráfico # 14: Tarjetas de presentación	212
Gráfico # 15: Canal directo de distribución	215
Gráfico #16: Canal directo de distribución	215
Gráfico # 17: Página Web	217
Gráfico # 18: Hoja Volante	218
Gráfico # 19: Gorra	218
Gráfico # 20: Camisetas	219
Gráfico # 21: esferos	219

Gráfico # 22: Organigrama Estructural	240
Gráfico # 23: Organigrama funcional	241
Gráfico # 24: Edad de Turistas Nacionales	315
Gráfico # 25: Género de los turistas Nacionales	316
Gráfico # 26: Procedencia de los turistas Nacionales	317
Gráfico # 27: Nivel de Educación	318
Gráfico # 28: Ocupación de los turistas Nacionales	319
Gráfico # 29: Ingresos Económicos de los turistas Nacionales	320
Gráfico # 30: Con quien o quienes viajan los turistas Nacionales	321
Gráfico # 31: Como viajan los turistas Nacionales	322
Gráfico # 32: Conoce la parroquia San Andrés	323
Gráfico # 33: Le gustaría conocer San Andrés	324
Gráfico # 34: Implementación de un Ecolodge en la Parroquia San Andrés	325
Gráfico # 35: Servicios del Ecolodge	326
Gráfico # 36: Días de permanencia en el Ecolodge	327
Gráfico # 37: Medios de comunicación que utilizan los turistas nacionales	328
Gráfico # 38: Gastronomía que ofrecerá el ecolodge	329
Gráfico # 39: Promedio de Gasto de los turistas Nacionales	330
Gráfico # 40: Forma de Pago de los turistas Nacionales	331
Gráfico # 41: Edad de los turistas extranjeros	332
Gráfico # 42: Género de los turistas extranjeros	333
Gráfico # 43: Procedencia de los turistas extranjeros	334
Gráfico # 44: Nivel de Educación de los turistas extranjeros	335

Gráfico # 45: Ocupación de los turistas extranjeros	336
Gráfico # 46: Nivel de Ingresos Económicos de los turistas extranjeros	337
Gráfico # 47: Con quien o quienes viajan los turistas extranjeros	338
Gráfico # 48: Como Viajan los turistas extranjeros	339
Gráfico # 49: Conoce la parroquia San Andrés	340
Gráfico # 50: Ecolodge en la parroquia San Andrés	342
Gráfico # 51: Servicios del Ecolodge en la parroquia San Andrés	343
Gráfico # 52: Días de permanencia en el Ecolodge	344
Gráfico # 53: Medios de Información	345
Gráfico # 54: Gastronomía que ofrecerá el ecolodge	346
Gráfico # 55: Promedio de Gasto de los turistas extranjeros	347
Gráfico # 56: Formas de pago de los turistas extranjeros	348

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECOLODGE EN LA PARROQUIA SAN ANDRES, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

II. INTRODUCCIÓN

La provincia de Chimborazo está ubicada en la parte central de callejón interandino del Ecuador. Altas y hermosas cordilleras forman su marco natural, dando lugar a una gama infinita de paisajes, encerrados en grandes y pequeños valles, en profundas depresiones, en mesetas, colinas y cordilleras en las que los chimboracenses han hecho su vida desde la antigüedad.

Además en esta provincia la mayoría de los habitantes viven en zonas rurales y en menor porcentaje en zonas urbanas. Con 325.448 habitantes de ellos casi 180.000 viven en los cascos urbanos de Riobamba, Colta, Guano y Chambo y el restante de la población de esta conurbación viven en las zonas rurales de los cuatro cantones mencionados.

Dentro de la provincia de Chimborazo el cantón más visitado por nacionales y extranjeros y uno de los que cuenta con mayor población es Guano, que por su belleza paisajística, atractivos naturales y culturales, gastronomía, artesanías y costumbres se ha dado a conocer a nivel local, nacional e internacional.

Guano cuenta con dos parroquias urbanas divididas por el río Guano: La Matriz y El Rosario, y nueve parroquias rurales: Guanando, Ilapo, La Providencias, San Andrés, San Gerardo, San Isidro, San José de Chazo, Santa Fe de Galán, Valparaíso. De las parroquias con mayor desarrollo local es San Andrés ya que cuenta con recursos y atractivos turísticos que hacen a esta localidad atractiva para ser visitada.

San Andrés actualmente se ha venido desarrollado en el aspecto turístico, pero aún no en su totalidad ya que no existe inversión pública para mejorar servicios básicos, infraestructura y servicios turísticos para el desarrollo óptimo del mismo. A pesar de que cuenta con un gran potencial cultural por su iglesia de gran historia y sus

recursos naturales poco aprovechados aún no hay inversión tanto gubernamental como privada que de realce a los mismos.

Por la belleza paisajística y por los recursos naturales existentes en la zona, la construcción de un ecolodge en la parroquia, desarrollaría la parte turística de San Andrés, generando fuentes de empleo y aumentando la llegada de visitantes a la zona, además fomentaría la conservación de dichos recursos ya que este establecimiento lo que busca es la conservación ecológica y cultural. La clave para cualquier Ecolodge son sus sistemas de agua, energía y disposición que se construyen para la eficiencia y la reducción de residuos. El Ecolodge también está diseñado para adaptarse a su entorno por estar construida de (cuando sea posible) los materiales locales y en la mezcla de estilos arquitectónicos en la cultura local.

A. JUSTIFICACIÓN

La parroquia San Andrés en los últimos años ha visto como actividad económica al turismo, ya que en el mes de Noviembre que se celebra las fiestas parroquiales, llegan turistas locales y nacionales, que buscan diversión dentro de la parroquia durante estas fechas, además no solo en esta celebración la parroquia recibe visitantes sino también en la fiesta del Carnaval, ya que en los cinco últimos años se ha difundido esta tradición conjuntamente con los carnavales de la provincia, resaltando la fiesta en esta parroquia debido a que se celebra el carnaval con respeto y sin agua, sin perder la esencia misma de este acontecimiento.

Es por ello que este estudio determinará la factibilidad para la creación de un ecolodge en esta parroquia, que cubra todas las necesidades de los turistas que visitan esta zona, brindándoles no solo comodidad para hacerlo sino también diversión y esparcimiento, permitiendo así que permanezcan más de un día en la misma lo que ayudará a dinamizar la economía de la población y generara fuentes de empleo.

B. OBJETIVOS

1. General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un Ecolodge en la parroquia San Andrés, cantón Guano, provincia de Chimborazo.

2. Específicos

- a. Validar el diagnóstico situacional de la parroquia San Andrés.
- b. Determinar la viabilidad comercial para la implementación de un ecolodge en la parroquia San Andrés.
- c. Determinar la viabilidad técnica para la implementación de un ecolodge en la parroquia San Andrés.
- d. Determinar la viabilidad ambiental y socio – cultural para la implementación de un ecolodge en la parroquia San Andrés.
- e. Determinar la viabilidad administrativo – legal para la implementación de un ecolodge en la parroquia San Andrés.
- f. Determinar la viabilidad económica – financiera para la implementación de un ecolodge en la parroquia San Andrés.

III. HIPOTESIS

Existe la factibilidad para la implementación de un ecolodge en la parroquia San Andrés, que permite mejorar la oferta turística, proporcionando servicios de calidad para satisfacer las necesidades de los turistas tanto nacionales como internacionales que visitan el lugar, promoviendo a la vez la conservación de patrimonio natural y cultural de la parroquia.

IV. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. ECOLOGE

El Ecolodge como se define en el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), es un alojamiento turístico diseñado para el propósito expreso de la conservación ecológica y cultural. La clave para cualquier Ecolodge son sus sistemas de agua, energía y disposición que se construyen para la eficiencia y la reducción de residuos. El Ecolodge también está diseñado para adaptarse a su entorno por estar construida de (cuando sea posible) los materiales locales y en la mezcla de estilos arquitectónicos en la cultura local. La experiencia local y la participación son muy aconsejables. (MUELLER.D, 2011)

Ecolodge es un establecimiento de hospedaje que satisface al menos cinco de los criterios establecidos a continuación:

- a) Conservar al medio ambiente.
- b) Beneficiar a la comunidad local.
- c) Brindar interpretación a la población y a los turistas.
- d) Ayuda a la conservación de flora y fauna local.
- e) Promueve el trabajo en conjunto con la comunidad.
- f) Ofrece Programas interpretativos para los empleados y para los turistas acerca del medio cultural que los rodea.
- g) Usa medios alternativos y sostenibles para la adquisición de agua y reduce su consumo.
- h) Manejo adecuado de los residuos y los afluentes.
- i) Usa energía alternativas
- j) Combina energías tradicionales y materiales de la zona con tecnologías modernas para lograr más sostenibilidad.
- k) Ocasiona impactos mínimos durante su construcción.
- l) Se encuentra dentro de un contexto específico físico y cultural, tomando en cuenta la forma, el paisaje y el color, así como la arquitectura local.
- m) Contribuye al desarrollo sostenible a través de programas de educación e investigación.(Aguirre, J. 2010)

B. GENERALIDADES DEL TURISMO

1. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos (World Tourism Organization. 1995)

Es el conjunto de las relaciones y fenómenos, producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos, y permanencias no está motivada por una actitud lucrativa. (Hunziker y Krapt. 2011)

Turismo es el vencimiento del espacio por personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia. (GluckMann, 2010)

Definido en conjunto hagamos un análisis de los aspectos esenciales.

El turismo es una actividad de ocio, implica un movimiento o desplazamiento además conlleva un descubrimiento, también trae consigo impactos entre el sujeto y el medio ambiente, además contacto entre los visitantes, y los residentes del país visitado aunque de forma temporal.

Entendamos como impactos: Los efectos positivos o negativos que implica cualquier actuación en el medio, la suma de los impactos económicos, socioculturales, como los naturales es lo que conocemos en turismo como impactos medioambientales.

Económicos:

- Contribuye el desarrollo de otros sectores de la economía
- Estimula las inversiones en el país
- Crece la movilidad de las personas creciendo el gasto
- Creación de nuevos puestos de trabajo
- Realza economías deprimidas
- Acelera el perfeccionamiento científico técnico

Socioculturales:

- Se amplía el intercambio de ideas y de comprensión entre países
- Desaparición o rescate de las ocupaciones tradicionales de zonas donde se desarrolla la actividad turística
- Subordinación o rescate de la cultura a los objetivos turísticos
- Enfrentamiento entre el sistema de valores de los residentes y los turistas
- Aparición de manifestaciones sociales negativas

Impactos en el medio natural

- Mejoramiento del entorno natural
- Contaminación de aguas, aire, degradación del suelo
- Depredación de la flora y la fauna
- Degradación y destrucción de especies y ecosistemas
- Daños a conjuntos arqueológicos e históricos. (Rodolfo I. Jiménez González. 2009)

2. Turismo sostenible

El turismo sostenible se define como aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad son repartidos de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. Por tanto el sector incluye a todas aquellas organizaciones dedicadas al turismo sostenible como actividad económica que cumplen los siguientes criterios:

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;

- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

El turismo sostenible incluye turismo comunitario, ecoturismo, etnoecoturismo entre otras formas de turismo sostenible (CAPECE, 2013)

C. **DIAGNÓSTICO**

1. **Definición**

El **diagnóstico** (del griego *diagnostikós*, a su vez del prefijo *día-*, "a través", y *gnosis*, "conocimiento" o "apto para conocer") alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando. (KATHASLY, 2012)

2. **Diagnóstico turístico**

El diagnóstico es un instrumento que permite identificar y priorizar los problemas y determinar potencialidades que dan lugar a la formulación de los planes. El diagnóstico del entorno de un área donde se pretende desarrollar un proyecto de turismo pretende responder a las siguientes preguntas:

¿Existen en el área seleccionada para el desarrollo del turismo limitaciones importantes?

¿En el área seleccionada tiene potencial para desarrollar el turismo?

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino.

Desde este punto de vista, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que nos permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. En definitiva, constituye el punto de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística. Lastimosamente, debido a la falta de consenso y a veces de conocimiento respecto a lo que se debería evaluar durante el diagnóstico, generalmente esta etapa consiste en la búsqueda desorganizada y poco técnica de antecedentes y características turísticas generales del lugar de estudio, a menudo fuertemente limitada por la poca información disponible acerca de la demanda, patrones de conducta de los turistas, actitudes y capacidades de la comunidad receptora, entre otros.

El diagnóstico se convierte en el primer filtro para determinar qué tan factible es o no un proyecto turístico desde el punto de vista socio cultural y ecológico, con lo que se analiza y evalúa si los recursos son factibles de aprovechamiento.

Dejar por fuera esta importante parte del análisis de factibilidad limita la visión al aspecto económico que, aunque es un factor fundamental de cualquier negocio no es el único factor a considerar. Esto significa que en esencia se tiene una parte del terreno a considerar y se deja otra que sin duda hará rentable o no al negocio turístico.

Las fuerzas internas de una empresa están intrínsecamente relacionadas con el ambiente social y ecológico en el que se desenvuelve, y es aquí en donde vienen dos conceptos que considera el diagnóstico turístico, la rentabilidad sociocultural y ecológica del proyecto. (HERNÁNDEZ, I. 2013)

D. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar

evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico de una región. (CASTELLAR, B. 2011)

1. Inventario de Atractivos

El análisis se basa en el inventario de atractivos turísticos del MINTUR. Es importante diferenciar entre recursos y atractivos turísticos, la definición es la siguiente:

2. Recurso Turísticos: Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones.

3. Atractivo Turístico: Son recursos turísticos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, esto es, dotados al menos con accesos y preferiblemente con servicios básicos.

Otra definición la establece la metodología de Inventarios Turísticos del MINTUR y es la siguiente:

4. Atractivos Turísticos: Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.

a. DESCRIPCIÓN GENERAL. Ecuador tiene inventariado 1.635 atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales. Para cada uno de los atractivos tiene una jerarquía con el siguiente significado:

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

2) JERARQUIA III: Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en

menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

3) JERARQUIA II: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

4) JERARQUIA I: Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. (Informe Final - PLANDETUR 2020)

E. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

Antes de iniciar el estudio de factibilidad es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa.

Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad.

Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.

1. Objetivos de un estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias. (Damaris, R, 2001)

F. ESTUDIO DE MERCADO

La realización de un estudio de mercado proporcionará información sobre los clientes, la competencia, las prácticas habituales de trabajo en el sector, etc. Estos datos le serán de mucha utilidad para evitar caer en los errores propios de la inexperiencia.

Entre las distintas formas de recopilar información de interés, se pueden citar Internet, prensa y publicaciones especializadas, organismos oficiales, asociaciones de empresarios, cámaras de comercio, encuestas, etc.

El estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial, mediante el conocimiento de los siguientes aspectos:

- a. El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- b. La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- c. Comercialización del producto o servicio del proyecto.

Los proveedores y la disponibilidad y precios de los insumos, actuales y proyectados.

Uno de los factores más crítico de todo proyecto, es la estimación de la demanda, y conjuntamente con ella los ingresos de operación, como los costos e inversiones implícitos.

El análisis del consumidor tiene por objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, nivel de ingreso promedio, ente otros; para obtener el perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial. El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto.

El estudio de la competencia es fundamental, para poder conocer las características de los productos o servicios que ofrecen el resto de los productores, con el fin de determinar las ventajas y desventajas que aporta dicha competencia. Además, permite argumentar el nivel de ocupación de la capacidad disponible por el proyecto.

El análisis de la comercialización del proyecto depende en modo importante de los resultados que se obtienen de los estudios del consumidor, la demanda, la competencia y la oferta.

Por lo que las decisiones (en cuanto a precio, promoción, publicidad, distribución, calidad, entre otras) adoptadas aquí tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se manifiestan en sus ingresos y egresos.

Los proveedores de insumos necesarios para el proyecto pueden ser determinantes en el éxito o fracaso de éste. De ahí la necesidad de estudiar si existe disponibilidad de los insumos requeridos y cuál es el precio que deberá pagarse para garantizar su abastecimiento. Por lo que la información que se obtenga de los proveedores puede influir en la selección de la localización del proyecto.

Atendiendo al estudio de cada una de las variables que influyen en el mercado, es que su objetivo principal está dirigido a la recopilación de carácter económico que se representa en la composición del flujo de caja del proyecto. (Thompson, I, 2008)

G. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye: tamaño del proyecto, localización.

1. Tamaño del proyecto.

La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. Para ello se tienen en cuenta los siguientes elementos.

La primera se refiere al volumen de producción que bajo condiciones técnicas óptimas se alcanza a un costo unitario mínimo.

La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen regirán durante el mayor tiempo a lo largo del período considerado al costo unitario mínimo y por último la capacidad máxima se refiere a la mayor producción que se puede obtener sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción.

Como concepto de tamaño de planta se adopta de las definiciones anteriores, la correspondiente a la capacidad de producción normal, la que se puede expresar para cada una de las líneas de equipos o procesos, o bien para la totalidad de la planta.

2. Localización.

Con el estudio de micro localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios.

En la decisión de su ubicación se considerarán los aspectos siguientes:

- a. Facilidades de infraestructura portuaria, aeroportuaria y terrestre, y de suministros de energía, combustible, agua, así como de servicios de alcantarillado, teléfono, etc.
- b. Ubicación con una proximidad razonable de las materias primas, insumos y mercado.
- c. Condiciones ambientales favorables y protección del medio ambiente.

- d. Disponibilidad de fuerza de trabajo apropiada atendiendo a la estructura de especialidades técnicas que demanda la inversión y considerando las características de la que está asentada en el territorio.
- e. Correcta preservación del medio ambiente y del tratamiento, traslado y disposición de los residuales sólidos, líquidos y gaseosos. Incluye el reciclaje.

3. Ingeniería del proyecto.

El estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de Ingeniería Básica, equivalente al proyecto técnico.

El establecimiento de relaciones contractuales para los trabajos de proyectos, construcciones y suministros es un factor determinante para el logro de la eficiencia del proceso inversionista que se analiza.

A partir de ello se podrá establecer una adecuada estrategia de contratación, precisando los posibles suministradores nacionales y extranjeros, así como la entidad constructora.

Con la determinación del alcance del proyecto se requiere exponer las características operacionales y técnicas fundamentales de su base productiva, determinándose los procesos tecnológicos requeridos, el tipo y la cantidad de equipos y maquinarias, así como los tipos de cimentaciones, estructuras y obras de ingeniería civil previstas.

A su vez se determinará el costo de la tecnología y del equipamiento necesario sobre la base de la capacidad de la planta y de las obras a realizar.

Esta etapa comprende:

a) Tecnología.

La solución tecnológica de un proyecto influye considerablemente sobre el costo de inversión, y en el empleo racional de las materias primas y materiales, consumos energéticos y la fuerza de trabajo. El estudio de factibilidad debe contar con un estimado del costo de la inversión

b) Equipos.

Las necesidades de maquinarias y equipos se deben determinar sobre la base de la capacidad de la planta y la tecnología seleccionada. La propuesta se detallará a partir de: valor del equipamiento principal, fuentes de adquisición, capacidad y vida útil estimada.

c) Obras de Ingeniería civil.

Los factores que influyen sobre la dimensión y el costo de las obras físicas son el tamaño del proyecto, el proceso productivo y la localización. Se requiere una descripción resumida de las obras manteniendo un orden funcional, especificando las principales características de cada una y el correspondiente análisis de costo, así como él: valor de las obras de Ingeniería civil (complejidad de la ejecución), depreciación y años de vida útil.

d) Análisis de insumos.

Se deben describir las principales materias primas, materiales y otros insumos nacionales e importados necesarios para la fabricación de los productos, así como el cálculo de los consumos para cada año y la determinación de los costos anuales por este concepto, los que constituyen una parte principal de los costos de producción.

Los precios a los que se pueden obtener tales materiales son un factor determinante en los análisis de rentabilidad de los proyectos.

También se incluyen aquellos materiales auxiliares (aditivos, envases, pinturas, entre otros) y otros suministros de fábrica (materiales para el mantenimiento y la limpieza).

e) Servicios públicos.

La evaluación pormenorizada de los servicios necesarios como electricidad, agua, vapor y aire comprimido, constituyen una parte importante en el estudio de los insumos.

Es necesario detallar el cálculo de los consumos para cada año y la determinación de los costos anuales por este concepto.

f) Mano de obra.

Una vez determinada la capacidad de producción de la planta y los procesos tecnológicos que se emplean, es necesario definir la plantilla de personal requerido para el proyecto y evaluar la oferta y demanda de mano de obra, especialmente de obreros básicos de la región, a partir de la experiencia disponible y atendiendo a las necesidades tecnológicas del proyecto. Mediante estos estudios se podrá determinar las necesidades de capacitación y adiestramiento a los diferentes niveles y etapas.

Al tener definidas las necesidades de mano de obra por funciones y categorías, se determina en cada una de ellas el número total de trabajadores, los turnos y horas de trabajo por día, días de trabajo por año, salarios por hora, salarios por año, etc. (PORTALES, D, 2001)

H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

El estudio Legal y el Administrativo hacen parte de los pasos fundamentales que se deben seguir para la preparación, formulación, ejecución y evaluación de un proyecto de Inversión, acompañado de otros pasos igualmente importantes como son: Los estudios de viabilidad comercial, técnica, de gestión, de impacto ambiental y financiera, los cuales generan información para adelantar el ciclo del proyecto y constituyen la fuente básica para cualquier tipo de sistematización que apoye la toma de decisiones con respecto al proyecto.

Como podemos ver son varios los estudios o pasos que forman parte de la formulación y evaluación de un proyecto, sin desconocer que la mayor atención en el estudio de una inversión, se centra en la viabilidad económica o financiera, y toma el resto de las variables únicamente como referencia, sin embargo, cada una de estas variables son elementos que de una u otra forma, determinan que se concrete o no un proyecto.

En esta ocasión centraremos nuestra atención en el Estudio Administrativo y en Legal, El estudio legal es aquel que busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

Es así como podemos decir que el Estudio Administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa o un proyecto, para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación. (HOLMMAN, 2010)

I. ESTUDIO AMBIENTAL

El propósito de la evaluación ambiental es asegurar, al planificador, que las opciones de desarrollo bajo consideración sean ambientalmente adecuadas y sustentables, y que toda consecuencia ambiental sea reconocida pronto en el ciclo del proyecto y tomada en cuenta para el diseño del mismo. Es de vital importancia que el planificador tenga en cuenta el conjunto de elementos del sistema ambiental, que le permitan un análisis holístico de la situación a evaluar, tomando en cuenta las potencialidades y oportunidades con que cuenta.

La evaluación ambiental identifica maneras de mejorar ambientalmente los proyectos y minimizar, atenuar, o compensar los impactos adversos. Alertan pronto a los diseñadores del proyecto, las agencias ejecutoras, y su personal, sobre la existencia de problemas, por lo que las evaluaciones ambientales:

- Posibilitan tratar los problemas ambientales de manera oportuna y práctica;

- Reducen la necesidad de imponer limitaciones al proyecto, porque se puede tomar los pasos apropiados con anticipación o incorporarlos dentro del diseño del proyecto; y,
- Ayudan a evitar costos y demoras en la implementación producidos por problemas ambientales no anticipados.

Así mismo la evaluación ambiental permite ponderar las oportunidades de mejoramiento en la calidad y equilibrio de un sistema en función del factor antrópico que se ve afectado positiva o negativamente pero de manera directa.

Las evaluaciones ambientales también proporcionan un mecanismo formal para la coordinación interinstitucional, y para tratar las preocupaciones de los grupos afectados y organizaciones no gubernamentales locales. Además, pueden desempeñar un papel central en el fortalecimiento de la capacidad ambiental del país, de este modo el proceso que se lleva a cabo en la evaluación ambiental y en las evaluaciones ambientales permiten identificar las potencialidades del país no solo en términos ecológicos, sino también en relación con la capacidad de transformación que tienen las mismas comunidades o grupos humanos.

Al igual que los análisis económicos, financieros, institucionales y de ingeniería, la evaluación ambiental forma parte de la preparación de un proyecto, y por tanto es responsabilidad del prestatario. La evaluación ambiental se encuentra íntimamente ligada a otros aspectos de la preparación del proyecto, lo cual garantiza que:

- Las consideraciones ambientales cobren su debida importancia durante la toma de decisiones referentes a la selección, ubicación y diseño del proyecto; y,
- Su realización no retrase indebidamente el procesamiento del proyecto. Así mismo es importante que no todos los desequilibrios de un sistema ecológico puede considerarse una problemática ambiental, pues dicho desequilibrio puede devenir precisamente de alguna alteración natural en las cadenas tróficas de los organismos que se encuentran involucrados.(HOLMMAN, 2010)

J. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

El estudio económico-financiero de un proyecto, hecho de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

Para explicar en resumen la metodología a seguir para el estudio de factibilidad se tiene presente un conjunto de etapas.

1. Pasos para el estudio económico financiero

a. Definición de los Flujos de Fondos del Proyecto de cambio de tecnología para la obtención de Silicato de Sodio Liquido por proceso.

1). los egresos e ingresos iniciales de fondos

2). los ingresos y egresos de operación

3). el horizonte de vida útil del proyecto

4). la tasa de descuento

b. los ingresos y egresos terminales del proyecto.

1). Resultado de la evaluación del proyecto de inversión en condiciones de certeza, el cual se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. Los criterios que se aplican:

a). el Valor Actual Neto (VAN)

b). la Tasa Interna de Retorno (TIR)

c). el Período de recuperación de la inversión (PR)

d). la razón Beneficio / Costo (BC)

2). Análisis bajo condiciones de incertidumbre y/o riesgo del proyecto. A través del método de: Análisis de la sensibilidad,

- Unidimensional (ASU)

- Multidimensional (ASM)

(CAMACHADO, 2011)

V. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR

1. Localización

La presente investigación se realizó en la parroquia San Andrés, cantón Guano, provincia de Chimborazo.

2. Ubicación geográfica

La parroquia San Andrés se encuentra ubicado

Superficie: 159.9 Km²

Latitud:-1.48306

Longitud:-78.7964

Altitud: 2800 -6310 msnm

3. Características climáticas

- a. **Clima:** Templado, y variado.
- b. **Temperatura media:** de 16 a 18° C.
- c. **Precipitación:** Abril 104.5 mm y en menor intensidad el mes de agosto con 4.9 mm
- d. **Precipitaciones promedio anual:** 31.15 mm
- e. **Mayor evaporización promedio:** 23.50 mm

4. Características ecológicas

a. Zonas de Vida

Bosque Siempre verde montano alto (3 000–3 400 m.s.n.m)

Incluye la vegetación conocida como Ceja Andina o flora de transición entre los bosques montanos altos y el páramo. Esta formación es similar al bosque nublado en su fisonomía, así como en la cantidad de musgos y plantas epifitas.

Páramo seco (Sobre los 4 200 m.s.n.m hasta el límite nival)

En esta formación la vegetación se alterna con parches de arena desnuda. Se caracteriza por ser xerofítica, con pocas hierbas, pequeños arbustos, musgos y líquenes. En las laderas occidentales del Chimborazo, son secas y arenosas desde los 3 800 m.s.n.m.

Gelidofitia (Sobre los 4 700 m.s.n.m)

La vegetación está dominada por líquenes y musgos. Las plantas superiores (fanerógamas) prácticamente desaparecen y las que existen crecen a nivel subterráneo. Los rizomas y raíces son muy desarrollados y las hojas muy pequeñas. (ECOLAP y MAE)

5. Características del suelo

El uso del suelo de la parroquia presentan grandes extensiones ocupadas por 6.745 has de páramo, área de producción agropecuaria y área de bosque exóticos especialmente de pino y en menor proporción por zonas pobladas.

Cada vez resulta más evidente que las diversas actividades del hombre han derivado en una situación en que la tasa de pérdida de suelo supera por mucho al de su formación, desestabilizando peligrosamente su equilibrio natural.

Algunos de los procesos que influyen en mayor o menor grado en la degradación de los suelos de la mayoría de las comunidades, son: el monocultivo, el alto uso inadecuado de agroquímicos, labranza total y movimiento mecánico del suelo. (SAN ANDRÉS.GOB.EC. 2013)

B. MATERIALES Y EQUIPOS

Materiales: Libreta de apuntes, lápiz, esferográfico, sacapuntas, borrador, resma de papel.

Equipos: Computadora portátil, impresora, GPS, cámara digital, filmadora.

C. METODOLOGÍA

1. Validar el diagnóstico situacional de la Parroquia San Andrés.

Para la realización de este objetivo se acudió a fuentes de información primaria y secundaria de estudios de entidades públicas y privadas, información sobre estadísticas y censos, cartas topográficas, oficinas de turismo local y regional referente a la zona de estudio; determinándose en los siguientes aspectos:

a. Diagnóstico Situacional de la parroquia San Andrés

Se describió los siguientes aspectos:

- 1) **Físico – espacial:** en este ámbito se desarrolló los siguientes indicadores:
 - a) Localización y ubicación geográfica
 - b) Superficie
 - c) Orografía
 - d) Hidrografía

- 2) **Ecológico – territorial.-** en este ámbito se desarrolló los siguientes indicadores:
 - a) Climatología: temperatura, altitud, precipitación pluvial
 - b) Ecológico: zonas de vida, biodiversidad, áreas protegidas.
 - c) Zonas de riesgo: zonas de riesgo por deslizamientos y por inundaciones.

3) Socio – cultural.- es este ámbito se determinó los siguientes indicadores con sus propios índices:

- a) Antecedentes históricos
- b) Características básicas de la población: idioma, población cantonal, migración, alfabetismo y analfabetismo.
- c) Servicios básicos disponibles: salud, vías, transporte terrestre, comunicaciones, vivienda, abastecimiento de agua, tratamiento de agua, alcantarillado sanitario, eliminación de basura, energía eléctrica.

4) Económico – productivo.- es este ámbito se determinó los siguientes indicadores con sus propios índices:

- a) Población económicamente activa
- b) Sector productivo: agricultura, producción pecuaria, artesanías, minería
- c) Servicios financieros.

5) Político – Institucional.- en este ámbito se determinó los siguientes indicadores con sus propios índices:

- a) Límites.
- b) Organización política del cantón
- c) Organización política institucional: instituciones públicas, organizaciones privadas, instituciones vinculadas con el sector turístico.

b. Evaluación del potencial turístico

Para la evaluación del potencial turístico se acudió a fuentes de información secundaria de los inventarios turísticos existentes en entidades locales y regionales como el Ministerio de Turismo, el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial y la Junta Parroquial de San Andrés, con la finalidad de validar y actualizar el mismo. Para la validación del inventario se utilizó la metodología de “Investigación de Atractivos Turísticos MINTUR 2004”, en el que se analizó los siguientes parámetros:

- 1) **Inventario y georeferenciación.-** se realizaron varias salidas de campo para la inventariación de atractivos turísticos, para la georeferenciación se utilizó sistemas de posicionamiento global (GPS) y sistemas de información geográfica a través del software ArcGis 9.3.
- 2) **Categorización.-** se categorizó de acuerdo a los parámetros establecidos en la metodología: categoría tipo y subtipo.
- 3) **Valoración.-** se valoró el valor intrínseco, valor extrínseco, servicios de apoyo y facilidades turísticas.
- 4) **Evaluación y jerarquización.-** se los jerarquizó los atractivos en jerarquía I, II, III, IV.

c. Planificación estratégica

1) Análisis situacional de los sistemas turísticos de la parroquia

a) Análisis FODA

Se aplicó la herramienta FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas), en cada uno de los elementos del sistema turístico, con la finalidad de conocer los aspectos positivos y negativos que intervienen directa o indirectamente en el desarrollo turístico de la misma, de los cuales se darán posibles soluciones a los problemas y se fortalecerá con acciones a aquellos aspectos que sean positivos para la parroquia.

b) Identificación y priorización de nudos críticos

La identificación y priorización de los nudos críticos se realizó a partir de la matriz FODA, se estableció a partir de las debilidades y amenazas encontradas en cada uno de los componentes del sistema turístico.

c) Priorización de nudos críticos

Se planteó una tabla de valores dependiendo el grado de dificultad, impacto y duración (Anexo #01)

d) Identificación y priorización de los factores claves de éxito

Identificación de los factores claves de éxito.- se realizó con los resultados obtenidos de la matriz FODA, y fueron establecidos a partir de las fortalezas y oportunidades encontradas en cada componente del sistema turístico.

Priorización de los factores claves de éxito.- se planteó una tabla de valores dependiendo el grado de productividad, calidad y exclusividad (ver anexo #2)

2. Determinar la viabilidad comercial para la implementación de un ecolodge en la parroquia San Andrés.

a. Elaborar el estudio de mercado

Para la realización del estudio de mercado se acudió a fuentes de información secundaria de datos estadísticos existentes en entidades locales y regionales como el Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo, y Plan de Marketing del Ecuador. Además mediante investigación primaria se analizó el comportamiento de la demanda y de la oferta turística.

1) Estudio de la oferta actual.

a) Atractivos turísticos

Luego de la inventariación se realizó un cuadro resumen con los atractivos con mayor jerarquía e importancia conociendo así la oferta actual de atractivos en la zona, para ello se utilizó la siguiente matriz resumen:

Tabla #01: Matriz resumen de atractivos

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA

b) Planta turística

Se recopiló información del catastro del MINTUR, adicional se catastró los establecimientos no registrados por el MINTUR en cuanto a alimentación, hospedaje esparcimiento y transporte para conocer de esta manera la competencia a la que el proyecto se enfrentará, datos que también ayudó para el cálculo de la demanda insatisfecha.

c) Productos turísticos

En este aspecto se identificó los productos turísticos relacionados con el área de estudio, considerados en las líneas de productos turísticos en el PLANDETUR 2020, donde se conoció como se está desarrollando el sector turístico y en qué aspectos, para poder mediante la implantación del presente proyecto cubrir o mejorar los sectores que no se están abarcando y así captar la demanda insatisfecha, proyectarla y determinar la demanda objetivo a la que se va a dirigir el presente proyecto.

d) Análisis de la competencia

A través de la investigación directa se analizó los siguientes aspectos: nombre, tipo, categoría, instalaciones, clientes anuales, servicios, capacidades, precio, ubicación, demanda, formas de comercialización, observaciones; para lo cual se diseña la siguiente matriz:

Tabla #02: Matriz de Análisis de Competencias

Nombre	Tipo	Instalaciones	Clientes anuales	Servicios	Capacidad/ número de plazas	Precio

6) Estudio de la demanda

En este estudio se determinó el perfil de la demanda de los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la provincia de Chimborazo a visitar la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, siguiendo las fases:

a) Determinación del universo

Para el universo se tomó en cuenta los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo en el año 2013.

b) Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula estadística de Canavos:

$$n = \frac{N(P * Q)}{(N - 1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia

e = Margen de error

z = Nivel de confianza

c) Encuesta

Se utilizó la encuesta como técnica de investigación elaborada en inglés y español. Este cuestionario fue elaborado de acuerdo a los requerimientos de investigación considerando variables sociodemográficas y psicográficas.

d) Caracterización de la demanda

Una vez aplicada la encuesta se pudo determinar gustos y preferencias en el mercado.

e) Proyección de la oferta y la demanda

Para las proyecciones se utilizó el método del incremento compuesto; el cual, considera la siguiente fórmula: $C_n = C_o (1+i)^n$, donde:

C_n: población futura

C_o: Población al inicio del período

i: Taza media anual de crecimiento

n: número de años que se proyecta la población

3. Determinar la viabilidad técnica.

Una vez que se determinó los aspectos del mercado, se analizó con profundidad los parámetros y juicios técnicos necesarios que determinen como implementar de manera eficiente el proyecto, analizando los siguientes aspectos.

a. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

Se definió la planificación y diseño técnico considerando los datos obtenidos en el estudio de mercado, para lo cual se analizó los siguientes aspectos:

- 1) Localización del proyecto.- en este punto se definió la macro localización y la micro localización del eolodge.
- 2) Tamaño del proyecto.- se consideró el número de clientes y el terreno donde se desarrollará el proyecto.

- 3) Diseño técnico arquitectónico.- en este punto se diseñó planos arquitectónicos, diseño de interiores y de distribución, y costos de mano de obra y construcción
- 4) Proceso productivo.- se diseñó diagramas de flujos para los diferentes servicios que el ecolodge ofrecerá (alimentación, hospedaje y recreación), recetas del menú, mobiliario, equipos y menajes del proyecto, talento humano y remuneración económica, servicios básicos y mantenimiento.

b. Estudio de mercadotecnia

Se definió las estrategias de posicionamiento e identificación del nicho de mercado

Se consideró la estrategia del marketing Mix: Producto, precio, plaza y promoción

4. Determinar la viabilidad ambiental y socio – cultural.

Se aplicó el método analítico y descriptivo para determinar los impactos socio – ambientales y culturales que causará el desarrollo del proyecto.

Además se utilizó la matriz de Lázaro Lagos modificada de acuerdo a las necesidades del proyecto para medir el impacto socio - ambiental que genera esta actividad en la zona.

5. Determinar la viabilidad administrativo – legal.

a. Estudio Administrativo

Dentro del estudio administrativo se consideró los siguientes aspectos:

- 1) Formulación filosófica y estratégica de la empresa turística.- en este punto se determinó la misión, visión, objetivos, estrategias y valores de la empresa.

Para las estrategias se determinó estrategias de cambio para los nudos críticos priorizados, y estrategias de consolidación y competitivas para los factores claves de éxito priorizados.

- 2) Organigrama funcional y estructural
- 3) Manual de funciones
- 4) Reglamento para empleados y visitantes
- 5) Talento Humano y remuneración económica

b. Estudio legal

Para el estudio legal se tomó en cuenta el marco legal y normativa necesaria para la instalación de una empresa turística.

6. Determinar la viabilidad económica – financiera.

a. Estudio Económico

El estudio económico se realizó mediante:

- Activos fijos, diferido y capital de trabajo
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- Cálculo de depreciación y amortizaciones
- Presupuesto de costos y gastos
- Costos e ingresos
- Estado de resultados
- Flujo de caja del proyecto

b. Estudio Financiero

Se calculó los siguientes aspectos para determinar el análisis financiero:

- VAN: que nos sirve para determinar la seguridad de que el proyecto genere un flujo de caja del proyecto
- TIR: con el cual se identificó la rentabilidad del capital investigado
- RBC: que determinó si el proyecto genera una relación de ganancia operativa entre estos dos factores.

VI. RESULTADOS

A. VALIDAR EL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA PARROQUIA SAN ANDRÉS.

1. Diagnóstico de la parroquia San Andrés

a. Físico – espacial

1) Localización y ubicación geográfica

San Andrés se encuentra ubicada en la sierra central del país, al noroeste de la Provincia de Chimborazo, perteneciente al cantón Guano, a 8 Km de la ciudad de Riobamba, tiene 34 comunidades rurales y 8 barrios urbanos que se encuentran en la cabecera parroquial denominada Centro Poblado, también existen algunas haciendas que se dedican principalmente a la actividad agropecuaria.

Superficie: 159.9 Km²

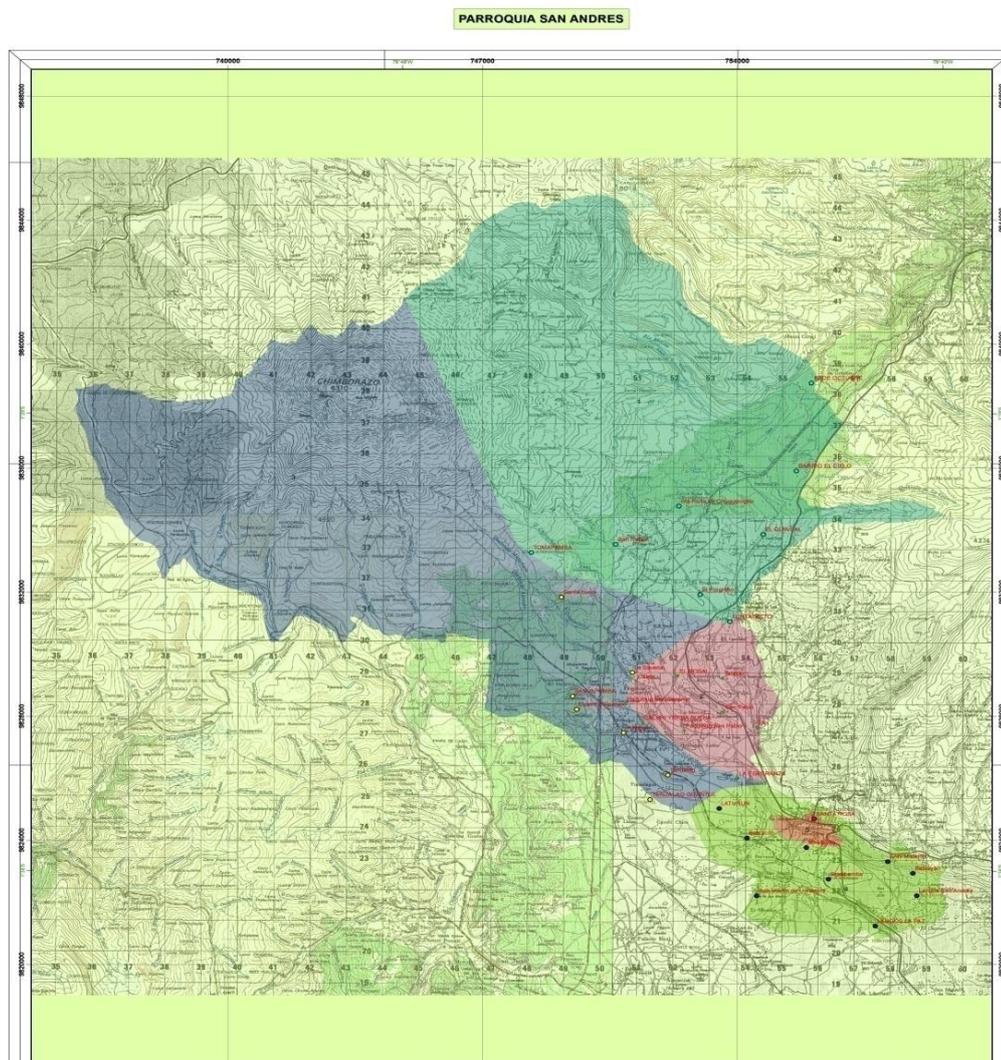
Latitud: -1.48306

Longitud: -78.7964

Altitud: 2800 -6310 msnm

(GAD Parroquial de San Andrés, 2013)

Gráfico # 01: Mapa de la Parroquia San Andrés



Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: GAD de San Andrés, 2012

2) Orografía

La Parroquia San Andrés tiene una Orografía muy irregular y se puede encontrar formas planas y quebradizas con poca pendiente en la zona baja, laderas y quebradas con pendientes, pronunciadas en la zona alta; mientras que en la zona media encontramos terrenos planos, lomas y laderas con poca pendiente.

La erosión del suelo se relaciona con la topografía del terreno, ya que el grado de pendiente incide sobre la acción que la lluvia y el viento ejercen sobre el mismo.

3) Hidrografía

En la Parroquia San Andrés según datos proporcionado por el SENAGUA (Secretaría Nacional del Agua) existen 205 vertientes de agua que nace desde sus páramos y de los deshielos del Chimborazo, de las cuales 87 se utilizan para riego y 82 se utiliza para consumo humano y 36 vertientes son adjudicadas para abrevadero de los animales, estas vertientes además forman varios ríos como son: Río Guaico, que nace en las faldas del Chimborazo por sus filtraciones que hace su recorrido por el límite entre San Andrés y San Isidro, y al pasar por el Cantón Guano tomo el nombre de río Guano, el río Batzacón de igual forma nace de los deshielos del Chimborazo realiza un recorrido por el Oeste de la parroquia, es de gran importancia ya que sirve como fuente de riego para muchas comunidades de la Parroquia, otro de los ríos que tiene su origen en las faldas del Chimborazo son el río Chibunga y el río Mocha, además existen un sin número de pequeñas lagunas, sobre todo en los páramos. Estas son utilizadas para riego y para el uso doméstico en las comunidades de la parroquia y en otros cantones como Riobamba, Guano, Mocha y Quero, lo cual hace falta formar alianzas estratégicas con los Municipios de estos cantones para preservar el ambiente.

b. Ecológico – territorial.

1) Climatología:

Temperatura: de 16 a 18° C.

Altitud: 2800 -6310 msnm

Precipitación pluvial: 31.15 mm

2) Ecológico

a) Zonas de vida:

Los páramos herbáceos (pajonales) ocupan la mayor parte de las tierras entre los 3.400 y 4.000 m.s.n.m. En su límite inferior se encuentra la Ceja Andina arbustiva o, frecuentemente, campos cultivados donde el bosque andino ya ha sido deforestado.

Estos páramos están dominados por hierbas en penacho (manejo) de los géneros Calamagrostis y Festuca. Estos grupos de hierbas generalmente se entremezclan con otro tipo de hierbas y pequeños arbustos.

Entre las zonas de vida existentes en la Parroquia San Andrés tenemos:

Bosque Siempre verde montano alto (3 000–3 400 m.s.n.m)

Incluye la vegetación conocida como Ceja Andina o flora de transición entre los bosques montanos altos y el páramo. Esta formación es similar al bosque nublado en su fisonomía, así como en la cantidad de musgos y plantas epifitas.

Páramo seco (Sobre los 4 200 m.s.n.m hasta el límite nival)

En esta formación la vegetación se alterna con parches de arena desnuda. Se caracteriza por ser xerofítica, con pocas hierbas, pequeños arbustos, musgos y líquenes. En las laderas occidentales del Chimborazo, son secas y arenosas desde los 3 800 m.s.n.m.

Gelidofitia (Sobre los 4 700 m.s.n.m)

La vegetación está dominada por líquenes y musgos. Las plantas superiores (fanerógamas) prácticamente desaparecen y las que existen crecen a nivel subterráneo. Los rizomas y raíces son muy desarrollados y las hojas muy pequeñas. (Guía del Patrimonio de Áreas Naturales Protegidas del Ecuador, 2013)

3) Biodiversidad:

La presencia de especies de flora determinado por zonas es la siguiente: a) zonas de paramo se han logrado determinar 26 especies de flora y 9 especies de fauna, siendo el Cóndor de los andes el más importante pero que se encuentra en peligro de extinción que entre las de mayor importancia. b) zonas de ríos y quebradas existen 32 especies de flora y 23 especies de fauna, c) en las zonas de producción agropecuaria se ha logrado identificar 14 especies de fauna.

El principal uso de estas especies es para tratamiento de la medicina natural que se lo viene practicando en la mayoría de las comunidades, dando mucha importancia a la medicina ancestral. La masa forestal boscosa de especies nativas ha disminuido

considerablemente a lo largo de todo la parroquia San Andrés. Este fenómeno se debe entre otros factores a la introducción de especies forestales exóticas (pino, ciprés y eucalipto), a la conversión de los suelos forestales para la agricultura y la ganadería (pastoreo suelto de animales) y a la baja utilidad económica que se asigna a las especies forestales nativas.

El pino y el ciprés se han explotado para la industria del mueble y la construcción. En general cuando no se realiza un manejo adecuado de las plantaciones de las especies forestales maderables antes mencionadas, estas extraen gran cantidad de nutrientes y agua del suelo aspecto que perjudica a la fauna y ecosistemas locales.

En los últimos años se ha reforestado paramos y vertientes con especies nativas en varias comunidades de la parroquia de San Andrés

Tabla# 03: Flora de la parroquia San Andrés

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Eucalipto	<i>EucalyptuscamaldulensisDehn.</i>	Myrtaceae
Capulí	<i>Prunussalicifolia</i>	Rosaceae
Pino	<i>Pinussylvestris L.</i>	Pinaceae
Chilca	<i>Baccharis latifolia</i>	Asteraceae
Arrayán	<i>Myrtuscommunis</i>	Myrtaceae
Ciprés	<i>CupressussempervirensL.</i>	Cupressaceae
Nogal	<i>Juglans regia</i>	Juglandaceae
Malva	<i>Malva sylvestris</i>	Malvaceae
Laurel	<i>Laurusnobilis</i>	lauraceas
Sauces	<i>Salix alba</i>	Salicaceas
Totoras	<i>Schoenoplectuscalifornicus</i>	<u>Cyperaceae</u>
Paja	<i>Panicumprionitis</i>	Poaceae
Cabuya negra, blanca	<i>Agave americana</i>	Agavaceae
Geranios	<i>Geraniumrobertianum</i>	<u>Geraniaceae</u>
Llantén	<i>Plantagomajor</i>	Plantaginaceas
Ruda	<i>Ruta graveolens</i>	Rutaceae
Cartucho	<i>Zantedeschiaaethiopica</i>	Aráceas

Sauco	<i>Sambucusnigra</i>	<u>Adoxaceae</u>
Supirosa	<i>Lantana camara</i>	Verbenacea
Líquenes	<i>Lobaria pulmonaria</i>	
Tuna	<i>Opuntia tuna</i>	Cactaceae
Zabila	<i>Aloe barbadensis</i>	Liliaceae

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

Tabla # 04: Fauna de la parroquia San Andrés

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
AVIFAUNA		
Mirlos	<i>Turdusfuscateur</i>	<u>Turdidae</u>
Tórtolas	<i>Columbina Parcerina</i>	Columbidae
Huiracchuros	<i>Pheuticusaurventris</i>	<u>Turdidae</u>
Perdiz	<i>Nothura maculosa</i>	Tinamidae
Gavilán	<i>Buteosp</i>	Accipítridae
Colibríes	<i>Tyto alba</i>	Tytonidae
FAUNA		
Conejo de páramo	<i>Sylvilagusbrasiliensis</i>	Leporidae
Cuy doméstico	<i>Cavia porcellus</i>	Caviidae
Chucuri	<i>Mustela frenata</i>	Mustilidae
Lobo de páramo	<i>Lycalopexculpeaus</i>	Canidae
Oveja	<i>Ovisaries</i>	Bóvidos

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

4) Áreas protegidas

La parroquia San Andrés posee parte de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo dentro de territorio.

5) Zonas de riesgo

Podemos evidenciar ciertos riesgos de diferente ámbito en la parroquia, se ha logrado identificar 8 tipos de riesgo, siendo el que más ha afectado a la población de San Andrés causando enfermedades respiratorias, y pérdida en los cultivos es la caída de

ceniza que ocurre en ciertos tiempos emitidas por el volcán Tungurahua, como podemos ver en el siguiente cuadro.

Tabla# 05: Riegos de vulnerabilidad de la parroquia

RIESGOS DE VULNERABILIDAD DE SAN ANDRES		
No.	RIEGOS	TIPO
1	Sismos por la erupción del volcán Tungurahua	Media intensidad, afectación baja
2	Afectación por caída de ceniza por la erupción del Volcán Tungurahua	Baja afectación
3	Erupción del Volcán Tungurahua	Alta afectación por arrastre de materiales volcánicos, alta afectación a viviendas, vías, redes eléctricas, de agua y alcantarillado
4	Sismos por erupción del Volcán Chimborazo	Alta intensidad sísmica y alta afectación a viviendas, vías, redes eléctricas y media afectación a redes de alcantarillado y agua potable.
5	Vientos fuertes	En la cabecera parroquial, baja afectación
6	Incendios	Afectaciones localizadas
7	Inseguridad	En el sector Pulingui, La Silveria, han sido víctimas de abigeato
8	Accidentes de tránsito	En la cabecera parroquial y en las comunidades Tuntacto y San Pablo. Alta ocurrencia (129 denuncias de accidentes de tránsito en el presente año), afectación a la vida de las personas, a vehículos y a la propiedad privada.

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: GAD de San Andrés, 2012

c. Socio – cultural

1) Antecedentes históricos

El proceso de formación del pueblo de San Andrés observa tres etapas Prehispánica, colonial, Independencia y República.

a) Prehispánica: San Andrés perteneció al territorio de los Puruháes, fue uno de los más avanzados conocido con el nombre de Runshi o Xunxi; Dunshi o Dunji existiendo hasta la actualidad la loma de Runshi, la lengua que hablaban era la puruhay que es suya propia veneraban al volcán Chimborazo, sacrificaban en este cerro muchas doncellas.

b) La Colonia: Los españoles, llegaron al territorio de la actual provincia de Chimborazo en 1534 y comenzaron su obra de conquista y colonización.

San Andrés fue encomienda de Rey Díaz de Fuenmayor y Juan Velásquez Dávila a partir de 1539, según datos que se han conservado, la tarea evangelizadora comienza a través de los franciscanos en el año 1557.

2) Fundación del pueblo.

Sitúan algunos historiadores la fundación de las doctrinas (pueblos) entre las cuales estaría la de San Andrés por el Licenciado Francisco Cárdenas entre 1560 o 1564, Quizá 30 de Noviembre fiesta del apóstol San Andrés suscribiendo un acta de fundación española de San Andrés Xunxi.

INDEPENDENCIA DE LA REPÚBLICA: Desde el 20 de diciembre de 1845 forma parte del Cantón Guano, iniciándose una nueva etapa de San Andrés, es evidente el progreso, en diferentes aspectos urbanísticos económicos sociales, políticos, culturales, gracias al dinamismo, decisión y solidaridad de su gente. (GAD DE SAN ANDRÉS, 2013)

2) Características básicas de la población:

a) Idioma

Tabla # 06: Idioma empleado mayoritariamente por la población en los diferentes asentamientos humanos de la parroquia San Andrés.

Comunidad	Población mayoritariamente de habla Kichwa	Población mayoritariamente de habla Hispana	Población mayoritariamente de habla Kichwa hispana	Población Mayoritariamente
El Progreso			x	Kechwa
San Rafael			X	Kechwa
El Quinual		X		Hispana
12 de Octubre		X		Hispana
Santa Rosa de Chuquipogio			X	Kechwa
Tuntatacto		X		Hispana
Tomapamba			X	Kechwa
Calshi Grande			X	Kechwa
Calshi Hierva Buena			X	Kechwa
Paquibug San Pablo			X	Kechwa
Paquibug San Gerardo			X	Kechwa
San Pablo			X	Kechwa
La Esperanza		X		Hispana
Llío		X		Hispana
Tatacto		X		Hispana
Tunsalao		X		Hispana
Pulingui			X	Kechwa
San José de la Silveria			X	Kechwa
Sanjapamba			X	Kechwa
Tahualag		X		Hispana
Santa Lucia De Chuquipogio			X	Kichwa
Cuatro Esquinas			X	Kichwa
Balzayan		X		Hispana
Batzacon		X		Hispana
Hondón del Norte		X		Hispana
El Rosal		X		Hispana
Los Retoños		X		Hispana
Laturun		X		Hispana
Langos la Paz		X		Hispana

Langos San Andrés		X		Hispana
Miraflores		X		Hispana
Sigsipamba		X		Hispana
Uchanchi		X		Hispana
Cabecera Parroquial		X		Hispana
Cabecera Parroquial		X		Hispana

Elaborado por: Jorge Guevara.
Fuente: GAD San Andrés, 2012.

Cuadro #01: Idioma empleado mayoritariamente por la población en la parroquia San Andrés.

Idioma	Número de comunidades	Porcentaje
Comunidades mayoritariamente de habla kechwa	0	0%
Comunidades mayoritariamente de habla hispana	27	64,00%
Comunidades mayoritariamente bilingües	15	36,00%
TOTAL	42	100%

Elaborado por: Jorge Guevara.
Fuente: GAD San Andrés, 2012.

Con relación al idioma en la parroquia San Andrés el 64% de la Población habla el castellano como idioma oficial, en cambio el 36% de la población son Bilingües, es decir hablan los dos idiomas como son el Castellano y el Kechwa, además que se puede manifestar que no hay población que hable eminentemente el Kechwa.

b) Población cantonal

La población de la parroquia se encuentra mayoritariamente concentrada en la zona Rural de la parroquia San Andrés, la cual se ubica sobre los ejes principales de desarrollo, es decir disponen de vías de segundo y tercer orden, que en el verano son accesibles y en el invierno se vuelve un poco peligrosos, además se encuentra a poca distancia de las vías de mayor circulación vehicular que es la panamericana norte que va de Riobamba a Quito, cuyos asentamientos humanos se ubican entre una altitud entre 2800 y 3900 msnm, siendo el promedio de población por asentamiento humano de 84,47 habitantes por Km².

La cabecera parroquial es San Andrés con un número de habitantes de 13481 habitantes, si comparamos con los datos del censo del año 2001 en la que la población fue de 10984 habitantes, podemos decir que ha existido un crecimiento poblacional de 2497 habitantes, lo que quiere decir que hay un alto índice demográfico, el crecimiento se debe a la cercanía al principal polo de desarrollo como es Riobamba, además cuenta con la mayoría de servicios básicos aunque hace falta la reparación de muchos de estos. La estructura familiar predomina en la parroquia está dado por la presencia de los hombres, en su gran mayoría ya que ellos son la cabeza del hogar, su principal fuente de ingresos es la actividad es la producción agropecuaria, con una población que se encuentra en edad de trabajar de 9381, que corresponde al 70% de la población, si consideramos una edad para trabajar a partir de los 10 años hasta los 65 años, la población económicamente activa (PEA) se encuentra en el 44.73% de acuerdo a los datos proporcionados por el (INEC 2010)

Cuadro# 02: Población desagregada por sexo y grupos.

POBLACIÓN DESAGREGADA POR SEXO Y GRUPOS				
Grupo de edad	Sexo		Total	%
	Hombre	Mujer		
Menor de 1 año	127	133	260	1,93
De 1 a 4 años	599	581	1180	8,75
De 5 a 9 años	781	767	1548	11,48
De 10 a 14 años	819	770	1589	11,79
De 15 a 19 años	768	747	1515	11,24
De 20 a 24 años	602	710	1312	9,73
De 25 a 29 años	466	570	1036	7,68
De 30 a 34 años	360	442	802	5,95
De 35 a 39 años	338	381	719	5,33
De 40 a 44 años	265	308	573	4,25
De 45 a 49 años	258	317	575	4,27
De 50 a 54 años	205	251	456	3,38
De 55 a 59 años	207	215	422	3,13
De 60 a 64 años	180	202	382	2,83
De 65 a 69 años	186	210	396	2,94
De 70 a 74 años	115	144	259	1,92
De 75 a 79 años	93	122	215	1,59
De 80 a 84 años	66	69	135	1
De 85 a 89 años	30	40	70	0,52

De 90 a 94 años	9	18	27	0,2
De 95 a 99 años	1	5	6	0,04
De 100 y más	2	2	4	0,003
TOTAL	6477	7004	13481	100

Elaborado por: Jorge Guevara.

Fuente: GAD San Andrés, 2012.

c) Migración

El fenómeno migratorio se ocasiona a partir del año 2000, esto guarda relación con la desintegración familiar, se puede hablar de migración interna y externa, cuando es interna se produce hacia las principales ciudades como Riobamba, Quito, Guayaquil, Ambato y Cuenca.

De acuerdo a la población existe una constante de la migración en base a la baja productividad de la zona, a la falta de fuentes de trabajo, a la constante pérdida de sus cultivos, debido a las condiciones climáticas y la falta de una tecnología apropiada para la producción.

La migración temporal se registran 99 casos, esto se da generalmente por trabajos ocasionales, especialmente en la albañilería o negocios, que suelen estar cierto tiempo que no va más allá de los tres meses, luego regresan a sus casas, esta actividad lo realizan luego de las siembras de realizar las principales labores agrícolas, regresando para realizar la cosecha.

Pero también existe migración hacia otras ciudades como es especialmente a Riobamba considerando como una población flotante, se describe a las personas que salen a sus lugares de trabajo por las mañanas y regresan por las noches y en algunos casos los fines de semana, este segmento se puede dividir en personas que realizan actividades; comerciales, de albañilería, empleados en el sector público, empleados en el sector privado, estibadores en la Empresa Pública Municipal Mercado de Productores “Agricultores San Pedro de Riobamba”, en el caso de las mujeres lavanderas de ropa, cocineras y empleadas domésticas.

En cuanto a la migración interna se produce más en la gente joven, en los hombres el trabajo que van a realizar es la construcción, en cambio las mujeres van a trabajar

como empleadas domésticas, esto ha generado problemas sociales ya que muchas de las mujeres regresan embarazadas. En ambos casos ha generado problemas sociales, en los hombres adquieren costumbres ciudadinas, la vestimenta es diferente a la original, e incluso se visten a la moda actual.

En lo que se refiere a la migración externa, según datos proporcionados por el (INEC 2011), el 49,5% de la población migrante tiene como destino España, esto se debe quizá por el idioma, el 28,28% el destino es Estados Unidos. Si bien es cierto que las remesas enviadas por los migrantes ha mejorado la economía de las familias, por otro lado ha generado una pérdida en la identidad cultural de las personas.

La migración en la parroquia ha provocado consecuencias e impactos a los núcleos familiares, los hijos que se quedan enfrentan problemas de deserción escolar, alteración de la conducta, mal uso del dinero que reciben de las remesas, problemas psicológicos y afectivos de los miembros familiares, así como también problemas sociales como drogadicción, alcoholismo, tabaquismo, etc.

Entre los principales problemas que seha podido considerar en la Parroquia de San Andrés mencionamos las principales causas:

- Falta de fuentes de empleo.
- Baja producción agropecuaria.
- Falta de asistencia técnica a sus cultivos.
- Bajo ingreso por actividad agropecuaria.
- Inestabilidad emocional.

d) Alfabetismo

Por estar cerca de la ciudad, la gran mayoría de jóvenes de la cabecera parroquial la educación secundaria lo realizan los diferentes establecimientos de la ciudad de Riobamba, de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC 2010 un 93% acceden a establecimientos fiscales, en un 5% asisten a establecimientos particulares y un 2% a establecimiento Fisco misional.

e) Analfabetismo.

Tiene un nivel de analfabetismo estimado del 30%, encontrándose un analfabetismo mayor en la mujer con un 37,4%. El 47,4 % ha terminado la instrucción primaria y el 7,1% ha concluido la secundaria y solamente el 3% tiene instrucción superior. Se cuenta con dos escuelas hispanas en la cabecera parroquial; mientras que en el sector rural comunidades cuentan con escuelas, 4 de ellas son bilingües, todas mixtas. En relación al nivel secundario, la parroquia cuenta con un colegio en la cabecera parroquial y en las comunidades de Batzacón y Pulinguí.

3) Servicios básicos disponibles

Según el cuadro de acuerdo a los datos del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE) la cobertura de agua entubada por red pública dentro de la parroquia es de 18% de la red pública que corresponde al centro poblado. Este sistema de abastecimiento de agua potable ha cumplido su vida útil por lo que requiere un nuevo sistema, puesto que se ha incrementado incluso el número de viviendas.

La red de alcantarillado según el INEC (2010) tiene una cobertura del 14% esto corresponde a la cabecera parroquial, el resto de las comunidades no disponen de este servicio.

Cuadro #03: Cobertura de servicios básicos

SECTOR/INDICADOR	SAN ANDRÉS
Servicios Básicos	
Agua entubada dentro de la vivienda	18%
Red de alcantarillado	14%
Servicio eléctrico	88%
Servicio telefónico	10%
Servicio de recolección de basura	8%
Servicio higiénico exclusivo	19%

Elaborado por: Jorge Guevara.

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Tabla # 07: Disponibilidad de servicios básicos de agua, electricidad y saneamiento básico en las comunidades de la parroquia de San Andrés.

Comunidad	Servicio de agua de consumo humano y uso doméstico						Servicio de energía eléctrica		Servicio de alcantarillado		Servicio de recolección de basura	
	Disponibilidad		Forma de aprovisionamiento				Si	No	Si	No	Si	No
	Si	No	Red pública	Agua entubada	Carr o repartido	Pozos propios						
El Progreso	X			x		si	x			x		x
San Rafael	X			x		si	x			x		x
El Quinual	X			x		si	x			x		x
Santa Rosa de Chuquipogyo	X			x		si	x			x		x
Tuntatacto	X			x		si	x			x		x
12 de Octubre	X			x		si	x			x		x
Tomapamba	X			x		si	x			x		x
Calshi Grande	X			x		si	x			x		x
Calshi Hierva Buena	X			x		si	x			x		x
Paquibug San Pablo	X			x		si	x			x		X
Paquibug San Gerardo	X			x		si	x			x		X
San Pablo	X			x		si	x			x		x
La Esperanza	X			x		si	x			x		x
Llío	X			x		si	x			x		x
Tatacto	X			x		si	x			x		x
Tunsalao	X			x		si	x			x		x
Pulingui	X			x		si	x			x		x
San José de la Silveria	X			x		si	x			x		x
Sanjapamba	X			x		si	x			x		x
Tahualag	X			x		si	x			x		x

Santa Lucía De Chuquipogoyo	X			x		si	x			x		x
Cuatro Esquinas	X			x		si	x			x		x
Balzayan	X			x		si	x			x		x
Batzacon	X			x		si	x			x		x
Los Retoños	X			x		si	x			x		x
El Rosal	X			x		si	x			x		x
Hondón del Norte	X			x		si	x			x		x
Laturun	X			x		si	x			x		x
Langos la Paz	X			x		si	x			x		x
Langos San Andrés	X			x		si	x			x		x
Miraflores	X			x		si	x			x		x
Sigsipamba	X			x		si	x			x		x
Uchanchi	X			x		si	x			x		x
Cabecera Parroquial	X		X			si	x		X		X	

Elaborado por: Jorge Guevara.

Fuente: GAD San Andrés, 2012.

a) Salud

En la parroquia existe un solo Sub Centro de Salud para toda la población, el mismo que funciona en la cabecera parroquial, según datos proporcionados por el Sub Centro de Salud parroquial se están atendiendo alrededor de 18 pacientes por día, entre las principales enfermedades que existen son las infecciones respiratorias, enfermedades diarreicas, desnutrición y parasitosis. Además existen dos subcentros de salud del Seguro Social Campesino en la comunidad Calshi San Francisco y Pulingui y dos puestos de salud, los casos más frecuentes que se están atendiendo es las infecciones respiratorias y las parasitarias.

El principal problema que tienen las redes de salud es la escasez de personal y su limitada capacidad de resolución en atención primaria y especializada de nivel parroquial. Efectivamente, los médicos de MSP están contratados por 8 horas/día. Se

estima que en el medio rural existen menos de dos médicos de planta por 10.000 habitantes, el resto de médicos son residentes que hacen su año rural.

En el puesto de salud de San Pablo cuentan tan sólo con un médico. En cambio en el. En el sub-centro de San Andrés existen atendiendo dos médicos, una odontóloga, una enfermera y dos auxiliares de enfermería. En los puestos de salud de Balsayan, y Tatacto se cuenta con un médico y una auxiliar de enfermería. En el puesto de salud de Tuntacto laboran 1 médico y 1 odontólogo, el cual labora solamente un día a la semana, lo cual es muy poco para la población.

En la cabecera parroquial se dispone del sub centro de Salud cuya área total es de 250m², se encuentra en buen estado el sub centro funciona las siguientes dependencias, un consultorio médico, un consultorio odontológico, la secretaría, una bodega, una sala de espera, que son espacios que no reúnen características adecuadas para su buen funcionamiento, además consta de los servicios básicos como agua, y luz eléctrica. El Subcentro tiene un área de influencia de 7944 habitantes, según datos proporcionados por el Sub Centro de Salud parroquial se están atendiendo alrededor de 3882 pacientes de morbilidad, lo que quiere decir que hay una demanda en la atención, siendo las patologías más frecuentes las infecciones respiratorias altas, debido a los cambios bruscos de temperatura, enfermedades diarreicas, desnutrición y parasitosis, esto se debe principalmente a la mala calidad de alimentación y mala calidad del agua de consumo.

El Centro de Salud que atiende al público de lunes a viernes en un horarios 8:00 a 4:00 y tiene la presencia permanente de una enfermera, el médico y un odontólogo que atiende tres días a la semana cuando las enfermedades son graves, la población recurre al hospital de Riobamba.

La parroquia de San Andrés, no goza de buenas condiciones de salud, por múltiples razones como son: La casi inexistencia de servicios de saneamiento ambiental como recolección de basura, alcantarillado, eliminación adecuada de excretas, que da como resultado la contaminación ambiental, falta de dotación de agua potable, cambios bruscos del clima, baja calidad nutricional, y la casi nula cobertura en calidad y cantidad de los servicios de la salud.

Además existen dos puestos de Salud en las comunidades de Tuntatacto, Tatacto, San Pablo y Balsayan que es del seguro social campesino, que benefician a las siguientes comunidades, San Rafael, Cochapamba, Santa Rosa, La Josefina, Choquipogio y la Andaluza, Calshi, Paquibug San Gerardo, La Silveria, Santa Lucía de Choquipogi, Santa Rosa de Choquipogio, La Josefina, estos centros cuentan con el mínimo espacio físico. Las enfermedades más frecuentes son las respiratorias y las enfermedades parasitarias.

También existen dos puestos de salud del Seguro Social Campesino donde disponen de los mínimos servicios de atención, como es una área de atención médica, estos se encuentran en las comunidades de Calshi y Pulingui, se sirven a las comunidades vecinas, aquí se atiende solamente los días martes y Jueves, las enfermedades más frecuentes son las respiratorias y las parasitarias.

b) Vías

San Andrés se caracteriza por disponer de 157,1 Km de vías, de las cuales apenas el 5,1% se encuentra pavimentado, el 80,9% del total de las vías son de tierra, con un total de 127,10 Km, lo que podemos decir que la parroquia adolece de un buen sistema vial, que permita sacar la producción agropecuaria a los mercados de la ciudad.

c) Transporte terrestre

Los servicios de transporte con los que cuenta la parroquia son dos unidades que prestan este servicio, que son Cooperativa de Transportes San Andrés y El Cóndor, los mismos que sirven a la parroquia y sus comunidades, la cooperativa San Isidro que tiene la ruta hasta Riobamba pasa por el centro de la parroquia también sirve a la comunidad; a pesar de que existen horarios no lo cumplen puesto que hay una marcada competencia entre las cooperativas de transporte, a más de esto la mala calidad de los servicios por el exceso de pasajeros que suelen traer especialmente en horas pico que es la mañana y también en días de feria. Los turnos son generalmente cada 30 minutos.

Además cuenta con las siguientes líneas de transporte:

- **La compañía Virgen de Chuquipogio** su sede está ubicada en la parroquia de San Andrés en las calles Chimborazo y Desiderio Mantilla, opera desde el mes de abril del 2005, con una flota de 5 unidades para carga liviana, que sirve a las comunidades de la parroquia.
- **La Compañía TransFiallos** tiene permiso de operación desde junio del 2006 trabaja con una flota de 7 unidades para carga pesada su sede se encuentra ubicada en la parroquia de San Andrés, la actividad que lo realizan es el transporte del material pétreo de la mina que se encuentra ubicada en la vía Riobamba a San Andrés.

En la mayoría de comunidades también disponen de vehículos pequeños particulares que también sirven como medios de transporte

d) Comunicaciones

La parroquia tiene acceso a los principales medios especialmente de comunicación como la radio y la televisión que tiene una cobertura del 98% en el caso de la radio y un 98% en el caso de la televisión pública. En la cabecera parroquial por la cercanía a la ciudad de Riobamba en un 30 % acceden a la prensa escrita, los medios de comunicación que más acceden son el Comercio, La Prensa de Riobamba, El Extra de Guayaquil; además existe un 3% que tiene acceso a la televisión por cable. En cuanto a la cobertura de teléfono público en la cabecera parroquial y en varias comunidades se estima que un 24% dispone de este servicio, en cambio el servicio de telefonía móvil tenemos un 46% que disponen de este servicio, en cuanto a servicio de internet existe solamente en el centro parroquial alcanzando una cobertura de un 2%.

En lo que se refiere al servicio telefónico según el INEC (2010) tiene una cobertura de 10% en lo que se refiere a telefonía fija, en cambio la telefonía móvil tiene una cobertura de 46%, como podemos ver la telefonía móvil es la que más se lo utiliza para poderse comunicar.

Telefonía fija.- Acorde a la recopilación de información en el GAD de San Andrés (2013) se observó que 594 familias de la parroquia, cuentan con telefonía fija en las siguientes comunidades; (La Esperanza, El Rosal, Calshi, Santa Lucía, Tahulac, El Progreso, Paquibuc, San Pablo, Balzayan, Batsacon, Uchanchi, Sigsipamba, Uuntatacto, Tatacto, Llio) y los Barrios de la Cabecera Parroquial.

Telefonía celular.- De la misma forma mediante recopilación de información se determinó que 1687 familias de la parroquia San Andrés, cuentan con telefonía móvil en un 46% con cobertura claro, y en cobertura movistar, debido a los avances tecnológicos y por la facilidad de comunicación en cada familia existen en promedio de uno a dos celulares.

e) Vivienda

La mayor parte de la población del área rural de la parroquia por sus bajos ingresos económicos está obligada a vivir en viviendas, con equipamientos precarios que apenas cubren las necesidades humanas más primarias. La infraestructura es mínima, pues normalmente carecen de agua potable, y alcantarillado. Las casas son construcciones mixtas hechas por los propios residentes.

En la Parroquia San Andrés aproximadamente 3650 familias cuentan con vivienda propia, de los cuales 1690 el material de construcción es material mixto como asbesto (eternit, eurolit) que corresponde al 46,30%, 958 es de hormigón armado (loza, cemento) que corresponde al 26,25%, 568 son viviendas de Zinc que corresponde al 15,56%, y 84 son viviendas de paja u otros materiales que corresponde al 11,89%.

f) Abastecimiento y tratamiento de agua

El principal asentamiento humano que destaca en cuanto a población, es mestiza en un 61,53%, la dotación de agua potable en la parroquia se distribuye a través de red pública en un 18%, de pozo en un 3,24% y de río en un 0,81%. Todas las comunidades habitadas a excepción de la cabecera parroquial, disponen de sistemas de agua entubada para el consumo humano y uso doméstico. El centro parroquial tiene un sistema de abastecimiento de agua potable que ya ha cumplido su vida útil

por lo que requiere un nuevo sistema, puesto que se ha incrementado incluso el número de viviendas.

EL sistema de agua de la Cabecera Parroquial ha cumplido su ciclo de vida ya que este tiene más de 30 años, por lo tanto requiere la construcción de un nuevo sistema de agua potable.

g) Alcantarillado sanitario

Con respecto al saneamiento básico se pudo determinar que la infraestructura disponible en forma de disposición de aguas servidas se ha considerado:

- **Alcantarillado.-** En la parroquia de San Andrés ninguna de las comunidades disponen de este servicio, solamente la cabecera parroquial poseen el alcantarillado, que se encuentra deteriorado, que ha cumplido su vida útil por lo que urge su reparación.
- **Pozos sépticos.-** Con relación a esto existen 999 familias que pertenecen indistintamente a las comunidades de la parroquia han optado por la construcción de pozos sépticos.
- **Aguas servidas directamente sobre ríos y quebradas.** Según datos de censo del año 2010, 11 familias que descargan directa a la quebrada o a los ríos.
- **Conectado a pozo ciego.** En la parroquia San Andrés 1048 familias cuentan con pozo ciego esparcidas en todo el territorio entre sus comunidades.
- **Letrinas.-** En la parroquia San Andrés 276 familias cuentan con latinización entre sus comunidades, mientras que 802 familias no tienen y lo realizan al aire libre, lo cual es muy preocupante.

h) Eliminación de basura

Los servicios de saneamiento básico y manejo de desechos sólidos definidos por la cobertura en alcantarillado para la cabecera parroquial es del 14%, que corresponde a la cabecera parroquial y para el resto de comunidades no lo disponen de este servicio. En la cabecera parroquial el servicio de alcantarilla se encuentra obsoleto por lo que urge un nuevo sistema de alcantarillado y de agua lluvia.

La cobertura de manejo de los desechos sólidos es mínima en el centro parroquial con un 8%, un día a la semana que realiza el servicio de recolección de basura por parte del Municipio de Guano, en cambio en las comunidades no disponen de este servicio. San Andrés por ser una parroquia grande se debería disponer de por lo menos 2 días a la semana este servicio de recolección de basura.

En lo que tiene que ver al manejo de los desechos sólidos podemos manifestar que el 38,1% de los encuestados prefiere botar la basura al terreno, el 39% la quema, el 10.1% la entierra, el 8% utiliza el carro recolector que lo realiza exclusivamente en la cabecera parroquial, el mismo que lo realiza una vez a la semana, los días jueves, las comunidades no tienen acceso a esto.

i) Energía eléctrica

En cuanto a la energía eléctrica según datos proporcionados por el INEC (2010) tiene una cobertura de 92% tiene acceso a este servicio básico.

De acuerdo al trabajo realizado en la parroquia y sus comunidades se observa que las 34 comunidades y 8 barrios disponen de este servicio, la red de servicio eléctrico según el INEC (2010) tiene una cobertura del 88%, el 12 % restante no los tienen, especialmente en las comunidades de la zona alta, por las dispersiones altas de los sectores.

j) Educación

Influye en la calidad de la educación la carencia de infraestructura, de servicios básicos, de material didáctico, de equipamiento tecnológico, profesores preparados,

etc. es necesario exigir a las autoridades gubernamentales el apoyo necesario para llegar a tener una educación de calidad en la parroquia.

En 24 comunidades de la parroquia, así como también en la cabecera parroquial existen instituciones educativas en su totalidad fiscales. El nivel de educación ofertado es el siguiente, en 4 jardines oferta el nivel Pre- escolar, 24 escuelas únicamente se oferta el nivel Primario y 4 ofertan bachillerato general. La jornada laboral en la totalidad de instituciones educativas presentes en la parroquia San Andrés, las escuelas en su gran mayoría son unidocentes.

Existe 2765 alumnos en los tres niveles de educación como son: Para la educación inicial conocido como el primer año de educación básica en la parroquia se dispone de cuatro jardines de infantes, que se encuentran en San Andrés, Batzacón, Pulingui y Cuatro Esquinas, los mismos que brindan educación a niños de 4 a 5 años con un total de 110 niños.

Tabla #08: Educación en la parroquia San Andrés

Comunidad	Nombre de la institución	Tipo de institución				Nivel de formación ofertado				Jornada		
		Fiscal	Fiscomisional	Municipal	Privada	Pre-escolar	Primaria	Ciclo básico	Bachillerato	Matutina	Vespertina	Nocturna
Balsayan	Escuela Casique Toca	X					X			X		
Sigsipamba	Provincia de Galápagos	X					X			X		
Uchanchi	Escuela José de San Martín	X					X			X		
Batzacon	Unidad Educativa Batzacón	X							X	X		
Tagualag	Escuela Dr. Carlos Zambrano	X					X			X		
Tunsalao	Escuela Luis Arturo Barahona	X					X			X		
Pulinguí	Unidad Educativa Once de Noviembre	X							X	X		
Cuatro Esquinas	Jardín Cuatro Esquinas	X					X			X		

Cuatro Esquinas	Escuela Cuatro Esquinas	X					X			X		
Sanjapamba	Escuela 9 de Octubre	X					X			X		
La Silveria	Escuela Flavio Alfaro Moreno	X					X			X		
Santa Lucía de Chuquipogio	Escuela Nevados Chimborazo	X					X			X		
Tomapamba	Escuela Angel Cantos Ronquillo	X					X			X		
San Rafael de Chuquipogio	Escuela Pedro Pastor Vera	X					X			X		
Santa Rosa de Chuquipogio	Escuela Ruperto Alarcón Falconí	X					X			X		
12 de Octubre	Escuela Ángel Serafín Pulgar	X					X			X		
Tuntatacto	Unidad Educativa Tuntatacto	X					X		X	X		
San Pablo	Unidad Educativa San Pablo	X					X		X	X		

Calshi San Francisco	Escuela República Federal de Alemania	X					X				X	
Paquibug San Gerardo	Escuela Bolívar Chiriboga	X					X				X	
Paquibug San Pablo	Escuela 29 de Junio	X					X				X	
San Andrés	Escuela Imbabura	X					X				X	
San Andrés	Jardín Dr. Camilo Gallegos Dominguez	X				X					X	
San Andrés	Escuela César Naveda	X					X				X	
San Andrés	Colegio San Andrés	X							X		X	

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: GAD de San Andrés, 2014

b) Económico – productivo

1) Población económicamente activa

La población económicamente activa de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC (2010) es de 44,73% del total de la población.

1) Sector productivo: agricultura, artesanías y minería

El área de mayor superficie ocupada según el uso del suelo es la papa con 284 Ha de cultivo sembradas, con un 29,47%, posteriormente el maíz 16,99% y cebada 14,06%, con una superficie de 535,83 Ha dedicadas a estos tres cultivos, cuyo promedio de siembra por familia es de 1 Ha por familia, siendo la comunidad de Tomapamba la que más cultiva las papas en un 25%, cuyo rendimiento para la papa es bajo con 2,97 Tm /Ha en comparación con 5,63 Tm/Ha que es la media a nivel nacional, los bajos rendimientos se debe a la falta de Asistencia Técnica y la aplicación de tecnologías inapropiadas para el manejo de este cultivo, la oferta productiva de la papa a nivel de la parroquia es de 843,48 Tm, producidos de manera semi-tecnificado.

Los mercados abastecidos con los productos agropecuarios son para el caso de cultivos agrícolas como papas, maíz y cebada, el mercado principal es Riobamba en un 68.12%, Ambato en un 14,29%, Quito en un 10.19% e incluso en la misma parroquia en un 7,25%. La venta se lo realiza a Intermediarios ya que no existe una organización ni tampoco un centro de acopio para que se pueda comercializar en forma directa; el principal producto que cultiva la parroquia es las papas con un 29.47% del total de la población, las mayores pérdidas económicas están por factores climáticos como las heladas y por la falta de un asesoramiento técnico en el todo el proceso de producción.

Las infraestructuras de apoyo en la producción existen 87 concesiones fuentes de agua destinadas para el riego, los mismos que son utilizadas para riego por inundación o por gravedad en un 95%, apenas el 5% riega por aspersión y son las haciendas existentes en el sector, en cuanto a canales de riego en un 90% son canales abiertos y sin ninguna obra de infraestructura, lo que provoca disminución del caudal

de agua, el área de riego es de 1641,67 Ha, según datos proporcionados por el SENAGUA, el Principal canal de riego es el de las abras que tiene un área de riego de 1350 Ha con un caudal de 909,8 litros por segundo se encuentra en malas condiciones, hace falta su reparación. Otro de los importantes es el canal María Mayancela que tiene un área de riego de 246,45 Ha con un caudal de 163 litros, que sirve a la cabecera parroquial. En general los canales de riego que disponen las comunidades son descubiertos lo cual hace falta canales revestidos, lo cual mejorara los sistemas de riego. Si bien es cierto hoy en día por la cantidad de agua que se dispone el riego se realiza por inundación o por gravedad, por lo que a futuro se debe plantear tecnificar el riego.

3) Producción pecuaria

La principal actividad pecuaria es la crianza de especies mayores como los bovinos con un total de 11220 y ovinos 17300 , otro rubro importante es la crianza de especies menores como aves y cuyes con un total de 27020 animales, que sirven como reserva económica para su necesidades diarias; en relación a la producción de leche podemos manifestar que en San Andrés se encuentra con un rendimiento de producción promedio de 4,75 litros de leche vaca día, con un total de 775vacas lecheras, lo que podemos manifestar que está en relación con el promedio de la provincia de Chimborazo, que es de 4,8 litros/vaca/día, el tipo de producción para ganadería bovina es semitecnificado, es decir con mínimas normas de manejo en lo referente a sanidad y nutrición, el pastoreo lo realizan en su gran mayoría mediante el sogueo, excepto las haciendas que maneja paquetes tecnificados, con un sistema de alimentación es básicamente pasto natural en un 90 %, apenas el 10% dispone de pastos mejorados o establecidos, de igual manera el 90 % el ganado es considerado mestizo, apenas un 10% se considera mejorado. La oferta de productos derivados de la ganadería de especies mayores es de 10076,5 litros /día total de la parroquia.

f) Servicios financieros.

La Parroquia San Andrés cuenta con la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Buena Esperanza”, y además con pequeñas entidades financieras como el Banco del Barrio del Banco de Guayaquil, que se encuentra ubicado en dos tiendas, y una farmacia del

centro de la parroquia, donde los clientes del Banco pueden realizar: Depósitos de hasta \$200, Retiros en efectivo de hasta \$100, además Consultas de Saldos y Pagos de Planillas de agua, luz y teléfono.

Artesanías

En el sector artesanal existen, sastres, modistas, panaderos, picapedreros talladores, albañiles quienes tienen un papel relevante en la vida productiva de la parroquia.

d. Político – Institucional

1) Límites.

Norte: Provincia de Tungurahua

Sur: Calpi, San Juan (Riobamba)

Este: Guano y San Isidro

Oeste: San Juan y Provincia Bolívar

2) Organización política de la parroquia San Andrés

Las Competencias del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Andrés, está enmarcado en la Constitución del año 2008 y del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD), los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales (GADPR' s) tenemos ocho competencias exclusivas, cuya gestión puede también ser ejercida de manera concurrente con otros niveles de gobierno al posibilitarse la articulación entre estos actores.

Los miembros vocales del Gobierno Parroquial, son elegidos mediante votación popular, se lo realiza cada cuatro años aproximadamente, en total son 5 los miembros elegidos, los mismos que una vez posesionados por el Consejo Nacional Electoral, proceden a tomar sus cargos, que por ley el más votado es el presidente y así sucesivamente.

Tabla #09: Autoridades electas en el GAD Parroquial período 2009 -2014

Nombre	Cargo	Comisiones
Milton Eduardo Bravo Novoa	Presidente	Representar al Gobierno parroquial y las demás que la ley le asigna
José Antonio Trujillo Guamán	Vicepresidente	Todas las asignadas por la ley
Jorge Luis Coello Sampedro	Primer Vocal	Todas las asignadas por la ley
Héctor Enrique Silva Gavilánez	Segundo Vocal	Todas las asignadas por la ley
Adolfo Francisco hidalgo Fares	Tercer Vocal	Todas las asignadas por la ley

Elaborado por: Jorge Guevara.

Fuente: GAD San Andrés, 2012.

3) Organización política institucional:

Tabla # 10: Organización política institucional

Área	Parroquia	Barrios
Urbana	San Andrés	San Andrés Los Pinos La Cruz Santa Rosa Panadería Chimborazo César Naveda Calvario
Área	Parroquia	Comunidades
		Langos San Andrés La Paz Uchanchi Sigsipamba Miraflores Batzacón Tunsalao Laturum Pulinguí Tagualag 4 Esquinas Sanya pamba

Rural	San Andrés	Silvería Santa Lucía Tomapamba San Rafael Santa Rosa de Chuquipoguió 12 de Octubre El Quinual Tuntatacto Calshi Hierba Buena La Esperanza Llio Tatacto El Rosal El Progreso Paquibug San Gerardo Paquibug san Pablo Chorrera Mirador Mauca Corral El Cielo
--------------	------------	--

Elaborado por: Jorge Guevara.

Fuente: GAD San Andrés, 2012.

4) Instituciones públicas

A raíz de la reforma agraria, se ha implementado en las comunidades de San Andrés un tipo de organización un poco más formal ya legalmente constituidas basados en la ley de comunas que rigen en el Ecuador, además de las comunidades existen otros tipo de formaciones como Asociaciones Agrícolas, Cooperativas, y si hablamos de regímenes territoriales aún persisten las haciendas que medianamente se dedican a actividad agropecuaria.

A partir de los años 90 donde se realizó el primer levantamiento indígena, continúa el proceso de integración, es así que las comunidades se asocian entre ellas para formar las organizaciones de segundo grado (OSG), además la unión de estos se denomina de tercer grado y/o organizaciones provinciales y la agrupación de estas da origen a las regionales.

La mayoría de las comunidades de esta parroquia, están agrupadas en la única OSG cuyo nombre es: Federación de Organizaciones Indígenas de las Faldas del

Chimborazo, Corporación de Organizaciones Indígenas y Campesinas del Norte de Guano (COIGANG), y otras de tercero y cuarto nivel como la FEINE, ECUARUNARI Y CONAIE

De la misma forma dentro de cada una de las comunidades existen varios grupos organizados ya sea legalmente constituidos o una sociedad de hecho, siempre manteniendo el tejido social en orden jerárquico existente en cada sociedad, esto son Clubes deportivos, Asociación de mujeres, grupos de jóvenes y otros.

- **Organización de agua entubada y de riego:** estas organizaciones se dedican a administrar la dotación de agua de riego en la parroquia de San Andrés son 26 juntas de regantes, cada una cuenta con su propia directiva. El servicio de agua entubada es proporcionado a las treinta y cuatro comunidades y los ocho barrios de la cabecera parroquial.
- **Organizaciones juveniles:** Constituye una de las principales organizaciones presentes en la parroquia sus, la organización fluctúa a través del ámbito deportivo pero es muy eficiente en su labor. Se consideran los deportes de fútbol, Vóley. Existe una liga parroquial que realiza el campeonato una vez al año. El deporte del fútbol y vóley en la parroquia de San Andrés se ha convertido en la actividad de recreación principal para los jóvenes y adultos.
- **Organizaciones y banco de mujeres:** Las organizaciones de mujeres dedicadas a realizar guantes, bufandas, medias, el monto que presta el banco de mujeres es hasta \$ 500,00 dólares. En la parroquia de San Andrés existen 18 bancos comunales dirigidos por mujeres. (GAD SAN ANDRÉS, 2012)

5) Organizaciones privadas

a) Instituciones vinculadas con el sector turístico

La parroquia de San Andrés cuenta con el apoyo técnico del MINTUR, quienes periódicamente realizan capacitaciones en la Parroquia y en las comunidades (GAD SAN ANDRÉS, 2012)

1. **Evaluación del potencial turístico**

a. **Jerarquización de los principales atractivos de la zona.**

1) **Iglesia San Andrés**

1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N° 001
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/11/2013
1.5 Nombre del Atractivo: IGLESIA SAN ANDRÉS	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Histórica	
1.8 Subtipo: Arquitectura Religiosa	
FOTO N° 1:	
	
Fotografía realizada por: Jorge Guevara	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano

2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud: 9823884
2.5 Longitud: 755833	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Guano	3.2 Distancia: 5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3051 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 12 – 18 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 250 a500 mm promedio anual	
4.4 Ubicación del Atractivo:	
Su ubicación está a 10 minutos del cantón Riobamba, en automóvil o autobús. Se encuentra en la plaza central de la parroquia.	
4.5 Descripción del atractivo:	
La iglesia actual y el convento parroquial son un monumento a la arquitectura en piedra extraídas de las minas de la parroquia, su construcción se inició en 1916 y concluyó en 1972, en el suelo de la fachada hay grandes piedras negras labradas que pertenecían al edificio antiguo, también junto al convento hay muros antiguos y que son parte del inventario cultural del Banco Central. Dentro del templo se encuentra la imagen del Señor de la Caridad, de la Agonía, María Inmaculada y el apóstol San Andrés patrono del pueblo, junto a estas imágenes custodias, cruces, cuadros que son verdaderos tesoros de arte colonial.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Museo Religioso: Se encuentra en el interior de la Iglesia de San Andrés, donde se puede encontrar pinturas de varios Santos que datan del año 1916, los mismos que son admirados por su perfecto acabado y estilo.	
4.7 Permisos y Restricciones: La fachada de la iglesia se la observa sin ningún problema sin embargo para el ingreso está restringido a los días domingos.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
Es utilizada por los feligreses para las fiestas del calendario religioso.	

<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Observación y fotografía</p> <p>Interpretación ambiental</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Señalética Interpretativa</p> <p>Capacitación a guías turísticos nativos.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>Concientización con respecto a la conservación y respeto al patrimonio cultural</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <p>Deterioro del sitio por falta de cuidado</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>Estado: Conservado</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>Tanto la fachada como la parte interna están en un buen estado gracias al cuidado de la comunidad religiosa y las adecuaciones que se le realiza periódicamente.</p>
<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: Alterado</p>
<p>6.2 Causas: El paisaje alrededor esta por las viviendas locales y los cultivos andinos.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>
<p>7.1 Tipo: Terrestre 7.2 Subtipo: lastrado 7.3 Estado de Vías: Bueno</p> <p>7.4 Transporte: Buses</p> <p>7.5 Frecuencias: Diaria 7.7 Observaciones:</p> <p>7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año</p>

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
Cuenta con sitios de hospedaje, alimentación y transporte cerca del atractivo		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Potable		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema Interconectado		
9.3 Alcantarillado: Red pública		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Nevado Chimborazo	10.2 Distancia: 5Km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Trípticos y postales		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	

TOTAL	45
13. JERARQUIZACIÓN	
Jerarquía II	

2) Capilla de Lourdes

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N° 002
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/10/2013
1.5 Nombre del Atractivo : CAPILLA DE LOURDES	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Histórica	
1.8 Subtipo: Arquitectura Religiosa	
FOTO N° 2:	
	
Fotografía realizada por: Jorge Guevara	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano
2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud: 9823205

2.5 Longitud: 754134
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.
3.1 Nombre del poblado: San Andrés 3.2 Distancia: 4 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 3077 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 12 a 18 °C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 250 a 500mm promedio anual
4.4 Ubicación del Atractivo Se encuentra a 10 minutos de la parroquia San Andrés, en automóvil o autobús, cerca de la plaza central de la comunidad.
4.5 Descripción del atractivo: Esta capilla de construcción contemporánea con una mezcla de estilos fue levantada por la comunidad hace apenas un año, y es el lugar donde se celebran las fiestas religiosas de la comunidad cristiana católica. La fachada sobresale por la piedra de río utilizada en las tanto en paredes frontales como en columnas.
4.8 Atractivos individuales que lo conforman: Cuadro de la Virgen de Lourdes: Se encuentra colocado en la parte central de la iglesia, la misma que lleva su nombre. Pintura elaborada en Olio, cuyo autor plasmó dicha imagen luego de la primera aparición de la Virgen en el año 1858, luego de lo cual donó el mismo a la parroquia para rendirle reverencia y pleitesía, lo cual le da un valor histórico único.
4.7 Permisos y Restricciones La fachada de la iglesia se la observa sin ningún problema, para el ingreso es necesario notificar al presidente de la comunidad
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Es utilizada por los feligreses para las fiestas del calendario religioso.
4.8.2 Usos Potenciales Observación y fotografía
4.8.3 Necesidades turísticas

Señalética Interpretativa e informativa	
4.9 Impactos	
4.8.1 Impactos positivos	
Concientización con respecto a la conservación y respeto al patrimonio cultural	
4.9.2 Impactos negativos	
Deterioro de la fachada por falta de mantenimiento	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
Estado: Conservado	
5.2 Causas: La construcción es nueva y aun esta en adecuaciones.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Alterado	
6.2 Causas: Las viviendas, el paisaje agrícola y contaminación por basura.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: lastrado
	7.3 Estado de Vías: Bueno
	7.4 Transporte: camionetas y buses
7.5 Frecuencias: Diaria	7.7 Observaciones:
7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
Cuenta con servicio de transporte	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: Entubada	
9.2 Energía Eléctrica: Sistema Interconectado	
9.3 Alcantarillado: pozo séptico	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Iglesia de San	10.2 Distancia: 2 km

Andrés		
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: no existe		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

3) Estación Urbina

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N° 003
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/11/2013
1.5 Nombre del Atractivo : ESTACIÓN URBINA	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Histórica	
1.8 Subtipo: Arquitectura Civil	
FOTO N° 3	
	
Fotografía realizada por: Jorge Guevara	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano
2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud: 9835423
2.5 Longitud: 754528	

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: San Andrés	3.2 Distancia: 7 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3563 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 4 – 13 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 722 mm promedio anual	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Se encuentra a 20 minutos de la parroquia San Andrés, en automóvil o autobús, a pocos metros de la panamericana norte.	
4.5 Descripción del atractivo:	
Esta construcción de la época republicana antiguamente funcionaba como estación del ferrocarril en la ruta Riobamba-Quito, su construcción data de 1906, el cual conserva su diseño original. Actualmente funciona como un refugio y paradero turístico manejado por la empresa privada. Dentro de la estación se encuentra un centro artesanal con trabajos en tagua, tejidos y pintura, donde se puede observar la confección y existe una tienda de comercialización de estas artesanías.	
4.9 Atractivos individuales que lo conforman:	
Artesanías con lana de alpaca: en el interior de esta posada se puede encontrar varias artesanías elaboradas con lana de alpaca, que es uno de los animales representativos de la fauna del lugar.	
4.7 Permisos y Restricciones	
No existe ninguna restricción para el ingreso todo el año.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
Observación y fotografía	
Alimentación	
Hospedaje	
Guianza	

4.8.2 Usos Potenciales
Interpretación ambiental
4.8.3 Necesidades turísticas
Señalética Interpretativa
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos
Generación de fuentes de empleo.
Centro de aclimatación de alta montaña.
4.9.2 Impactos negativos
Generación de basura alrededor de la Estación Urbina.
Contaminación acústica del sector
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Estado: Conservado
5.2 Causas:
Esta Infraestructura está a cargo de la empresa privada quien se preocupa constantemente de su mantenimiento y cuidado.
6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
6.2 Causas: Esta afectado por la expansión de la frontera agrícola.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO
7.1 Tipo: Terrestre 7.2 Subtipo: lastrado 7.3 Estado de Vías: Regular
7.4 Transporte: camionetas
7.5 Frecuencias: Diaria 7.7 Observaciones:
7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Hospedaje: Cuenta con 7 habitaciones, con capacidad para 10 personas.

Alimentación: Cuenta con 4 mesas, con sillas habilitadas para 5 personas en cada mesa, haciendo un total de 20 por mesas.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Entubada		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema Interconectado		
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
Nevado Chimborazo Nevado Carihuayrazo	9.57 Km. 8 km.	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Nacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	9
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	

	d) Internacional	
TOTAL		50
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

4) Picapedreros San Pablo

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N° 004
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/11/2013
1.5 Nombre del Atractivo : PICAPEDREROS SAN PABLO	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Etnográfica	
1.8 Subtipo: Tallado en piedra	
<p>FOTO N° 4</p>  <p>Fotografía realizada por: Jorge Guevara</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano
2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud:9827330
2.5 Longitud:753543	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: San Andrés	3.2 Distancia: 5 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
<p>4.1 Altitud: 3152 m.s.n.m.</p> <p>4.2 Temperatura: 12 – 18 °C</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 250 a500 mm promedio anual</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Se encuentra a diez minutos de la parroquia San Andrés en automóvil, en sentido Riobamba – Ambato, pasando el peaje.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo:</p> <p>Son alrededor de quince artesanos pertenecientes a una asociación de picapedreros autónomos quienes tallan piedra blanca y negra para dar singulares formas de animales, personas como también realizan objetos decorativos mesas, sillas, columnas, piletas. Las minas de su material están localizadas por el sector del Arenal.</p>
<p>4.10 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Técnica utilizada para la elaboración de esculturas: la técnica que los artesanos de San Pablo utilizan es uno de los principales atractivos ya que constituyen un elemento cultural y de sustento económico para un gran número de habitantes, al tiempo que han jugado un rol importante para reconocer la diversidad étnica y geográfica de nuestro país, cuyo resultado es una gran variedad de diseños y materias primas que identifican a los artesanos de esta zona.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>No se considera ninguna restricción los picapedreros exhiben sus trabajos en el borde de la carretera.</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Comercialización de las artesanías.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Fotografía</p> <p>Interpretación ambiental.</p>

4.8.3 Necesidades turísticas
Señalética Interpretativa
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos
Generación de fuentes de empleo
4.9.2 Impactos negativos
Generación de residuos
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Estado: Conservado
5.2 Causas:
Este atractivo está a cargo específicamente de los artesanos que elaboran las figuras en piedra y los que son responsables de la conservación del mismo
6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
6.2 Causas: Avance de la frontera agrícola
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO
7.1 Tipo: Terrestre 7.2 Subtipo: lastrado 7.3 Estado de Vías: Regular
7.4 Transporte: camionetas
7.5 Frecuencias: Diaria 7.7 Observaciones:
7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Transporte: Una línea de transporte interparroquial llega hasta este lugar, además todas las líneas de transporte que van desde Riobamba a Ambato y Quito, pasan por el lugar.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Entubada		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema Interconectado		
9.3 Alcantarillado: Red Pública		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
Nevado Chimborazo	2 km	
Estación Urbina	1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local y Provincial		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	

TOTAL	40
13. JERARQUIZACIÓN	
Jerarquía I	

5) Centro Artesanal Pulingui

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N° 005
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/11/2013
1.5 Nombre del Atractivo : CENTRO ARTESANAL PULINGUI	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Etnográfica	
1.8 Subtipo: Artesanía en tejido	
<p>FOTO N° 5</p>  <p>Fotografía realizada por: Jorge Guevara</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano
2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud:9826732

2.5 Longitud: 750196
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.
3.1 Nombre del poblado: San Andrés 3.2 Distancia: 5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 3272 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 12 – 18 °C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 250 a500 mm promedio anual
4.4 Ubicación del Atractivo: Se encuentra a veinte minutos de la parroquia San Andrés en automóvil, ingresando por la vía antigua García Moreno, en el sector del motel El Castillo.
4.5 Descripción del atractivo: Este centro artesanal pertenece a la Asociación de Mujeres Trabajadoras Autónomas de la comunidad de Pulingui, y gracias a la labor de este centro las mujeres tienen otra alternativa de ingreso a través de la confección y comercialización de prendas de vestir y artesanías tejidas en lana, paja y cabuya. Estos son realizados con materiales de la zona, algunos con tinturas naturales y en los diseños especialmente de la vestimenta de la mujer se encuentran motivos precolombinos antiguos que intentan rescatar el valor histórico cultural de los mismos.
4.11 Atractivos individuales que lo conforman: Flora y fauna de Pulingui: en la comunidad de Pulingui aún se conserva casi sin alteración la flora de su territorio, así se puede observar, la chuquirahua (<i>Chuquiraga jussieui</i>), pajonales, entre otras propias de la zona de páramo, al igual que la fauna silvestre donde existe especies de animales silvestres como lobos (<i>Pseudolopex culpaeus</i>), vicuñas (<i>Vicugna vicugna</i>), curiquire (<i>Phalcoboenus carunculatus</i>), gavián goliblanco (<i>buteo albigula</i>)
4.7 Permisos y Restricciones Es necesario informar a la presidenta de la asociación para ingresar al centro artesanal.
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Elaboración, confección y venta de vestimenta típica, elaboración y venta de artesanías.

<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Fotografía</p> <p>Interpretación ambiental.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Señalética Interpretativa</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>Generación de fuentes de empleo para los pobladores</p> <p>Aprovechamiento de habilidades de los pobladores</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <p>Generación de residuos</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>Estado: Conservado</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>La comunidad en donde se realizan las artesanías está emprendiendo en el turismo comunitario por lo que los habitantes cuidan y conservan el atractivo</p>
<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: Conservado</p>
<p>6.2 Causas:</p> <p>El entorno se ve poco afectado ya que los pobladores han emprendido técnicas de conservación del suelo y el ambiente.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>
<p>7.1 Tipo: Terrestre 7.2 Subtipo: lastrado 7.3 Estado de Vías: Regular</p> <p>7.4 Transporte: camionetas</p>

7.5 Frecuencias: Diaria		7.7 Observaciones:
7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
Transporte público		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Entubada		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema Interconectado		
9.3 Alcantarillado: Pozo Séptico		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Nevado Chimborazo	10.2 Distancia: 7 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Ninguna		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	

	c) Nacional	7
	d) Internacional	
TOTAL		39
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

6) Centro Artesanal Artesa

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N° 006
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/11/2013
1.5 Nombre del Atractivo : CENTRO ARTESANAL ARTESA	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Etnográfica	
1.8 Subtipo: Artesanía en paja	
<p>FOTO N° 6</p>  <p>Fotografía proporsionada por: Ministerio de Turismo</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano
2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud:9831875
2.5 Longitud:749168	

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: San Andrés	3.2 Distancia: 5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3610 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 4 -14 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 722 mm promedio anual	
4.4 Ubicación del Atractivo Se encuentra a cuarenta y cinco minutos de la parroquia San Andrés en automóvil, ingresando por la comunidad de Santa Lucia de Chuquipogio.	
4.5 Descripción del atractivo: Dentro del centro comunitario de Artesa un grupo de mujeres se reúnen para trabajar la paja y realizar varios motivos como floreros, canastas, llaveros, estas mujeres trabajan minuciosamente cada detalle y los amarres lo realizan con hilo de cabuya, también realizan algunos tejidos los cuales los ponen a exposición y los comercializan cuando llegan visitantes al centro.	
4.12 Atractivos individuales que lo conforman: Tradiciones de la comunidad: La comunidad de Santa Lucia permite a través del turismo comunitario que los turistas conozcan su riqueza cultural, como es las técnicas de la cosecha, fiestas populares, técnica para la elaboración de artesanías, etc. los mismos que pueden ser observados y aprendidos por los turistas durante su visita a este lugar.	
4.7 Permisos y Restricciones: Es necesario informar a los coordinadores del centro comunitario de Artesa para ingresar.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales Alojamiento Alimentación Elaboración, confección y venta de artesanías Artesanías en paja.	
4.8.2 Usos Potenciales Fotografía	

Interpretación ambiental
4.8.3 Necesidades turísticas
Señalética Interpretativa
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos
Generación de fuentes de empleo
4.9.2 Impactos negativos: Aculturación
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Estado: Conservado
5.2 Causas: La comunidad de San Pablo, en donde se realizan las artesanías está dentro de la modalidad del turismo comunitario por lo que se han emprendido buenas prácticas ambientales.
6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: El entorno se ve poco afectado ya que los pobladores han emprendido técnicas de conservación del suelo y el ambiente.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO
7.1 Tipo: Terrestre 7.2 Subtipo: lastrado 7.3 Estado de Vías: Regular
7.4 Transporte: camionetas
7.5 Frecuencias: Diaria 7.7 Observaciones:
7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Transporte público
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Sistema Interconectado

9.3 Alcantarillado: Pozo séptico		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Nevado Chimborazo	10.2 Distancia: 8 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		31
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

7) Minas de hielo Chimborazo

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N° 007
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/10/2013
1.5 Nombre del Atractivo : MINAS DE HIELO CHIMBORAZO	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Histórica	
1.8 Subtipo: Minas Antiguas	
FOTO N° 7	
	
Fotografía proporsionada por: Ministerio de Turismo, 2013	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano
2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud:9834385
2.5 Longitud: 744746	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	

3.1 Nombre del poblado: San Andrés	3.2 Distancia: 5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 4761 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: -2 a 8 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 491 mm promedio anual	
4.4 Ubicación del Atractivo:	
Se encuentra a una hora de la parroquia San Andrés en automóvil, ingresando por la comunidad de Santa Lucía hasta el sector de “FRUTAPAMBA”, desde este punto se empieza una caminata de tres horas hasta llegar a la mina.	
4.5 Descripción del atractivo:	
Estas minas se encuentran a 4800 m.s.n.m, y se trata de una mina de hielo de donde se extraen bloques para el consumo en la ciudad. Esta actividad actualmente lo realiza una sola persona (el último hielero) debido a que no resulta rentable la comercialización de estos bloques. En aproximadamente tres horas se arriba a la mina recorriendo el ecosistema de puna donde se observan claramente vicuñas camélidos andinos reintroducidos a este entorno.	
4.13 Atractivos individuales que lo conforman:	
Nevado Chimborazo. La montaña más alta del Ecuador, icono turístico de la provincia que se encuentra ubicada dentro de la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, es un destino importante con atractivos complementarios sobre el cual se realizan diferentes actividades turísticas	
4.7 Permisos y Restricciones	
No existe ninguna restricción para el ingreso y es necesario llevar un guía nativo.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
Caminata.	
Fotografía.	
Interpretación ambiental.	
4.8.2 Usos Potenciales	
Observación de flora y fauna	

4.8.3 Necesidades turísticas
Señalética Interpretativa
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos
Turismo comunitario
4.9.2 Impactos negativos
Impacto ambiental por la llegada de turistas
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Estado: Alterado
5.2 Causas:
Se ve afectado por la extracción del hielo lo cual modifica la mina, también la presencia de desechos inorgánicos.
6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
6.2 Causas: Se evidencia contaminación por desechos inorgánicos.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO
7.1 Tipo: Terrestre 7.2 Subtipo: lastrado 7.3 Estado de Vías: Regular
7.4 Transporte: camionetas
7.5 Frecuencias: Diaria 7.7 Observaciones:
7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Transporte publico
Señalización
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No
9.2 Energía Eléctrica: No

9.3 Alcantarillado: No		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Estación Urbina	10.2 Distancia: 10km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local, Nacional e Internacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		50
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

8) Laguna del Chimborazo

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N° 009
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/10/2013
1.5 Nombre del Atractivo : LAGUNA DEL CHIMBORAZO	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ambiente lacustre	
1.8 Subtipo: Laguna	
FOTO N° 9	
	
Fotografía proporsionada por: Ministerio de Turismo, 2013.	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano
2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud: 9840795
2.5 Longitud: 744746	

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: San Andrés	3.2 Distancia: 5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 4766 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: -2 a 8 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 491 mm promedio anual	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Se encuentra a una hora desde el poblado de San Andrés en automóvil hasta el sector de Portal Andino, posteriormente una caminata de 4 horas a las lagunas donde se encuentra uno de los glaciares del Chimborazo.	
4.5 Descripción del atractivo: Este atractivo lo componen dos lagunas; una pequeña y una grande las mismas que se encuentran al pie del glaciar del Chimborazo rodeado de un paisaje rocoso o de nieve si es invierno, el agua es de color café claro, y son consecuencia de los deshielos del nevado. La caminata es difícil sobre todo al ganar altura, durante la travesía se va observando varios atractivos; extensiones de páramo, sotobosques e inmensos valles como el de Abraspungo junto al Carihuairazo, entre lomas, quebradas, pequeños riachuelos, vertientes y humedales; se recorre la parte baja, la zona alta está rodeada de vegetación de almohadilla, sin duda se experimenta cambios de vegetación y altura hasta llegar al glaciar.	
4.14 Atractivos individuales que lo conforman:	
Taruga Corral. Es el sector donde se encuentra un remanente de bosque con plantas nativas como el quishuar.	
Razurku. Es una arista desde donde cae una vertiente del Chimborazo conocida como río blanco, que desciende hacia una quebrada.	
Valle de Abraspungo. Desde el lado noreste del Chimborazo se puede divisar este extenso valle perteneciente al Carihuairazo, el cual posee varios humedales que forma pequeñas lagunas.	
4.7 Permisos y Restricciones	
Es necesario notificar a los propietarios de Portal Andino (paradero turístico privado) el ingreso al sector debido a que existen dos puertas de acceso, es necesario un guía de la zona.	
4.8 Usos	

<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Caminata, trekking</p> <p>Observación de paisaje y fotografía</p> <p>Interpretación ambiental</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Observación flora y fauna</p> <p>Cabalgata</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Señalética Interpretativa</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>Turismo comunitario</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <p>Impacto ambiental por la llegada de turistas</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>Estado: Conservado</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>El difícil acceso a este lugar y las condiciones climáticas han limitado el uso turístico.</p>
<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: Conservado</p>
<p>6.2 Causas: El paisaje no ha sufrido cambios, aunque se evidencia en los glaciares la disminución de los mismos a causa del calentamiento global.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>
<p>7.1 Tipo: Terrestre 7.2 Subtipo: lastrado 7.3 Estado de Vías: Regular</p> <p>7.4 Transporte: camionetas</p>

7.5 Frecuencias: Diaria		7.7 Observaciones:
7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
Transporte publico Señalización		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Entubada		
9.2 Energía Eléctrica: No		
9.3 Alcantarillado: Pozo Séptico		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Estación Urbina	10.2 Distancia: 10km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local y Nacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	14
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	10
	d) Estado de Conservación y/o Organización	10
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	

	c) Nacional	12
	d) Internacional	
TOTAL		67
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

9) Cascada El Molino

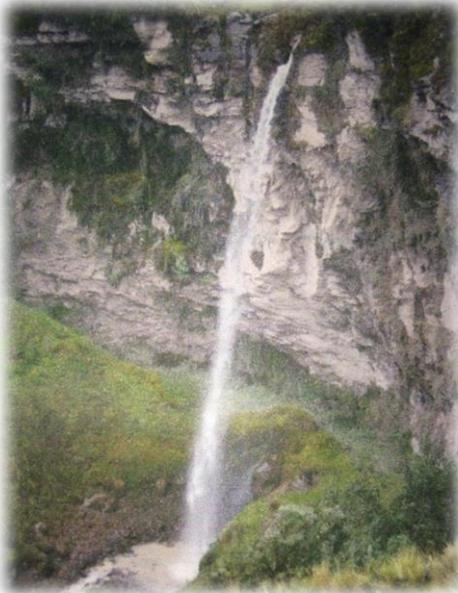
1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N° 0010
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/10/2013
1.5 Nombre del Atractivo : CASCADA EL MOLINO	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Cascadas	
FOTO N° 10	
	
Fotografía proporsionada por:Ministerio de Turismo, 2013.	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano
2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud:9828417

2.5 Longitud: 751816
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.
3.1 Nombre del poblado: San Andrés 3.2 Distancia: 5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 3274 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 12 – 18 °C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 250 a500 mm promedio anual
4.4 Ubicación del Atractivo Se encuentra a quince minutos del poblado de San Andrés en automóvil hasta la comunidad, posteriormente una caminata de 1 hora hasta la caída de agua.
4.5 Descripción del atractivo: Esta caída de agua es de 20 metros donde antiguamente funcionaba un molino de agua del cual se origina su nombre proviene de la vertiente de las abras y su agua es clara, alrededor se encuentra vegetación de tipo arbustiva como la chilca y algunas especies de bromelias. Para llegar a este lugar es necesario recorrer la comunidad de Calshi y conocer de su historia y forma de vida.
4.15 Atractivos individuales que lo conforman: Virgen de la Peña. Es una roca donde hace tres años se presume la aparición de la imagen de la virgen María. Cultivos andinos. Se pueden observar cultivos de papas, alverjas, cebollas que son utilizados para el autoconsumo y para la comercialización. Mirador Calshi. Es una pequeña colina donde se encuentra el reservorio de agua de la comunidad, desde este punto se divisa la comunidad, una parte de Riobamba, y los nevados alrededor.
4.7 Permisos y Restricciones: Es necesario comunicarse con el coordinador del centro comunitario para visitarlo y contactar al guía.
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Observación de paisaje y fotografía Convivencia cultural
4.8.2 Usos Potenciales Interpretación ambiental Deportes de aventura

Cabalgata
4.8.3 Necesidades turísticas
Señalética Interpretativa
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos
Turismo Comunitario
4.9.2 Impactos negativos
Generación de basura
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Estado: Alterado
5.2 Causas: Se ve afectado principalmente por la presencia de desechos inorgánicos que contaminan el agua.
6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
6.2 Causas: El avance de la frontera agrícola, la introducción de especies de pino y la presencia de basura.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO
7.1 Tipo: Terrestre 7.2 Subtipo: lastrado 7.3 Estado de Vías: Regular
7.4 Transporte: camionetas
7.5 Frecuencias: Diaria 7.7 Observaciones:
7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Senderos
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Sistema Interconectado

9.3 Alcantarillado: Pozo Séptico		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Iglesia de San Andrés	10.2 Distancia: 8 Km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Ninguna		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

10) Cascada Cóndor Samana

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N°011
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/10/2013
1.5 Nombre del Atractivo : CASCADA CÓNDOR SAMANA	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Cascada	
<p>FOTO N° 11</p>  <p>Fotografía realizada por: Jorge Guevara</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano
2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud:9837853
2.5 Longitud:749170	

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: San Andrés	3.2 Distancia:
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 4080 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 4 – 14 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 722 mm promedio anual	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Se parte de San Andrés hasta el sector de Urbina y posteriormente hasta el sector de Portal Andino en automóvil durante 1 hora, luego se procede a una caminata de 2 horas hasta llegar a la cascada.	
4.5 Descripción del atractivo:	
<p>La cascada posee una caída de aproximadamente 40 metros, resultado de los deshielos del Chimborazo la misma que da origen al río Mocha, durante el recorrido se atraviesa el páramo de Cóndor Samana que significa descanso del Cóndor, bordeando la quebrada, esta extensa zona es diversa con varias especies florísticas en especial pajonal y almohadillas, además es una zona muy rica en fuentes de agua, en los alrededores de la cascada es común encontrar achupallas una especie que sobresale dentro de este entorno conjugado con la observación del nacimiento del río Mocha y las encañonadas del Carihuirazo</p>	
4.16 Atractivos individuales que lo conforman:	
<p>Nevado Chimborazo. La montaña más alta del Ecuador, icono turístico de la provincia que se encuentra ubicada dentro de la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, es un destino importante con atractivos complementarios sobre el cual se realizan diferentes actividades turísticas.</p> <p>Nevado Carihuirazo. Se encuentra a 4900 m.s.n.m, es un nevado poco visitado pero no menos admirado por las singulares aristas, muchos agentes turísticos operan sobre este coloso en el tema andinismo, además que posee extensos valles y se encuentra al límite de la provincia con Tungurahua.</p> <p>Río Mocha. Inicia en los deshielos del Chimborazo, y recorre una parte de la quebrada Gavilán Machan tomando del nombre de río Blanco, después pasa por el límite provincial y llega a la provincia de Tungurahua al cantón Mocha, este río es de poco caudal y alimenta a las comunidades del sector.</p> <p>Páramo Cóndor Samana. Esta extensa zona rica y biodiversa donde sobresalen especies como el romerillo, la valeriana, varias especies de helechos conjugadas con especies de fauna como el conejo de páramo y las vicuñas.</p>	
4.7 Permisos y Restricciones	

No existe restricción alguna, es necesario un guía que conozca la zona.
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Observación de paisaje y fotografía Interpretación ambiental.
4.8.2 Usos Potenciales Observación de flora y fauna
4.8.3 Necesidades turísticas Señalética Interpretativa
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos No existe intervención de la mano del hombre. Zona de mucha humedad.
4.9.2 Impactos negativos Generación de residuos
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
Estado: Conservado
5.2 Causas: No se identifica intervención alguna sobre este atractivo
6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
6.2 Causas: Debido principalmente a la presencia de desechos inorgánicos por los senderos.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO
7.1 Tipo: Terrestre 7.2 Subtipo: lastrado 7.3 Estado de Vías: Regular 7.4 Transporte: camionetas

7.5 Frecuencias: Diaria		7.7 Observaciones:
7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
Transporte público		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: No		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema Interconectado		
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Chimborazo	10.2 Distancia: 7km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Ninguna		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	10
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	

	d) Internacional	
TOTAL		49
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

11) Fiestas Populares

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jorge Guevara	1.2 Ficha N° 011
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 26/10/2013
1.5 Nombre del Atractivo : FIESTAS POPULARES	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Acontecimientos programados	
1.8 Subtipo: Fiesta	
FOTO N° 11	
	
Fotografía proporsionada por:GAD Parroquial de San Andrés, 2013.	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia : Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Guano
2.3 Parroquia: San Andrés	2.4 Latitud:9828417
2.5 Longitud:751816	

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Guano	3.2 Distancia: 5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 3274 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 12 – 18 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 250 a500 mm promedio anual	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Su ubicación está a 10 minutos del cantón Riobamba, en automóvil o autobús. Se encuentra en la plaza central de la parroquia.	
4.5 Descripción del atractivo:	
Se desarrollan los meses de Noviembre donde se celebra las fiestas parroquiales y en el mes de Febrero o Marzo por carnaval. Se organizan los diferentes clubs deportivos y culturales para formar danzas y adornar las diferentes alegorías que acompañaran a las representantes de cada club en el trayecto del pregón que usualmente se lo realiza por las calles principales de la Parroquia.	
4.17 Atractivos individuales que lo conforman:	
Iglesia de San Andrés: Esta construcción de la época republicana antiguamente funcionaba como estación del ferrocarril en la ruta Riobamba-Quito, su construcción data de 1906, el cual conserva su diseño original. Actualmente funciona como un refugio y paradero turístico manejado por la empresa privada. Dentro de la estación se encuentra un centro artesanal con trabajos en tagua, tejidos y pintura, donde se puede observar la confección y existe una tienda de comercialización de estas artesanías.	
4.7 Permisos y Restricciones: Ninguno	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
Observación de paisaje y fotografía Convivencia cultural	
4.8.2 Usos Potenciales	
Interpretación ambiental Deportes de aventura Cabalgata	

4.8.3 Necesidades turísticas	
Señalética Interpretativa	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos: Desarrollo del sector turístico de la Parroquia	
4.9.2 Impactos negativos: Aculturación	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
Estado: Alterado	
5.2 Causas: Se ve afectado principalmente por la presencia de desechos sólidos orgánicos e inorgánicos	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Alterado	
6.2 Causas: Debido a la llegada masiva de turistas y la falta de organización para prevenir daños en el entorno	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: lastrado
	7.3 Estado de Vías: Regular
	7.4 Transporte: camionetas
7.5 Frecuencias: Diaria	7.7 Observaciones:
7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
Transporte público	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: Potable	
9.2 Energía Eléctrica: Sistema Interconectado	
9.3 Alcantarillado: Red Pública	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Nevado	10.2 Distancia: 5 Km

Chimborazo		
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	13
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		55
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

3 Análisis FODA del sistema turístico

a. Fortalezas

1) Atractivos

- a) Las fiestas que se celebran en el mes de noviembre, tiene una gran acogida por parte de turistas locales y nacionales, siendo hoy en día uno de los principales atractivos de la parroquia.
- b) La celebración del carnaval con respeto (sin agua) dentro de la parroquia, ha logrado el aumento anual de turistas en dicha celebración.
- c) La Iglesia San Andrés posee un alto valor histórico y arquitectónico.
- d) La parroquia posee un parte importante de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, lo que hace que a través de este atractivo que es conocido a nivel nacional, la parroquia también se difunda.
- e) El paso del ferrocarril por la estación Urbina, ha hecho que una parte de la parroquia se conozca tanto por turistas nacionales y extranjeros.

2) Servicios básicos

- a) La parroquia San Andrés cuenta con servicio de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y telefonía.
- b) Presenta un Subcentro de salud.
- c) Cuenta con una estación de policía cerca de la parroquia.

3) Servicios turísticos

- a) La parroquia cuenta con servicios de hospedaje de primera, segunda y tercera categoría.
- b) Cuenta con tres líneas de transporte directos.
- c) Dentro de la parroquia San Andrés cuenta con señalética informativa básica.
- d) Cuenta con servicios de alimentación.

4) Facilidades turísticas

- a) Cuenta con líneas de transporte publico
- b) La parroquia cuenta con una cooperativa de taxis

5) Accesibilidad

- a) La parroquia San Andrés está ubicada junto a la Vía Panamericana Norte la misma que gracias a la empresa PANAVIAL, se encuentra en constante mantenimiento.
- b) Las vías de primer y segundo orden dentro de la parroquia se encuentran en muy buen estado.
- c) Para llegar a los atractivos de la Parroquia se lo puede hacer en transporte público o privado fácilmente.

6) Comercialización

- a) Hoy en día el Gobierno Parroquial promociona las fiestas de parroquialización a través de radio, televisión y prensa.
- b) Se puede conocer datos Generales de la Parroquia San Andrés a través de la página web de la misma.

7) Superestructura

- a) El Gobierno Parroquial de San Andrés elabora en forma participativa con la población planes, programas y proyectos turísticos de carácter local, en coordinación con los planes turísticos cantonales y bajo los lineamientos de la planificación provincial, a través de mesas de participación y charlas semestrales.
- b) Existe gran interés por parte del GAD parroquial por desarrollar el turismo comunitario en su territorio.
- c) Existe apoyo a la protección y supervisión del patrimonio histórico por parte de las autoridades.
- d) Hay una buena coordinación entre las diversas entidades públicas, privadas, comunitarias y ONG's de la parroquia.

b. Oportunidades

1) Atractivos

- a) La parroquia se encuentra cerca del Cantón Guano, el mismo que cuenta con atractivos de mayor jerarquía, y difundidos a nivel local y nacional.
- b) La reciente restauración de la Iglesia ha logrado mayor difusión de la misma.

2) Servicios básicos

- a) Debido a que es una de las Parroquias más grandes del cantón Guano tiene mayor apoyo en cuanto a servicios básicos.

3) Servicios turísticos

- a) El MINTUR cuenta con un programa de Capacitación turística, la misma que llega a cada una de las comunidades de la Parroquia.

4) Facilidades turísticas

- a) Se encuentra junto a la Panamericana Norte

5) Accesibilidad

- a) Gracias a que la Panamericana Norte se encuentra junto a la Parroquia, es de fácil acceso de las grandes ciudades, como Quito, Latacunga y Ambato.

6) Comercialización

- a) La parroquia forma parte de uno de los cantones más desarrollados en el ámbito turístico como es Guano.
- b) Protección patrimonial por parte de entidades públicas.
- c) Mayor cantidad de turistas nacionales y locales gracias a la difusión de sus fiestas.

7) Superestructura

- a) Apoyo económico y técnico del GAD cantonal de Guano
- b) Existe apoyo por parte del MINTUR para desarrollar el turismo en la parroquia San Andrés.
- c) Apoyo técnico de las entidades Públicas como el INPC, MINTUR Y MAGAP para el desarrollo de la parroquia en el ámbito cultura, natural y patrimonial.

- d) Junta Parroquial cuenta con técnicos especializados en los diferentes sectores de desarrollo

c. Debilidades

1) Atractivos

- a) La parroquia cuenta con más recursos que con atractivos turísticos
- b) Poca accesibilidad hacia atractivos.
- c) Contaminación ambiental en los atractivos turísticos.
- d) Poca difusión de los atractivos turísticos de la parroquia

2) Servicios básicos

- a) Las comunidades pertenecientes a la Parroquia no cuentan con todos los servicios básicos.
- b) El servicio de agua potable es entubada.
- c) La recolección de basura únicamente se la realiza en la cabecera cantonal.

3) Servicios turísticos

- a) No existe un producto turístico.
- b) Falta de personal capacitado para brindar una buena atención a los turistas.

4) Facilidades turísticas

- a) No existe señalización turística e interpretativa en la zona.

- b) No existen centros de información turística.
- c) El servicio de transporte no cumple con los horarios definidos desde y hacia la parroquia

5) Accesibilidad

- a) La vía que va desde el Cantón Guano hacia la Parroquia San Andrés no cuenta con mantenimiento.
- b) Poca frecuencia de transporte desde y hacia la parroquia

6) Comercialización

- a) La difusión de la parroquia en medios radiales y televisivos se da solamente durante sus festividades.
- b) El MINTUR no realiza promoción de los atractivos de la Parroquia.
- c) No existen postales, trípticos o dípticos de promoción.

7) Superestructura

- a) Incumplimiento del Plan de Desarrollo local, en cuanto a proyectos de turismo.
- b) No existen políticas públicas para el desarrollo del sector turístico.
- c) No existe dentro del Gobierno Parroquial personal capacitado en el sector turístico.

d. Amenazas**1) Atractivos**

- a) Deterioro de los recursos naturales y los atractivos culturales por acción de la naturaleza y por falta de mantenimiento
- b) Pérdida de la identidad cultural.
- c) Masificación de las visitas sin una planificación previa

2) Servicios básicos

- a) Intereses personales por parte de los dirigentes de las diferentes asociaciones distintas a las necesidades los pobladores

3) Servicios turísticos

- a) Poco interés por parte de las entidades públicas para capacitar a los servidores turísticos de la parroquia

4) Facilidades turísticas

- a) Los procesos de dotación de facilidades turísticas son dirigidos mayoritariamente para las ciudades grandes o atractivos más conocidos, mientras que la gestión para las parroquias es mínima.
- b) Falta de interés por parte de la Junta parroquial y del Municipio del cantón Guano.
- c) Insuficiente participación del Ministerio del Ambiente, Turismo, etc.

5) Accesibilidad

- a) Insuficientes líneas de transportes que llegan a la población.

6) Comercialización

- a) Bajo nivel económico de parte de los Gobiernos seccionales para la promoción de los atractivos turísticos de la Parroquia.
- b) Pérdida de la identidad cultural

7) Superestructura

- a) Poco presupuesto por parte del Municipio de Guano para la realización de obras en la Parroquia.
- b) Dependencia del Municipio cantonal para ejecución de obras.

4. Identificación y priorización de nudos críticos

Luego de haber realizado el análisis FODA de la Parroquia San Andrés, realizamos la calificación de cada uno de los elementos de los elementos del Sistema Turísticos, determinando así los aspectos con mayor puntaje, los cuales se señalan a continuación:

Cuadro #04: Identificación de nudos críticos

ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO	NÚDOS CRÍTICOS DEBILIDADES/AMENAZAS	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
		DIFICULTAD	IMPACTO	DURACIÓN	TOTAL
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Deterioro de los recursos naturales y los atractivos culturales por acción de la naturaleza y por falta de mantenimiento.	2	3	2	7
	Pérdida de la identidad cultural	2	2	2	6
	Masificación de las visitas sin una planificación previa	3	2	1	6
	La parroquia cuenta con más recursos que con atractivos turísticos	3	2	3	8
	Poca accesibilidad hacia atractivos	2	2	1	5
	Contaminación ambiental en los atractivos turísticos.	3	2	2	7

	Poca difusión de los atractivos turísticos de la parroquia	2	1	2	5
SERVICIOS BÁSICOS	Las comunidades pertenecientes a la Parroquia no cuentan con todos los servicios básicos	2	2	2	6
	El servicio de agua potable es entubada	1	2	1	4
	La recolección de basura únicamente se la realiza en la cabecera cantonal	2	3	2	7
	Intereses personales por parte de los dirigentes de las diferentes asociaciones distintas a las necesidades los pobladores	2	1	1	4
SERVICIOS TURÍSTICOS	No existe un producto turístico.	2	2	2	6
	Falta de personal capacitado para brindar una buena atención a los turistas.	3	2	3	8
	Poco interés por parte de las entidades públicas para capacitar a los servidores turísticos de la parroquia	3	2	2	7
ACCESIBILIDAD	La vía que va desde el Cantón Guano hacia la Parroquia San Andrés no cuenta con mantenimiento.	2	2	2	6
	Poca frecuencia de transporte desde y hacia la parroquia	2	1	1	4

FACILIDADES TURISTICAS	No existe señalización turística e interpretativa en la zona.	2	2	2	6
	No existen centros de información turística.	3	2	2	7
	El servicio de transporte no cumple con los horarios definidos desde y hacia la parroquia	3	1	1	5
	Los procesos de dotación de facilidades turísticas son dirigidos mayoritariamente para las ciudades grandes o atractivos más conocidos, mientras que la gestión para las parroquias es mínima.	3	2	2	7
	Falta de interés por parte de la Junta parroquial y del Municipio del cantón Guano	2	2	2	6
	Insuficiente participación del Ministerio del Ambiente, Turismo, etc.	2	2	2	6
	COMERCIALIZACIÓN	La difusión de la parroquia en medios radiales y televisivos se da solamente durante sus festividades.	3	3	2
El MINTUR no realiza promoción de los atractivos de la Parroquia.		2	1	1	4
No existen postales, trípticos o dípticos de promoción.		2	2	1	5

	Bajo nivel económico de parte de los Gobiernos seccionales para la promoción de los atractivos turísticos de la Parroquia.	2	2	2	6
	Pérdida de la identidad cultural	2	2	2	6
SUPERESTRUCTURA TURISTICA	Incumplimiento del Plan de Desarrollo local, en cuanto a proyectos de turismo.	2	1	2	5
	No existen políticas públicas para el desarrollo del sector turístico	3	2	2	7
	No existe dentro del Gobierno Parroquial personal capacitado en el sector turístico	2	1	1	4
	Poco presupuesto por parte del Municipio de Guano para la realización de obras en la Parroquia	3	2	1	6
	Dependencia del Municipio cantonal para ejecución de obras	2	1	1	4

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria

5. Identificación y priorización de factores claves de éxito.

Luego de realizado el análisis FODA, se calificó los aspectos de cada uno de los elementos del Sistema Turístico, obteniendo así los siguientes resultados:

Cuadro #05: Identificación de factores claves de éxito.

ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO	FACTORES CLAVES DE ÉXITO FORTALEZAS/ OPORTUNIDADES	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
		PRODUCTIVIDAD	CALIDAD	EXCLUSIVIDAD	TOTAL
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Las fiestas que se celebran en el mes de noviembre, tiene una gran acogida por parte de turistas locales y nacionales, siendo hoy en día uno de los principales atractivos de la parroquia.	3	2	2	7
	La celebración del carnaval con respeto (sin agua) dentro de la parroquia, ha logrado el aumento anual de turistas en dicha celebración.	3	2	2	7
	La Iglesia San Andrés posee con un alto valor histórico y arquitectónico	3	2	2	7
	La parroquia posee un parte importante de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, lo que hace que a través de este atractivo conocido a nivel nacional, la parroquia también	3	3	3	9

	se difunda.				
	El paso del ferrocarril por la estación Urbina, ha hecho que una parte de la parroquia sea conocida tanto por turistas nacionales y extranjeros.	2	3	3	8
	La parroquia se encuentra cerca del Cantón Guano, el mismo que cuenta con atractivos de mayor jerarquía, y difundidos a nivel local y nacional.	2	2	2	6
	La reciente restauración de la Iglesia ha logrado mayor difusión de la misma.	2	2	2	6
SERVICIOS BÁSICOS	La parroquia San Andrés cuenta con servicio de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y telefonía.	3	2	2	7
	Presenta un Sub-centro de salud.	1	1	1	3
	Cuenta con una estación de policía cerca de la parroquia.	2	1	2	5
	Debido a que es una de las Parroquias más grandes del cantón Guano tiene mayor apoyo en cuanto a servicios básicos	2	2	3	7

SERVICIOS TURISTICOS	La parroquia cuenta con servicios de hospedaje de primera, segunda y tercera categoría.	3	2	2	7
	Cuenta con tres líneas de transporte directo.	3	1	1	5
	Cuenta con servicios de alimentación	2	2	3	7
	Dentro de la parroquia San Andrés cuenta con señalética informativa básica	2	1	1	4
	Cuenta con servicios de alimentación	2	2	2	6
	El MINTUR cuenta con un programa de Capacitación turística, la misma que llega a cada una de las comunidades de la Parroquia.	2	2	1	5
FACILIDADES TURISTICAS	Se encuentra junto a la Panamericana Norte	2	3	2	7
	Cuenta con líneas de transporte publico	2	2	2	6
	La parroquia cuenta con una cooperativa de taxis	2	1	2	5
	La parroquia San Andrés está ubicada junto a la Vía Panamericana Norte la misma que gracias a la empresa PANAVIAL, se encuentra en constante mantenimiento.	3	3	3	9

ACCESIBILIDAD	Las vías de primer y segundo orden dentro de la parroquia se encuentran en muy buen estado.	3	3	2	8
	Gracias a que la Panamericana Norte se encuentra junto a la Parroquia, es de fácil acceso de las grandes ciudades, como Quito, Latacunga y Ambato.	2	2	1	5
COMERCIALIZACIÓN	Hoy en día el Gobierno Parroquial promociona las fiestas de parroquialización a través de radio, televisión y prensa.	3	2	2	7
	Se puede conocer datos Generales de la Parroquia San Andrés a través de la página web de la misma.	2	2	3	7
	La parroquia forma parte de uno de los cantones más desarrollaos en el Ámbito turístico como es Guano.	2	2	2	6
	Protección patrimonial por parte de entidades públicas	2	2	2	6
	Mayor cantidad de turistas nacionales y locales gracias a la difusión de sus fiestas.	2	2	1	5

SUPERESTRUCTURA TURISTICA	El Gobierno Parroquial de San Andrés elabora en forma participativa con la población planes, programas y proyectos turísticos de carácter local, en coordinación con los planes turísticos cantonales y bajo los lineamientos de la planificación provincial, a través de mesas de participación y charlas semestrales	3	2	2	7
	Existe un gran interés por parte del GAD parroquial por desarrollar el turismo comunitario en su territorio.	2	3	2	7
	Existe apoyo a la protección y supervisión del patrimonio histórico por parte de las autoridades.	2	2	2	6
	Hay una buena coordinación entre las diversas entidades públicas, privadas, comunitarias y ONG's de la parroquia	2	2	1	5
	Apoyo económico y técnico del GAD cantonal de Guano	2	1	1	4
	Existe apoyo por parte del MINTUR para desarrollar el turismo en la parroquia San Andrés	2	1	1	4

	Apoyo técnico de las entidades Públicas como el INPC, MINTUR Y MAGAP para el desarrollo de la parroquia en el ámbito cultura, natural y patrimonial.	2	1	1	4
	Junta Parroquial cuenta con técnicos especializados en los diferentes sectores de desarrollo	2	1	1	4

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria

6. Priorización de Nudos Críticos

Entre los principales problemas o nudos críticos identificados en la Parroquia San Andrés, que afectan a la Parroquia como tal y al desarrollo del sector turístico, se describen los siguientes:

Cuadro #06: Priorización de Nudos Críticos

ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO	NÚDOS CRÍTICOS DEBILIDADES/AMENAZAS	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
		DIFICULTAD	IMPACTO	DURACIÓN	TOTAL
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Deterioro de los recursos naturales y los atractivos culturales por acción de la naturaleza y por falta de mantenimiento.	2	3	2	7
	La parroquia cuenta con más recursos que con atractivos turísticos	3	2	3	8
	Contaminación ambiental en los atractivos turísticos.	3	2	2	7
SERVICIOS BÁSICOS	La recolección de basura únicamente se la realiza en la cabecera cantonal	2	3	2	7
SERVICIOS TURÍSTICOS	Falta de personal capacitado para brindar una buena atención a los turistas.	3	2	3	8

	Poco interés por parte de las entidades públicas para capacitar a los servidores turísticos de la parroquia	3	2	2	7
FACILIDADES TURISTICAS	Los procesos de dotación de facilidades turísticas son dirigidos mayoritariamente para las ciudades grandes o atractivos más conocidos, mientras que la gestión para las parroquias es mínima.	3	2	2	7
COMERCIALIZACIÓN	La difusión de la parroquia en medios radiales y televisivos se da solamente durante sus festividades.	3	3	2	8
SUPERESTRUCTURA TURISTICA	No existen políticas públicas para el desarrollo del sector turístico	3	2	2	7

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

7. Priorización de Factores Claves de Éxito

Cuadro #07: Priorización de Factores Claves de Éxito

ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO	FACTORES CLAVES DE ÉXITO FORTALEZAS/ OPORTUNIDADES	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
		PRODUCTIVIDAD	CALIDAD	EXCLUSIVIDAD	TOTAL
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Las fiestas que se celebran en el mes de noviembre, tiene una gran acogida por parte de turistas locales y nacionales, siendo hoy en día uno de los principales atractivos de la parroquia.	3	2	2	7
	La celebración del carnaval con respeto (sin agua) dentro de la parroquia, ha logrado el aumento anual de turistas en dicha celebración.	3	2	2	7
	La Iglesia San Andrés posee con un alto valor histórico y arquitectónico	3	2	2	7
	La parroquia posee un parte importante de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, lo que hace que a través de este atractivo conocido a nivel nacional, la parroquia también se difunda.	3	3	3	9

	El paso del ferrocarril por la estación Urbina, ha hecho que una parte de la parroquia sea conocida tanto por turistas nacionales y extranjeros	2	3	3	8
SERVICIOS BÁSICOS	La parroquia San Andrés cuenta con servicio de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y telefonía.	3	2	2	7
	Debido a que es una de las Parroquias más grandes del cantón Guano tiene mayor apoyo en cuanto a servicios básicos	2	2	3	7
SERVICIOS TURÍSTICOS	La parroquia cuenta con servicios de hospedaje de primera, segunda y tercera categoría.	3	2	2	7
	Cuenta con servicios de alimentación	2	2	3	7
FACILIDADES TURISTICAS	Se encuentra junto a la Panamericana Norte	2	3	2	7
ACCESIBILIDAD	La parroquia San Andrés está ubicada junto a la Vía Panamericana Norte la misma que gracias a la empresa PANAVIAL, se encuentra en constante mantenimiento.	3	3	3	9

	Las vías de primer y segundo orden dentro de la parroquia se encuentran en muy buen estado.	3	3	2	8
COMERCIALIZACION	Hoy en día el Gobierno Parroquial promociona las fiestas de parroquialización a través de radio, televisión y prensa.	3	2	2	7
	Se puede conocer datos Generales de la Parroquia San Andrés a través de la página web de la misma.	2	2	3	7
SUPERESTRUCTURA	El Gobierno Parroquial de San Andrés elabora en forma participativa con la población planes, programas y proyectos turísticos de carácter local, en coordinación con los planes turísticos cantonales y bajo los lineamientos de la planificación provincial, a través de mesas de participación y charlas semestrales	3	2	2	7
	Existe un gran interés por parte del GAD parroquial por desarrollar el turismo comunitario en su territorio.	2	3	2	7

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: GAD de San Andrés, 2014

B. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLOGDE EN LA PARROQUIA SAN ANDRÉS

1. Estudio de Mercado

Para la realización de este estudio de mercado se acudió a fuentes primarias y secundarias de estudio, en donde se determinó los siguientes parámetros:

a. Análisis de la Oferta actual de la parroquia.

1) Atractivos Turísticos

Para el desarrollo de este punto se tomó en cuenta los atractivos turísticos de mayor jerarquía que posee la Parroquia San Andrés, los cuales están dentro de la categoría Recursos Naturales, los mismos que nos permitieron conocer a la competencia a la cual el presente proyecto se tendrá que enfrentar:

Tabla #11: Resumen de los principales Atractivos turísticos

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
Iglesia San Andrés	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Religiosa	II
Estación Urbina	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Civil	II
Picapedreros de San Pablo	Manifestaciones Culturales	Etnográfica	Tallado en Piedra	I
Centro Artesanal Pilingui	Manifestaciones Culturales	Etnográfica	Artesanía en tejido	I
Laguna del	Sitios Naturales	Ambiente	Laguna	II

Chimborazo		Lacustre		
Minas de Hielo Chimborazo	Manifestaciones Culturales	Histórica	Minas Antiguas	II
Fiestas Populares	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiesta	II

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

2) Planta Turística Actual

Se ha tomado en cuenta todos los lugares turísticos que se encuentran dentro de la parroquia San Andrés, tanto los sitios ubicados dentro de la Cabecera Cantonal como fuera de la misma.

San Andrés cuenta con los siguientes sitios de alojamiento:

Tabla #12: Sitios de alojamiento

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Hostería			
La Andaluza	Primera	Panamericana Norte Km 16	+593 3294 9370 / +593 3294 9371 / +593 3294 9372
Los Eucaliptos	Segunda	Peaje	032 904419
Albergue			
Posada Estación Urbina	Segunda	Urbina	032961909
Posada Portal Andino	Segunda	Comunidad Cóndor	032779475

		Samana	
OtcCalshi	Segunda	Calshi	José Paca (+593)90473398 Humberto Gumanshi (+593)818 76584
OTC Artesa	Segunda	San Lucía	
San Anita Razuñal	Segunda	Pilingui	

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

La Parroquia San Andrés cuenta con los siguientes sitios de alimentación, con lo que se puede conocer la oferta complementaria en el sector:

Tabla #13: Sitios de Alimentación

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
San Juan Loma	Segunda	Barrio La Panadería	032 904514

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

La Parroquia San Andrés cuenta actualmente con el siguiente sitio de esparcimiento:

Tabla #14: Sitios de esparcimiento

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
San Juan Loma	Segunda	Barrio La Panadería	032 904514

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

Para llegar a la Parroquia San Andrés se puede acceder por las siguientes líneas de transporte, dato importante para conocer la oferta actual:

Tabla #15: Líneas de transporte

NOMBRE DE LA LÍNEA DE TRANSPORTE	Ubicación de Salida	Ubicación de llegada
San Andrés	Terminal Interparroquial (Av. Canónigo Ramos)	Parque Central de la Parroquia
El Cóndor	Terminal Interparroquial (Av. Canónigo Ramos)	Parque Central de la Parroquia
San Isidro	Terminal Interparroquial Av. Canónigo Ramos)	Pasa por el Centro de la Parroquia

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

3) Productos Turísticos Actuales

a) Definición de líneas de productos

Luego de las salidas de campo y de análisis correspondientes a las líneas de productos turísticos en la Parroquia se determinó que San Andrés cuenta con las siguientes líneas:

Tabla #16: Líneas de Productos

Líneas de Productos	Variedad de productos	Nombres y actividades	Actividades
			Hospedaje, alimentación, sitio ideal para la aclimatación de

Turismo Comunitario	Turismo Comunitario	Portón Andino	turistas que llegan para realizar turismo de alta montaña
		OTC Cáliz	Hospeda y alimentación, convivencia con la comunidad, cultura local (música, gastronomía, costumbres y tradiciones)
		OTC Artesa	Hospeda y alimentación, convivencia con la comunidad, cultura local (música, gastronomía, costumbres y tradiciones)
Turismo Cultural	Patrimonio Cultural	Iglesia San Andrés	City Tour
		Ruta del ferrocarril	Ruta Riobamba - Urbina
	Fiestas Populares	Carnaval febrero – marzo	Pregón de carnaval, toros, albazos, verbenas
		Fiestas Patronales Noviembre	Desfiles cívico y alegría, toros, albazos y verbenas

Ecoturismo – Turismo de Naturaleza	Reserva de Producción	Reserva de Producción Chimborazo	Trekking, camping, observación de flora y fauna
Turismo de deportes y aventuras	Deportes Terrestres	Biking	
		Treking	
		Cabalgata	Ruta urbina – aguas termales del Chimborazo

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

4) Análisis de la competencia u Oferta sustitutiva

a) Identificación de los competidores

Se ha tomado como referencia a todos los establecimientos que ofrecen hospedaje, alimentación, y esparcimiento, ubicados en la Parroquia San Andrés, tanto dentro como fuera de la cabecera cantonal.

b) Detalles de la competencia

En el siguiente cuadro se detalla los establecimientos que forman parte de la oferta sustitutiva y complementaria.

a) **Oferta Sustitutiva**i. **Hostería La Andaluza****Cuadro # 08: Hostería La Andaluza**

Tipo	Categoría	Instalaciones características	Clientes anuales	Servicios	Capacidad/Número de plazas anuales	Precio
Hostería	Primera	Mixta: ladrillo y Madera	5302 hospedaje 7320 alimentación	Habitaciones con baño privado, agua caliente, tv cable, chimenea, calefacción Restaurante, bar, cafetería	41760 pax	\$ 74,00
Ubicación	Panamericana Norte Km 16 / Vía Riobamba – Ambato					
Demanda	Turismo local, regional, nacional e internacional.					
Formas de comercialización	Tel: +593 3294 9370 / +593 3294 9371 / +593 3294 9372 / Página Web: http://www.hosteriaandaluza.com/instalaciones.html Email: welcome@hosteriaandaluza.com					

Elaborado por: Jorge Guevara**Fuente:** Entrevista a propietarios de los establecimientos turísticos, 2014.

ii. Los Eucaliptos

Cuadro #09: Hostería Los Eucaliptos

Tipo	Categoría	Instalaciones características	Clientes anuales	Servicios	Capacidad/Número de plazas anuales	Precio
Hostería	Segunda	Mixta: ladrillo y Madera	3100	Habitaciones con baño privado, agua caliente, tv cable, chimenea, calefacción Bar, cafetería	7200 pax	\$ 25,00
Ubicación	Panamericana Norte Km 14 vía a Quito, a 100m del peaje de San Andrés					
Demanda	Turismo local, regional, nacional e internacional.					
Formas de comercialización	Tel: 032 904419					
Observaciones	No tiene página Web, ni email.					

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Entrevista a propietarios de los establecimientos turísticos, 2014.

iii. Portón Andino

Cuadro #10: Hospedaje Portón Andino

Tipo	Categoría	Instalaciones características	Clientes anuales	Servicios	Capacidad/Número de plazas anuales	Precio
Hostería	Segunda	Mixta: ladrillo y Madera	510	Es un refugio de alta montaña ideal para la aclimatación, ubicado en un sitio estratégico entre los majestuosos volcanes Chimborazo y Carihuayrazo.	5040 pax	\$ 10,00
Ubicación	Ubicado en la comunidad Cóndor Samana, Parroquia San Andrés.					
Demanda	Turismo local, regional, nacional e internacional.					
Formas de comercialización	Tel: 032779475 Trípticos y Dípticos					
Observaciones	No tiene página Web, ni email.					

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Entrevista a propietarios de los establecimientos turísticos, 2014.

b) Oferta complementaria

i. Complejo San Juan Loma

Cuadro #11: Complejo San Juan Loma

Tipo	Categoría	Instalaciones características	Clientes anuales	Servicios	Capacidad/Número de plazas anuales	Precio
Hostería	Segunda	Mixta: ladrillo y Madera	1500	Restaurant que ofrece platos típicos de la zona y de la Provincia Hospedaje que ofrece baño privado con agua caliente, habitaciones sencillas, dobles y triples, Tv áreas de esparcimiento, canchas de básquet, y fútbol, sala de juegos	7200 pax	\$ 10,00
Ubicación	Parroquia San Andrés, barrio La Panadería					
Demanda	Turismo local, regional y nacional					
Formas de comercialización	Tel: 032 904514 Trípticos y Dípticos Difusión por radio					
Observaciones	No tiene página Web, ni email.					

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Entrevista a propietarios de los establecimientos turísticos, 2014.

a. Análisis de la demanda

La demanda que se utiliza es el número anual de turistas nacionales y extranjeros que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo en el año 2013.

1) Determinación del universo

A continuación se detalla el número total de turistas nacionales y extranjeros que llegaron en el año 2013 a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo:

Cuadro # 12: Determinación del Universo

UNIVERSO	Nº DE TURISTAS
Turistas Nacionales	53895
Turistas Extranjeros	9605
TOTAL	63500

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria

2) Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula de canavos:

$$n = \frac{N(P * Q)}{(N - 1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia

e = Margen de error

z = Nivel de confianza

a) Demanda Nacional

Para el presente estudio se utilizó el muestro aleatorio. Para la determinación de la muestra se aplicó la fórmula de Canavos, donde:

N= universo 53895

n= tamaño de la muestra

p= probabilidad de éxito (0,5)

q= probabilidad de fracaso (0,5)

pq= constante de varianza (0,25)

E= margen de error (0,08)

k= constante de corrección de error (1,75)

$$n= 53895 (0.25) / 53894(0.08/1.75)^2+(0.25)$$

n= 119 encuestas

b) Demanda Internacional

Para el presente estudio se utilizó el muestro aleatorio. Para la determinación de la muestra se aplicó la fórmula de Canavos, donde:

N= universo 9605

n= tamaño de la muestra

p= probabilidad de éxito (0,5)

q= probabilidad de fracaso (0,5)

pq= constante de varianza (0,25)

E= margen de error (0,08)

k= constante de corrección de error (1,75)

$$n= 9605(0.25)/9604(0.08/1.75)^2+(0.25)$$

n= 118 encuestas

3) Encuesta

Se utilizó la encuesta como técnica de investigación elaborada en inglés y español. Este cuestionario fue elaborado de acuerdo a los requerimientos de investigación considerando variables sociodemográficas y psicográficas. (Ver anexo #3)

4) Caracterización de la demanda

a) Tabulación y análisis de la información obtenida

Luego de la aplicación de encuestas, se pudo tabular y analizar los gustos y preferencias de la demanda nacional e internacional. (Ver anexo # 4)

b) Perfil del turista nacional

Luego de realizada las encuestas a los turistas nacionales que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, se conoció los gustos y preferencias de este universo, obteniendo así los siguientes datos: El 35% de los turistas nacionales tienen un rango de edad de 37 a 47 años, mientras que tan solo el 10% de los mismos comprenden un rango de edad mayor a los 59 años. En cuanto al género se conoció que el 66% de los turistas son mujeres mientras que el 34% son de sexo masculino, los mismos que llegan en su mayoría de la ciudad de Riobamba con el 24% del total, seguidos del 16% del total que llegan desde Quito, mientras que tan solo con el 4% de turistas que son oriundos de Machala. En cuanto al nivel de educación se determinó que el 54% de los turistas que llegan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo poseen estudios Superiores, y tan solo el 3% han obtenido un nivel de estudios primarios.

Los turistas encuestados revelaron que el 54% de los mismos son empleados públicos mientras que el 34% son empleados privados, de los cuales se conoció que el 32% tienen un ingreso económico mayor a \$ 801,00, seguidos del 27% de aquellos ganan aproximadamente de 601,00 a 800,00, y tan solo el 8% que sus ingresos van desde los \$401,00 a \$500,00.

El 48% de los turistas nacionales viajan acompañados de su familia, mientras que el 15% viajan solos, de los cuales el 82% se trasladan de manera independiente mientras que el 18% lo hacen a través de una agencia de viajes.

El 80% del total de turistas encuestados conocen la parroquia San Andrés, mientras que el 20% restante no ha escuchado ni conoce la parroquia, pero están dispuestos a visitarla.

Al 92% de los turistas entrevistados les gustaría que exista un Ecolodge en la parroquia, de los cuales el 14% le gustaría que el mismo ofrezca hospedaje, al 12% le gustaría que cuente con un sitio de alimentación, mientras que el 16% desearía que cuente con piscinas, y tan solo el 5% le gustaría que cuente con servicio de SPA.

Del 100% de los turistas encuestados el 51% están dispuestos a permanecer un día en el ecolodge, seguido del 28% que les gustaría permanecer dos días en el mismo y tan solo el 2% más de tres días.

El 59% de los turistas conocen de nuevos sitios de turismo a través del internet, el 31% restante lo hace a través de la radio, televisión, prensa y guías de turismo.

En cuanto a gastronomía el 47% le gustaría que el ecolodge ofrezca comida típica de la zona y tan solo el 2% comida vegetariana, para lo cual están dispuestos a gastar entre 21,00 a 30,00 diarios.

c) Perfil del turista extranjero

Aplicadas las encuestas a los turistas extranjeros que visitaron la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo el año 2013, se conoció los gustos y preferencias de este universo, obteniendo así los siguientes datos: El 29% de los turistas nacionales tienen un rango de edad de 48 a 58 años, mientras que tan solo el 8% de los mismos comprenden un rango de edad que comprende entre 18 a 25 años. En cuanto al género se conoció que el 75% de los turistas son de sexo masculino mientras que el 25% restante son de sexo femenino, desde U.S.A y Canadá en su mayoría con el 19% del total, seguido del 16% de Perú y el 65% de diferentes partes del mundo. En cuanto al nivel de educación se determinó que el 63% de los turistas que llegan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo poseen estudios Superiores, y tan solo el 13% han obtenido un nivel de estudios diferente a la primaria y secundaria.

Los turistas encuestados revelaron que el 67% de los mismos son empleados públicos mientras que el 16% son empleados privados, de los cuales se conoció que

el 60% tienen un ingreso económico mayor a \$ 801,00, seguidos del 36% de aquellos ganan aproximadamente de 601,00 a 800,00, y tan solo el 3% que sus ingresos van desde los \$501,00 a \$600,00.

El 44% de los turistas extranjeros viajan acompañados de sus amistades, mientras que el 8% viajan con otro tipo de acompañante que no son ni familiares o solos, de los cuales el 75% utiliza una agencia de viajes y tan solo el 25% lo hace de manera independiente.

El 7% del total de turistas encuestados conocen la parroquia San Andrés, mientras que el 93% restante no ha escuchado ni conoce la parroquia, pero están dispuestos a visitarla.

Al 100% de los turistas entrevistados les gustaría que exista un Ecolodge en la parroquia, de los cuales al 20% le gustaría que cuente con un parqueadero, el 19% le gustaría que el mismo ofrezca hospedaje, al 17% le gustaría que cuente con un canchas deportivas, mientras que el 13% desearía que cuente con servicio de alimentación, y tan solo al 2% le gustaría que cuente con piscina.

Del 100% de los turistas encuestados el 47% está dispuesto a permanecer dos días en el ecolodge, mientras que el 31% 3 días y tan solo el 2% más de tres días.

El 50% de los turistas conocen de nuevos sitios de turismo a través del internet, el 50% restante lo hace a través de la radio, televisión, prensa y guías de turismo.

En cuanto a gastronomía el 47% le gustaría que el ecolodge ofrezca comida típica de la zona, mientras que el 53% desearía degustar comida ecuatoriana, internacional y vegetariana, para lo cual están dispuestos a gastar más de \$30,00 por servicio, para lo cual el 75% pagaría preferencialmente en efectivo y tan solo el 25% con tarjeta de crédito.

5) Proyección de la oferta y la demanda

a) Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

1) Proyección de la demanda potencial para alojamiento

El 71% de los turistas nacionales encuestados están dispuestos a alojarse en el ecolodge es decir:

$63500 * 71\% = 45085$ turistas potenciales.

El 81 % los turistas extranjeros encuestados están dispuestos a alojarse en el ecolodge es decir:

$63500 * 81\% = 51435$ turistas potenciales.

Para la proyección de la demanda se utilizó el método del incremento compuesto, agrupando a turistas nacionales y extranjeros ($45085+51435= 96520$), valor que se toma del resultado de la encuesta de la pregunta N° 12, en la cual se pregunta a los turistas los servicios que les gustaría que el ecolodge ofrezca.

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

C_n : población futura

C_0 : Población al inicio del período (96520)

i : Taza media anual de crecimiento (0.06)

n : número de años que se proyecta la población (5)

Cuadro # 13: Demanda Proyectada para el servicio de alojamiento

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2014	96520
2015	102311
2016	108450
2017	114957

2018	121854
2019	129166

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

2) Proyección de la demanda potencial para el servicio de restaurante

Para la proyección de la demanda potencial para el servicio de restaurante se procedió de la misma manera que con el servicio de hospedaje, obteniendo el siguiente resultado:

De los turistas nacionales encuestados el 12% están dispuestos a utilizar el servicio de restaurante

$$63500 * 53\% = 33655 \text{ turistas potenciales}$$

Mientras que de los turistas extranjeros el 13% desearían utilizar el servicio de alimentación

$$63500 * 62\% = 39370 \text{ turistas potenciales}$$

Para la proyección de la demanda se utilizó el método del incremento compuesto, agrupando a turistas nacionales y extranjeros ($33655 + 39370 = 73025$), valor que se toma del resultado de la encuesta de la pregunta N° 12, en la cual se pregunta a los turistas los servicios que les gustaría que el ecolodge ofrezca.

$$C_n = C_o (1+i)^n, \text{ donde}$$

C_n: población futura

C_o: Población al inicio del período (73025)

i: Taza media anual de crecimiento(0.06)

n: número de años que se proyecta la población (5)

Cuadro # 14: Demanda Proyectada

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2014	73025
2015	77407
2016	82051
2017	86974
2018	92192
2019	97724

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

b) Proyección de la oferta potencial para los próximos 5 años

1) Proyección de la oferta potencial en el servicio de alojamiento

Para obtener la oferta potencial en el servicio de alojamiento se tomó como dato el número de clientes tanto nacionales y extranjeros que se hospedaron durante el año 2013 (8912) en los diferentes sitios de hospedaje de la parroquia.

$C_n = C_o (1+i)^n$, donde

C_n : población futura

C_o : Población al inicio del período (8912)

i : Taza media anual de crecimiento(0.06)

n : número de años que se proyecta la población (5)

Cuadro#15: Proyección de la oferta potencial en el servicio de alojamiento

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2014	8912
2015	9447
2016	10014
2017	10614
2018	11251
2019	11926

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta, 2014

2) Proyección de la oferta para el servicio de restaurante

Para obtener la oferta potencial en el servicio de restaurante se tomó como dato el número de clientes tanto nacionales y extranjeros que utilizaron el servicio de alimentación durante el año 2013 (8820) en el restaurant de la Hostería la Andaluza y en el complejo San Juan Loma.

$C_n = C_o (1+i)^n$, donde

C_n : población futura

C_o : Población al inicio del período (8820)

i : Taza media anual de crecimiento(0.06)

n : número de años que se proyecta la población (5)

Cuadro # 16: Proyección de la oferta para el servicio de restaurante

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2014	8820
2015	9349,2
2016	9910,2
2017	10504,8
2018	11135,0
2019	11803,1

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta, 2014

c) Demanda insatisfecha proyectada para los próximos 5 años del proyecto.

1) Proyección de la demanda insatisfecha para el servicio de hospedaje

Para determinar la demanda insatisfecha del servicio de hospedaje se realizó la resta entre la demanda potencial menos la oferta potencial, obteniendo así el siguiente cuadro:

Cuadro # 17: Proyección de la demanda insatisfecha para el servicio de hospedaje

Año	Demanda Potencial	Oferta Potencial	Demanda Insatisfecha
2014	96520	8912	87608
2015	102311	9447	92864
2016	108450	10014	98436
2017	114957	10614	104343
2018	121854	11251	110603
2019	129266	11926	117240

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta, 2014

2) Proyección de la demanda insatisfecha para el servicio de alimentación

Para determinar la demanda insatisfecha del servicio de alimentación se realizó la resta entre la demanda potencial menos la oferta potencial, obteniendo así el siguiente cuadro:

Cuadro # 18: Demanda insatisfecha proyectada para el servicio de alimentación

Año	Demanda Potencial	Oferta Potencial	Demanda Insatisfecha
2014	73025	8820	64205
2015	77407	9349,2	68057

2016	82051	9910,2	72141
2017	86974	10504,8	76469
2018	92192	11135	81057
2019	97724	11926	96528

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta, 2014

d) Demanda Objetivo proyectada

1) Demanda objetivo proyectada para el servicio de hospedaje

Se tomó como demanda objetivo el 15% de la demanda insatisfecha

Cuadro # 19: Demanda objetivo proyectada para el servicio de hospedaje

Año	Demanda Insatisfecha	Demanda Objetivo (15%)
2014	87608	13141
2015	92864	13930
2016	98436	14765
2017	104343	15651
2018	110603	16590
2019	117240	17586

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta, 2014

2) Demanda objetivo proyectada para el servicio de restaurante

Cuadro # 20: Demanda objetivo proyectada para el servicio de restaurante

Año	Demanda Insatisfecha	Demando Objetivo (15%)
2014	64205	9631
2015	68057	10209
2016	72141	10821

2017	76469	11470
2018	81057	12159
2019	96528	14479

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta, 2014.

C. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLODGE EN LA PARROQUIA SAN ANDRES

Una vez que se determinó los aspectos del mercado, se analizó con profundidad los parámetros y juicios técnicos necesarios que determinen como implementar de manera eficiente el proyecto, analizando así los siguientes aspectos.

1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

Se definió la planificación y diseño técnico considerando los datos obtenidos en el estudio de mercado, para lo cual se analizó los siguientes aspectos:

a. Localización del proyecto

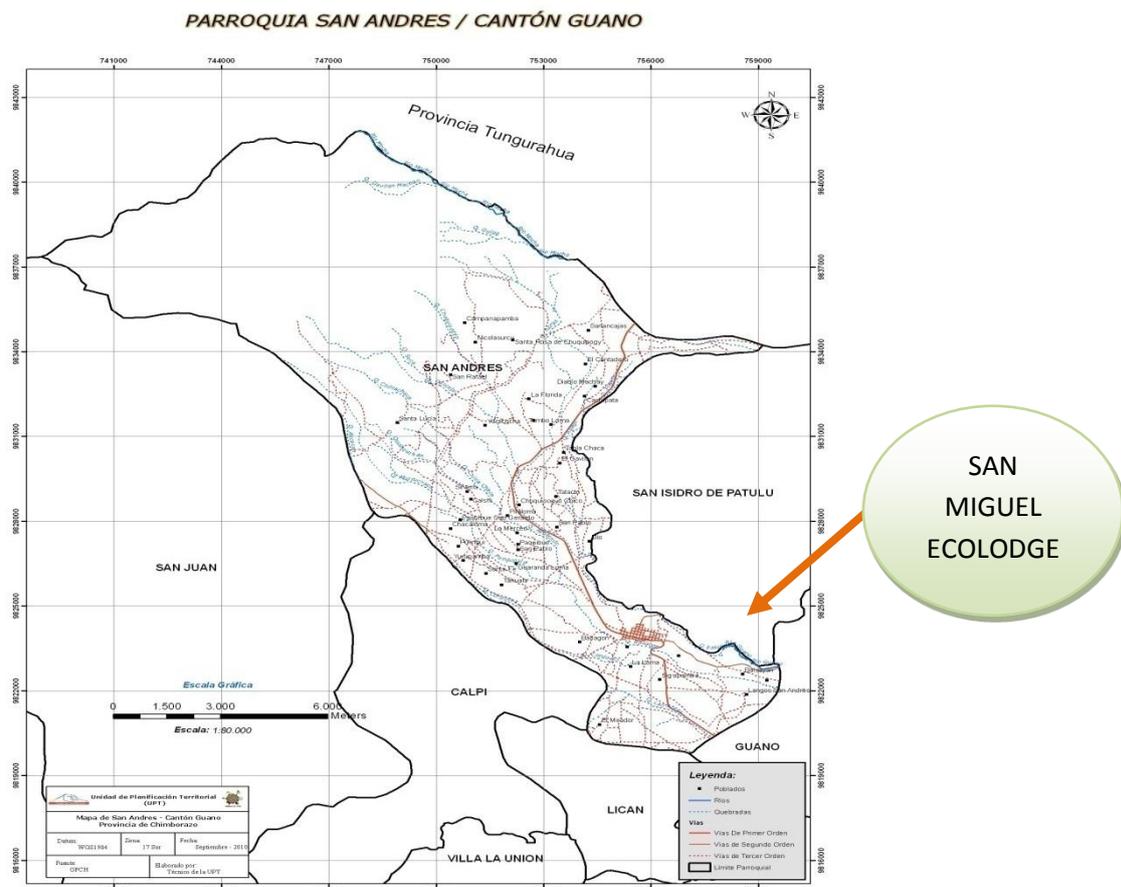
1) Macro localización de la empresa.

El siguiente proyecto estará localizado en la Parroquia, San Andrés, Cantón Guano Provincia de Chimborazo.

2) Micro localización de la empresa.

El terreno que se utilizará para la implantación del proyecto estará ubicado en el Barrio San Miguel, vía a Guano.

Gráfico #2: Ubicación del Ecolodge



Fuente: GADP de Chimborazo, 2014

b. Tamaño del proyecto

Se consideró el número de clientes que tendrá la empresa en el servicio de hospedaje y alimentación

Cuadro # 21: Clientes Proyectados en el servicio hospedaje

Año	Demanda Objetivo (15%)	Mensual	Semanal	Quincenal	Semestral	Diario
2014	13141	1095	274	548	6571	36
2015	13930	1161	290	580	6965	38
2016	14765	1230	308	615	7383	40
2017	15651	1304	326	652	7826	43
2018	16590	1383	346	691	8295	45
2019	17586	1466	366	733	8793	48

Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: Estudio de la demanda y oferta

Cuadro # 22: Clientes Proyectados en el servicio alimentación

AÑO	Demanda Objetivo (15%)	Mensual	Semanal	Quincenal	Semestral	Diario
2014	9631	803	201	401	4816	26
2015	10209	851	213	425	5105	28
2016	10821	902	225	451	5411	30
2017	11470	956	239	478	5735	31
2018	12159	1013	253	507	6080	33
2019	14479	1207	302	603	7240	40

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de la demanda y oferta

1) Consumo aparente de los servicios demandados

Para determinar el consumo aparente por producto se consideró el mismo número de turistas potenciales para la proyección de la oferta y la demanda, determinando así que el número total de turistas potenciales son 96520 (100%), de los cuales 45085 son nacionales (46,71%).

Cuadro #:23 Proyección de los consumidores de acuerdo a lo servicios demandados turistas nacionales

AÑO	DEMANDA OBJETIVA (15%)	DEMANDA OBJETIVA NACIONAL 46.71%	HOSPEDAJE 14%	ALIMENTACIÓN 12%	PISCINA 16%	SPA 5%	CANCHAS DEPORTIVAS 16%	PARQUEADERO 20%	JUEGOS DE MESA 9%	JUEGOS INFANTILES 8%
2014	13141	6138	1840	1577	2103	657	2103	2628	1183	1051
2015	13930	6507	1950	1672	2229	697	2229	2786	1254	1114
2016	14765	6897	2067	1772	2362	738	2362	2953	1329	1181
2017	15651	7311	2191	1878	2504	783	2504	3130	1409	1252
2018	16590	7749	2323	1991	2654	830	2654	3318	1493	1327
2019	17586	8214	2462	2110	2814	879	2814	3517	1583	1407

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de la demanda y oferta, 2014

Cuadro #24: Proyección de los consumidores de acuerdo a lo servicios demandados turistas nacionales

AÑO	DEMANDA OBJETIVO	DEMANDA OBJETIVA Extranjera 53.29%	HOSPEDAJE 19%	ALIMENTACIÓN 13%	PISCINA 2%	SPA 9%	CANCHAS DEPORTIVAS 17%	PARQUEADERO 20%	JUEGOS DE MESA 11%	JUEGOS INFANTILES 9%
2014	13141	7003	2497	1708	263	1183	2234	2628	1446	1183
2015	13930	7423	2647	1811	279	1254	2368	2786	1532	1254
2016	14765	7868	2805	1919	295	1329	2510	2953	1624	1329
2017	15651	8340	2974	2035	313	1409	2661	3130	1722	1409
2018	16590	8841	3152	2157	332	1493	2820	3318	1825	1493
2019	17586	9372	3341	2286	352	1583	2990	3517	1934	1583

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de la demanda y oferta, 2014

c. Diseño técnico arquitectónico

En este punto se diseñó los planos arquitectónicos, diseño de interiores y de distribución, y costos de mano de obra y construcción:

1) Requerimientos para la construcción

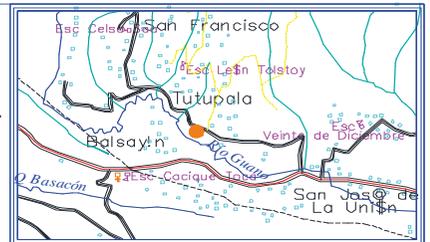
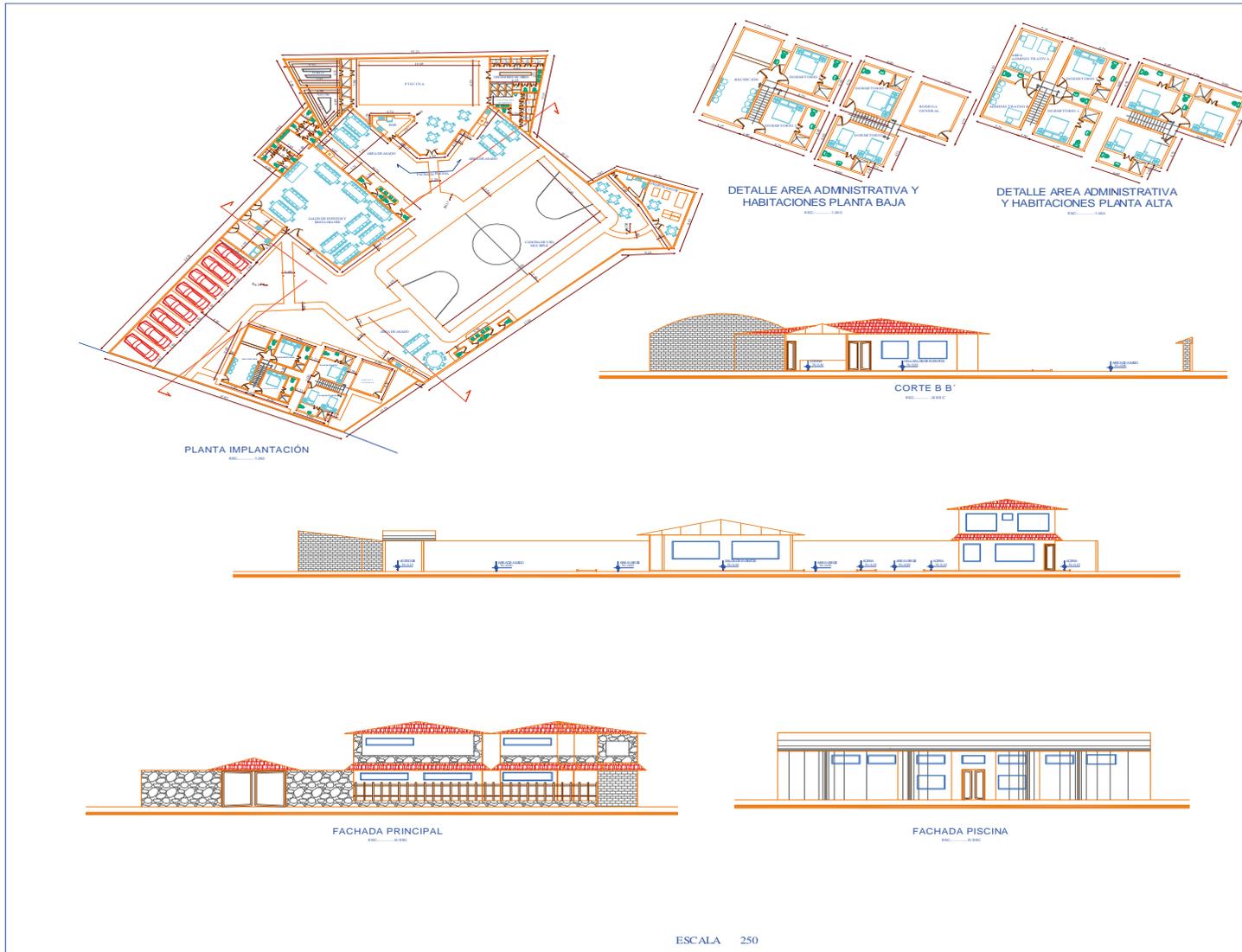
Cuadro #25: Requerimientos de instalación

Requerimiento	Cantidad	Detalle
Habitaciones	16	Simple
		Matrimoniales
		Dobles
		Triples
Baños	34	Suists
		Uno en cada habitación
		Cuatro en restaurante
		Cuatro en Canchas deportivas
		Dos en área de administración
		Seis en la Piscina
Canchas Deportivas	1	Dos en el área de administración
		Básquet
		Futbol
Piscina	1	Semi Olímpica
Sauna	1	
Hidromasaje	1	
Parqueadero	1	Ocho Autos
Bar	1	
Restaurante	1	
Sala de Juegos de Mesa	1	
Áreas Verdes	1	

Elaborado por: Jorge Guevara

2) Planos Arquitectónicos

Gráfico # 3: Plano del Ecolodge



UBICACION

SIMBOLOGIA		SIMBOLOGIA	
CR	CAJA DE REVISION	⊙	TOMA CORRIENTE DOBLE
—	TUBERIA DE 3" x 4" EXISTENTE	⊕	POCO ANORRADOR
—	TUBERIA DE 3" x 4" NUEVA	⊖	INTERRUPTOR SIMPLE
—	TUBERIA DE AGUA DE 1/2 EXISTENTE	⊕	INTERRUPTOR DOBLE
—	TUBERIA DE AGUA DE 1/2 NUEVA	⊖	COMUNICADOR
•	CAPTACION DE AGUA POTABLE	⊕	DUCHA ELECTRICA
•	BAJANTE DE AGUA OSIVIDAS	⊖	TABLERO DE CONTROL
•	BAJANTE DE AGUA LLUVIA	⊕	MEDIDOR ELECTRICO
•	SALIDA DE AGUA POTABLE	⊖	CIRCUITO ALUMBRADO
•	MEDIDOR DE AGUA POTABLE	⊕	CABLE INTERRUPTOR
		⊖	CIRCUITO TOMACORRIENTE
		⊕	LUMINARIA INDEPENDIENTE DE PARED
		⊖	NUMERO DE CIRCUITO

DELEGADO MUNICIPAL:

MANIFIESTACION	ARQUITECTO	ESTIPULACION
ESTADO CIVIL	CARLOS LOPEZ VEGA	ESTIPULACION

UBICACION		
PROVINCIA: CHIMBORAZO		CANTON: RIOBAMBA
PROPIETARIO:	FOTOCOPIA:	CONTENIDO:
		PLANTA BAJA PLANTA ALTA FACHADAS, CORTEZ, UBICACION, CUBIERTA
AP: CARLOS LOPEZ VEGA NO. 000 000 000		FECHA: MARZO 2018
		INDICADAS: MARZO / 1

Gráfico #5: Planta área administrativa y habitaciones

Se observa el detalle de uno de los bloques que se construirá, ya que el ecolodge contará con dos bloques de habitaciones de similares características de construcción

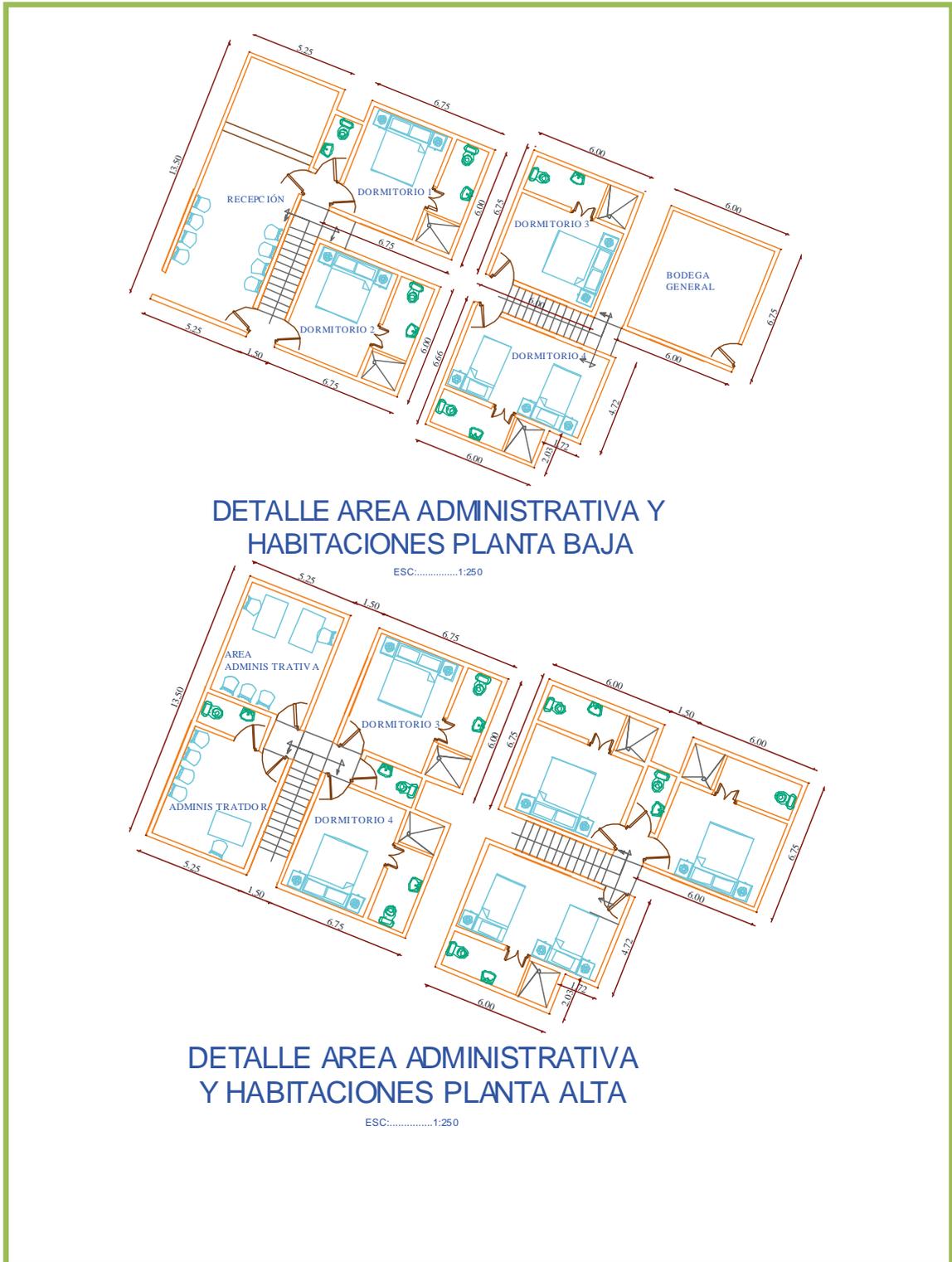
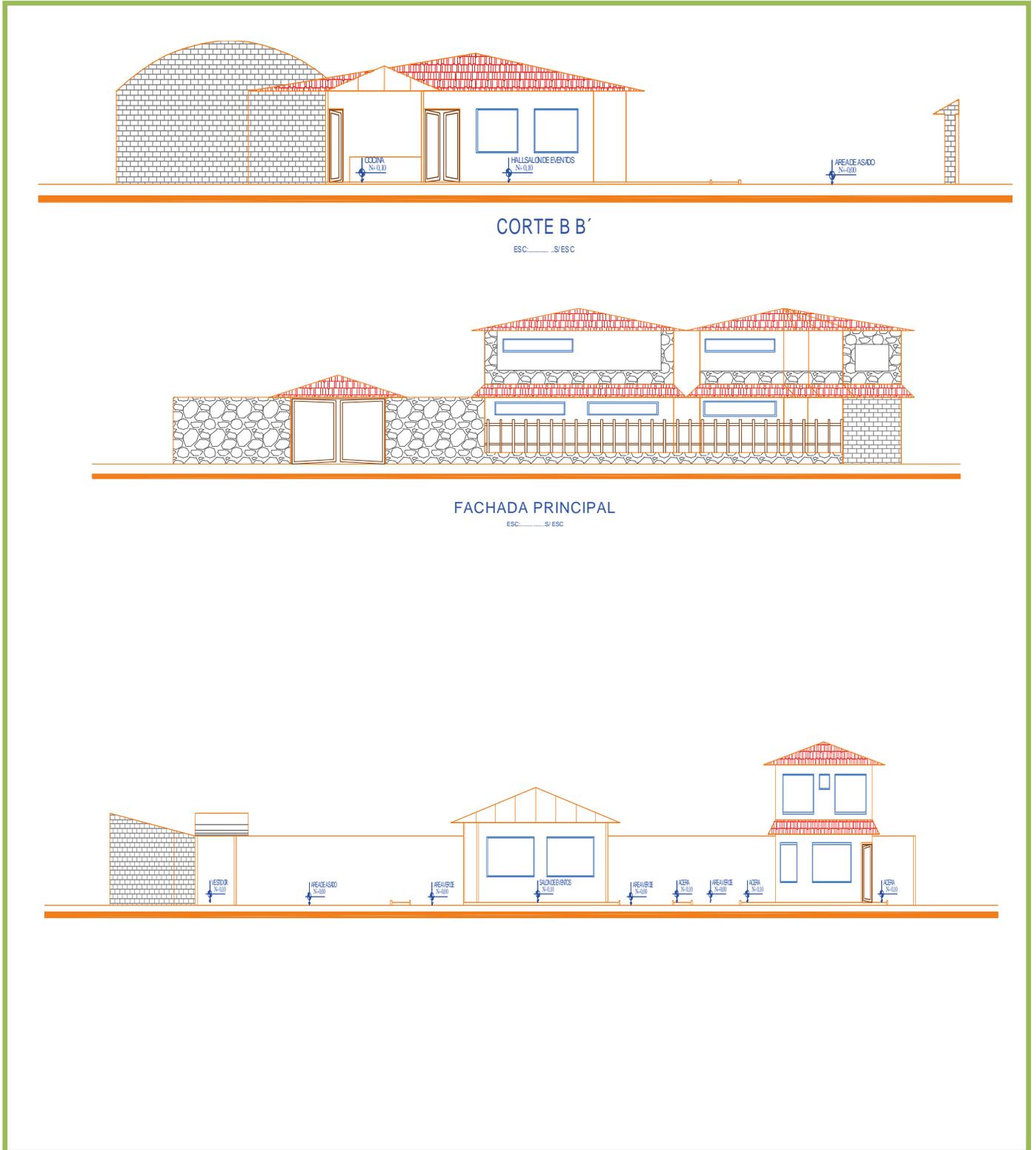


Gráfico #6: fachadas



3) Presupuesto de la obra

PRESUPUESTO DE OBRA AREA ADMINISTRATIVA Y DORMITORIOS

PROFESIONAL RESPONSABLE:

PRESUPUESTO DE ACABADOS DE CONSTRUCCION DEL SR.

JORGE LUIS GUEVARA SANCHEZ

APELLIDOS Y NOMBRES

DIRECCION DE LA OBRA:

CALLE #

INTERSECCION

BARRIO

PARROQUIA

CONCEPTO	Cant.	Und	P. Unit.	TOTAL
PRELIMINARES				
1 Limpieza manual del terreno	298,25	m2	0,84	250,53
2 Replanteo	129,00	m2	2,51	323,79
3 Excavación de cimientos y plintos	110,59	m3	5,03	556,27
4 Cimientos de :	0,00	-	0,00	-
5 Muros de contención de:	0,00	-	0,00	-
6 Otros	0,00	-	0,00	-
7 MAMPOSTERIA				
Ladrillo:	630,25	m2	16,90	10.651,23
Bloque:	1.680,00	m2	0,48	806,40
Otros:				-
8 HORMIGON EN:				
Plintos	66,35	m3	185,32	12.296,72
Columnas	2,56	m3	185,32	474,42
Cadenas inferiores	2,83	m3	185,32	524,46
Vigas	0,00	-	0,00	-
Losa en entrepiso nivel : N+3,00	13,23	m3	185,32	2.451,78
Losa de cubierta nivel : N+6,00	13,23	m3	185,32	2.451,78
Acero de refuerzo	5.397,74	kg	1,66	8.960,25
En grada	1,50	m3	185,32	277,98
Contrapisos	15,44	m3	185,32	2.861,16
Otros				-
9 CUBIERTA (Descripción)				
Cielo raso	0,00	-	0,00	-
				-

CONCEPTO	VIENEN:		TOTAL	
				86.651,75
13 PUERTAS				
Exteriores:	15,00	-	273,08	4.096,20
Interiores :	11,00	-	170,08	1.870,88
Barrederas de:	0,00	-	-	-
				-
14 CERRAJERIA				
En puertas: Principal	0,00	-	115,85	-
Exteriores	15,00		48,52	727,80
Interiores	11,00		12,25	134,75
Otros				-
				-
15 INSTALACIONES:				
Desagües de aguas servidas	39,00	pto	27,05	1.054,95
Desagües de aguas lluvias	7,00	pto	27,05	189,35
Bajantes de agua lluvia	7,00	pto	27,05	189,35
Canalización exterior	1,00	pto	27,05	27,05
Cajas de revisión	2,00	unidad	72,81	145,62
Agua potable	28,00	pto	21,84	244,61
Otros				-
				-
16 ELECTRICAS				
Luces y tomacorrientes	56,00	pto	28,75	483,00
Timbres	1,00	pto	28,75	28,75
Teléfonos y Tv	28,00	pto	28,75	805,00
Tablero de distribución	4,00	unidad	80,23	160,46
Especiales	0,00	-	0,00	-
Otros				-
				-
17 MUEBLES EMPOTRADOS: (DESCRIPCION)				
Closets para dormitorios	0,00	-	160,68	-
Muebles para cocina	0,00	-	159,25	-
				-
18 PIEZAS SANITARIAS				
Inodoros de tanque bajo	19,00	unidad	129,55	2.461,45
Lavabos	15,00	unidad	62,60	939,00

Mezcladoras	-	-	-	-
Lavaplatos	0,00	unidad	89,93	-
Agua caliente :	-	-	-	-
Accesorios	0,00	global	0,00	-
Otros				-
19 PINTURA DE: (Marca y tipo)				-
Pintura para interiores e interiores	1.260,50	m2	11,01	13.878,11
Acabado de tumbado:	-	-	-	-
20 OBRAS EXTERIORES				-
Cerramientos:				-
Exteriores	0,00	m2	38,85	-
Verjas de tubo cuadrado	-	-	-	-
Puertas exteriores	0,00	-	430,25	-
Pavimentos	-	-	-	-
Lavandería	1,00	global	690,24	690,24
Otros:				-
21 CONEXIONES DOMICILIARIAS DE:				-
Agua	1,00	-	34,94	34,94
Luz	1,00	-	46,25	46,25
Alcantarillado	1,00	-	43,47	43,47
				-
				114.902,97
VALOR DEL PRESUPUESTO:				
SON: 114.902,97 USD				

PRESUPUESTO DE OBRA COMPRA Y ARREGLO TERRENO

PROFESIONAL RESPONSABLE:

PRESUPUESTO DE ACABADOS DE CONSTRUCCION DEL SR:

JORGE LUIS GUEVARA SANCHEZ

APELLIDOS Y NOMBRES

DIRECCION DE LA OBRA:

	CALLE #	INTERSECCION	BARRIO	PARROQUIA		
CONCEPTO						
			Cant.	Und	P. Unit.	TOTAL
PRELIMINARES						
1 Limpieza manual del terreno			2.176,36	m2	0,84	1.828,14
2 Replanteo			2.176,36	m2	2,51	5.462,66
3 Excavación de cimientos y plintos			39,00	m3	5,03	196,17
4 Valor Por Metro Cuadrado de Terreno			-		-	-
5 Muros de contención de:			0,00	-	0,00	-
6 Otros			0,00	-	0,00	-
7 MAMPOSTERIA						
Ladrillo:			292,50	m2	16,90	4.943,25
Bloque:			0,00	m2	14,93	-
Otros:						-
8 HORMIGON EN:						
Plintos			23,40	m3	185,32	4.336,49
Columnas			2,19	m3	185,32	405,85
Cadenas inferiores			2,63	m3	185,32	487,39
Vigas			0,00	-	0,00	-
Losa en entrepiso nivel :			0,00	m3	185,32	-
Losa de cubierta nivel :			0,00	-	0,00	-
Acero de refuerzo			9.071,84	kg	1,66	15.059,25
En grada			0,00	m3	185,32	-
Contrapisos			0,00	m3	185,32	-
Otros						-
9 CUBIERTA (Descripción)						
Cielo raso			0,00	-	0,00	-
10 REVESTIMIENTOS:						
Enlucidos horizontales			0,00	m2	8,98	-

CONCEPTO		VIENEN:		TOTAL	
				66.017,52	
13	PUERTAS				
	Exteriores:	1,00	UNIDAD	850,08	850,08
	Interiores :	0,00	-	170,08	-
	Barrederas de:	0,00	-	-	-
					-
14	CERRAJERIA				
	En puertas: Principal	1,00	UNIDAD	115,85	115,85
	Exteriores	0,00		48,52	-
	Interiores	0,00		12,25	-
	Otros				-
					-
15	INSTALACIONES:				
	Desagües de aguas servidas	0,00	pto	27,05	-
	Desagües de aguas lluvias	0,00	pto	27,05	-
	Bajantes de agua lluvia	0,00	pto	27,05	-
	Canalización exterior	1,00	pto	27,05	27,05
	Cajas de revisión	5,00	unidad	72,81	364,05
	Agua potable	1,00	pto	21,84	8,74
	Otros				-
					-
16	ELECTRICAS				
	Luces y tomacorrientes	0,00	pto	28,75	-
	Timbres	0,00	pto	28,75	-
	Teléfonos y Tv	0,00	pto	28,75	-
	Tablero de distribución	0,00	unidad	80,23	-
	Especiales	0,00	-	0,00	-
	Otros				-
					-
17	MUEBLES EMPOTRADOS: (DESCRIPCION)				
	Closets para dormitorios	0,00	-	160,68	-
	Muebles para cocina	0,00	-	159,25	-
					-
18	PIEZAS SANITARIAS				
	Inodoros de tanque bajo	0,00	unidad	129,55	-
	Lavabos	0,00	unidad	62,60	-

CONCEPTO	VIENEN:		TOTAL	
				103.403,33
13 PUERTAS				
Exteriores:	1,00	-	314,04	314,04
Interiores :	21,00	-	195,59	4.107,43
Barrederas de:	0,00	-	-	-
14 CERRAJERIA				
En puertas: Principal	0,00	-	133,23	-
Exteriores	1,00	-	55,80	55,80
Interiores	21,00	-	14,09	295,84
Otros				-
15 INSTALACIONES:				
Desagües de aguas servidas	48,00	pto	31,11	1.493,16
Desagües de aguas lluvias	5,00	pto	31,11	155,54
Bajantes de agua lluvia	5,00	pto	31,11	155,54
Canalización exterior	1,00	pto	31,11	31,11
Cajas de revisión	2,00	unidad	83,73	167,46
Agua potable	15,00	pto	25,12	150,70
Otros				-
16 ELECTRICAS				
Luces y tomacorrientes	15,00	pto	37,66	169,48
Timbres	1,00	pto	33,06	33,06
Teléfonos y Tv	5,00	pto	33,06	165,31
Tablero de distribución	3,00	unidad	92,26	138,40
Especiales	0,00	-	0,00	-
Otros				-
17 MUEBLES EMPOTRADOS: (DESCRIPCION)				
Closets para dormitorios	0,00	-	184,78	-
Muebles para cocina	0,00	-	183,14	-
18 PIEZAS SANITARIAS				
Inodoros de tanque bajo	3,00	unidad	148,98	446,95
Lavabos	6,00	unidad	71,99	431,94

Mezcladoras	-	-	-	-
Lavaplatos	1,00	unidad	103,42	103,42
Agua caliente :	-	-	-	-
Accesorios	0,00	global	0,00	-
Otros				-
19 PINTURA DE: (Marca y tipo)				-
Pintura para interiores e interiores	644,76	m2	12,66	8.163,63
Acabado de tumbado:	-	-	-	-
20 OBRAS EXTERIORES				-
Cerramientos:				-
Exteriores	1,00	m2	44,68	44,68
Verjas de tubo cuadrado	-	-	-	-
Puertas exteriores	1,00	-	494,79	494,79
Pavimentos	-	-	-	-
Lavandería	1,00	global	793,78	793,78
Otros:				-
21 CONEXIONES DOMICILIARIAS DE:				-
Agua	1,00	-	40,18	40,18
Luz	1,00	-	53,19	53,19
Alcantarillado	1,00	-	49,99	49,99
				-
				121.458,73
				VALOR DEL PRESUPUESTO:
				SON: 121.458,73 USD

PRESUPUESTO DE OBRA PARQUEADERO

PROFESIONAL RESPONSABLE:

PRESUPUESTO DE ACABADOS DE CONSTRUCCION DEL SR:

JORGE LUIS GUEVARA SANCHEZ

APELLIDOS Y NOMBRES

DIRECCION DE LA OBRA:

CALLE #

INTERSECCION

BARRIO

PARROQUIA

CONCEPTO	Cant.	Und	P. Unit.	TOTAL
PRELIMINARES				
1 Limpieza manual del terreno	189,54	m2	0,84	159,21
2 Replanteo	189,54	m2	2,51	475,75
				-
3 HORMIGON EN:				
Parqueadero	18,95	m3	185,32	3.512,56
Acero de refuerzo	1.858,20	kg	1,66	3.084,61
Contrapisos	9,48	m3	185,32	1.756,28
Otros				-
4 EXTERIORES				
Adoquin	189,54	m3	28,50	5.401,89
				-
5 REVESTIMIENTOS:				
Masillado de pisos	189,54	m2	6,39	399,56
Otros				-
				-
VALOR DEL PRESUPUESTO:				14.789,86
				SON: 14.789,86 USD

PRESUPUESTO DE OBRA SALON DE EVENTOS

PROFESIONAL RESPONSABLE:

PRESUPUESTO DE ACABADOS DE CONSTRUCCION DEL SR:

JORGE LUIS GUEVARA SANHEZ

APELLIDOS Y NOMBRES

DIRECCION DE LA OBRA:

CALLE #	INTERSECCION	BARRIO	PARROQUIA	
CONCEPTO				
	Cant.	Und	P. Unit.	TOTAL
PRELIMINARES				
1 Limpieza manual del terreno	308,78	m2	0,97	298,28
2 Replanteo	308,78	m2	2,89	891,29
3 Excavación de cimientos y plintos	70,56	m3	5,78	408,15
4 Cimientos de :	0,00	-	0,00	-
5 Muros de contención de:	0,00	-	0,00	-
6 Otros	0,00	-	0,00	-
7 MAMPOSTERIA				
Ladrillo:	453,25	m2	19,44	8.808,91
Bloque:	0,00	m2	0,55	-
Otros:				-
8 HORMIGON EN:				
Plintos	42,34	m3	213,12	9.022,56
Columnas	15,31	m3	213,12	3.262,84
Cadenas inferiores	6,61	m3	213,12	1.408,71
Vigas	0,00	-	0,00	-
Losa en entrepiso nivel : N+3,00	0,00	m3	213,12	-
Losa de cubierta nivel : N+6,00	0,00	m3	213,12	-
Acero de refuerzo	4.898,23	kg	1,91	9.350,72
En grada	0,00	m3	213,12	-
Contrapisos	15,44	m3	213,12	3.290,33
Otros	0,00			-
9 CUBIERTA (Descripción)				
Cielo raso	0,00	-	0,00	-
10 REVESTIMIENTOS:				
Enlucidos horizontales	0,00	m2	8,98	-
Enlucidos verticales	906,50	m2	9,81	8.892,31
Masillado de losa	0,00	m2	7,35	-
Masillado de pisos	308,78	m2	7,35	748,57

Timbres	1,00	pto	33,06	33,06
Teléfonos y Tv	1,00	pto	33,06	33,06
Tablero de distribución	2,00	unidad	92,26	92,26
Especiales	0,00	-	0,00	-
Otros				-
17 MUEBLES EMPOTRADOS: (DESCRIPCION)				-
Closets para dormitorios	0,00	-	184,78	-
Muebles para cocina	0,00	-	183,14	-
18 PIEZAS SANITARIAS				-
Inodoros de tanque bajo	10,00	unidad	148,98	1.489,83
Lavabos	4,00	unidad	71,99	287,96
Mezcladoras	-	-	-	-
Lavaplatos	1,00	unidad	103,42	103,42
Agua caliente :	-	-	-	-
Accesorios	0,00	global	0,00	-
Otros				-
19 PINTURA DE: (Marca y tipo)				-
Pintura para interiores e interiores	906,50	m2	12,66	11.477,65
Acabado de tumbado:	-	-	-	-
20 OBRAS EXTERIORES				-
Cerramientos:				-
Exteriores	0,00	m2	44,68	-
Verjas de tubo cuadrado	-	-	-	-
Puertas exteriores	0,00	-	494,79	-
Pavimentos	-	-	-	-
Lavandería	1,00	global	793,78	793,78
Otros:				-
21 CONEXIONES DOMICILIARIAS DE:				-
Agua	1,00	-	40,18	40,18
Luz	1,00	-	53,19	53,19
Alcantarillado	1,00	-	49,99	49,99
				-
				83.714,97
VALOR DEL PRESUPUESTO:				
SON: 83.714,97 USD				

VALOR DE MANO DE OBRA REQUERIDO PARA LA CONSTRUCCION

CANTIDAD ANUAL	CARGO	COSTO MENSUAL	COSTO
6	ARTESANO	3120	37440
4	AYUDANTE	1760	21120
	VALOR TOTAL DE MANO DE OBRA	4880	58560

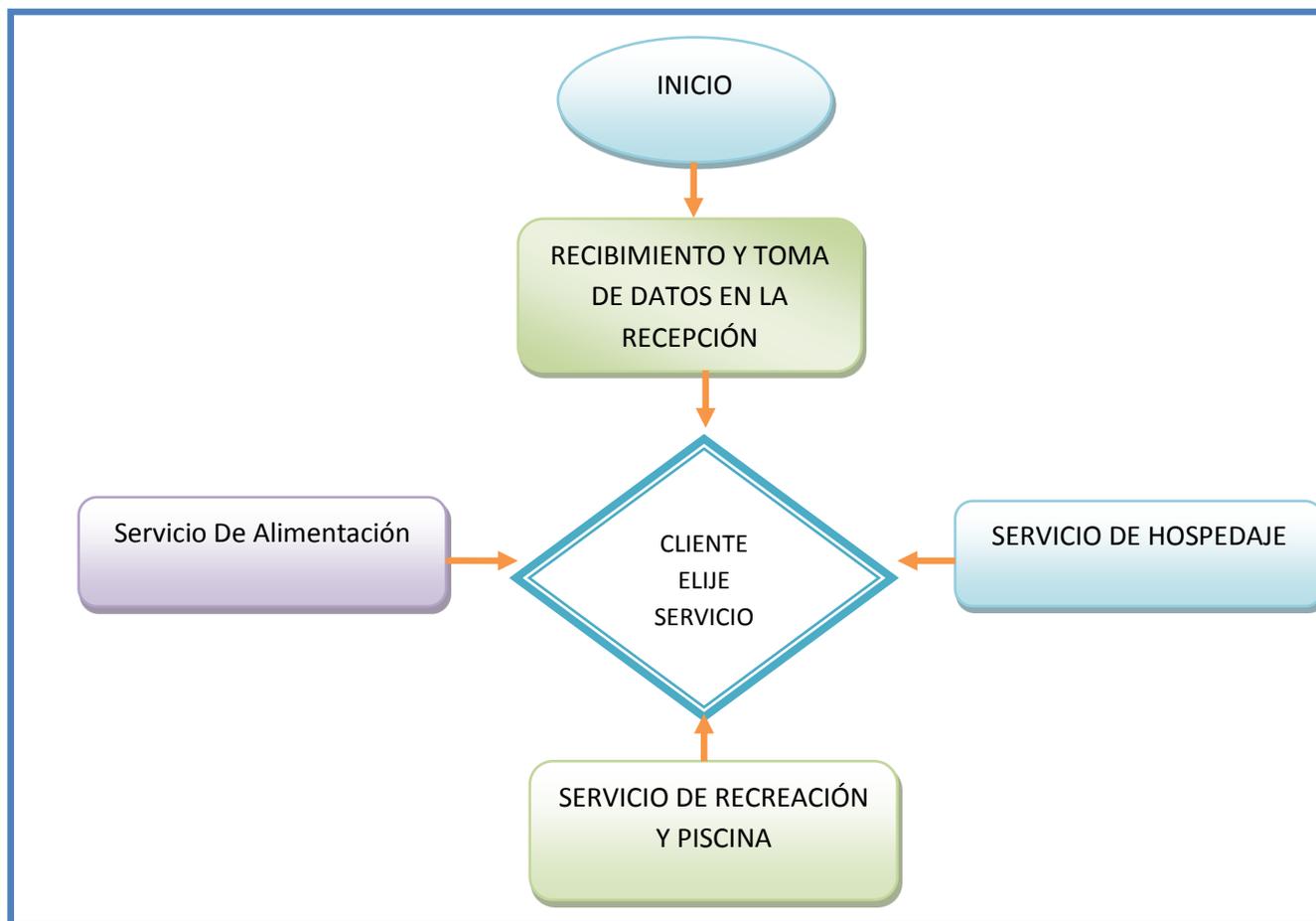
ESTOS VALORES SON PARA LA
CONSTRUCCION DEL SALON DE EVENTOS
Y LOS ASADEROS EXTERIORES

TOTAL PRESUPUESTO DE LA CONSTRUCCIÓN: 369076,16

d. Proceso productivo

1) Diagramas de flujos

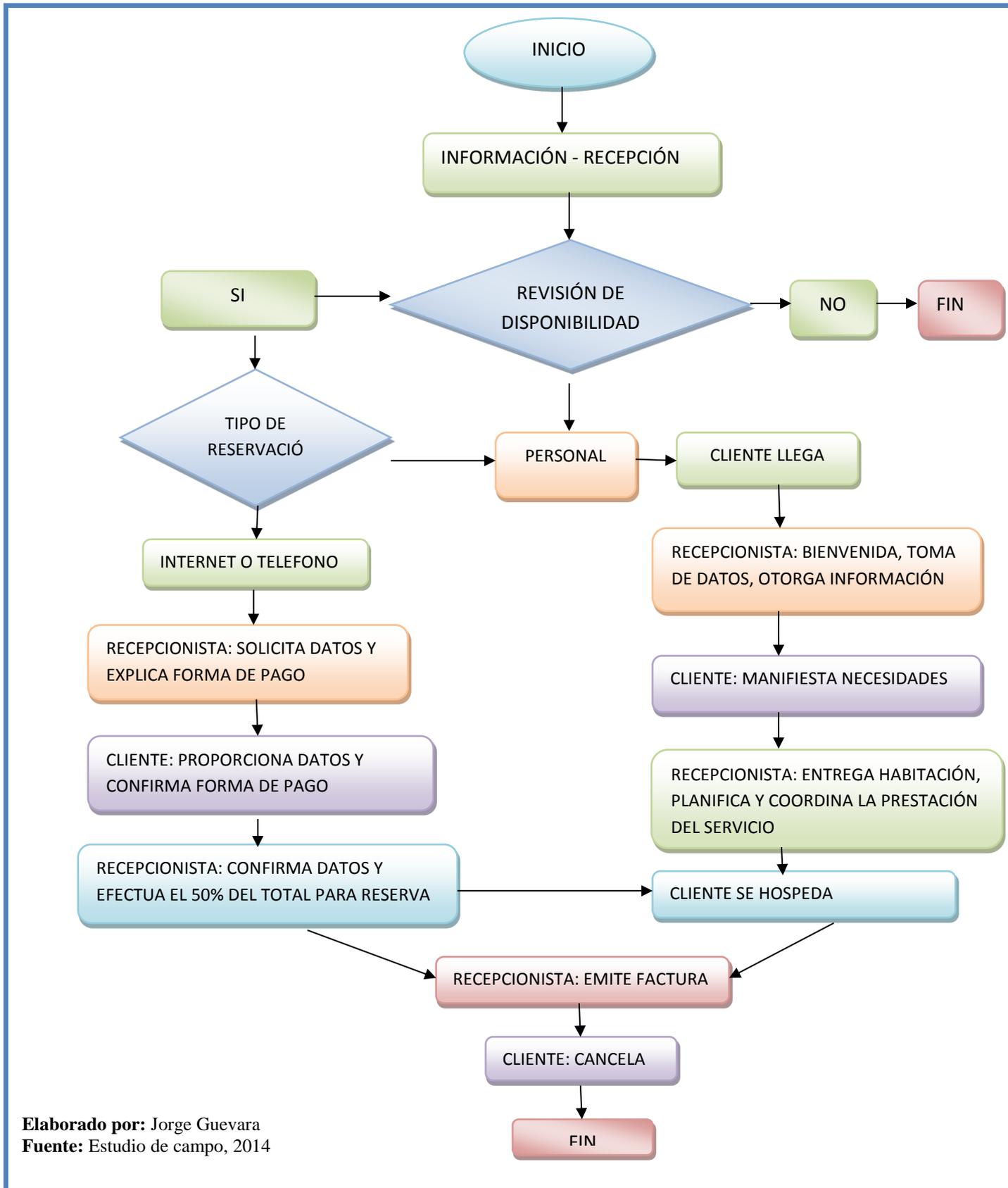
El presente proyecto por ser un emprendimiento turístico que ofrecerá tres servicios principales: hospedaje, alimentación y recreación, los mismos que deben acoplarse rápidamente a las necesidades y deseos de los clientes; para ellos deben contar con procesos efectivos y eficaces de producción que reflejen el éxito de la empresa.

i. Procesos de Producción**Gráfico #7: Flujograma de producción de servicios turísticos**

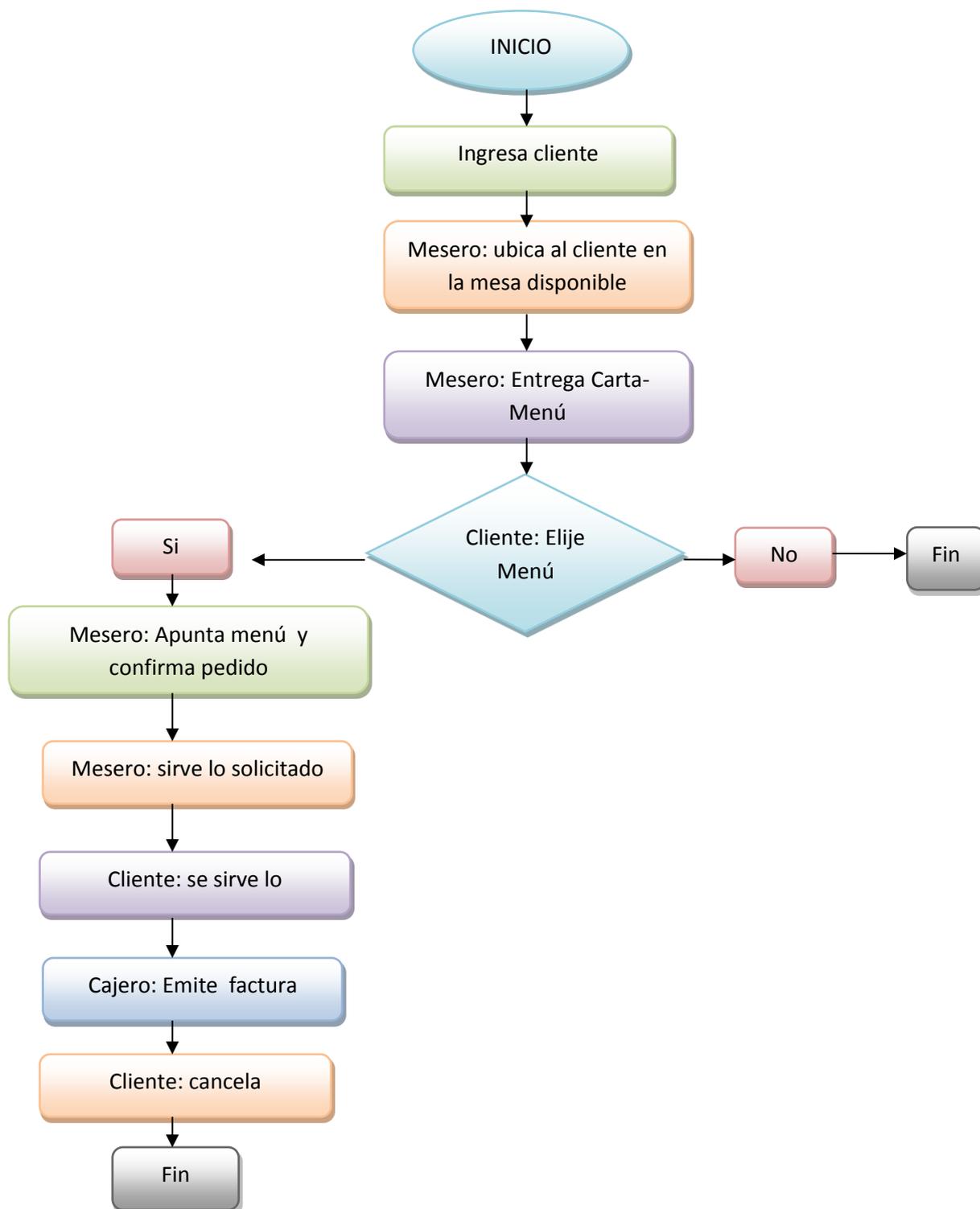
Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: Estudio de campo, 2014

ii. Servicio de Alojamiento

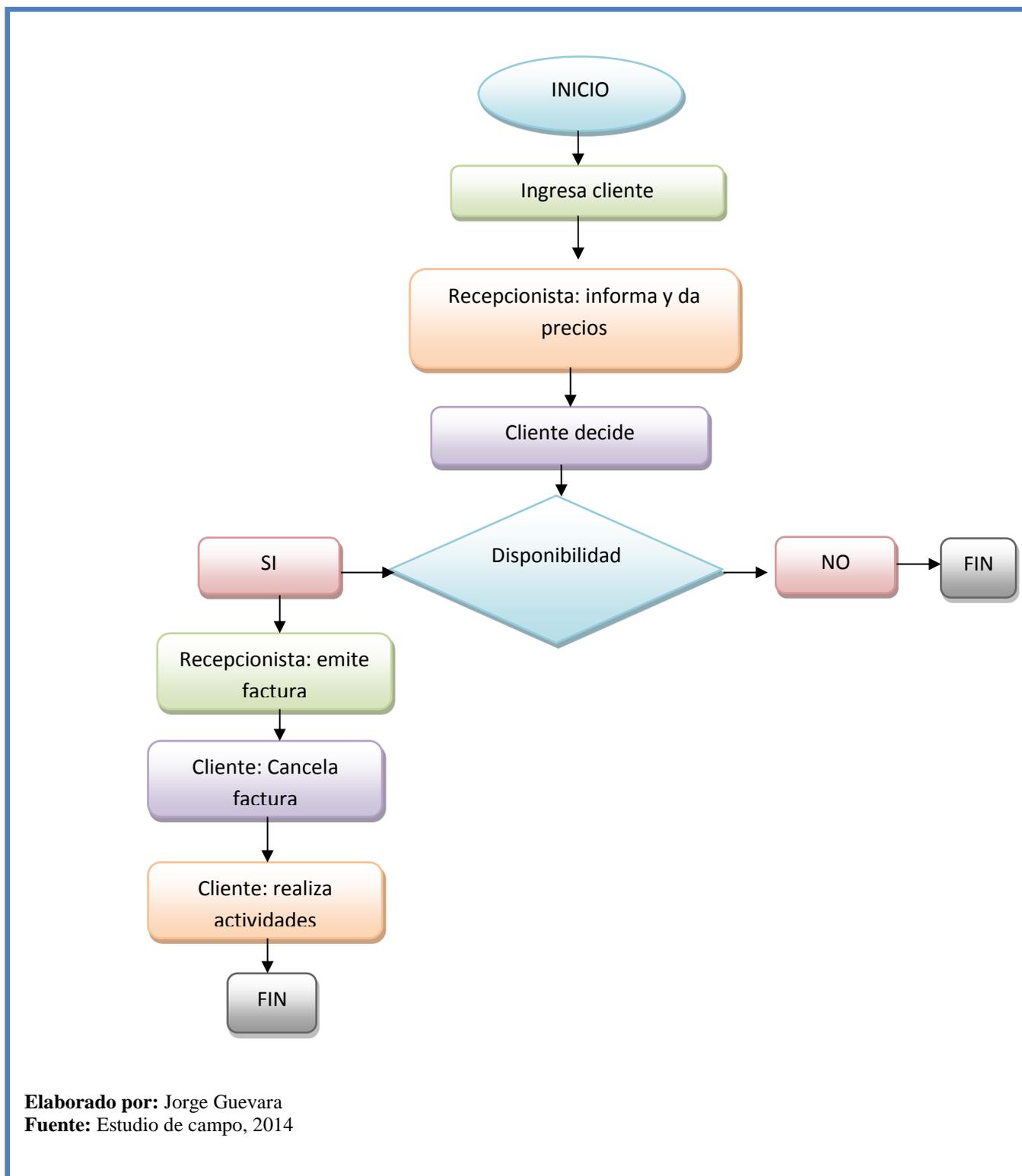
Gráfico # 8: Flujograma de servicio de alojamiento



Elaborado por: Jorge Guevara
 Fuente: Estudio de campo, 2014

iii. Servicio de Alimentación**Gráfico #9: Servicio de Alimentación**

Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: Estudio de campo, 2014

iv. Servicio de Recreación**Gráfico #10: Servicio de Recreación**

Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: Estudio de campo, 2014

e. Recetas del menú

El presente proyecto ofrecerá la siguiente carta en el Restaurant:

Gráfico #11: Menú que ofrecerá el ecolodge



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

2. Requerimiento de materia prima e insumos, suministros para el proyecto.

a) **Requerimiento de materia prima para el servicio de alimentación**

1) **Recetas comida Típica de la zona**

Cuadro #26: Papas con Cuy

Papas con cuy (8 PORCIONES)				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
Papas	5	Libras	0,30	1,50
Cuy	2	U	8,00	16,00
Tomate	4	U	0,10	0,40
Cebolla blanca	3	U	0,15	0,45
Maní	1	Taza	1,75	1,75
limón	3	U	0,15	0,45
Cebolla colorada	2	U	0,10	0,20
Lechuga	1	U	0,25	0,25
Sal, comino y ajo	Al gusto		0,10	0,10
Leche	0,5	Litro	0,75	0,38
Costo total materia prima				21,48
Costo total por plato				2,68
Costo más el 12%				0,32
costo más el 25%				1,48
TOTAL				4,48

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

Cuadro # 27: Plato de Fritada

Plato de Fritada (8 PORCIONES)				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
Carne de Cerdo	6	Libras	2,20	13,20
Mote	2	Libras	0,50	1,00
Maduro	8	U	0,15	1,20
Tostado	3	Libras	0,50	1,50
Papas	5	Libras	0,30	1,50
Tomate	4	U	0,10	0,40
Cebolla colorada	3	U	0,10	0,30
Limón	3	U	0,15	0,45
Culantro	2	Ramas	0,05	0,10
Cebolla Blanca	3	U	0,10	0,30
Sal, comino, ajo		Al gusto	0,10	0,50

Costo total materia prima	20,45
Costo total por plato	2,56
Costo más el 12%	0,31
costo más el 25%	1,41
TOTAL	4,27

Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: Estudio de campo, 2014

2) Recetas comida Ecuatoriana

Cuadro # 28: Plato de Llapingachos

Plato de Llapingachos (8 PORCIONES)				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
Chorizo	5	Libras	1,00	5,00
Huevo	8	U	0,25	2,00
Carne	8	U	2,00	16,00
Papas	3	Libras	0,30	0,90
Aguacate	5	U	0,25	1,25
Tomate	4	U	0,10	0,40
Cebolla colorada	3	U	0,10	0,30
Limón	3	U	0,10	0,30
Culantro	2	Ramas	0,05	0,10
Cebolla Blanca	3	U	0,10	0,30
Sal, comino, ajo		Al gusto	0,10	0,50
Costo total materia prima				27,05
Costo total por plato				3,38
Costo más el 12%				0,41
costo más el 25%				1,86
TOTAL				5,65

Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: Estudio de campo, 2014

Cuadro #29: Caldo de Gallina

Caldo de Gallina (8 PORCIONES)				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
Gallina	1	u	8,00	8,00
Arveja	0,5	libras	0,50	0,25
Zanahoria	0,5	libras	0,35	0,18
Papas	3	libras	0,30	0,90
Vainitas	0,5	libras	0,25	0,13
Apio	3	ramas	0,10	0,30
Arroz	0,5	libras	0,55	0,28
Culantro	2	ramas	0,05	0,10
Cebolla Blanca	3	u	0,10	0,30
Sal, comino, ajo		Al gusto	0,10	0,50
Costo total materia prima				10,93
Costo total por plato				1,37
Costo más el 12%				0,16
costo más el 25%				0,75
TOTAL				2,28

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

Cuadro #30: Seco de Pollo

Seco de Pollo (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
Pollo	1	libras	8,00	8,00
Papas	3	libras	0,30	0,90
Arroz	0,5	libras	0,55	0,28
Culantro	2	ramas	0,05	0,10
Tomate	4	u	0,10	0,40
Lechuga	1	u	0,25	0,25
Aguacate	1	u	0,25	0,25
Limón	3	u	0,15	0,45
Cebolla colorada	3	u	0,10	0,30
Sal, comino, ajo		Al gusto	0,10	0,50
Costo total materia prima				11,43
Costo total por plato				1,43
Costo más el 12%				0,17
costo más el 25%				0,79
TOTAL				2,38

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

Cuadro # 31: Seco de carne

Seco de carne (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
Carne	5	libras	2,00	10,00
Papas	3	libras	0,30	0,90
Arroz	0,5	libras	0,55	0,28
Culantro	2	ramas	0,05	0,10
Tomate	4	u	0,10	0,40
Lechuga	1	u	0,25	0,25
Aguacate	1	u	0,25	0,25
Limón	3	u	0,15	0,45
Cebolla colorada	3	u	0,10	0,30
Sal, comino, ajo		Al gusto	0,10	0,50
Costo total materia prima				13,43
Costo total por plato				1,68
Costo más el 12%				0,20
costo más el 25%				0,92
				2,80

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

Cuadro # 32: Ceviche de chochos

Ceviche de chochos (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
chochos	5	libras	0,50	2,50
tomate de árbol	4	u	0,20	0,80
cuero de cerdo	3	libras	1,50	4,50
Culantro	2	ramas	0,05	0,10
Tomate riñón	4	u	0,10	0,40
Limón	3	u	0,15	0,45
Cebolla colorada	3	u	0,10	0,30
Sal		Al gusto	0,10	0,50
Costo total materia prima				9,55
Costo total por plato				1,19
Costo más el 12%				0,14
costo más el 25%				0,66
				1,99

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

3) Comida Internacional

Cuadro # 33: Churrasco

CHURRASCO (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
Carne	5	libras	2,00	10,00
Huevo	16	u	0,25	4,00
Papa	5	libras	0,30	1,50
Arroz	4	libras	0,55	2,20
Tomate riñón	4	u	0,10	0,40
Limón	3	u	0,15	0,45
Aguacate	3	u	0,25	0,75
Lechuga	1	u	0,25	0,25
Cebolla colorada	3	u	0,10	0,30
Sal,comino y ajo		Al gusto	0,10	0,50
Costo total materia prima				20,35
Costo total por plato				2,54
Costo más el 12%				0,31
costo más el 25%				1,40
				4,25

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

Cuadro # 34: Lasaña

Lasaña (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
Carne molida	5	libras	1,50	7,50
queso mozzarella	1	u	2,50	2,50
fideos	2	cajas	1,50	3,00
salsa Alfredo	1	funda	1,50	1,50
Champiñones	1	lata	2,50	2,50
Sal,comino y ajo		Al gusto	0,10	0,50
Costo total materia prima				17,50
Costo total por plato				2,19
Costo más el 12%				0,26
costo más el 25%				1,20
				3,65

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

Cuadro # 35: Filet Mignon

FiletMignon (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
carne	5	libras	2,00	10,00
crema de leche	1	u	2,50	2,50
caldo de carne	2	taza	0,50	1,00
Vino tinto	1	taza	1,50	1,50
Cebolla perla	1	u	0,25	0,25
Aceite de oliva	1	cucharada	0,30	0,30
Arroz	4	Libras	0,55	2,20
Champiñones	1	lata	2,50	2,50
Sal,comino y ajo		Al gusto	0,10	0,50
Costo total materia prima				20,75
Costo total por plato				2,59
Costo más el 12%				0,31
costo más el 25%				1,43
				4,33

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

4) Desayunos

Cuadro # 36: Desayuno continental

DESAYUNO CONTINENTAL				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
Huevos	2	u	0,25	0,50
Leche	0,25	litros	0,75	0,19
Pan	2	u	0,50	1,00
Queso	0,25	u	1,50	0,38
Tomate, naranja, melón	0,25	u	0,50	0,13
Mantequilla	1	cucharada	0,30	0,30
Mermelada	1	cucharada	0,55	0,55
Costo total materia prima				3,04
Costo más el 12%				0,36
costo más el 25%				1,67
				5,07

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

Cuadro #37: Desayuno Tradicional

DESAYUNO TRADICIONAL				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Final
Seco de carne/pollo	1	u	2,50	2,50
Leche	0,25	litros	0,75	0,19
Pan	2	u	0,50	1,00
Queso	0,25	u	1,50	0,38
Tomate, naranja, melón	0,25	u	0,50	0,13
Costo total materia prima				4,19
Costo más el 12%				0,50
costo más el 25%				2,30
				6,99

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

b) Mobiliario

Cuadro # 38: Requerimiento de Mobiliario

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Área de Restaurant			
Mesas rectangulares	14	35	490
Silla de madera con espaldar	168	20	3360
Silla/mesa para niños	5	25	125
Alacenas	3	200	600
Sub total 1			4575
Área de Hospedaje			
Juego de dormitorio de dos plazas	6	1000	6000
Juego de dormitorio de 1/2 plaza	10	500	5000
Closet de madera	16	620	9920
Mesas redondas pequeñas	16	60	960
Sillas de madera	16	20	320
Colchones de dos plazas	6	250	1500
colchones de 1/2	10	180	1800
Sub total 2			25500
Área de Recreación			
Silla plástica con brazo	50	2	100
Mesas plásticas	9	15	135
Muebles para porch	1	650	650
Red de ecuavolley	3	35	105

Balones de vóley	5	25	125
Balones d Fútbol	5	25	125
Balones de básquet	5	25	125
Mesa de Fútbolín	2	500	1000
Mesa de Ping Pong	2	500	1000
Mesa de Billar	2	3000	6000
Recepción			
Juego de muebles	1	1000	1000
Isla mostrador	1	450	450
Silla giratoria reclinable	1	175	175
Silla de metal	2	35	70
Archivador	1	220	220
Departamento financiero			
Archivador	2	220	440
Silla giratoria reclinable	2	120	120
Silla de metal	2	35	70
Escritorio de madera	2	250	500
Departamento Operativo			
Isla mostrador	1	450	450
Silla giratoria reclinable	1	175	175
silla metálica	1	35	35
Sub total 3			13070
TOTAL 1+2+3			43145
10% Imprevistos			4314,5
COSTO TOTAL			47459,5

Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: Estudio de campo, 2014

c) **Activos Fijos**1) **Equipos y menajes del proyecto****Cuadro # 39: Requerimiento de Equipos**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Área de Restaurant			
Congelador Horizontal	1	1000	1000
Refrigerador	1	900	900
Cocina Industrial	1	450	450
Horno Industrial	1	328	328
Licuadaora	2	100	200
Horno Microondas	1	100	100
Sub total 1			2978
Área de Hospedaje			
Plancha	2	50	100
Sub total 2			100
Área de Recreación			
Herramientas para mantenimiento	1	50	50
Recepción			
Equipo de Computo	1	1000	1000
Impresora/ escaner	1	250	250
Telefax	1	175	175
Departamento financiero			
Equipo de computo	2	1000	2000
Impresora	1	120	120
Teléfono	1	75	75
Copiadora	1	320	320
Departamento Operativo			
Equipo de computo	2	1000	2000
Caja registradora	1	480	480
Data Fast	1	250	250
Calculadora	1	150	150
Sub total 3			6870
TOTAL 1+2+3			9948
10% Imprevistos			994,8
COSTO TOTAL			10942,8

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

2) Menaje

Cuadro# 40: Requerimiento de Menaje

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Área de Restaurant			
Uniforme Mesero	3	50	150
Manteles de mesa grandes	72	39	2808
Cubre mantel	72	25	1800
Servilletas de tela	183	10	1830
Sub total 1			6588
Menaje de cocina			
Aislante de calor de aluminio	1	10	10
Hachuela pequeña	1	5	5
Tabla de picar	2	5	10
Olla de presión	2	80	160
Ollas pequeñas	5	25	125
Ollas medianas	10	45	450
Ollas grandes	5	85	425
Juego de cuchillos	2	20	40
Juegos de cubiertos	16	15	240
Juego cedazos	2	6,5	13
Juego de pirex	1	100	100
Juego de lavacaras	1	25	25
Juego de baldes	1	40	40
Juego de sartenes	2	68	136
Juego de tazones	1	45	45
Recipiente para especias	8	1,5	12
Recipiente para sal y azúcar	4	2	8
Tina pequeña	1	10	10
Tina mediana	1	15	15
Jarra	8	10	80
Achiotera	1	7,5	7,5
Afilador de cuchillos	1	10	10
Abre latas	1	15	15
Destapador	1	2	2
Saca corchos	1	11	11
Charoles de plástico	5	6	30
Juego de cucharones	2	18	36
Pinza para ensalada	2	7,25	14,5
Plancha	1	100	100
Juego de ralladores	1	55	55
Legumbreira	1	25	25
Frutero	1	25	25

Cafetera	1	79	79
Docena de platos tendidos	16	22	352
Docena de platos soperos	16	19	304
Docena de platos pequeños	16	15	240
Docena de vasos	16	7,8	124,8
Docena de copas de agua	16	10	160
Docena de tazas/café	16	10	160
Saleros	72	1,2	86,4
Azucareros	72	2	144
Ajiceros	72	2,25	162
Servilleteros	72	2	144
ceniceros	72	5	360
Sub total 2			4596,2
Área de hospedaje			
Cubre cama de dos plazas	18	65	1170
Cubre cama plaza y media	78	50	3900
Almohadas	192	15	2880
Protector de colchón dos plazas	18	7,8	140,4
Protector de colchón plaza y media	78	10	780
Juego de sábanas de 2 plazas	18	30	540
Juego de sábanas de plaza y media	78	25	1950
Cortinas	48	35	1680
Cobijas de 2 plazas	36	55	1980
Cobijas de plaza y media	156	45	7020
Juego de armadores	40	1,5	60
cortinas de baño	48	10	480
Toallas pequeñas	48	10	480
Toallas grandes	48	20	960
BAÑOS			
Rodapiés	102	8	816
Alfombra	16	11	176
Dispensador de jabón	48	9	432
Espejo (0,50x0,30m)	34	6,5	221
Dispensador de papel higiénico	16	5	80
Basureros	80	7	560
Área de Recreación			
Carpa plástica (para 4 personas)	1	175	175
Sub total 3			2460
TOTAL 1+2+3			13644,2
10% Imprevistos			1364,42
COSTO TOTAL			15008,62

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

3) Insumos

Cuadro # 41: Requerimiento de Insumos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Área de cocina			
Fósforos paquete	2	1,5	3,00
Aceite	12	2,5	30
Achiote	5	1,5	7,5
Chocolate en polvo	3	1,75	5,25
Aliño	5	1,05	5,25
Café granulado	5	5,2	26,00
Canela	5	0,25	1,25
Caja de aguas aromáticas	10	1,00	10,00
Sal	3	1,2	3,6
Pimienta	5	0,25	1,25
Mantequilla	5	2,2	11,00
Fideos	5	1,2	6,00
Vinagre	3	1,00	3,00
Harina de trigo	5	0,6	3,00
Pata de maní	5	1,25	6,25
Vino de cocina	5	2,3	11,5
Arroz	1	45,00	45,00
Azúcar	1	55,00	55,00
Cubos maggi	10	1,2	12,00
Toallas de cocina	10	2,3	23,00
Papas	2	30,00	60,00
Jamón	2	1,5	3,00
Leche	12	0,75	9,00
Huevos	3	2,00	6,00
Queso	4	1,5	6,00
Sub total 1			45,75
Área de Limpieza			
Cloro	12	0,5	6,00
Esponja	12	0,25	3,00
Estropajo	12	0,3	3,6
Desinfectante	12	1	12,00
Detergente	12	1,5	18,00
Jabón de platos	12	0,6	7,2
Jabón de manos	12	1	12,00
Fundas para basura	24	0,3	7,2
Guantes	12	1,75	21,00
Suavizante de ropa	12	2,5	30,00
Sub total 2			120,00

Área de hospedaje			
Papel Higiénico	10	65,00	650,00
Shampo pequeño	10	50,00	500,00
Jabón pequeño	20	15,00	300,00
Protector de colchón	20	10,00	200,00
Sub total 3			1000,00
TOTAL 1+2+3			1165,75
10% Imprevistos			116,575
COSTO TOTAL			1282,325

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Estudio de campo, 2014

3. Talento humano y Remuneración económica

Para determinar las necesidades del Talento Humano del área productiva se analizó la capacidad económica del proyecto, por lo que la empresa para iniciar su funcionamiento lo hará con el personal más necesario, el mismo que se detalla a continuación con su respectiva remuneración económica:

Cuadro # 42: Talento Humano y Remuneración

Número	Cargo	Salario mensual	Salario anual	Beneficios de ley				Remuneración anual total
				Décimo cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte IEES	
1	Chef	340,00	4080,00	340,00	100,00	4079,91	4079,89	12679,80
2	Mesero	680,00	8160,00	680,00	200,00	8159,91	8159,89	25359,80
1	Ama de llaves	340,00	4080,00	340,00	100,00	4079,91	4079,89	4079,89
1	Camarera	340,00	4080,00	340,00	100,00	4079,91	4079,89	4079,89
1	Chofer	340,00	4080,00	340,00	100,00	4079,91	4079,89	4079,89
1	Recepcionista	500,00	6000,00	340,00	100,00	5999,91	5999,89	5999,89
1	Encargado de mantenimiento	340,00	4080,00	340,00	100,00	4079,91	4079,89	4079,89
TOTAL ANUAL								60359,03

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

4. Servicios básicos

Cuadro # 43: Servicios básicos

Rubro	Proveedor	Costo Mensual	Costo anual
Luz	EERSA	100,00	1200,00
Agua	EPEMAPAR	25,00	300,00
Internet	CNT	30,00	360,00
Teléfono	CNT	30,00	360,00
		185,00	2220,00

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

5. Estudio de mercadotecnia

a. **Identificación de Nicho de Mercado**

Luego de realizado el estudio de mercado, se detectó que a los turistas nacionales y extranjeros les gustaría que existiera un Ecolodge en la parroquia San Andrés, teniendo como referencia todos los servicios que se pueden ofertar y que los mismos sean de buena calidad.

Con lo investigado se pudo determinar que el servicio de hospedaje va a ser el primero en posicionar en el mercado, seguido del área de recreación y restaurante.

Se identificó además el target de los turistas nacionales e internacionales:

2) **Target Nacional**

Se enfocará el proyecto en los turistas que llegan de la ciudad de Riobamba (24%), de Quito (16%) y Cuenca (14%), de edades comprendidas entre 37 a 47 años (35%) y de 48 a 58 años (24%)

3) **Target Internacional**

Se enfocará el proyecto en los turistas que llegan desde Canadá y U.S.A (19%), Perú (16%) y Francia (16%), de edades comprendidas entre 48 a 58 años (30%) y de 37 a 47 años (26%).

a. Marketing Mix

1) Producto

El presente proyecto cuenta con las siguientes características:

Diseño arquitectónico con material propio de la zona

Responsabilidad ambiental: contará con procesos de ahorro de energía y agua, además de un eficiente reciclaje de residuos sólidos

Responsabilidad social- cultural: se mostrará toda la cultura de la población a través de su gastronomía, la misma que estará elaborada por personas de la población con lo que se generará fuentes de empleo.

a) Nombre

El presente proyecto hará honor al patrono del barrio donde estará ubicado, es por ello que se ha denominado SAN MIGUEL ECOLODGE,

Este barrio ha venido siendo uno de los más tradicionales de la Parroquia San Andrés, ya que año a año se ha venido celebrando las fiestas en honor a su Patrono: San Miguel Arcángel

Gráfico # 12: Marca - imagen de la empresa



Elaborado por: Jorge Guevara

b) Componentes

Se ha utilizado los siguientes componentes:

Naturaleza: Debido a que el lugar donde se instalará el proyecto es un lugar con mucha vegetación, flora y fauna representativa de la zona que brindará a los turistas un encanto natural; es por ello que se muestra el sol y la vegetación

Cabañas: se muestra la construcción de una cabaña ya que lo que se pretende es mantener una construcción con material propio de la zona, que no muestre contraste con el entorno; sino que se parte de la naturaleza

Agua: el recurso que da armonía al lugar y denota paz en el mismo.

Slogan: Calidez y Confort, dos características que harán del proyecto un sitio turístico diferente.

Natural: por la ubicación donde se va a implantar el proyecto.

c) Colores

Verde: se utilizó este color ya que tiene una fuerte afinidad con la naturaleza y se conecta con ella, hace empatizar con los demás encontrando de una forma natural las palabras justas. El verde crea un sentimiento de confort y relajación, de calma y paz interior, que hace sentir equilibrio interior.

Café: Es un color que se encuentra en la tierra, en la madera, en la piedra, es un color cálido, neutro y que puede estimular el apetito en las personas. Se encuentra muy extendido en la naturaleza tanto entre seres vivos como en entes materiales.

Amarillo: El color amarillo es también un color que aporta la felicidad. Es un color brillante, alegre, que simboliza el lujo y es como estar de fiesta cada día. Se asocia con la parte intelectual de la mente y la expresión de nuestros pensamientos.

Celeste: color que denota tranquilidad y paz, que es lo que el servicio de hospedaje ofrece en el ecolodge.

d) Identidad corporativa

En este punto se diseñó para la empresa los siguientes elementos:

Hojas Membretada

Gráfico # 13: Hojas membretadas



Tarjetas de Presentación

Gráfico # 14: Tarjetas de presentación



Elaborado por: Jorge Guevara

2) Precio

a) Precio Final de los productos

Se estableció los precios en relación a la competencia, al estudio de la demanda, a la exclusividad, y al análisis de costos, ya que de esta manera puedan establecer en el mercado y sean rentables para el proyecto; dichos precios se irán modificando de acuerdo al movimiento del mercado.

Se estableció los precios tomando en cuenta los de la oferta la competencia y se agregó la calidad del servicio, exclusividad, ubicación y confort; de esta manera se estableció los siguientes precios que se detallan a continuación:

Cuadro # 44: Precios de las habitaciones del Ecolodge

HOSPEDAJE	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	ESPECIFICACIÓN	PRECIO	PRECIO ECOLOGDE
	La Andaluza	Simple	74,00	SIMPLE \$30,00
		Doble	98,00	
		Triple	115,00	DOBLE \$ 50,00
		Suite	198,00	
	Los Eucaliptos	Simple	25,00	TRIPLE \$ 80,00
		Doble	35,00	
		Triple	45,00	
	Posada Portón Andino	Simple	10,00	SUITES \$ 123
		Doble	18,00	
Triple		25,00		

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria

b) Precios Servicio de Alimentación

Luego de realizado el análisis de costos para la elaboración de ocho porciones de cada uno de los platos a ofertarse, se determinó que se el precio para cada uno de los mismos será el que se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro # 45: Precio servicio de alimentación

	MENÚ	PRECIO
PLATOS A LA CARTA	Papas con cuy	\$4,5
	Plato de Fritada	\$4,3
	Plato de llapingachos	\$5,70
	Caldo de gallina	\$2,3
	Seco de pollo	\$2,4
	Seco de carne	\$2,8
	Ceviche de chochos	\$2
	Churrasco	\$4,3
	Lasaña	\$3,7
	Filet minong	\$4,4
	DESAYUNOS	Desayuno continental
Desayuno tradicional		\$7

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria

c) Política de cobro y formas de pago

El presente proyecto estableció las siguientes políticas para el cobro y formas de pago:

Se cancelará el 50% de la reserva cuando se la realice a través de internet o vía telefónica, y el otro 50% el momento que el cliente llegue al ecolodge.

Cuando el contrato sea sin reserva se debe cancelar el 100% del servicio el momento que se contrata el mismo.

Como formas de pago el lodge aceptara el pago de sus servicios en efectivo o con tarjeta de crédito de cualquier institución bancaria

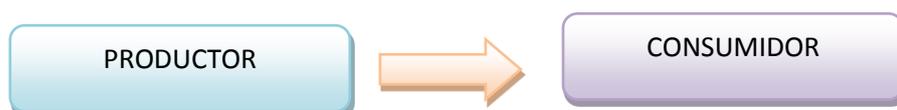
3) Plaza

Basados en el estudio de mercado se seleccionó los siguientes canales de distribución:

a) Canal directo, forma directa

“San Miguel Ecolodge” comercializa su producto directamente entre el productor y el consumidor final, debido a que el 82% de turistas nacionales y un 25% de turistas extranjeros realizan sus viajes sin utilizar el servicio de una agencia de viajes.

Gráfico # 15: Canal directo de distribución



Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: Investigación secundaria

b) Canal detallista, forma indirecta

“San Miguel Ecolodge” comercializa su producto mediante intermediarios – detallista entre el producto y el consumidor final. Estos pueden ser: agencias de viajes, operadoras de turismo, establecimientos de alojamiento, debido a que el 18% prefiere de turistas nacionales y el 75% de turistas extranjeros utilizan el servicio de agencias de viajes.

Gráfico #16: Canal directo de distribución



Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: Investigación secundaria

c) Plan de comercialización

Con el objetivo de captar una cuota de mercado representativa y para lograr la sostenibilidad de la empresa se realizó lo siguiente:

Cuadro # 46: Plan publicitario

TARGET	CANAL	TÁCTICA	POLITICA DE FUNCIONAMIENTO	MEDIOS PUBLICITARIOS	PRECIO DE PUBLICIDAD		
					CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Los turistas nacionales que llega desde la ciudad de Riobamba, Quito, Ambato y Cuenca, de 37 a 47 años, que en su mayoría no utilizan agencia de viajes y se informan a través del internet de los sitios turísticos	DIRECTO	Venta directa de todos los servicios que oferta San Miguel Ecolodge a través de medios publicitarios	Se difundirá información clara y concreta por medio de medios de publicidad como periódicos, revistas, hojas volantes, etc. Además atención personalizada entre productor a cliente, ya sea vía telefónica o vía mail	Página Web, redes sociales: Facebook y twitter	1	800,00	800,00
Los turistas nacionales que llega desde la ciudad de Riobamba, Quito, Ambato y Cuenca, de 37 a 47 años, que en su mayoría no utilizan agencia de viajes y se informan a través del internet de los sitios turísticos Los turistas extranjeros que llegan principalmente desde Canadá, U.S.A y Francia, de aproximadamente 48 a 58 años de edad, los mismos que en su mayoría utilizan agencia de viajes y se informan de los lugares turísticos a través de internet y guías turísticas	DETALLISTA	Mediante visitas de negociación con empresas de turismo de las ciudades más importantes del país como es Quito, Guayaquil, Cuenca y Riobamba, con las cuales se establecerá convenios de promoción de los servicios del Ecolodge	Se establecerá alianzas estratégicas con agencias de viajes, operadoras de turismo, prestadoras de servicios turísticos, etc. para realizar un intercambio de publicidad, que servirá de promoción mutua	Tarjetas de presentación	1000	0,10	100,00
				Volantes.	1	150,00	150,00
				Material pop: Gorras	1	375,00	375,00
				Hojas membretadas	1000	0,30	300,00
				Total			1575,00

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

4) Promoción

Para la promoción se basó en el estudio de mercado, en el cual los turistas nacionales mencionaron que para informarse de sitios turísticos lo realizan a través de: internet (59%) y por televisión (19%), mientras que los turistas extranjeros lo realiza a través internet (50%), y por guías de turismo (38%).

Los medios publicitarios deben estar mínimo en 2 idiomas: Español e Inglés por la procedencia de los turistas de los siguientes países: Canadá, U.S.A y Francia

Por tal motivo se identificaron y se diseñaron los siguientes medios publicitarios: multimedia para web, diseño para redes sociales, volantes, guías turísticas, material pop.

a) Multimedia para web

San Miguel Ecolodge ofertará sus servicios en multimedia en la siguiente web: www.sanmiguelecolodge.com.ec

El diseño de la página web tuvo un costo de 800.00 USD, con activación y opción a un año y dominio de la página.

Gráfico # 17: Página Web



Elaborado por: Jorge Guevara

b) Volantes

Este tipo de material se colocará en las diferentes agencias de viajes, prestadores de servicios turísticos, Reserva de Producción Faunística Chimborazo, etc. En los cuales se pueda promocionar el Ecolodge.

Gráfico # 18: Hoja Volante



Elaborado por: Jorge Guevara
Fuente: Investigación secundaria, 2014

c) Material Pop

Para San Miguel Ecolodge se ha diseñado el siguiente material pop:

Gorras

Gráfico # 19: Gorra



Gráfico # 20: Camisetas

Camisetas



Esféros

Gráfico # 21: Esféros



d) Políticas de promoción

Se promocionará los servicios del ecolodge en feriados y fines de semana con precios especiales y descuentos de acuerdo al número de pax.

Se realizará descuentos a los clientes frecuentes y cumpleaños.

Obsequiar souvenir o recuerdos por consumo superior a 60 USD.

Por cada 15 pax que lleguen a alojarse en el Ecolodge se entregará una gratuidad, ya sea para el guía o para el chofer.

e) Gastos del área comercial

Cuadro # 48: Gastos del área comercial

Rubro	Costo Mensual	Costo Anual
Talento Humano	100	1200
Medios Publicitarios	250	3000
Salidas de promoción	60	720
TOTAL		4920

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

D. DETERMINAR LA VIABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIO – CULTURAL.

1. Método analítico y descriptivo

El estudio socio ambiental nos permite determinar en la parte social y ambiental los efectos positivos o negativos de la instalación de la Empresa Turística en la Parroquia San Andrés. Con este análisis preventivo que entregan los elementos de juicio, se tomará decisiones sobre las implicancias ambientales de las actividades humanas que se desarrollaran para implantar la obra.

El propósito de conocer si es o no viable ambientalmente es conocer y asegurarse de que las variables ambientales de interés se reconozcan desde el inicio y se protejan a través de decisiones pertinentes, esto compatibiliza las acciones previstas con las políticas y regulaciones ambientales que se hayan establecido para proteger el entorno.

Básicamente cada entorno o ambiente en el cual se realizan construcción de infraestructura esta propensa a recibir cambios, por lo cual la contaminación tiende a aumentar, esto afecta en forma negativa y rompe el equilibrio que existe en los espacios verdes, y obviamente rompe la armonía visual que existía, al igual que existen otros aspectos que perjudican al aire, al suelo y al agua, y esto se ve en función de las personas que llegan al Ecolodge con el fin de utilizar los servicios que oferta San Miguel Ecolodge

2. Matriz de Lázaro Lagos

Se utilizó la matriz de Lázaro Lagos la cual es una metodología general para la evaluación de impactos ambientales de proyectos en la que se explica la evaluación matricial de impactos y línea base ambiental para proyectos de obra o actividades que da detalles generales de este proceso.

a. Identificación de acciones que puedan causar impacto.

1) Fase de instalación

a) Movimiento de tierra.

Debido a la construcción de la obra se deberá realizar movimientos de tierra como excavaciones, aplanamiento, entre otras. Las cuales son acciones inevitables por lo cual en el futuro se deberá implementar medidas que recompensen dichas acciones.

b) Montaje de la obra

Esta acción se refiere a la fase de construcción de la tienda artesanal. En este trabajo dará como resultado varios impactos, lo que es importante analizar con detalle este paso del proyecto.

2) Fase de Operación

a) Operación turística

Debido a que la fase de operación turística necesariamente necesita de la actividad humana, por lo mismo existirán impactos ambientales en el momento de realizar dicha actividad. Por tal motivo se involucra esta actividad dentro del proyecto.

b) Actividades Turísticas (Alojamiento y Restaurante)

La presente actividad es la que principalmente se debe tomar en cuenta, ya que la presencia de los turistas en el ecolodge generará impactos tanto positivos como negativos.

c) Actividades recreacionales

Esta acción al igual que la anterior son las que principalmente causarán impacto ya que son las principales actividades por las que los clientes llegarán al ecolodge.

d) Educación Ambiental

Esta actividad ayudará a sensibilizar a los visitantes acerca de la importancia de proteger al ambiente a través del reciclaje, el ahorro de agua, energía y la conservación del entorno.

e) Eliminación de desechos

El mismo hecho de que funcionará la tienda artesanal como talento humano generará desechos tanto inorgánicos como orgánicos, los mismos que no son reciclados, ya que dentro de la parroquia no existe una eficiente recolección y manejo de los mismos, por tanto su generación, recolección y el proceso final de desecho causan un grave impacto ambiental.

f) Fuentes de trabajo

Efectivamente este factor será el que genere fuentes de trabajo en la localidad, ya que los socios que instalarán la empresa turística serán pobladores de la zona. Todas las acciones del proyecto generan fuentes temporales o permanentes de empleo.

b. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptible a recibir impacto.**1) Aire**

Es uno de los factores más susceptibles a sufrir impacto tanto por la actividad turística realizadas en el lugar, ya que es un elemento vital para el ser humano por lo que se debe hacer un estudio responsable del mismo. La utilización de vehículos tanto en la fase de construcción y de operación produce un efecto negativo sobre este elemento. El principal impacto a ser evaluado en este factor ambiental será:

Emisión de gases contaminantes.

2) Suelo

La construcción de la tienda artesanal Novo & Chic pueden causar impactos ambientales tales como compactación y contaminación por desechos sólidos.

Los principales impactos a ser evaluados en este factor son:

Capacitación

Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos.

3) Agua

El Ecolodge San Miguel eliminará aguas residuales por el mismo hecho de que talento humano atenderá el negocio, por lo tanto si no se tiene un adecuado sistema de eliminación de este tipo de aguas causará impactos graves en el ecosistema donde se instalará el proyecto.

El principal valor a ser evaluado será:

Revalorización de la naturaleza.

4) Flora y fauna

La presencia de los clientes (turistas) en el sector de influencia del proyecto, puede causar impactos negativos de forma indirecta en la flora y en la fauna del lugar donde se va a instalar el ecolodge ya que se conoce que el ecosistema en general frágil y vulnerable, aún más en la etapa de construcción mediante la modificación del hábitad.

En flora la pérdida de especies en la etapa de construcción, lo cual es necesario la reforestación con especies similares a las existentes en la zona para recompensar el daño causado. En fauna la alteración del hábitat y comportamiento de las especies dará como resultado el alejamiento de las mismas.

Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Modificación del hábitat Pérdida de flora

Alejamiento de especies de fauna Reforestación de especies nativas

5) Socio económico

El turismo contribuye a crear un encuentro cultural, el cual debe manejarse en términos de respeto a la cultura local, como resultado de un intercambio de costumbres. Otro factor del presente proyecto es que generara ingresos económicos para la población local mediante la generación de empleo.

El proyecto será un ejemplo para las demás organizaciones de sostenibilidad y emprendimiento, ya que no solo ofrecerá servicio de recreación, hospedaje y alimentación para los clientes extranjeros sino también para clientes nacionales y sobre todo locales.

Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Aumento de turismo en la zona Dinamización de la economía local

Sensibilización de turistas

Intercambio cultural

6) Paisaje

Como toda edificación humana tiene efectos negativos, uno de ellos es la modificación del entorno debido a la distorsión tanto en la etapa de construcción y en la fase de operación. Otras son la generación de basura y la perturbación por ruido.

Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

Generación y eliminación de basura

Perturbación por ruido

Modificación del entorno

3. Matriz de evaluación de impactos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIO DE EVALUACIÓN									
	1. Movimientos de tierra	2. Montaje de la obra	3. Operación turística	4. Actividades turísticas	5. Actividades recreacionales	6. Educación Ambiental	7. Eliminación de desechos	8. Fuentes de trabajo		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en proyecto	10. Ponderación
A. AIRE	X	X	X						Emisión de gases contaminantes	(-)	2	1	C	Pr	2	3	C	N	7
B. SUELO	X	X							Compactación	(-)	2	1	D	Pr	2	3	M	N	7
	X	X		X	X		X		Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	2	1	C	Sc	1	3	C	N	6
C. AGUA					X	X			Revalorización de la naturaleza	+	1	3	D	Pr	1	1	C	S	5
D. FLORA Y FAUNA	X	X					X		Modificación del hábitat	(-)	2	2	C	Pr	1	1	C	N	6
	X	X		X	X		X		Alejamiento de especies de fauna	(-)	2	2	C	Sc	2	2	C	N	8
	X	X		X					Pérdida de flora	(-)	2	2	C	Sc	2	3	C	N	9
		X			X				Reforestación de especies nativas	+	1	3	C	Pr	2	1	M	S	6
E. SOCIO / CULTURAL				X	X	X			Aumento de turismo en la zona	+	2	3	D	Pr	2	3	L	S	1
					X	X			Sensibilización de turistas	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
				X	X	X			Intercambio cultural	+	2	1	C	Pr	2	3	M	S	7
	X	X	X	X	X			X	Dinamización de la economía local	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
					X				Fomento deporte y esparcimiento	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
F. PAISAJE	X	X		X	X		X		Generación y eliminación de basura	(-)	2	2	D	Pr	1	1	C	N	6
	X	X		X	X				Perturbación por ruido	(-)	1	1	D	Pr	1	1	C	N	3
	X	X					X		Modificación del entorno	(-)	2	2	C	Pr	1	3	C	N	8

4. Matriz de Cuantificación

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8			
A	-7	-7	-7						-	21	21
B	-7, -6	-7, -6		-6	-6		-6		-	44	44
C					+5	+5			10	-	10
D	-6, -8, -9	-6, -8, -9, +6		-8, -9	-8	+6	-6, -8		12	85	97
E	+9	+9	+9	+11, +7, +9	+11, +9, +7, +9, +9	+11, +9, +7		+7	133	-	133
F	-6, -3, -8	-6, -3, -8		-6, -3			-6, -8		-	66	66
TOTAL (+)	9	15	9	27		38	-	7	155		
TOTAL (-)	60	60	7	32		-	34			216	
TOTAL	69	75	16	59		38	34	7			371

5. Interpretación de la Matriz

Para evaluar la implementación de un Ecolodge en la Parroquia San Andrés y conocer si es ambientalmente factible se construyeron dos matrices las cuales arrojaron como resultado las siguientes cifras:

En general los resultados obtenidos en las matrices son negativos; arrojando un valor de 155negativos, frente a la variable negativa con un valor de 216 positivo, es un resultado lógico ya que el presente proyecto en esencia en el primer año por el mismo hecho de que se va a construir en un ecosistema frágil.

Por otro lado la actividad principal de la empresa será la actividad recreacional ya que arrojo un valor positivo de 50, ya que de manera socio cultural crea fuentes de trabajo para la localidad, genera ingresos económicos, reduce el nivel de desempleo, fomenta el deporte y sensibiliza al turista para el cuidado y conservación del ambiente.

Las actividades que perjudicarán al proyecto son: el movimiento de tierra y el montaje de la obra ya que la calificación arrojada es de 60, los mismos que con el seguimiento y planificación adecuada utilizando técnicas eficientes se podrá controlar y así no permitir que el impacto sea nocivo en el ecosistema donde se va a instalar la obra.

Por otro lado en el componente ambiental, específicamente en el nivel socio – económico resulto con un valor de 133, siendo así el más beneficioso, ya que crea fuentes de empleo para la población, y busca la sensibilización del cuidado del entorno natural por parte de los turistas que visitan el Ecolodge

6. Medidas de mitigación

Cuadro # 48: Medidas de mitigación

MEDIDAS DE MITIGACIÓN	
IMPACTO	ACCIONES
Emisión de gases contaminantes	Utilizar maquinaria en buen estado que no emitan gases que contaminen el ambiente
	Se tratará con mucha precaución los productos químicos para evitar derrames y con ello emisión de gases.
Alejamiento de especies por generación de ruido de maquinaria	Efectuar mantenimiento adecuado a los equipos y maquinaria.
	En cuanto a la generación de ruido, el Contratista procurará cumplir con lo establecido en el TULAS Libro VI, Anexo 5, Tabla 1; no sobrepasar los 55 dB(decibeles)
Movimiento de tierra para construcción	Se debe ocupar o mover solo y únicamente el espacio que va a ser ocupado por la construcción.
	Utilizar técnicas adecuadas de movimiento del terreno para causar el menor impacto posible.
	Se deberá establecer un programa para recuperar el entorno modificado.
Deficiente sistema de eliminación de aguas residuales	Establecer un sistema de tratamiento adecuado de aguas grises y negras
	Gestión con entidades gubernamentales y no gubernamentales para el mejoramiento de infraestructura básica en la población.
	Construcción de pozo séptico con las medidas de seguridad y estándares necesarios para su adecuado uso.
Contaminación del suelo por desechos	Elaboración de un plan de manejo de desechos sólidos tanto con el GAD parroquial de San Andrés como en la empresa a implementarse
	Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en cuanto a manejo de desechos sólidos
	Campaña para el manejo eficiente de desechos sólido con la población
Aculturación por la presencia de turistas	Rescatar las manifestaciones culturales, folklóricas y tradiciones de la parroquia

	Fortalecer otro tipo de actividades dentro de la población como es la elaboración de artesanías con material propio de la zona o material reciclable
	Fortalecer la identidad cultural de la población a través de capacitaciones

Elaborado por: Jorge Guevara

E. DETERMINAR LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVO – LEGAL.

1. Estudio Administrativo

Para trabajar de manera eficiente en las organizaciones los administradores deben entender claramente la estructura organizacional, y tomar en cuenta que para cada puesto debe haber una persona capacitada y que este a nivel de la función que se establece, como una fortaleza que ayude a cumplir con la gestión y los objetivos que la empresa desea alcanzar, por consiguiente desde el punto de vista comercial debe ser un profesional en el sector quien asuma directamente la responsabilidad de la gestión turística enmarcado en los principios y valores que la comunidad requiera.

a. Planificación estratégica de la empresa turística

Planificación estratégica es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos. Dentro de los negocios se usa para proporcionar una dirección general a una compañía (llamada Estrategia empresarial) en estrategias financieras, estrategias de desarrollo de recursos humanos u organizativos, en desarrollos de tecnología de la información y crear estrategias de marketing para enumerar tan sólo algunas aplicaciones.

Es importante considerar para la empresa artesanal y para quienes vayan a trabajar dentro de esta propuesta los siguientes aspectos:

1) Misión

Posesionarse en el mercado de servicios; como un Ecolodge que brindan la mejor atención a los huéspedes y clientes, contando con una excelente infraestructura contribuyendo al desarrollo del cantón para que éste se convierta en un destino turístico competitivo y sostenible a nivel Local, Nacional e Internacional.

2) Visión

Nuestra misión es ser una empresa reconocida por sus servicios de calidad, su continua preocupación por mejorar, respetar el medio ambiente y brindar un ambiente familiar, lo que será un sello distintivo de nuestra gestión. Además de esta

forma contribuir al crecimiento de la actividad turística de la parroquia San Andrés con nuestros servicios de alojamiento, alimentación y recreación.

3) Políticas

Con la finalidad de que el Ecolodge San Miguel sea un ejemplo de desarrollo y superación, se ha planteado las siguientes políticas para el buen funcionamiento del mismo:

- a) Ofrecer un servicio de calidad y garantía a un cliente cada vez más específico.
- b) Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas de la empresa.
- c) Alcanzar un servicio rápido y eficiente, siempre cuidando cada paso del proceso.
- d) Manejamos precios accesibles para todo tipo de cliente, es importante siempre dar la opción para cada necesidad con servicios innovadores y variados.
- e) Entregar a nuestros clientes un servicio de alojamiento y esparcimiento al aire libre que cumpla fielmente con sus requerimientos, logrando que su estadía sea agradable y que deseen regresar.
- f) Mejorar continuamente la eficacia de nuestros procesos de trabajo, la preparación de nuestro personal y la infraestructura y condiciones de nuestra empresa de servicios turísticos.
- g) Sensibilizar en temas medioambientales a los colaboradores de la empresa, fomentando su información y formación para el establecimiento de buenas prácticas de gestión medioambiental.

4) Estrategias

a) Estrategias para la empresa

San Miguel Ecolodge propone varias estrategias de promoción y publicidad para dar a conocer los servicios que oferta, de esta manera logrará alcanzar las metas de

ventas y podrá posesionar como una empresa sólida en el mercado, de esta manera se diseñó las siguientes estrategias:

- i. La junta de socios elaborará semestralmente estrategias para la venta a través del internet, buscando mejores precios y promocionando cada uno de los productos que se ofertará.
- ii. Se lanzará al mercado nuevos producto turístico semestralmente con precios bajos y accesibles, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración y acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido.
- iii. Se incluirá nuevos servicios adicionales, que brinden al cliente un mayor disfrute del producto, por ejemplo, incluir servicio a la habitación, caja fuerte, zona wifi, nuevas facilidades de pago y atención personalizada a la hora de reservar un servicio.
- iv. Ofrecer nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos y vistas a domicilio.
- v. Ubicar nuestros productos en todos los puntos de venta de servicios turísticos (estrategia de distribución intensiva).
- vi. Ubicar nuestros productos solamente en los puntos de venta que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos (estrategia de distribución selectiva).
- vii. Ubicar nuestros productos solamente en un punto de venta que sea exclusivo (estrategia de distribución exclusiva).
- viii. Los trípticos se elaboraran siempre en inglés y español.
- ix. Para que los turistas lleguen fácilmente al Ecolodge se colocará señalética durante todo el trayecto para llegar al lugar.

b. Estrategias de cambio para la parroquia

Se determinaron estrategias de cambio para los nudos críticos priorizados debido a que son problemas existentes en la parroquia a los cuales se les debe dar más atención y proponer medidas de acción rápidas, con lo cual ayudarán al desarrollo eficiente del turismo en la parroquia y con ello a la empresa a instalarse en la misma, y además estrategias de consolidación y competitivas para los factores claves de éxito priorizados, factores a los cuales se les va a fortalecer porque son aquellos punto de donde se partirá en el momento de dar a conocer y promocionar a San Andrés y por ende al Ecolodge.

Cuadro # 49: Estrategias de cambio para los nudos críticos priorizados

ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO	NÚDOS CRÍTICOS DEBILIDADES/AMENAZAS	ESTRATEGIAS DE CAMBIO	RESPONSABLE
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Deterioro de los recursos naturales y los atractivos culturales por acción de la naturaleza y por falta de mantenimiento.	Realizar convenios de cooperación con la junta parroquial, INPC y MINTUR, para realizar mantenimiento anual de los sitios turísticos de la parroquia	Junta Parroquial
	La parroquia cuenta con más recursos que con atractivos turísticos	Dotar de servicios y facilidades turísticas a los recursos turísticos de la parroquia, para que se convierta en un punto turístico competitivo del cantón	Junta Parroquial MINTUR

	Contaminación ambiental en los atractivos turísticos.	Contar con planes de manejo ambientales que permitan que la población se integre y sea parte de los mismos para que no contaminen ni destruyan el entorno con las malas prácticas ambientales	Junta Parroquial Ministerio del Ambiente
SERVICIOS BÁSICOS	La recolección de basura únicamente se la realiza en la cabecera cantonal	Elaborar y ejecutar un proyecto para el manejo eficiente de los residuos sólidos de la Parroquia, no solo de la cabecera cantonal sino también de las comunidades aledañas.	Junta Parroquial GAD de Guano
SERVICIOS TURÍSTICOS	Falta de personal capacitado para brindar una buena atención a los turistas.	Capacitación a los pobladores dueños de lugares que ofrezcan servicio turístico para mejorar la atención al cliente	Junta Parroquial MINTUR
	Poco interés por parte de las entidades públicas para capacitar a los servidores turísticos de la parroquia	Capacitación a las autoridades de la parroquia en cuanto a Turismo, para que comprendan la importancia del desarrollo turístico de San Andrés	Junta Parroquial GAD de Guano MINTUR
FACILIDADES TURÍSTICAS	Los procesos de dotación de facilidades turísticas son dirigidos mayoritariamente para las ciudades grandes o atractivos más conocidos, mientras que la gestión para las	Dar mayor empuje y gestión para que la parroquia sea atendida por parte de las autoridades cantonales y provinciales	Junta Parroquial GAD de Guano MINTUR

	parroquias es mínima.		
COMERCIALIZACIÓN	La difusión de la parroquia en medios radiales y televisivos se da solamente durante sus festividades.	Promocionar los atractivos de la parroquia en feriados, fiestas patronales y fines de semana.	Junta Parroquial MINTUR
SUPERESTRUCTURA TURISTICA	No existen políticas públicas para el desarrollo del sector turístico	Diseñar políticas públicas que ayuden a desarrollar el sector turístico de la parroquia.	Junta Parroquial GAD de Guano MINTUR

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

Cuadro # 50: Estrategias de cambio para los factores claves de éxito priorizados

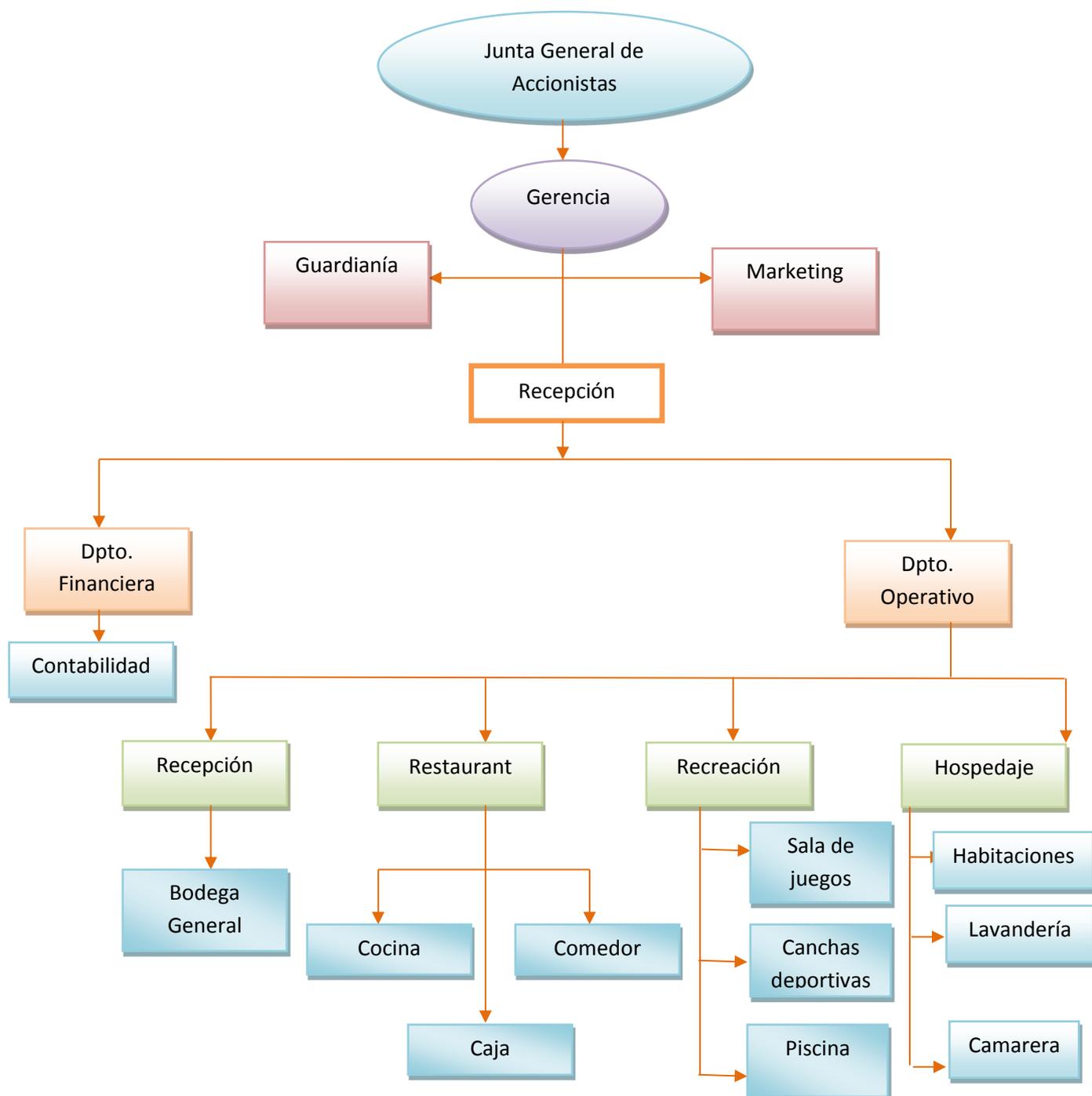
ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO	FACTORES CLAVES DE EXITO FORTALEZAS/ OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DE CAMBIO	RESPONSABLE
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Las fiestas que se celebran en el mes de noviembre, tiene una gran acogida por parte de turistas locales y nacionales, siendo hoy en día uno de los principales atractivos de la parroquia.	Planificar estrategias de promoción y publicidad para la difusión de las fiestas patronales a nivel local y nacional	Junta Parroquial MINTUR
	La celebración del carnaval con respeto (sin agua) dentro de la parroquia, ha logrado el aumento anual de turistas en dicha celebración.	Capacitar a la población en cuanto al respeto a los turistas en la fiesta del carnaval	Junta Parroquial GAD Provincial de Chimborazo
	La Iglesia San Andrés posee un alto valor histórico y arquitectónico	Gestionar convenios de cooperación, para el mantenimiento anual de los sitios históricos/ culturales de la parroquia	Junta Parroquial INPC MINTUR
	La parroquia posee un parte importante de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, lo que hace que a través de este atractivo conocido a nivel nacional, la parroquia también se difunda.	Fortalecer con políticas públicas el sector turístico de la Parroquia aprovechando el atractivo nevado Chimborazo	Junta Parroquial MINTUR

	El paso del ferrocarril por la estación Urbina, ha hecho que una parte de la parroquia sea conocida tanto por turistas nacionales y extranjeros	Establecer conversaciones para crear convenios de promoción turística con las autoridades encargadas de los Ferrocarriles del Ecuador, lo que permita la promoción de la parroquia San Andrés	Junta Parroquial MINTUR Ferrocarriles del Ecuador
SERVICIOS BÁSICOS	La parroquia San Andrés cuenta con servicio de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y telefonía.	Mejorar el servicio de agua, luz y teléfono en la parroquia	Junta Parroquial GAD de Guano
	Debido a que es una de las Parroquias más grandes del cantón Guano tiene mayor apoyo en cuanto a servicios básicos	Fortalecer las relaciones con el GAD de Guano mejorando la gestión para la realización de obras	Junta Parroquial GAD de Guano
SERVICIOS TURÍSTICOS	La parroquia cuenta con servicios de hospedaje de primera, segunda y tercera categoría.	Capacitación constante a los servidores turísticos en cuanto a atención, manipulación de alimentos, servicio e innovación de productos para los turistas	Junta Parroquial MINTUR
	Cuenta con servicios de alimentación		
FACILIDADES TURISTICAS	Se encuentra junto a la Panamericana Norte		Junta Parroquial PANAVIAL

ACCESIBILIDAD	La parroquia San Andrés está ubicada junto a la Vía Panamericana Norte la misma que gracias a la empresa PANAVIAL, se encuentra en constante mantenimiento.	Establecer convenios para el mantenimiento no solo de la vía principal sino también de las vías secundarias que conectan a la parroquia	GAD de Guano
	Las vías de primer y segundo orden dentro de la parroquia se encuentran en muy buen estado.		
COMERCIALIZACION	Hoy en día el Gobierno Parroquial promociona las fiestas de parroquialización a través de radio, televisión y prensa.	Realizar campañas de promoción a través de la página web del GAD Parroquial, además en redes sociales, donde se colocará información actual e importante de la parroquia, sus fiestas y atractivos turísticos	Junta Parroquial MINTUR
	Se puede conocer datos Generales de la Parroquia San Andrés a través de la página web de la misma.		
SUPERESTRUCTURA	El Gobierno Parroquial de San Andrés elabora en forma participativa con la población planes, programas y proyectos turísticos de carácter local, en coordinación con los planes turísticos cantonales y bajo los lineamientos de la planificación provincial, a través de mesas de participación y charlas semestrales	Fortalecer las mesas de participación y charlas semestrales con la población en donde se deberá desarrollar temas de interés de la parroquia dando lugar a soluciones a partir de políticas publicas	Junta Parroquial
	Existe un gran interés por parte del GAD parroquial por desarrollar el turismo comunitario	Capacitar a todas las comunidades de la Parroquia para fomentar el turismo	Junta Parroquial MINTUR

b. Organigrama estructural y funcional

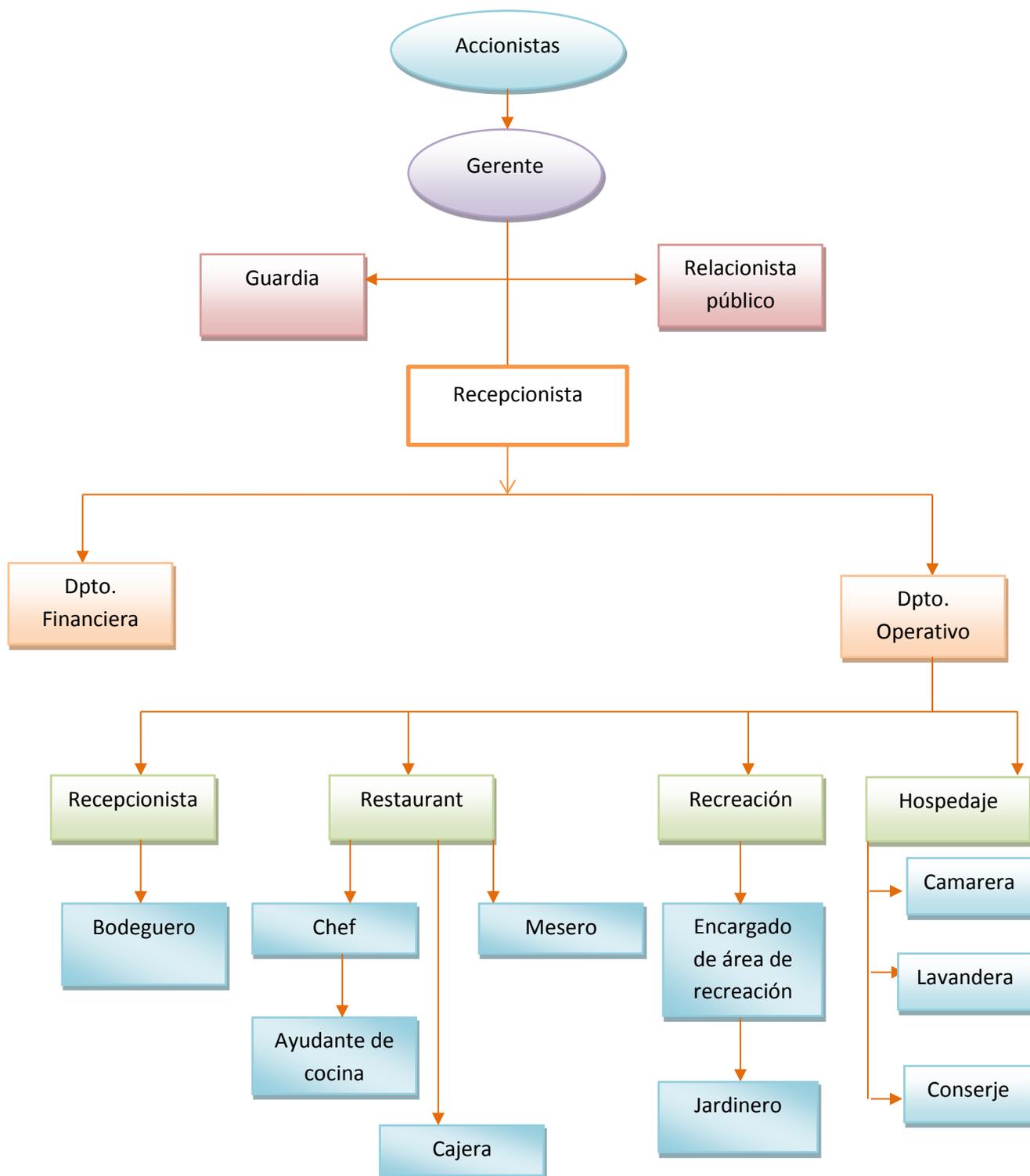
Gráfico # 22: Organigrama Estructural



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

Gráfico # 23: Organigrama funcional



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

c. **Manual de funciones**

Se recopiló información secundaria de la FENACAPTUR (2013), quienes han desarrollado el “Sistema de Certificación de Competencias Laborales en el sector Turismo”, apoyando de esta manera al avance del sector turístico en nuestro país.

Logrando como resultado “Normas Técnicas Ecuatoriana” estandarizadas a través de un proceso sistemático y participativo que involucro a los actores clave del sector turístico: gobierno, universidades, técnicos, trabajadores, empleadores y consumidores.

Debido a que estas normas serán válidas y aplicables a nivel nacional, se las ha tomado en cuenta para la aplicación de este proyecto.

1) **Competencia laboral del administrador de empresas de alojamiento**

a) **Descripción de la ocupación.** El administrador de empresas de alojamiento se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.

b) **Cargo.** Gerente/Administrador de Empresas de Alojamiento

c) **Competencia.** El administrador de empresas de alojamiento, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes

d) **Conocimientos**

- i. Procesos y procedimientos administrativos y contables;
- ii. Técnicas de definición de precios, productos y servicios;
- iii. Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo;
- iv. Procesos de mejora continua;

- v. Técnicas de negociación y administración de contratos;
- vi. Vocabulario técnico del segmento turismo y hospitalidad;
- vii. Aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera;
- viii. Técnicas de liderazgo y jefatura;
- ix. Métodos de evaluación de desempeño de personal;
- x. Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento;
- xi. Técnicas de mercadeo.

e) Habilidades

- i. Planificación de corto y largo plazo;
- ii. Toma de decisiones;
- iii. Raciocinio numérico aplicado a negocios; raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita;

f) Actitudes

- i. Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- ii. Perseverante. Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos.
- iii. Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- iv. Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- v. Previsor. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.
- vi. Orientado al cambio. Goza haciendo nuevas cosas, acepta cambios, busca la variedad.

g) Funciones. El administrador de empresas de alojamiento debe:

- **Planificar objetivos y estrategias**

- a) Establecer objetivos, metas, estrategias y políticas para la gestión y desempeño de la empresa;

- b) Definir necesidades y prioridades para la disposición y optimización de recursos humanos y económicos;
- c) Planear y desarrollar nuevos productos y procesos;
- d) Indicar las necesidades de inversión;
- e) Establecer cronogramas, plazos y presupuestos;
- f) Establecer segmentos de mercado.

- **Establecer estrategias y acciones de mercado (marketing)**

- a) Investigar y analizar tendencias del mercado;
- b) Definir objetivos y metas periódicas;
- c) Analizar la participación de la empresa en el mercado, tasa de ocupación hotelera, promedio diario y flujo de venta de productos y servicios;
- d) Definir política de precios;
- e) Promover las ventas;
- f) Construir y mantener la imagen de la empresa de alojamiento;
- g) Identificar oportunidades de mejora y buscar nuevos mercados;
- h) Determinar perfil de los clientes;
- i) Determinar datos de los clientes para la generación de estadísticas;
- j) Negociar y establecer acuerdos y alianzas comerciales.

- **Analizar y evaluar resultados para proponer acciones:**

- a) Analizar resultados y evaluar cumplimiento de metas, objetivos y estándares de calidad definidos;
- b) Controlar costos;
- c) Analizar proyecciones financieras;
- d) Analizar índices estadísticos de productividad y rentabilidad;
- e) Determinar el flujo de informaciones;
- f) Analizar resúmenes gerenciales contables, financieros, patrimoniales y de personal;
- g) Desarrollar y supervisar acciones correctivas y verificar su eficacia.

- **Alcanzar objetivos esperados:**

- a) Lograr la máxima rentabilidad;
- b) Mantener el valor comercial del hotel;
- c) Aumentar la proyección de desarrollo en el mercado;
- d) Impulsar nuevos negocios;
- e) Mantener información sobre nuevas tecnologías y todos los aspectos del establecimiento, del objeto del negocio y afines;
- f) Representar a la empresa en eventos y en la comunidad;
- g) Establecer y mantener una red de contactos con asociaciones, sindicatos, instituciones públicas y privadas;
- h) Trabajar en alianza con empresas del sector;
- i) Participar en las soluciones de conflictos laborales y judiciales;
- j) Elaborar resúmenes e informes escritos y orales;
- k) Participar en la definición y administración de contratos y acuerdos;
- l) Asegurar el cumplimiento de las leyes y legislaciones en todas las esferas.

- **Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento:**

- a) Planear, organizar e implementar reformas y mejoras;
- b) Definir y aplicar procedimientos de seguridad;
- c) Promover el entrenamiento para emergencias;
- d) Implementar un programa de conservación ambiental;
- e) Monitorear la condición de uso de muebles, decoración, equipos y utensilios;
- f) Implementar procedimientos de prevención de fraude y transgresión contra el establecimiento, los huéspedes, funcionarios y colaboradores.

- **Asegurar la satisfacción del cliente:**

- g) Analizar resúmenes de investigación de satisfacción, sugerencias, reclamos y proporcionar recursos para gestionar mejoras;
- h) Mantener contacto permanente con el cliente;
- i) Supervisar y chequear los servicios y atenciones dispuestas al huésped;
- j) Controlar estándares de calidad;

- k) Establecer políticas de seguridad y privacidad para el cliente;
- l) Reorientar el proceso y procedimiento que eleve la calidad del servicio prestado al cliente.

- **Liderar el equipo humano de trabajo:**

- a) Incentivar la cooperación, la participación y el compromiso de sus colaboradores;
- b) Desarrollar acciones motivadoras;
- c) Brindar un buen ambiente físico y humano de trabajo;
- d) Definir criterios para la administración del equipo humano de trabajo;
- e) Promover el entrenamiento continuo del personal de las diversas áreas;
- f) Establecer una política de remuneración e incentivo;
- g) Estimular el desarrollo del equipo humano de trabajo;
- h) Promover cambios orientados a la consecución de los objetivos;
- i) Solucionar diferencias entre los colaboradores.

- h) **Conocimiento de otro idioma**

A. Poseer fluidez verbal del idioma inglés; necesario para actuar como intérprete entre el huésped y los demás departamentos del establecimiento.

- i) **Pago mensual \$756,26**

2) **Competencia laboral del encargado de mantenimiento**

- **Descripción de la ocupación.** El encargado de mantenimiento se ocupa, principalmente, de verificar, dar mantenimiento y solucionar problemas en equipo, mobiliario e instalaciones; prestar ayuda en la instalación de equipos de uso temporal y evaluar el servicio de mantenimiento encomendado.
- **Cargo.** Competencia laboral del encargado de mantenimiento.

- **Competencia.** El encargado de mantenimiento, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

- **Conocimientos**

- i. Técnicas de diagnóstico y reparación de aparatos electrónicos, eléctricos, mecánicos e hidráulicos; herramientas y suministros de uso común en electricidad y en mecánica básica;
- ii. Requisitos de higiene y seguridad en el trabajo;
- iii. Operación y mecanismo de ajuste de los equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones;
- iv. Conocimientos básicos de plomería, carpintería, albañilería y pintura;
- v. Manejo de formularios de servicio de mantenimiento;
- vi. Funciones generales de cada área de un establecimiento de alojamiento.

- **Habilidades**

- a) Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas;
- b) Lectura y escritura para el llenado de formularios y registro de novedades simples;
- c) Comunicación clara de manera oral y escrita;

Rapidez en la toma de decisiones en momentos de presión de tiempo o trabajo;

- e) Improvisar y encontrar soluciones optimizando los recursos que se tienen disponibles;
- f) Identificar los detalles de roturas o características en objetos y piezas;
- g) Diagnosticar ruidos que indiquen defectos;
- h) Coordinación motora con los dedos y las manos, firmeza para manipular objetos.

- **Actitudes**

- i. Práctico. Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar cosas.
- ii. Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.

- iii. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- iv. Previsor. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.
- v. Activo. Tiene energía, necesita movimiento y actividad.
- vi. Perseverante. Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos.

- **Funciones.**

- **Diagnosticar el servicio a ser ejecutado**

- a) Probar el funcionamiento del equipo o la instalación;
- b) Identificar el tipo y la magnitud del daño o defecto;
- c) Decidir sobre el procedimiento a utilizar;
- d) Determinar el presupuesto para la reparación;
- e) Determinar el listado de repuestos o materiales, tiempo de reparación y la necesidad de ejecutar el mantenimiento;
- f) Generar el reporte de daños y llenar la memoria técnica del equipo, habitación o área afectada.

- **Reparar fallas eléctricas**

- a) Reparar lámparas, toma corrientes, boquillas, cajas térmicas, fusibles, duchas eléctricas, resistencias, canales de agua, extensiones eléctricas, transformadores, reguladores de voltaje, hacer tierra y aislar la fuga de corriente, entre otros;
- b) Cambiar el tendido eléctrico, colocación de canaletas externas para conexiones eléctricas.

- **Reparar fallas hidráulicas:**

- a) Cerrar la llave de paso que interrumpe el flujo al área afectada;
- b) Sustituir red de válvulas y medidores hidráulicos;

- c) Reparar los lavaderos de cocina, canastillas, sifones, sanitarios, filtros de agua, tubería y otras instalaciones;
- d) Retirar el aire de la bomba hidráulica;
- e) Realizar mantenimiento preventivo y correctivo para la operación de cisternas y pozos sépticos.

- **Reparar fallas mecánicas:**

- a) Destrabar o cambiar cerraduras, ventanas, gavetas y equipo de gimnasio;
- b) Reducir ruido en camas, ventanas, equipo de aire acondicionado, puertas y otras piezas móviles;
- c) Realizar la lubricación preventiva de piezas móviles, cambio de garruchas y alcayatas;
- d) Reparar o realizar el mantenimiento preventivo de extractores de olores, equipos de limpieza;
- e) Realizar mantenimiento preventivo de equipos de cocina, calderos, elevadores, carpintería.

- **Reparar fallas telefónicas:**

- a) Instalar extensiones telefónicas;
- b) Sustituir la toma de un aparato defectuoso;
- c) Componer el adaptador para conmutador;
- d) Verificar las líneas hasta la central telefónica;
- e) Llamar y solicitar servicios técnicos de ingeniería en telecomunicaciones a la empresa competente.

- **Hacer reparaciones prediales:**

- a) Reparar pisos;
- b) Retocar la pintura;
- c) Reparar revestimientos como: alfombra, yeso, papel de pared, azulejo, vinyl y piezas de aluminio;

d) Reparar tumbados y dar soluciones provisionales o definitivas a goteras o fugas de agua en los techos;

e) Limpiar rótulos.

- **Hacer instalaciones provisionales:**

a) Instalar extensiones para energía y teléfono;

b) Montar y desmontar camas, mesas y soportes para aparatos eléctricos;

c) Instalación, montaje y desmontaje de equipos para eventos.

- **Manejar y controlar la existencia (stock) de materiales de área de mantenimiento**

a) Manejar inventarios de los equipos y materiales del departamento;

b) Manejar ficha técnica de todos los equipos y maquinaria del establecimiento;

c) Manejar una hoja de inventario por área, oficina y habitación;

d) Establecer las características de los productos a adquirir.

- **Cuidar el área de trabajo**

a) Mantener limpio y organizado el lugar de trabajo;

b) Evitar la contaminación de otra área, ruido y movimientos que molesten la permanencia de los huéspedes o clientes del establecimiento;

c) Revisar las condiciones de higiene y seguridad en el trabajo.

- **Operar equipos**

a) Operar multímetro, voltímetro y amperímetro, llave de pruebas, detector de señales, taladro y aparatos de uso del huésped;

b) Identificar las características de operación de cada equipo o maquinaria y respetar las sugerencias del proveedor.

- **Participar en programas de mantenimiento**

- a) Asistir y cumplir con la capacitación sobre el uso de equipos, materiales y maquinaria;
- b) Colaborar con el programa;
- c) Realizar control de plagas, mantenimiento preventivo de equipos y maquinaria de las diferentes áreas del establecimiento, exceptuando equipos de computación.

- **Aplicar procedimientos de seguridad industrial**

- a) Cumplir y hacer cumplir las exigencias en los modos de uso de químicos, equipo y maquinaria, de acuerdo a las recomendaciones del proveedor;
- b) Dar a conocer los procedimientos de seguridad industrial al personal que tiene acceso a estos materiales, equipos o maquinaria.

- **Actuar en emergencias**

- a) Rescatar personas de un elevador averiado;
- b) Operar equipos de incendio;
- c) Accionar el generador de emergencia;
- d) Conocer y ejecutar los planes de emergencia que posee el establecimiento;
- e) Formar parte de una de las brigadas de emergencia.

- **Actuar como nexo entre las áreas de mantenimiento y ama de llaves**

- a) Realizar los servicios encomendados;
- b) Informar al ama de llaves y al personal de mantenimiento sobre la situación de los servicios.

- **Cuidar la apariencia personal**

- a) Cuidar la imagen personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.

- **Apoyar al equipo humano de trabajo**

- a) Colaborar en reparaciones más complejas;
- b) Atender prioridades solicitadas por otro sector del establecimiento;
- c) Dar instrucciones sobre el uso adecuado de equipos a todo el personal del establecimiento.

- j) **Pago mensual \$541,39**

3) Competencia laboral del contador(a)

- **Descripción de la ocupación.** La contadora de la empresa debe llevar la contabilidad de la empresa.
- **Cargo.** Contador(a)
- **Competencia.** Para alcanzar los resultados esperados la contadora(o) debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.
- **Conocimientos**
 - i. Procesos y procedimientos contables, financieros utilizados en el turismo.
 - ii. Informática y software específicos para la contabilidad
 - iii. Ley tributaria.
- **Habilidades**
 - i. Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva con empleo de gramática y vocabularios adecuados.
 - ii. Toma de decisiones en situaciones críticas.
 - iii. Capacidad para solucionar conflictos
 - iv. Capacidad para evaluar ideas.
 - v. Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales.
- **Actitudes**
 - i. Equilibrado emocionalmente. No transparentan emociones. Reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.

ii. Optimista. Feliz, animado, no cae en depresiones ni desánimos a pesar de los fracasos, ve el lado positivo o bueno de las cosas.

- **Funciones.** La contadora de la empresa debe:

- **Representar a la organización**

- a) Representar a la empresa en eventos de la comunidad;

- **Definir estrategias de desarrollo**

- a) Establecer objetivos y metas

- b) Mantener información sobre nuevas tecnologías y cambios en el mercado

- **Llevar la contabilidad de la empresa:**

- a) Llevar el inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones de la empresa.

- b) Llevar en forma ordenada recibos, facturas, notas de venta, y todo comprobante que justifique un pago.

- c) Llenar formularios y declarar impuestos al SRI.

- d) Llevar el proceso contable de la empresa; este proceso contable deberá contener; plan de cuentas, estado de situación inicial, libro diario, libro mayor, balance general, estados financieros, el ejercicio económico, análisis financiero, anexos (libro de cajas, libro de bancos, conciliaciones bancarias).

- **Realizar pagos en efectivo, cheques y transferencias:**

- a) Responsable de pagos de sueldos y salarios.

b) Maneja transacciones de dinero en efectivo

4) Competencia laboral del recepcionista

a) **Descripción de la ocupación.** El recepcionista que desempeña un puesto polivalente se ocupa principalmente, de cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped; ser nexo entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento; atender teléfono y caja; cubrir ciertas actividades del botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.

b) **Cargo.** Recepcionista

c) **Competencia.** El recepcionista polivalente, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

d) Conocimientos

- i. Procesos de ingreso (check in) y salida (checkout) del huésped;
- ii. Procedimientos de control relacionados con el acceso a las habitaciones; funciones y responsabilidades de los diversos servicios de un hotel
- iii. Procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, posibilidades de uso de celular, números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica;
- iv. Términos técnicos de la hotelería relativos a la recepción;
- v. Contabilidad básica;
- vi. Requisitos de higiene personal adecuados a su ocupación;
- vii. Computación e internet;
- viii. Información de eventos y atractivos turísticos locales;
- ix. Técnicas de servicio al cliente;
- x. Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros.

e) Habilidades:

- i. Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas y aplicación del cálculo porcentual para descuentos y recargos;
- ii. Lectura y escritura para anotar mensajes orales simples de forma clara y con caligrafía legible;
- iii. Integración para ejecutar trabajo en equipo;
- iv. Interpretación del lenguaje corporal;
- v. Observación de rutinas administrativas, inclusive en la organización de documentos;
- vi. Memoria de corto y largo plazo.

f) Actitudes:

- i. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- ii. Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- iii. Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- iv. Orientado al cambio. Goza haciendo cosas nuevas, acepta cambios, busca la variedad.

g) Funciones. El recepcionista polivalente debe:**• Registrar el ingreso del huésped (check in):**

- a) Dar la bienvenida al huésped;
- b) Verificar los datos de la reserva;
- c) Llenar la ficha, libro o registro;
- d) Ayudar al huésped en el llenado de la ficha de registro;
- e) Acordar la forma de pago;
- f) Entregar la llave;
- g) Presentar los servicios y horarios del establecimiento.

- **Acomodar al huésped en la habitación**

- a) Acompañar al huésped a la habitación;
- b) Mostrar las instalaciones e instruir acerca del uso de los equipos;
- c) Finalizar la organización de las habitaciones, si es necesario;
- d) Orientar a las camareras de piso.

- **Controlar el acceso a las habitaciones**

- a) Entregar y recoger las llaves de las habitaciones;
- b) Controlar el acceso de visitantes.

- **Apoyar al huésped**

- a) Brindar información sobre el establecimiento o la ciudad;
- b) Aclarar dudas del huésped sobre gastos, equipaje y objetos olvidados;
- c) Coordinar la entrega de lencería extra, pequeñas compras u objetos de promoción del establecimiento (amenities).

- **Apoyar a la administración**

- a) Realizar reservas;
- b) Averiguar el consumo de minibar y extras;
- c) Investigar la satisfacción del huésped durante su estadía;
- d) Emitir la factura;
- e) Revisar los consumos realizados por el huésped;
- f) Apoyar al departamento de mantenimiento reportando daños o averías.

- **Efectuar los procedimientos de salida de huésped (Checkout)**

- a) Presentar la cuenta al huésped;
- b) Detallar los gastos;
- c) Recibir el pago;

- d) Verificar la firma autorizada;
- e) Verificar consumos en el establecimiento y estado de la habitación;
- f) Ofrecer servicios de transporte;
- g) Evaluar la satisfacción del cliente;
- h) Controlar la entrega de equipaje;
- i) Despedir al huésped de manera que comprometa su fidelidad hacia el establecimiento.

- **Realizar los trabajos de auditoría nocturna**

- a) Analizar los informes de caja de los diferentes puntos de venta, identificar y corregir errores;
- b) Monitorear los límites de crédito de los huéspedes;
- c) Entregar informes requeridos por la administración, registrar novedades.

- **Entregar la recepción al turno correspondiente**

- a) Manejar el libro de recepción;
- b) Entregar arqueo de caja;
- c) Reportar novedades adicionales.

- **Cuidar el área de recepción**

- a) Entregar arqueo de caja;
- b) Limpiar, organizar y conservar el área de recepción;
- c) Colaborar para mantener la seguridad del área de recepción.

- **Operar los equipos de recepción**

- a) Operar teléfono, central telefónica, fax, calculadora, máquina para tarjeta de crédito, alarma, radio transistor y computador.

- **Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento:**

- a) Recibir pedidos del huésped y transmitirlos a los responsables de ese servicio en el establecimiento;
- b) Informar sobre el estado del pedido del huésped;
- c) Controlar los tiempos de respuesta de los servicios solicitados;
- d) Recibir, anotar y entregar mensajes y encomiendas destinadas al huésped;
- e) Organizar el transporte del equipaje.

- **Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento**

- a) No dar información a extraños sin previa autorización del huésped;
- b) Controlar el acceso de los huéspedes;
- c) Actuar como observador de posibles anomalías que puedan generar un problema;
- d) Chequear la entrada y salida de personas que no estén autorizadas.

- **Asegurar la satisfacción del cliente:**

- a) Anticiparse a las necesidades del cliente;
- b) Solicitar la opinión del cliente sobre los servicios prestados
- c) Recibir reclamos y aplicar soluciones inmediatas;
- d) Informar sobre aspectos de seguridad de la localidad.

- **Cuidar de la apariencia personal:**

- a) Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.

h) Pago mensual \$450.12

5) Competencia laboral del camarero (a) de pisos

- a) **Descripción de la ocupación.** La camarera de pisos se ocupa, principalmente, de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.
- b) **Cargo.** Camarera de pisos
- c) **Competencia.** La camarera de pisos, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.
- d) **Conocimientos**
- i. Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajo y eventos especiales;
 - ii. Desarrollo de procedimientos operacionales;
 - iii. Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de personal; métodos de validación de profesionales y equipos;
 - iv. Legislación laboral y comercial aplicable a contratos de prestación de servicios y a técnicas de negociación de contratos;
 - v. Técnicas de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales;
 - vi. Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento y operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones;
 - vii. Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento;
 - viii. Técnicas de servicio al cliente;
 - ix. Técnicas básicas de decoración, manejo de volúmenes, manejo del color;
 - x. Requisitos para trabajo en equipo. Procesos y procedimientos administrativos y contables;
- e) **Habilidades**
- i. Capacidad de argumentar con lógica verbalmente o por escrito;

- ii. Tomar decisiones complejas, individualmente o conjuntamente con otras personas;
- iii. Cálculos matemáticos y elaboración de planillas y gráficos para análisis y control;
- iv. Lectura y escritura clara para elaboración de informes gerenciales;
- v. Planificación de corto plazo, de acuerdo con recomendaciones estratégicas.

f) Actitudes

- i. Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- ii. Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- iii. Práctico. Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar cosas.
- iv. Controlador. Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros.
- v. Democrático. Anima a los demás a expresar sus opiniones, consulta, escucha y toma en cuenta a los demás.
- vi. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.

g) Funciones. La camarera de pisos debe:

• **Planificar el trabajo de su departamento**

- a) Elaborar los cronogramas de trabajo con los colaboradores del departamento, para el lavado de cortinas, alfombras, cobijas, cubrecamas, retoque de muebles o limpieza profunda de las habitaciones;
- b) Definir o revisar métodos y procedimientos operacionales;
- c) Definir prioridades para atender solicitudes especiales y programación de llegada y salida de huéspedes;
- d) Organizar la operación en las temporadas y los eventos especiales;
- e) Establecer patrones de tiempo y especificaciones de calidad para la entrega de los servicios y los productos;

f) Establecer el equipo de personas necesario para el ordenamiento, limpieza y servicios generales.

a) Organizar, capacitar y supervisar al equipo humano de trabajo

b) Mantener la disciplina y asegurar los estándares de presentación personal;

c) Solucionar problemas y conflictos;

d) Establecer un ambiente de trabajo cooperativo, comprometido, optimista y productivo;

e) Evaluar el desempeño del equipo humano de trabajo;

f) Orientar y motivar para el auto desenvolvimiento y el trabajo en equipo;

g) Capacitar y asegurar la competencia del equipo;

h) Generar un programa de capacitación continua en los diferentes procesos, políticas o estándares;

i) Proveer al equipo la información actualizada del establecimiento como horarios, eventos especiales, servicios;

j) Asegurar la continuidad de las acciones iniciadas en turnos anteriores.

- **Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo**

a) Distribuir los implementos de los equipos de trabajo;

b) Supervisar el ordenamiento e inspeccionar el estado de las diferentes áreas de trabajo;

c) Prever el material y lugar de almacenamiento en cada área y supervisar el control de inventarios en estas áreas;

d) Orientar sobre atenciones especiales, privacidad del cliente, seguridad y emergencias;

e) Asegurar que los servicios sean ejecutados conforme a los estándares mínimos de calidad;

f) Monitorear el estado de las habitaciones durante la llegada, ocupación hotelera y salida de huéspedes.

- **Contratar y supervisar servicios de terceros**

- a) Identificar la necesidad de contratar servicios externos, como jardinería, desinfección, fumigación, lavado de alfombras y cortinas;
- b) Identificar y seleccionar proveedores de productos y servicios;
- c) Analizar propuestas y presupuestos;
- d) Contratar, fiscalizar y aprobar la calidad del servicio.

- **Administrar material a su cargo**

- a) Seleccionar y definir los niveles de inventario y orientar su uso;
- b) Inventariar el material de limpieza, menaje, material de reposición.
- c) Definir la cantidad y el tipo del mobiliario de reserva;
- d) Definir la cantidad y el tipo de máquinas y equipos de lavandería y limpieza;
- e) Establecer políticas de uso y consumo de productos y materiales;
- f) Controlar el consumo de productos y materiales para evitar el desperdicio.

- **Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo**

- a) Solicitar la adquisición de artículos de decoración;
- b) Sugerir arreglos florales;
- c) Escoger la ropa de cama, baño y mesa;
- d) Establecer políticas de decoración de acuerdo al ambiente, a la temporada o al evento.

- **Operar los equipos necesarios con su actividad**

- a) Operar equipos y aparatos de uso común en las habitaciones y en el servicio de limpieza, higienización y ordenamiento;
- b) Operar computador.

- **Asegurar la satisfacción del huésped**

- a) Asegurar que el servicio otorgado esté en conformidad con lo ofertado;
- b) Atender e interpretar las quejas y reclamos del huésped;
- c) Identificar y solucionar las causas de insatisfacción y promover mejoras;
- d) Coordinar la devolución de los objetos olvidados por el huésped.

- **Interactuar con los demás departamentos**

- a) Informar la condición de las habitaciones y pedidos especiales del huésped;
- b) Participar en la definición de procedimientos de eventos, para clientes importantes (VIP) y huéspedes con necesidades especiales;
- c) Coordinar con el departamento de mantenimiento, las reformas, servicios o reparaciones en las habitaciones o áreas sociales;
- d) Actuar conjuntamente con el departamento de seguridad, recepción u otros en situaciones de emergencia;
- e) Coordinar con el departamento de alimentos y bebidas la entrega de los servicios a los huéspedes en la habitación.

- **Apoyar a la gestión de negocio**

- b) Participar en la implementación de programas de mejora;
- c) Controlar resultados operacionales y presupuestarios de su departamento
- h) Pago mensual \$450,12**

6) Competencia laboral del administrador del chef de cocina

- a) Descripción de la ocupación.** El chef de cocina se ocupa principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.

- b) Cargo.** Chef de cocina

c) **Competencia.** El chef de cocina, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

d) Conocimientos

- i. Prácticas administrativas de planificación;
- ii. Elaboración de presupuesto;
- iii. Análisis y control de costos y resultados;
- iv. Administración de la producción;
- v. Principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas;
- vi. Principios de administración de alimentos y bebidas;
- vii. Técnicas de administración del recurso humano, herramientas de gestión;
- viii. Manejo de indicadores de gestión y cumplimiento de metas;
- ix. Procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal;
- x. Creación de planes de capacitación para los integrantes del grupo;
- xi. Recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio;
- xii. Términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas;
- xiii. Primeros auxilios básicos; seguridad industrial; ingredientes, variedad, sazón de productos e insumos básicos de la cocina;
- xiv. Técnicas de preparación, técnicas de cocción, disposición, montaje y presentación de platos,
- xv. Técnicas de servicio;
- xvi. Técnicas de aprovechamiento, porcionamiento de alimentos y sustitución de ingredientes, que resulten en pérdidas mínimas;
- xvii. Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual;
- xviii. Aspectos básicos de nutrición y dietas alimenticias;
- xix. Principales tipos, estructura y funcionamiento de establecimientos de alimentación y tipos de servicio y presentación de platos;
- xx. Maquinaria, equipos y utensilios de cocina;
- xxi. Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía;
- xxii. Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación.

e) Habilidades

- i. Leer e identificar hora, temperatura y peso;
- ii. Cálculo estimativo de tiempo, peso, dimensión, cantidad y costo de los alimentos;
- iii. Calcular operaciones aritméticas básicas, porcentajes y fracciones;
- iv. Memoria de corto y largo plazo;
- v. Comunicación clara y articulada, en forma oral y escrita;
- vi. Capaz de escuchar, orientar, supervisar, motivar y relacionarse con el equipo de trabajo;
- vii. Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante el período de trabajo y con temperatura elevada;
- viii. Iniciativa para prevenir y solucionar problemas;
- ix. Juzgar sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos;
- x. Reflejos rápidos, coordinación motriz fina.

f) Actitudes

- i. Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- ii. Confiable. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
- iii. Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- iv. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- v. Controlador. Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros.

g) Funciones. El chef de cocina debe:**• Planificar y controlar la cocina**

- a) Efectuar investigación de mercado y evaluar nuevos productos y proveedores;
- b) Definir metas de productividad;

- c) Realizar control de aprovechamiento y desperdicio, controlar manipulación, acondicionamiento y desecho de la basura;
- d) Analizar reportes, estadísticas y desempeño de la cocina;
- e) Buscar la mayor rentabilidad para el negocio;
- f) Cuidar equipos, maquinaria e instalaciones;
- g) Solicitar servicios de mantenimiento.

- **Elaborar programación de la cocina:**

- a) Mantener al día información sobre la demanda del servicio para la planificación de la producción;
- b) Programar y distribuir el trabajo y el personal necesario para la realización del servicio de la cocina;
- c) Elaborar horarios de trabajo normal y en situación especial o emergente;
- d) Verificar la disponibilidad de recursos y tiempo para la realización del trabajo;
- e) Emitir instrucción verbal o escrita y horario de trabajo.

- **Elaborar menú o carta:**

- a) Definir el menú considerando la opinión de los integrantes del equipo de la cocina y del salón;
- b) Equilibrar el menú según la apariencia, sabor, textura, temperatura, temporada, variedad y propiedad nutricional y dietética de los alimentos;
- c) Analizar costos y rentabilidad del menú;
- d) Definir estilo y especialización del establecimiento, capacidad de producción y de organización, recursos y equipos disponibles, clientela y política de precio.

- **Crear recetas y preparar platos:**

- a) Crear y adaptar receta y sustituir ingredientes;
- b) Efectuar levantamiento de material necesario y costos;
- c) Definir y establecer estándar de porción y acompañamiento, preparación, tipo de presentación, costo y precio del plato;
- d) Elaborar ficha técnica;
- e) Realizar prueba de degustación;

f) Realizar preparación, cocción, montaje y presentación de plato.

- **Administrar existencia (Stock) y consumo:**

- a) Realizar prueba de degustación;
- b) Analizar el consumo frente al menú;
- c) Definir nivel de existencia (*stock*) con el cocinero;
- d) Solicitar compra de mercadería;
- e) Recibir y verificar calidad de la mercadería;
- f) Presentar reporte de no-conformidad de la mercadería recibida o devuelta;
- g) Coordinar la realización de inventario y control de equipos, maquinaria, utensilios, herramientas y productos perecibles;
- h) Solicitar reposición de material de producción que se encuentre en mal estado.

- **Coordinar el trabajo de la cocina para banquete y servicio especial:**

- a) Recibir y analizar la orden de servicio;
- b) Presentar sugerencia de menú y precio;
- c) Planificar y determinar el personal necesario y disponible para el servicio;
- d) Coordinar la actividad de la cocina e interactuar con otras áreas involucradas;
- e) Participar en la definición de la preparación y en la disposición de montaje del banquete.

- **Administrar al equipo:**

- a) Seleccionar, entrenar y supervisar colaboradores;
- b) Verificar el cumplimiento del personal con los estándares de servicio y el uso correcto de técnicas de trabajo;
- c) Analizar el desempeño y comportamiento de los integrantes del equipo;
- d) Mantener la disciplina y solucionar conflictos;
- e) Efectuar inspección en la cocina;
- f) Verificar la evolución y ejecución de los servicios;
- g) Estudiar nuevos métodos y procedimientos de trabajo;
- h) Definir colaboradores para la realización de las actividades de acuerdo con las habilidades;

- i) Gestionar reclamos del cliente;
- j) Planificar y autorizar reasignación y vacaciones;
- k) Desarrollar acciones motivadoras, de cooperación y espíritu de equipo;
- l) Coordinar la integración de nuevos colaboradores.

- **Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos:**

Supervisar al equipo y aplicar los cuidados de higiene, presentación personal, uniforme y accesorios que afectan la seguridad personal;

- b) Supervisar la aplicación de procedimientos de higiene y seguridad de los alimentos;
- c) Supervisar la limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios;
- d) Supervisar el uso de técnicas de control de contaminación;
- e) Supervisar el mantenimiento, seguridad y limpieza del lugar de trabajo;
- f) Supervisar el cumplimiento de estándares de acondicionamiento y desecho de basura y el cumplimiento de la legislación específica.

- **Representar a la organización:**

- a) Participar de eventos, festivales gastronómicos, charlas, cursos y seminarios;
- b) Dar entrevistas relacionadas a cocina, administración culinaria y cultura gastronómica.

h) Pago mensual \$415,82

7) Competencia laboral del mesero polivalente

a) Descripción de la ocupación. El mesero polivalente se ocupa, principalmente, de recibir y acoger al cliente; servir alimentos y bebidas y cuidar del arreglo del punto de venta o servicio.

b) Cargo. Mesero polivalente

c) Competencia. El mesero polivalente, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

d) Conocimientos

- i. Tipos de servicio a la mesa y al cliente según puntos de venta;
- ii. Normas de etiqueta a la mesa y en el salón;
- iii. Preparación básica de alimentos y bebidas;
- iv. Técnicas para servir bebidas, licores, bajativos, digestivos y vino;
- v. Procedimientos de emergencia;
- vi. Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación;
- vii. Operación de los equipos de salón y comedor, cafetería, lugar donde se preparan alimentos ligeros y procedimientos de seguridad;
- viii. Técnicas de comunicación en el servicio;
- ix. Técnicas de trabajo en equipo;
- x. Técnicas de servicio.

e) Habilidades

- i. Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas;
- ii. Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios con caligrafía legible;
- iii. Comunicación oral clara y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuados;
- iv. Trabajo en equipo;
- v. Interpretación de lenguaje corporal, en particular, gestual;
- vi. Capacidad para transportar pequeños pesos y permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo;

f) Actitudes

- i. Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- ii. Confiable. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
- iii. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.

g) **Funciones.** El mesero debe:

- **Atender al cliente**

a) Recibir, guiar y acomodar al cliente en la mesa o en un área de realización de evento, como almuerzo, cóctel o fiesta;

b) Asistir al cliente especial.

- **Presentar el menú o la carta**

a) Esclarecer el contenido y disponibilidad del menú;

b) Recibir pedidos;

c) Anular pedidos;

d) Entregar las demandas en la barra o en la cocina.

- **Servir al cliente**

a) Atender pedidos y solicitudes simultáneas;

b) Servir bebidas, platillos, postres, café, refrigerios, canapés, bocaditos de dulce y de sal;

c) Aplicar técnicas de servicio avanzadas como son el servicio a la inglesa, a la francesa, entre otros.

- **Actuar como nexo entre el cliente y las otras áreas del establecimiento**

a) Levantar y retirar pedidos en la cocina, comedor, cafetería, lugar dónde se preparan alimentos ligeros o bar;

b) Reponer bandejas de bocaditos de dulce, sal, pan, mantequilla y bebidas en el área de apoyo a un evento, banquete y similar;

c) Resolver problemas;

d) Establecer prioridades.

- **Finalizar la atención y recibir el pago**

- a) Solicitar la cuenta al cajero;
- b) Presentar la cuenta al cliente;
- c) Esclarecer o encaminar dudas para el supervisor;
- d) Recoger pago y llevarlo a la caja.

- **Cuidar de la seguridad de los alimentos**

- a) Aplicar los procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos y bebidas;
- b) Aplicar los procedimientos de higiene en la limpieza de utensilios manipulados.

- **Cuidar del arreglo del punto de venta**

- a) Limpiar, higienizar, arreglar y hacer la puesta a punto (mise en place) del punto de venta donde actúa;
- b) Velar por la imagen del local de trabajo.

- **Representar y vender**

- a) Informar sobre el punto de venta donde esté actuando;
- b) Esclarecer dudas sobre reservación, precio, productos y servicios;
- c) Apoyar al cliente en la toma de decisión.
- a) Informar sobre el punto de venta donde esté actuando;
- b) Esclarecer dudas sobre reservación, precio, productos y servicios;
- c) Apoyar al cliente en la toma de decisión.

- **Operar equipos del salón y del punto de venta**

- a) Operar calentadores, máquina de café y de otras bebidas, comandas electrónicas, considerando procedimientos de seguridad.

- **Asegurar la satisfacción del cliente**

- a) Aproximarse sin necesidad de ser llamado;
- b) Recibir y atender solicitudes;
- c) Reponer productos sin que el cliente solicite;
- d) Retirar utensilios que no estén en uso;
- e) Limpiar mesa y muebles de servicio;
- f) Constatar satisfacción sobre productos y servicios ofertados.

- **Cuidar de la presentación personal**

- a) Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.

- **Apoyar al equipo**

- a) Alertar sobre solicitud de cliente de otra mesa;
- b) Atender la mesa de otro mesero en la preparación de platos o bebidas;
- c) Atender solicitudes bajo presión de tiempo.
- h) **Pago mensual \$ 450,12**

2. **Estudio legal**

Para el estudio legal se tomará en cuenta el marco legal y normativa necesaria para la instalación de una empresa turística.

a. Tipo de empresa

San Miguel Ecolodge se constituirá como una empresa de servicios turísticos privada, de sociedad anónima, fundamentada en todos los reglamentos establecidos por la República del Ecuador.

De esta manera para la constitución de la empresa se tomó en cuenta la siguiente normativa.

b. Constitución de la República del Ecuador

Se anexa todos los artículos en los que se basará la constitución de la empresa, de esta manera se cita los siguientes:

- 1) **Art 66.-** Se reconoce y garantiza a las personas.
 - a) Numeral 13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.
 - b) Numeral 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.
- 2) **Art 83.-** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la constitución y la ley:
 - a) Numeral 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
- 3) **Art 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.
- 4) **Art 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

c. Ley de turismo

Considerando la ley de turismo suscrita en el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 el 19 de abril del 2001, se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

- 1) **Art 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:
 - a) Alojamiento
 - b) Servicio de alimentos y bebidas;

c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

2) Art 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

3) Art 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

4) Art 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

b) Dar publicidad a su categoría;

c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

b) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

b. Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo

En decreto ejecutivo 1186, publicado en el Registro Oficial 244 el 5 de enero del 2004 se expide el Reglamento General de aplicación de la ley de Turismo, dentro del cual se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica, a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje:

2) Art 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación de remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 8 de la Ley de Turismo.

3) Del registro único de turismo

a) Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuara por una sola vez: y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio de Turismo en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimientos y otros.

b) Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados manualmente.

4) De la licencia única anual de funcionamiento

a) Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

b) Art. 56.- Derechos para la obtención de la licencia única anual de funcionamiento: A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la ley de turismo.

c) Art. 60.- Pago de la licencia: El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

5) Reglamento general de Actividades Turísticas

Considerando el Reglamento general de Actividades Turísticas decretado en el Decreto Ejecutivo 3400 y publicado en el Registro Oficial 726 el 17 de diciembre del 2002: se ha tomado como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art. 1.- Alojamiento.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

2) Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

a) Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

i. Subgrupo 1.1. Hoteles.

- i) Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).**
- j) Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).**
- k) Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).**

ii. Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

- **Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).**
- **Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).**
- **Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).**

iii. Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

- **Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).**
- **Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).**
- **Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).**
- **Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).**

b) Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.

i. Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

ii. Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

iii. Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

3) Hosterías, refugios, moteles y cabañas

a) Art. 26.- Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

b) Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

i. De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

ii. Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;

iii. En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,

iv. Botiquín de primeros auxilios.

c) Art. 30.- Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas, cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.

f. Requisitos legales

Para constituir la empresa turística se necesita realizar los siguientes trámites:

1) Registro único de contribuyentes

Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:

a) Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal

- b) Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- c) Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- d) Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- e) Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- f) Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- g) Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- h) Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
- i) Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

2) Patente municipal:

Cuyos requisitos son:

- a) Formulario de solicitud de patente

El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos:

- i. Fecha de presentación
- ii. Nombres completos de propietarios de la actividad económica o representante legal de la misma
- iii. Numero de cedula
- iv. Papeleta de votación
- v. Número de RUC
- vi. Nacionalidad
- vii. Dirección domiciliaria del propietario o representante legal
- viii. Actividad económica a la que se dedica

- ix.** Razón social con que opere
- x.** Capital en operación (total activos menos pasivos corrientes)
- xi.** Ubicación del establecimiento
- xii.** Firma autorizada del declarante
- b)** Copia de Acta de Constitución cuando la actividad tiene personería jurídica
- c)** Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- d)** Copia de RUC
- e)** Permiso del Cuerpo de Bomberos

3) Permisos sanitarios

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- a)** Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- b)** Comprobante de pago de patente del año
- c)** Permiso sanitario de funcionamiento
- d)** Certificado(s) de salud
- e)** Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad
- f)** Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada

4) Registro Actividad Turística

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañado de los siguientes documentos:

- a)** Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- b)** Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina de Registro Mercantil
- c)** Copia del RUC
- d)** Copia de la cedula de identidad
- e)** Copia de la papeleta de votación

- f) Certificado de instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud
- g) Registro único de contribuyentes o cedula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante
- h) Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado
- i) Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- j) Declaración juramentada de activos fijos para cancelación de 1 por mil

Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

5) Licencia Anual de Funcionamiento

Para obtener la licencia anual de funcionamiento los requerimientos son:

- a) Solicitud de Registro de Catastro Turístico dirigida al Señor Alcalde
- b) Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo
- c) Patente municipal actualizada
- d) Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional)
- e) Copia certificada del RUC
- f) Lista de precios del establecimiento turístico
- g) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento

6) Afiliación a la Cámara de Turismo Provincial

Para la afiliación a la Cámara de Turismo Provincial se debe recalcar que su afiliación es opcional y se necesita los siguientes requisitos:

- a) Copia de cedula de identidad del representante legal de la empresa
- b) Copia del certificado de votación
- c) RUC
- d) Patente municipal
- e) Registro del Ministerio de Turismo
- f) Dos fotos tamaño carnet

g) Costos de trámites pertinentes

Cuadro # 52: Gasto de constitución de San Miguel Ecolodge

GASTOS	DETALLE	VALOR
CONSTITUCIÓN	Estatus constitución	300,00
	Elevación de escritura registro	550,00
	Registro nombramiento legal	150,00
	Apertura de cuenta	1200,00
	IEPI	800,00
	Otras Instituciones	120,00
PERMISOS, LICENCIAS, PATENTE	Registro del MINTUR	300,00
	Permiso sanitario	210,00
	Licencia de funcionamiento	250,00
	Otras Instituciones	50,00
TOTAL		3930,00

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

F. DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA – FINANCIERA.

1. Estudio Económico

El estudio económico se realizó mediante:

a) Inversiones del proyecto

Cuadro # 52: Inversiones del proyecto

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
INVERSIONES FIJAS	30000,00	436318,69	466318,69
Terreno	30000,00		
Edificaciones y construcciones		369076,16	369076,16
Vehículo de trabajo		0,00	0,00
Máquinas y equipos		10942,8	10942,80
Líneas eléctricas externas		0,00	0,00
Muebles y enseres		47459,5	47459,50
Imprevistos		8840,23	8840,23
ACTIVOS DIFERIDOS	3930,00	1125991,28	1129921,28
Gastos de constitución	3930		
Gastos de instalación		10000,00	
Gastos de promoción		1575	
Capacitación a personal		1000,00	
Intereses durante la construcción		1112158,78	
Imprevistos		1257,50	
CAPITAL DE TRABAJO	0,00	58112,22	58112,22
Materia prima (víveres-otros)		1282,325	
Materiales		1000,00	
Mano de obra directa		4079,89	
Mano de obra indirecta		1250,00	
Caja y bancos		50000,00	
Contingencias		500,00	
TOTAL			1654352,19

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

b) Fuentes y usos del proyecto

Cuadro # 53: Fuentes y usos del proyecto

RUBROS	USO DE FONDOS	FUENTES DE FINANC.		
		REC. PROP.	BANCO	PROVEED.
INVERSIONES FIJAS	475465,19	38840,23	247548,80	0,00
Terreno	30000,00	30000,00		
Edificaciones y construcciones	369076,16		180000,00	
Vehículo de trabajo				
Máquinas y equipos	10942,8		10942,8	
Muebles y enseres de cocina	56606,00	0,00	56606,00	
Imprevistos	8840,23	8840,23		
ACTIVOS DIFERIDOS	1129663,78	3000,00	207000,00	0,00
Gastos de constitución	3930,00	2000,00		
Gastos de instalación	10000,00		10000,00	
Gastos de promoción	1575,00		3000,00	
Capacitación a personal	1000,00		5000,00	
Intereses durante la construcción	1112158,78		189000,00	
Imprevistos	1000,00	1000,00		
CAPITAL DE TRABAJO	58112,22	0,00	134170,00	0,00
Materia prima (víveres-otros)	1282,325	0,00		
Materiales	1000,00		2370,00	
Mano de obra directa	4079,89		53900,00	
Mano de obra indirecta	1250,00		57400,00	
Caja y bancos	50000,00		20000,00	
Contingencias	500,00		500,00	
TOTAL	1663241,19	41840,23	588718,80	0,00

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

c) Clasificación de las inversiones

Cuadro # 54: Clasificación de las inversiones

RUBROS	USO DE FONDOS
INVERSIONES FIJAS	475465,19
Terreno	30000,00
Edificaciones y construcciones	369076,16
Vehículo de trabajo	
Máquinas y equipos	10942,8
Muebles y enseres de cocina	56606,00
Imprevistos	8840,23
ACTIVOS DIFERIDOS	1129663,78
Gastos de constitución	3930,00
Gastos de instalación	10000,00
Gastos de promoción	1575,00
Capacitación a personal	1000,00
Intereses durante la construcción	1112158,78
Imprevistos	1000,00
CAPITAL DE TRABAJO	58112,22
Materia prima (víveres-otros)	1282,325
Materiales	1000,00
Mano de obra directa	4079,89
Mano de obra indirecta	1250,00
Caja y bancos	50000,00
Contingencias	500,00
TOTAL	1663241,19

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

d) Financiamiento del Proyecto

Cuadro # 55: Financiamiento del Proyecto

FINANCIAMIENTO	
PRESTAMO	588.718,80
APORTACION SOCIO A	268.760,53
APORTACION SOCIO B	268.760,53
APORTACION SOCIO C	268.760,53
APORTACION SOICO D	268.760,53
TOTAL FINANCIAMIENTO	1.663.760,94
TOTAL APORTE DE LOS SOCIOS	1.075.042,14

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

e) Depreciación de activos fijos

Cuadro # 56: Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPR. ANUAL	VALOR SALVAMEN.	VALOR DEPRECIA.	DURACION DEL PROY.	% DEPR.	AÑOS
Construcciones y edificaciones	369076,16	18453,808	276807,12	92269,04	5	25	20
Vehículos		0	0,00	0	5	100	5
Maquinaria y equipos	10942,8	1094,28	5471,40	5471,4	5	50	10
Muebles y enseres	56606,00	5660,6	28303,00	28303	5	50	10
Equipos de computación		0,00	-2100,00	2100	5	100	3
		25208,688					

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

f) Amortización de diferidos

Cuadro # 57: Depreciación de activos fijos

DIFERIDO	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	7505,00	5445,00	515,00	515,00	515,00	515,00
Gastos de instalación	3930	3930,00	0	0	0	0
Gastos de promoción	1575	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00
Capacitación a personal	1000,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Imprevistos	1000,00	1000,00				

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

g) Cálculo de la deuda

Préstamo: 588.718,80

Plazo años: 10

Interés: 10%

Cuadro # 58: Cálculo de la deuda

PERIODO	CAPITAL PREST.	INTERES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	588.718,80	105.969,38	29.435,94	135.405,32	559.282,86
2	559.282,86	100.670,91	29.435,94	130.106,85	529.846,92
3	529.846,92	95.372,45	29.435,94	124.808,39	500.410,98
4	500.410,98	90.073,98	29.435,94	119.509,92	470.975,04
5	470.975,04	84.775,51	29.435,94	114.211,45	441.539,10
6	441.539,10	79.477,04	29.435,94	108.912,98	412.103,16
7	412.103,16	74.178,57	29.435,94	103.614,51	382.667,22
8	382.667,22	68.880,10	29.435,94	98.316,04	353.231,28
9	353.231,28	63.581,63	29.435,94	93.017,57	323.795,34
10	323.795,34	58.283,16	29.435,94	87.719,10	294.359,40
11	294.359,40	52.984,69	29.435,94	82.420,63	264.923,46
12	264.923,46	47.686,22	29.435,94	77.122,16	235.487,52
13	235.487,52	42.387,75	29.435,94	71.823,69	206.051,58
14	206.051,58	37.089,28	29.435,94	66.525,22	176.615,64
15	176.615,64	31.790,82	29.435,94	61.226,76	147.179,70
16	147.179,70	26.492,35	29.435,94	55.928,29	117.743,76
17	117.743,76	21.193,88	29.435,94	50.629,82	88.307,82
18	88.307,82	15.895,41	29.435,94	45.331,35	58.871,88
19	58.871,88	10.596,94	29.435,94	40.032,88	29.435,94
20	29.435,94	5.298,47	29.435,94	34.734,41	0,00
TOTAL		1.112.678,53	588.718,80	1.701.397,33	

h) Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

Cuadro # 59: Estructura de costos y gastos

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
1. COSTOS DE PRODUCCION					
Materiales	1000,00	1030,43	1077,81	1144,40	1233,46
Mano de obra directa	4079,89	4204,03	4397,37	4669,04	5032,36
Mano de obra indirecta	1250,00	1288,04	1347,27	1430,51	1541,82
Deprec de cons y edific	18453,81	18453,81	18453,81	18453,81	18453,81
Utiles de aseo	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Utiles de oficina	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
	25403,70	25596,30	25896,26	26317,76	26881,45
2. COSTOS DE ADMINISTRACION					
Sueldos y salarios	4079,89	4204,03	4397,37	4669,04	5032,36
Agua, luz, teléfono	185,00	190,63	199,40	211,71	228,19
Dep muebles y enseres	5660,6	5660,6	5660,6	5660,6	5660,6
Dep maquinaria y equipos	1094,28	1094,28	1094,28	1094,28	1094,28
	11019,77	11149,54	11351,64	11635,64	12015,43
3. COSTO DE VENTAS					
Propaganda	1575	1622,92	1697,56	1802,44	1942,69
Depr. Vehículos	0	0	0	0	0
	1575,00	1622,92	1697,56	1802,44	1942,69
4. COSTOS FINANCIEROS					
Intereses bancarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	37998,47	38368,77	38945,46	39755,84	40839,57

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

h) Estructura de Ingresos

Para determinar la estructura de ingresos por los servicios de alojamiento y restaurante se procedió a realizar el siguiente cálculo: el total de la demanda objetiva por el precio oficial de cada servicio.

Cuadro # 60: Ingresos por alojamiento

AÑO	DEMANDA OBJETIVO	COSTO/ HABITACIÓN	SUBTOTAL
2014	13141	80,00	1051280,00
2015	13930	80,00	1114400,00
2016	14765	80,00	1181200,00
2017	15651	80,00	1252082,00
2018	16590	80,00	144320,00
2019	17586	80,00	1406880,00
TOTAL			6150162

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

Cuadro # 62: Ingresos por alimentación

AÑO	DEMANDA OBJETIVO	COSTO/ RESTAURANTE	SUBTOTAL
2014	9631	21,00	202251,00
2015	10209	21,00	214389,00
2016	10821	21,00	227241,00
2017	11470	21,00	240870,00
2018	12159	21,00	255339,00
2019	14479	21,00	304059,00
TOTAL			1213128

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 201

Cuadro # 62: Estructura de Ingreso Totales

CONCEPTO	AÑOS				
	2014 AÑO 1	2015 AÑO 2	2016 AÑO 3	2017 AÑO 4	2018 AÑO 5
Por alojamiento	1114400,00	1181200,00	1252082,00	144320,00	1406880,00
Por restaurante	202251,00	227241,00	240870,00	255339,00	304059,00
TOTAL	1316651	1408441	1492952	399659	1710939

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

j) Estado proforma de resultados

Cuadro # 63: Estado proforma de resultados

RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas netas	770480,00	816720,00	865680,00	917600,00	972720,00
- Costos de producción	25403,70	25596,30	25896,26	26317,76	26881,45
Utilidad Bruta	745076,30	791123,70	839783,74	891282,24	945838,55
-Costos de administración	11019,77	11149,54	11351,64	11635,64	12015,43
-Costos de ventas	1575,00	1622,92	1697,56	1802,44	1942,69
Utilidad operativa	732481,53	778351,23	826734,54	877844,16	931880,43
-Costo financiero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad neta antes de rep de utilidades	732481,53	778351,23	826734,54	877844,16	931880,43
- Reparto de utilidades 15%	109872,23	116752,68	124010,18	131676,62	139782,06
Utilidad neta antes de impuestos	622609,30	661598,55	702724,36	746167,54	792098,36
- Impuestos 25%	155652,326	165399,64	175681,09	186541,88	198024,59
Utilidad neta	466956,98	496198,91	527043,27	559625,65	594073,77
-1663760,94	466956,98	496198,91	527043,27	559625,65	594073,77
	460056,13	481641,30	504020,44	527270,47	551455,11
					2524443,45

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

k) Flujo de Caja

Cuadro # 64: Flujo de caja

	RUBROS	0	1	2	3	4	5
+	VENTAS		770480,00	816720,00	865680,00	917600,00	972720,00
+	VALOR SALVAMENTO						
-	COST. PRODUCC.		25403,70	25596,30	25896,26	26317,76	26881,45
-	COSTOS. ADMINIS.		11019,77	11149,54	11351,64	11635,64	12015,43
-	COSTOS VENTAS		1575,00	1622,92	1697,56	1802,44	1942,69
-	COSTOS FINANCIEROS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-	AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ)		5445,00	515,00	515,00	515,00	515,00
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		727036,53	777836,23	826219,54	877329,16	931365,43
-	REPARTO UTILIDADES		109872,23	116752,68	124010,18	131676,62	139782,06
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		617164,30	661083,55	702209,36	745652,54	791583,36
-	IMPUESTO		155652,326	165399,636	175681,090	186541,885	198024,591
=	UTILIDAD NETA		461511,98	495683,91	526528,27	559110,65	593558,77
+	DEPRECIACIONES		25208,688	25208,688	25208,688	25208,688	25208,688
+	AMORT. ACT. NOMINAL						
-	INVERSION EN MAQ. Y EQ.	4500,00					
-	INV. TERRENO Y OBRA FISICA	399076,16					
-	INVERSION OTROS	5000,00					
-	INV. ACT. NOMINAL	1130183,53					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO	58112,22					

-	VEHICULO	0,00					
-	IMPREVISTOS	1000,00					
+	RECUP. CAPITAL TRABAJO						
-	AMORT. PRESTAMO		18000	18000	18000	18000	18000
	FLUJO DE CAJA	-1597871,91	468720,66	502892,60	533736,96	566319,34	600767,46

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

l) Costos y Gastos

Cuadro # 65: Costos y Gastos

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
1. COSTOS DE PRODUCCION					
Materiales	1282,325	1321,34	1382,11	1467,50	1581,69
Mano de obra directa	4079,89	4204,03	4397,37	4669,04	5032,36
Mano de obra indirecta	1250,00	1288,04	1347,27	1430,51	1541,82
Deprec de cons y edific	18453,81	18453,81	18453,81	18453,81	18453,81
Útiles de aseo	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Útiles de oficina	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Otros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	25686,02	25887,22	26200,55	26640,85	27229,68
2. COSTOS DE ADMINISTRACION					
Sueldos y salarios	4079,89	4204,03	4397,37	4669,04	5032,36
Agua, luz, teléfono	185,00	190,63	199,40	211,71	228,19
Dep muebles y enseres	5660,6	5660,6	5660,6	5660,6	5660,6

Dep maquinaria y equipos	1066,78	1066,78	1066,78	1066,78	1066,78
	10992,27	11122,04	11324,14	11608,14	11987,93
3. COSTO DE VENTAS					
Propaganda	1575	1622,92	1697,56	1802,44	1942,69
Deprec vehículos	0	0	0	0	0
	1575,00	1622,92	1697,56	1802,44	1942,69
4. COSTOS FINANCIEROS					
Intereses bancarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	38253,29	38632,19	39222,25	40051,43	41160,31

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014

l) Remuneración del Personal

Cuadro # 66: Remuneración del Personal

Empleados	N	Sueldo mensual	Sueldo anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chef	1	340	4080,00	4080,00	4080,00	4755,00	4755,00	4755,00
Mesero	2	680	8160,00	8160,00	8160,00	8484,72	8484,72	8484,72
Ama de llaves	1	340	4080,00	4080,00	4080,00	4755,00	4755,00	4755,00
Camarera	1	340	4080,00	4080,00	4080,00	4755,00	4755,00	4755,00
Chofer	1	340	4080,00	4080,00	4080,00	4755,00	4755,00	4755,00
Recepcionista	1	500	6000,00	6000,00	6000,00	6672,40	6672,40	6672,40
Encargado de mantenimiento	1	340	4080,00	4080,00	4080,00	4755,00	4755,00	4755,00
TOTAL	7	2880,00	34560,00	34560,00	34560,00	38932,12	38932,12	38932,12

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

n) Cálculo de depreciación

Cuadro # 67: Depreciaciones

Activos Fijos	Valor historio	Valor salvamento	Vida útil del proyecto	Depreciación
Infraestructura física	369076,16	147630,46	20	11072,28
Menaje para hospedaje	9020	3608,00	10	541,20
Menaje para baños	1190,00	476,00	10	71,40
Menaje para comedor	3078,40	1231,36	10	184,70
Menaje para cocina	2522,15	1008,86	10	151,33
Equipamiento del centro de operaciones	4475,00	1790,00	5	537,00
Restaurant	2450,00	980,00	10	294,00
Área de Recreación	9605	3842,00	10	1152,60
Recepción	1915,00	766,00	10	229,80
Departamento financiero	1130,00	452,00	10	135,60
Departamento Operativo	660,00	264,00	10	79,20
Subtotal Act. Fijos	405121,71	162048,68		14449,12

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

o) Punto de Equilibrio**Cuadro # 68: Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es aquel punto donde los Ingresos totales se igualan a los Costes totales.

Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

MENU	PRECIO	VOLIMEN DE VENTAS	UNIDADES DE VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	INGRESO ANUAL
Comida típica de la zona	8,75	18,18%	250	13000,00	2000,00	2187,50
Comida Ecuatoriana	15,1	31,37%	300	5000,00	3100,00	4530,00
Comida Internacional	12,23	25,41%	220	6000,00	2100,00	2690,60
Desayunos	12,06	25,05%	150	4000,00	1230,00	1809,00
TOTAL	48,14	100%	920	28000,00	8430,00	9029,60
PROMEDIO	12,04					

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

COMIDA TIPICA DE LA ZONA	QE	$\frac{13000}{0,75}$	
	QE	17333	VENTAS ANUALES
		1444	VENTAS MENSUALES

	QE	4000	
		4,77	
COMIDA ECUATORIANA			
	QE	839	VENTAS ANUALES
		70	VENTAS MENSUALES

	QE	6000	
		2,68	
COMIDA INTERNACIONAL			
	QE	2239	VENTAS ANUALES
		186,57	VENTAS MENSUALES

	QE	4000	
		3,86	
DESAYUNOS			
	QE	1036	VENTAS ANUALES
		86,36	VENTAS MENSUALES

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

2. Estudio Financiero

Se calculó los siguientes aspectos para determinar el análisis financiero:

Cuadro # 69: Evaluación Financiera

VAN =	\$ 517.073,48
TIR =	17%
P.R.C	1,27 AÑOS
Rel B/C =	\$ 1,52

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Investigación secundaria, 2014.

El valor actual neto se calculó con una tasa pasiva del 6%, obteniendo así un valor positivo de \$517.073,48 lo cual es favorable pues el proyecto está generando ganancias.

La tasa interna de retorno resulto el 17% a comparación con la tasa pasiva de los bancos resulta ser de más del doble, lo que significa que si se invierte en el proyecto las ganancias serán el doble del interés que se paga en el banco.

El periodo de recuperación del capital será en un año dos meses aproximadamente.

Y la relación beneficio – costo resultó de \$ 1.52, esto quiere decir que por cada dólar invertido se ganará 0,52 centavos.

VII. CONCLUSIONES

- A. La parroquia San Andrés cuenta con todos los servicios básicos necesarios como: agua potable, luz y telefonía en la zona poblada, los mismos que deben ser cancelados en las oficinas del cantón Guano, debido a que en este lugar se encuentran las instituciones donde se realiza la recaudación. Por lo que para la instalación del ecolodge se contaría fácilmente con todos los servicios básicos para el funcionamiento eficiente del mismo.
- B. Luego de realizado el diagnóstico situacional de la parroquia San Andrés, podemos conocer que para que el sector turístico sea desarrollado dentro de la parroquia, es necesario además de los servicios básicos, señalética interpretativa e informativa dentro de la zona poblada y en los atractivos turísticos identificados dentro del inventario, ya que es carente de estos factores que son claves para que se dé el impulso necesario para que varios recursos importantes se conviertan en atractivos que pueden tomar importancia no solo para fomentar el turismo, sino también para el desarrollo económico de San Andrés.
- C. Luego de conocer a los turistas potenciales para que utilicen los servicios del ecolodge, conocemos que tanto nacionales como extranjeros tienen deseo de visitar y usar el ecolodge en la parroquia, quienes además con un 14% de turistas nacionales están dispuestos a utilizar el servicio de hospedaje y 19% de extranjeros, quienes además les gustaría gastar entre 21 a 30 usd por día, mientras que el 75% de turistas extranjeros 30 usd diarios.
- D. El presente proyecto empezará por contratar únicamente el personal necesario para empezar en el mercado, quienes recibirán la remuneración salarial básica, amparados con todos los beneficios de ley, a quienes además se les capacitará semestralmente por cuenta de la empresa, lo que permitirá mejorar la eficiencia en la atención al cliente y la calidad del servicio.
- E. Para posesionar el proyecto en el mercado se ha elegido como nombre oficial el de “San Miguel Ecolodge”, ya que el barrio donde se va a instalar lleva como nombre el de su Patrono San Miguel Arcángel, además se diseñó la marca imagen basados en tres colores específicos como es el Verde, Amarillo y café, los mismos que tienen relación con la naturaleza, la tierra y el medio ambiente. Con

esta marca imagen se pretende impulsar una campaña agresiva de posicionamiento en el mercado.

- F. Para conocer los impactos ambientales causados por la instalación del ecolodge, se realizó la cuantificación de los mismos a través de la matriz de Lázaro Lagos, donde se pudo observar que los impactos son mínimos y reparables
- G. San Miguel ecolodge para trabajar de manera eficiente se diseñó estratégicamente la estructura organizacional, por lo que cuenta con misión, visión, políticas y estrategias claras, que se deberán cumplir para el desarrollo exitoso de la empresa.
- H. Dentro de lo legal el ecolodge se ampara en todas las leyes de la República del Ecuador como son: La Constitución, Ley de Turismo, y ordenanzas Municipales.
- I. En lo que corresponde al estudio económico financiero se calculó que se contará con un valor actual del 6%, obteniendo así un valor positivo de \$380708.06, con la tasa interna de retorno del 14%, que se en un año dos meses aproximadamente, y la relación beneficio – costo resultó de \$ 1.42

VIII. RECOMENDACIONES

- A. Para iniciar con el funcionamiento del ecolodge se recomienda trabajar con el personal únicamente necesario.
- B. Es necesario empezar con campañas de promoción y difusión de los servicios que ofrecerá el ecolodge a través de prensa, internet y radio, ya que son los medios más usados por los turistas, para poder dar a conocer el lugar
- C. Se recomienda capacitar constantemente al personal para mejorar la calidad en los servicios que se ofertarán en el ecolodge.
- D. Es necesario que se dé cumplimiento a todas las especificaciones técnicas realizadas en el presente proyecto para el manejo exitoso del ecolodge.
- E. Se recomienda trabajar en conjunto con la Junta Parroquial, para que mediante gestión se puedan mejorar las facilidades turísticas en la parroquia.

IX. RESUMEN

La presente investigación propone: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un ecolodge en la parroquia San Andrés, cantón Guano, Provincia de Chimborazo; realizando la validación del diagnóstico situacional, estudio de mercado, viabilidad comercial, técnica, ambiental y económica financiera; dando como resultado que el 99% de los turistas desearían que se implemente un ecolodge en la Parroquia en estudio, que ofrezca servicios de hospedaje, alimentación, piscina, canchas deportivas y parqueadero, siendo amigable con el ambiente y estén dispuestos a gastar diariamente entre 21 a 30 dólares. Para lo cual se diseñó planos arquitectónicos para el mismo y se determinó el personal necesario para que laboren en dicho lugar; además a través de la matriz de Lázaro Lagos se sabe que la construcción de San Miguel Ecolodge causará impactos en la fase de la construcción de la infraestructura, donde se determinaron medidas de mitigación. En cuanto a estrategias de comercialización se determinó el canal directo, del dueño al consumidor, dando a conocer los productos a través de la página web, prensa, radio y televisión. Y finalmente se conoció que la implementación del proyecto costará 1.663.760,94 que será financiado a través un préstamo bancario y el aporte de cuatro socios. Se recomienda trabajar conjuntamente con la Junta Parroquial para el desarrollo del proyecto.



X. SUMARY

ABSTRACT

This research proposes to perform a feasibility study for the creation of an eco lodge in the parish of San Andrés, Canton Guano, Chimborazo Province. Performing validation of situational analysis, market research, commercial viability, technical, environmental, economic and financial.

Resulting that 99% of tourists would like an eco lodge is implemented in the parish under the study. Offering services for lodging, food, pool, sports courts and parking. Being environmentally friendly and willing to spend every day between 21 to 30 US dollars. For this, the architectural plans were designed and the staff necessary for that work in that location was determined.

Also through the matrix of Lazarus Lagos is known that the construction of San Miguel Eco lodge will cause impact on the construction phase of infrastructure where the mitigation measures are identified.

As for the direct marketing strategies, the canal was determined from the owner to the consumer who discloses to let the products know through the website, press, radio and television.

Finally it was recognized that the implementation of the project will cost 1,663,760.94 USD to be funded through a bank loan and contribution of four partners.

It is recommended to work with the Parish Council to develop the project.

Translated by:
Jorge Bravo Montenegro



XI. BIBLIOGRAFÍA

1. AGUIRRE, J., 2010, “Ecolodge”. Tesis de grado. ESPOCH, Riobamba - Ecuador
2. CAPECE, G. 2013. “Turismo sostenible”, consultado el 03 de marzo del 2013. En línea disponible en <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
3. CAMACHADO, 2011.”Estudio económico- financiero”, consultado el 11 de mayo del 2013. En línea disponible en:<http://www.buenastareas.com/ensayos/Estudio-Financiero-Economico/1902148.html>.
4. CASTELLAR. 2011. “Inventario Turístico”, consultado el 10 de marzo de 2013. En línea disponible en <http://www.buenastareas.com/ensayos/Inventario-Turistico/2154272.html>.
5. DAMARIS, R, 2001, “estudio de factibilidad”, consultado el 11 de mayo del 2013. En línea disponible en:
<https://docs.google.com/document/d/1FJXUIJO78NI756bCYwhsbiSP-n7oWVfRuabWuhw0xvY/edit?pli=1>.
6. GLUCK, M. 2010. “turismo”, consultado el 10 de mayo del 2013. En línea disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos42/turismo-evolucion/turismo-evolucion2.shtml#turiso>
7. HUNZIKER Y KRAPT, 2011. “turismo”, consultado el 10 de mayo del 2013. En línea disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos42/turismo-evolucion/turismo-evolucion2.shtml#turiso>

8. HERNÁNDEZ, Iván. 2013. “Diagnóstico turísticos”, consultado el 12 de marzo de 2013. En línea disponible En.www.diagnostico/turismo.ec
9. HOLMMAN, 2010, “Estudio administrativo legal y ambiental”, consultado el 11 de mayo del 2013. En línea disponible en:[http://www.buenastareas.com/ensayos/Estudio-Legal-y-Administrativo-Proyecto- Ambiental- Inversi3n/312105.html](http://www.buenastareas.com/ensayos/Estudio-Legal-y-Administrativo-Proyecto-Ambiental-Inversi3n/312105.html).
10. JIMÉNEZ, G, 2009. “turismo”, consultado el 10 de mayo del 2013. En línea disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos42/turismo-evolucion/turismo-evolucion2.shtml#turiso>
11. KATHASLY, 2012.”Diagnostico”, consultado el 10 de mayo del 2013. En línea disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Que-Es-Diagnostico/142407.html>
12. MINTUR.2008.”PLANDETUR 2020”, Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible del Ecuador”
13. MUELLER, D., 2013, “Ecolodge”, consultado el 11 de mayo del 2013. En línea disponible en: <http://kiskeya-alternative.org/certif/req-tur/alojamin.htm>.
14. OMT. 1995. “Turismo”, consultado el 01 de mayo del 2013. En línea disponible en <http://www.misrespuestas.com/que-es-el-turismo.html>
15. PORTALES, D, 2001. “Estudio técnico”, consultado el 11 de mayo del 2013. En línea disponible en:<http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
16. SAN ANDRÉS. 2013. “Datos Generales”, consultado el 15 de abril del 2013. En línea disponible en www.sanandres.gob.ec
17. Thompson, I, 2008, ”Estudio de mercado”, consultado el 11 de mayo del 2013. En línea disponible en:<http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

XII. ANEXOS

Anexo #01:

Valores Para La Priorización de Nudos Críticos

Valor	Dificultad	Impacto	Duración
1	Bajo	Bajo	Corto Plazo
2	Medio	Medio	Mediano Plazo
3	Alto	Alto	Largo Plazo

Fuente: Tesis Aguirre Juan

Elaboración: Jorge Guevara

Criterio de valorización

Valor 1= Fácil solución

Valor 2= dificultad media, se necesita conocimiento técnico básico

Valor 3= dificultad alta, se necesita criterios técnicos y científicos.

Impactos

Para 1 corresponde el criterio bajo, ya que este nudo crítico tienen un impacto relativamente insignificante.

Para 2 corresponde el criterio medio, ya que este nudo crítico afecta a la población local y causa daños considerables.

Para 3 corresponde el criterio alto, ya que este nudo crítico bien pudiera terminar con la actividad turística de la zona y causar daños imparables.

Duración

Para 1 corresponde el criterio corto plazo, ya que su solución puede ser inmediata en cuestión de uno o más de un trimestre.

Para 2 corresponde el criterio mediano plazo, ya que su solución puede ser en cuestión de no más de un año.

Para 3 corresponde el criterio largo plazo, ya que su solución puede tardar más de un año y esta dependerá de terceros.

ANEXO #02: Valores para la Priorización de los Factores Claves de Éxito

Tabla de Valores para la Priorización de los Factores Claves de Éxito

VALOR	PRODUCTIVIDAD	CALIDAD	EXCLUSIVIDAD
1	Bajo	Baja	Común/ Frecuente
2	Medio	Media	Media
3	Alto	Alta	Única

Fuente: Tesis Aguirre Juan

Elaborado: Jorge Guevara

Criterio de valoración

Productividad

Para 1 corresponde el criterio bajo, ya que este factor clave de éxito es considerado de baja rentabilidad económica, ambiental, social y cultural para la empresa

Para 2 corresponde el criterio medio, ya que este factor clave de éxito da media rentabilidad económica, ambiental, social y cultural para la empresa.

Para 3 corresponde el criterio alto, ya que este factor clave de éxito da alta rentabilidad económica, ambiental, social y cultural para la empresa.

Calidad

Para 1 corresponde el criterio bajo, ya que este factor clave de éxito no satisface las necesidades del cliente/ consumidor.

Para 2 corresponde el criterio media, ya que este factor clave de éxito satisface de alguna manera las necesidades del cliente/ consumidor.

Para 3 corresponde el criterio alta, ya que este factor clave de éxito satisface las necesidades del cliente/ consumidor

Exclusividad

Para 1 corresponde el criterio común/frecuente, ya que este factor clave se puede encontrar en muchos lugares de la localidad, de la región o el país.

Para 2 corresponde el criterio media, ya que este factor clave se puede encontrar en algunos lugares de la localidad, de la región o el país.

Para 3 corresponde el criterio único, ya que este factor clave se puede encontrar en esta localidad.

Anexo #03: Encuesta Turistas Nacionales

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE ECOTURISMO

La siguiente encuesta tiene por objetivo conocer los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros al momento de la prestación de servicios turísticos en la Parroquia San Andrés, Cantón Guano.

1. Edad: de 18 a 25 b. 26 a 36 c. 37 a 47 d. 48 a 58 e. mayor a 58
2. Género: a) Masculino.... b) Femenino....
3. Lugar de Procedencia:
4. Nivel de educación: a) Primaria b) Secundaria..... c) Superior d) Otros.....
5. Ocupación:
 - a) Empleado Privado..... b) Empleado Público..... c) Negocio Propio.... Otros...
6. Nivel de ingresos económicos mensuales:
 - a. < 400 usd b. 401 a 500usd ..c. 501 a 600usd....d. 601 a 800usd...e. < 801usd ..

7. ¿Cuándo usted realiza un viaje, con quien lo realiza?

a. Amigos..... b. Familiares..... c. solo d. otros.....

8. ¿Cuándo decide viajar lo hace a través de?:

a. Agencia de viajes..... b. Independiente.....

9. ¿Conoce o a escuchado sobre la Parroquia San Andrés del cantón Guano?

Si..... No.....

10. ¿Si su respuesta es no, Le gustaría conocer la Parroquia San Andrés?

Si No.....

11. ¿Le gustaría que exista un Ecolodge en la Parroquia San Andrés?

Si No.....

12. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Ecolodge?

Hospedaje....

Canchas Deportivas.....

Alimentación.....

Parqueadero.....

Piscina.....

Juegos de mesa.....

SPA.....

Juegos infantiles.....

13. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en este Ecolodge?

a. uno..... b. dos..... c. tres..... d. Más de tres días.....

14. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse de nuevos sitios turísticos?

a. Internet..... b. Radio c. Televisión..... d. Prensa..... c. Guía turística....

15. ¿Qué tipo de comida le gustaría degustar en el Ecolodge?

a. Típica de la zona b. Ecuatoriana c. Internacional d. Vegetariana

16. ¿En promedio, cuanto estaría dispuesto a gastar por un día en el Ecolodge?

a. < 10 usd b. 11 a 20 () c. 21 a 30 () d. más de 31 ()

17. ¿Cuál sería su forma de pago?

a. Efectivo..... b. Tarjeta de crédito.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Encuesta Turistas Extranjeros

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE ECOTURISMO

The following survey is to establish the main characteristics of nationals and foreigners tourists who get touristic services in “San Andrés”Town, Guano County, Chimborazo Province.

1. Age: **2. Genre:** a) Male.... b) Female....

3. Nationality:

4. Education:

- a) Primary ____
- b) Secundary ____
- c) Superior ____
- d) Posgraduate____

5. Occupation:.....

6. Salary:

a. < 400 usd b. 401 a 500usd ..c. 501 a 600usd....d. 601 a 800usd...e. < 801usd ..

7. Wich whom do you travel:

- a) Alone____
- b) Cuple ____
- c) Family ____

d) Friends ___

8. Whom organicesyourtrip?

a) Yourself ___

b) Tourismagency ___

9. Have you ever known or heard about San Andres town in Guano county?

YES ___ NO__

10. If your answer is no, would you like to KnowSan Andres town?

YES ___ NO__

11. Would you like to have an EcolodgeinSan Andres town?

YES ___ NO__

12. What kind of services would you like to have in the Ecolodge?

a) Acommodation ___

b) Sport yard

c) Park

d) Swimming pool

e) spa

f) Feed ___

g) Guide ___

h) Transport_

13. How long would you like to stay in this place?

a. one..... b. two..... c. three..... d. more tan three days.....

14. Through what kind of media do youuse to hear about new touristic places?

a) Radio ___

b) Television ___

c) Internet ___

- d) Tourist Magazines
- e) Newspaper ___
- f) All ___

15. What kind of food would you like to eat in this Ecolodge

- a. Típicalfood b. Ecuadorianfood c. Internacional d. Vegetarian

16. How much would you pay for a day in this Ecolodge?

- . < 10 usd b. 11 to 20 () c. 21to 30 () d. more than 31 ()

17. How will you pay?

- a. cash..... b. creditcard.....

THANK YOU

Anexo #04: Tabulación de encuestas

A. Demanda de turistas nacionales

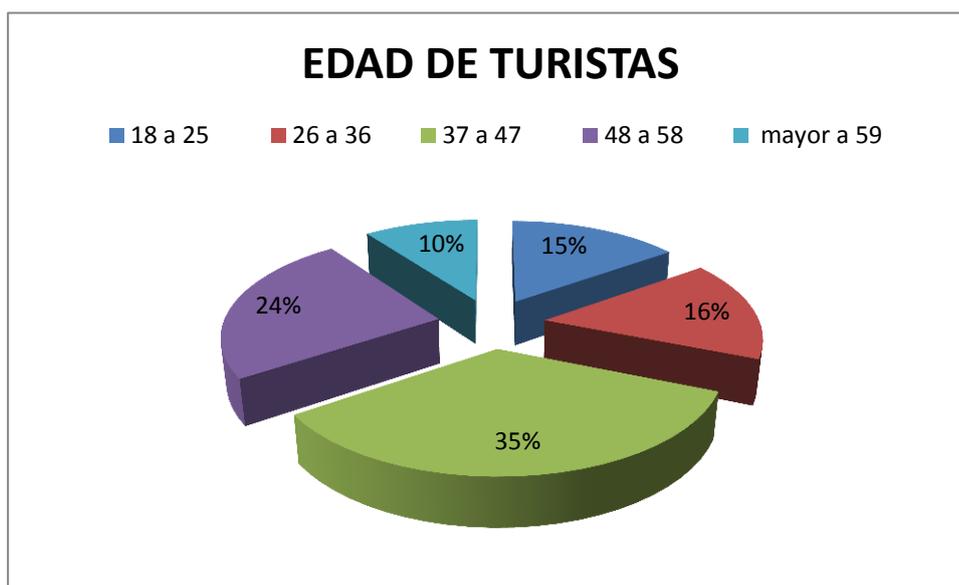
1. Edad

Cuadro # 70: Edad de Turistas Nacionales

Edad de Turistas		
Edad de Turistas	Numero	Porcentaje %
18 a 25	18	15
26 a 36	19	16
37 a 47	41	34
48 a 58	29	24
mayor a 59	12	10
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 24: Edad de Turistas Nacionales

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

De 100% de los turistas nacionales encuestados, el 35% del total comprenden las edades de 37 a 47 años, mientras que tan solo el 10% son turistas mayores de 59 años.

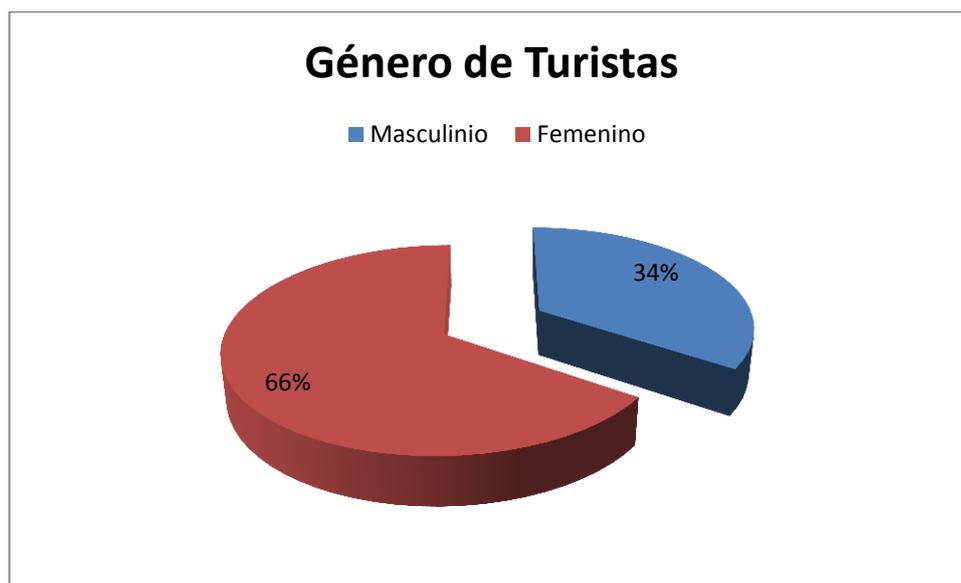
2. Género

Cuadro # 71: Género de los turistas Nacionales

Género de Turistas Nacionales		
Genero	Numero	Porcentaje
Masculino	41	34
Femenino	78	66
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 25: Género de los turistas Nacionales

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los turistas encuestados, el 66% de los turistas nacionales son de sexo Femenino, y el 34% restante de sexo Masculino

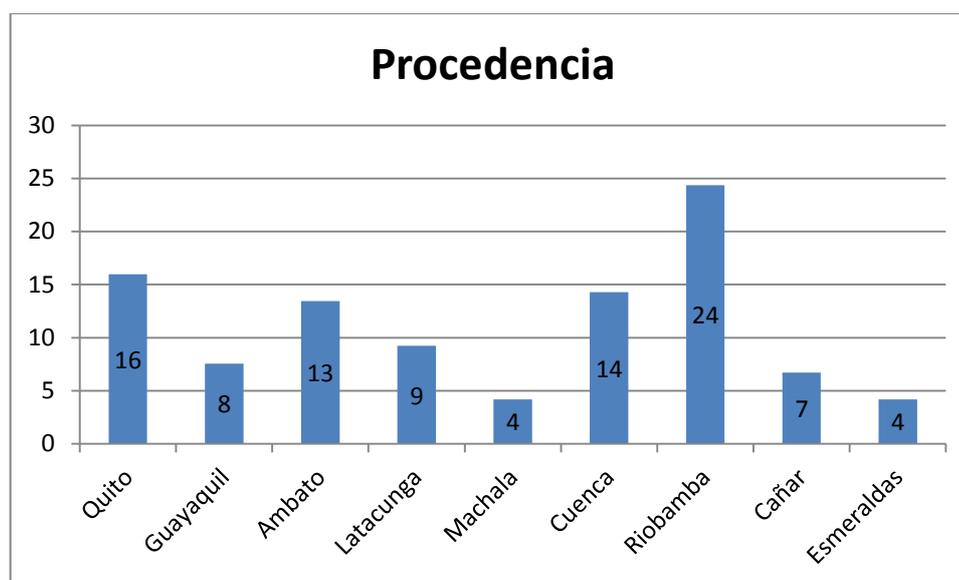
3. Procedencia

Cuadro # 72: Procedencia de los turistas Nacionales

PROCEDENCIA		
Servicios	Número	Porcentaje %
Hospedaje	84	71
Alimentación	74	62
Piscina	98	82
SPA	32	27
Canchas Deportivas	100	84
Parqueadero	119	100
Juegos de Mesa	57	48
Juegos infantiles	49	41
Total	119	

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014.

Gráfico # 26: Procedencia de los turistas Nacionales

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los turistas nacionales encuestados, el 24% de los mismos son turistas locales es decir de la ciudad de Riobamba, seguido por el 16% correspondiente a los turistas que llegan desde la ciudad de Quito, mientras que tan solo el 4% son turistas que de Esmeraldas y Machala.

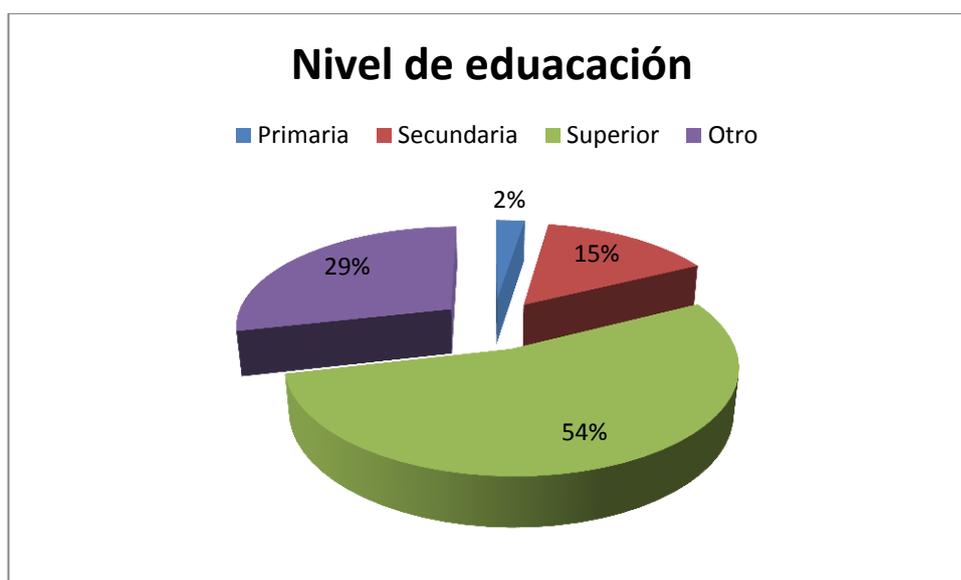
4. Nivel de Educación

Cuadro # 73: Nivel de Educación de los turistas Nacionales

Nivel de Educación		
Nivel	Número	Porcentaje%
Primaria	3	3
Secundaria	18	15
Superior	64	54
Otro	34	29
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 27: Nivel de Educación

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los turistas encuestados el 54% de los mismos tienen educación superior, mientras que tan solo el 15% poseen educación secundaria.

5. Ocupación

Cuadro # 74: Ocupación de los turistas Nacionales

OCUPACIÓN TURISTAS NAIONALES		
Ocupación	Número	Porcentaje %
Empleado privado	41	34
Empleado público	64	54
Otros	14	12
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 28: Ocupación de los turistas Nacionales



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los turistas encuestados, el 54% de los mismos son empleados privados mientras que el 34% son empleados públicos, y tan solo el 12% tienen otro tipo de ocupación.

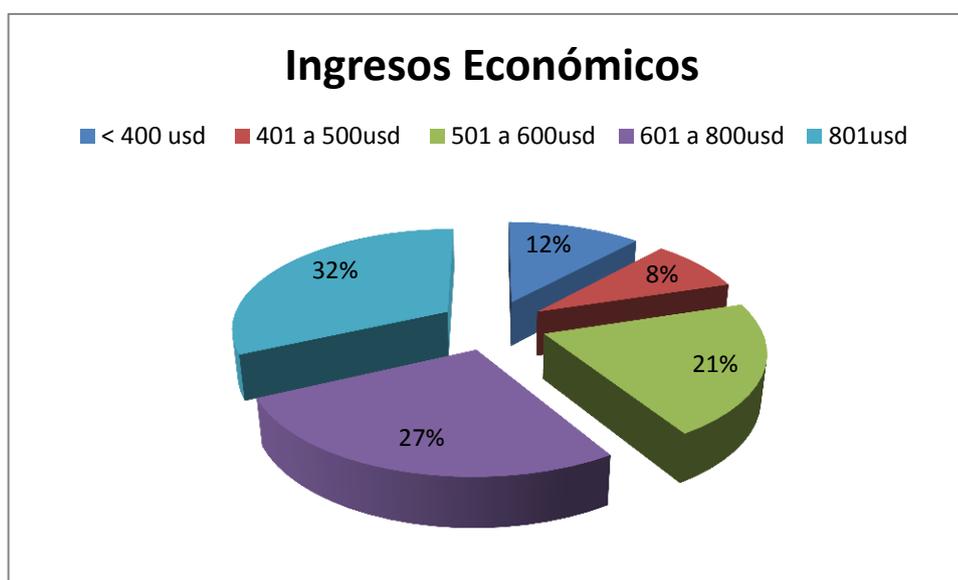
6. ¿Nivel de ingresos económicos mensuales?

Cuadro # 75: Ingresos Económicos de los turistas Nacionales

Nivel de Ingresos Económicos		
Nivel	Número	Porcentaje %
< 400 usd	14	12
401 a 500usd	10	8
501 a 600usd	25	21
601 a 800usd	32	27
801usd	38	32
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 29: Ingresos Económicos de los turistas Nacionales

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los turistas encuestados, el 32% de los mismos tienen ingresos económicos que van desde 801,00 usd en adelante, mientras que el 27% tienen un ingreso económico que va desde 601 a 800 usd, y tan solo el 8% del total tiene un ingreso económico que va desde los 401 a 500 usd.

7. ¿Cuándo usted realiza un viaje, con quien lo hace?

Cuadro # 76: Con quien o quienes viajan los turistas Nacionales

Personas	Con quien Viaja	
	Número	Porcentaje %
Amigos	34	29
Familia	57	48
Solo	18	15
Otros	10	8
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 30: Con quien o quienes viajan los turistas Nacionales

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% del total de turistas encuestados, el 48% de los mismos viajan con familiares, mientras que el 29% viajan con amigos, y tan solo el 8% viajan con otros.

8. ¿Cuándo decide viajar lo hace a través de?

Cuadro # 77: Como Con quien o quienes viajan los turistas Nacionales

Como Viaja		
Manera	Número	Porcentaje %
Agencia de viajes	21	18
Independiente	98	82
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 31: Como viajan los turistas Nacionales



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de turistas encuestados, el 82% viajan de forma independiente, mientras que el 18% de los mismos utilizan agencias de viajes.

9. ¿Conoce o a escuchado sobre la Parroquia San Andrés del cantón Guano?

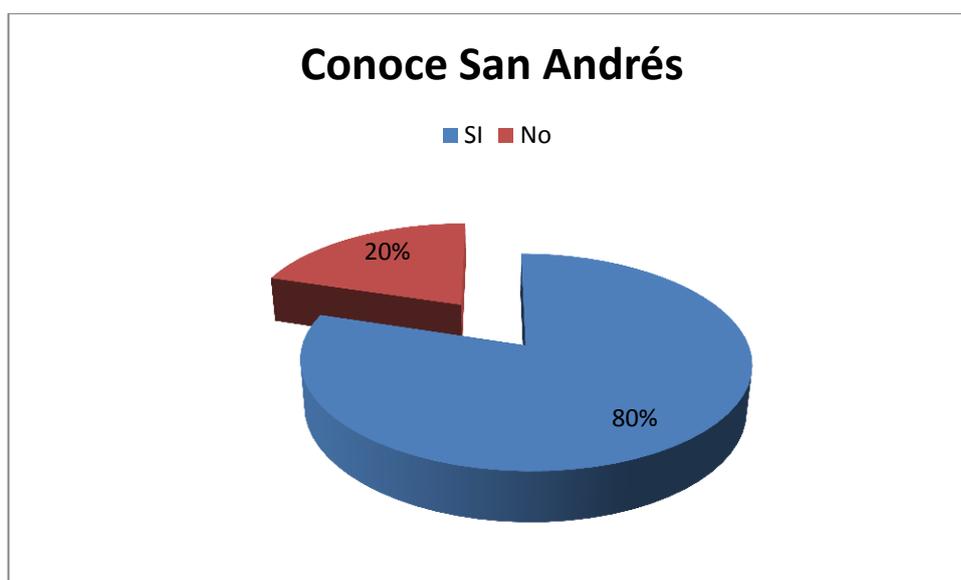
Cuadro # 78: Conoce la parroquia San Andrés

Conoce la Parroquia San Andrés		
	Número	Porcentaje %
SI	95	80
No	24	20
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 32: Conoce la parroquia San Andrés



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los turistas encuestados el 80% de los mismos han escuchado o conocen la parroquia San Andrés, mientras que el 20% restante no la conocen.

10. Si su respuesta es no, ¿Le gustaría conocer la Parroquia San Andrés?

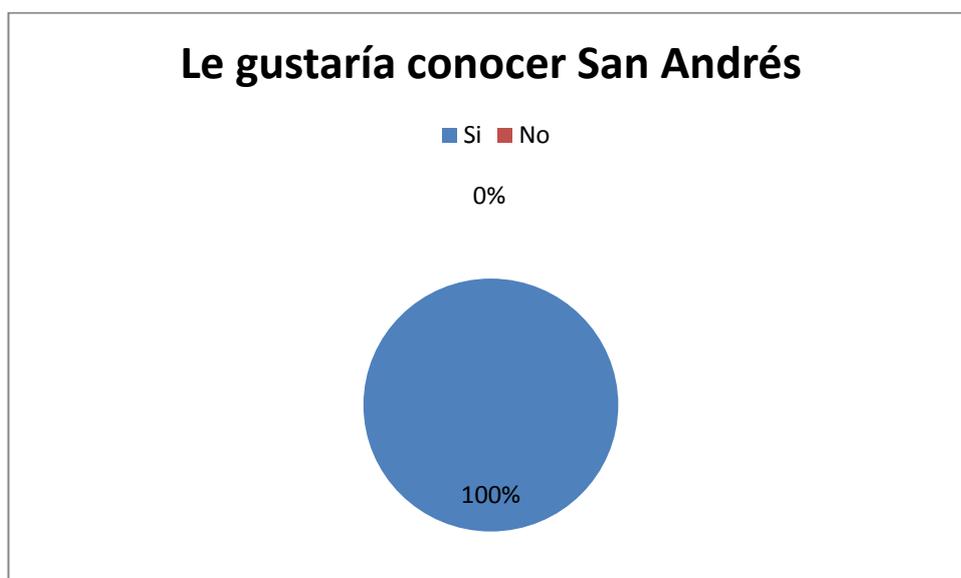
Cuadro # 79: Le gustaría conocer la Parroquia San Andrés

Le gustaría conocer San Andrés		
	Número	Porcentaje %
Si	24	100
No	0	0
Total	24	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 33: Le gustaría conocer San Andrés



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 80% conoce la parroquia San Andrés, y el 20% restante que no la conoce tiene interés en conocerla.

11. Le gustaría que exista un Ecolodge en la Parroquia San Andrés?

Cuadro # 80: Ecolodge en la parroquia San Andrés

Ecolodge en la Parroquia San Andrés		
	Número	Porcentaje %
Si	110	92
No	9	8
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 34: Implementación de un Ecolodge en la Parroquia San Andrés

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los encuestados al 92% le gustaría que exista un ecolodge en la Parroquia San Andrés, mientras que el 8% del total, no está de acuerdo con la existencia de un Ecolodge en la parroquia.

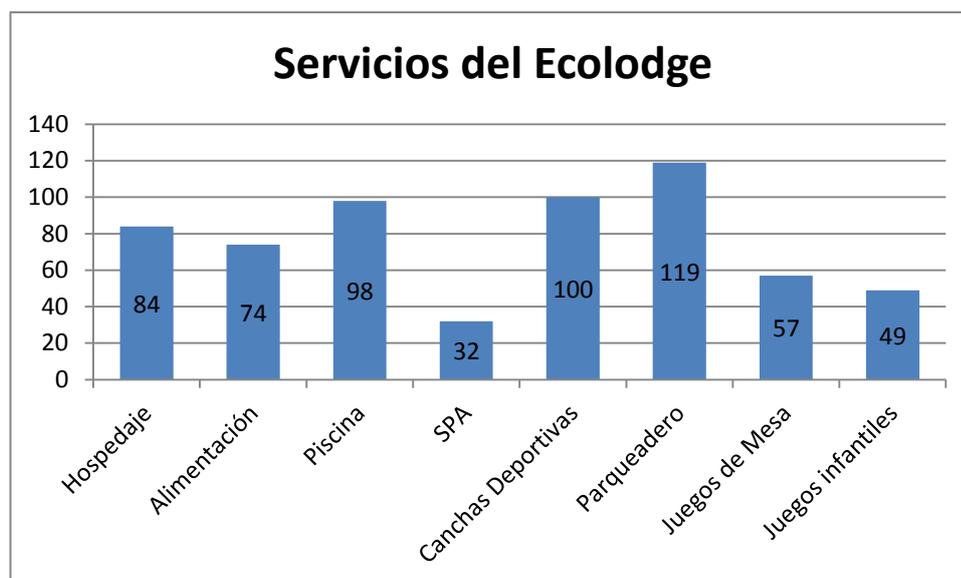
12. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Ecolodge?

Cuadro # 81: Servicios que le gustaría que ofrezca el Ecolodge

Servicios del Ecolodge		
Servicios	Número	Porcentaje %
Hospedaje	95	81
Alimentación	62	52
Piscina	12	10
SPA	45	38
Canchas Deportivas	84	71
Parqueadero	99	83
Juegos de Mesa	53	45
Juegos infantiles	43	36
Total	118	

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 35: Servicios del Ecolodge

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los turistas encuestados el 16% de los mismos les gustaría que el ecolodge cuente con canchas deportivas y piscina, mientras que el 14% le gustaría que cuente con hospedaje y minoritariamente con el 9 y 8% respectivamente les gustaría que se cuente con juegos infantiles y juegos de mesa.

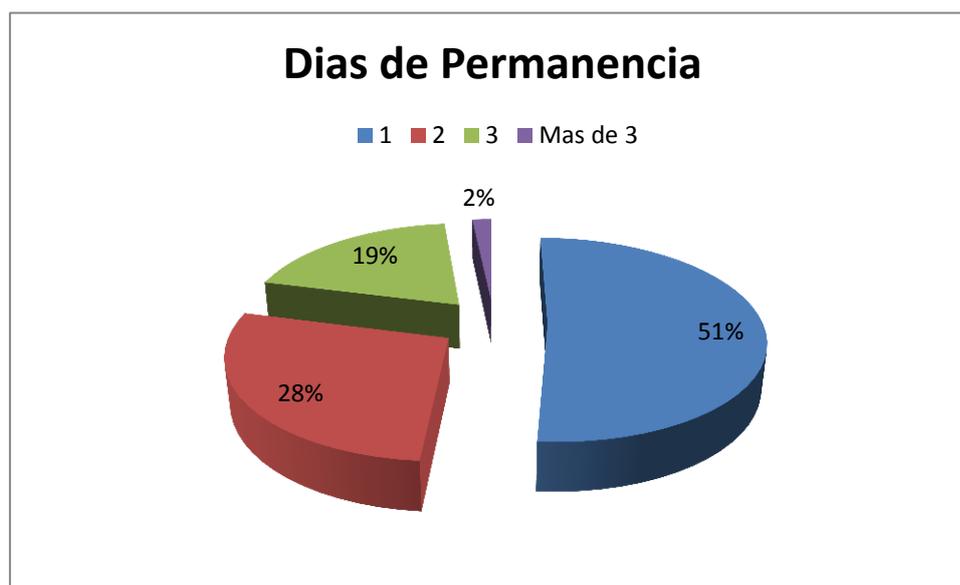
13. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en este Ecolodge?

Cuadro # 82: Días de permanencia en el Ecolodge

Días de permanencia en el Ecolodge		
Días	Número	Porcentaje %
1	61	51
2	33	28
3	23	19
Más de 3	2	2
TOTAL	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 36: Días de permanencia en el Ecolodge

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los turistas encuestados el 51% de los mismos están dispuestos a permanecer un día en el Ecolodge, mientras que el 28% están dispuestos a pasar dos días y tan solo el 2% están dispuestos a permanecer más de tres días.

14. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse de nuevos sitios turísticos?

Cuadro # 83: Medios de comunicación que utilizan los turistas nacionales

Medios de Información		
Medios	Número	Porcentaje %
Internet	70	59
Radio	12	10
Televisión	21	18
Prensa	10	8
Guía turística	6	5
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 37: Medios de comunicación que utilizan los turistas nacionales

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los turistas encuestados el 59% de los mismos les gustaría informarse del ecolodge a través de internet, seguido de los turistas que les gustaría informarse por la televisión y tan solo el 5% por medio de guías turísticas

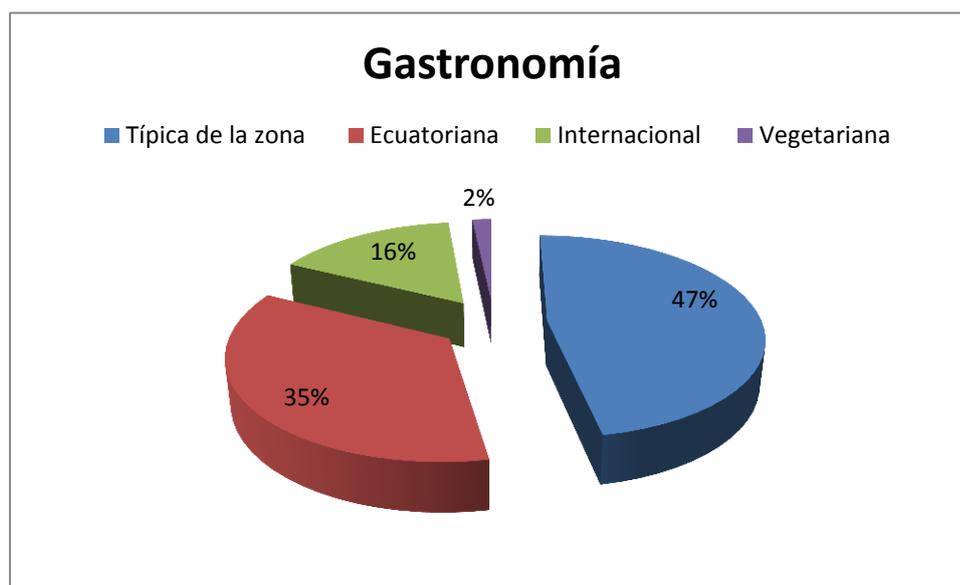
15. ¿Qué tipo de comida le gustaría degustar en el Ecolodge?

Cuadro #84: Gastronomía que les gustaría degustar a los turistas nacionales

Gastronomía turistas nacionales		
Tipo	Número	Porcentaje %
Típica de la zona	56	47
Ecuatoriana	42	35
Internacional	19	16
Vegetariana	2	2
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 38: Gastronomía que ofrecerá el ecolodge

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de turistas encuestados al 47% les gustaría que el ecolodge ofrezca gastronomía típica de la zona, mientras que al 35% de los mismos les gustaría gastronomía ecuatoriana y tan solo el 2% le gustaría la comida vegetariana.

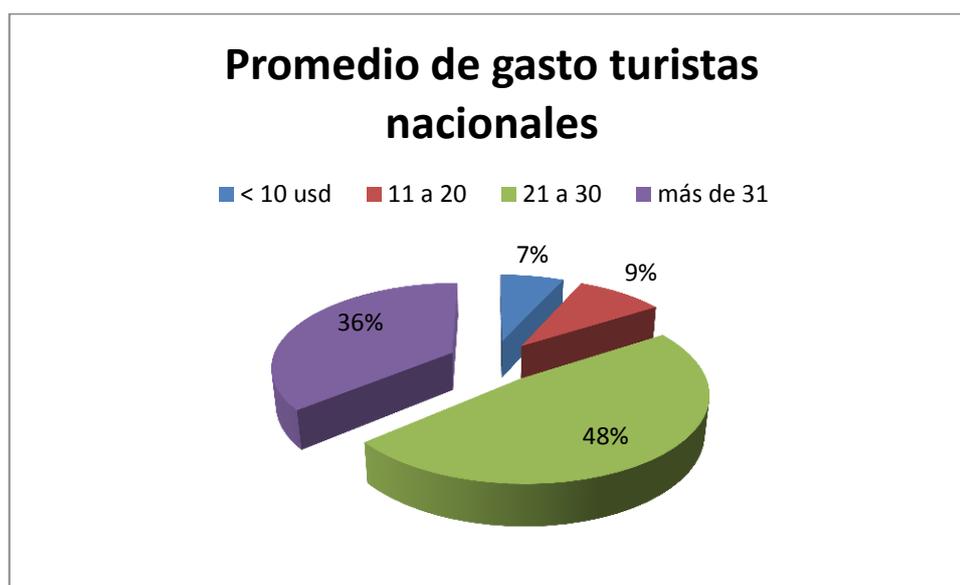
16. ¿En promedio, cuanto estaría dispuesto a gastar por un día en el Ecolodge?

Cuadro # 85: Promedio de Gasto de los turistas nacionales

Promedio de Gasto turistas nacionales		
Gasto	Número	Porcentaje %
< 10 usd	8	7
11 a 20	11	9
21 a 30	57	48
más de 31	43	36
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 39: Promedio de Gasto de los turistas Nacionales

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de turistas encuestado, el 48% de los mismos estarían dispuestos a pagar en el ecolodge de 21 a 30usd por los servicios brindados, mientras que el 36% más de 31 usd diarios, y tan solo el 7% más de 10 usd diarios.

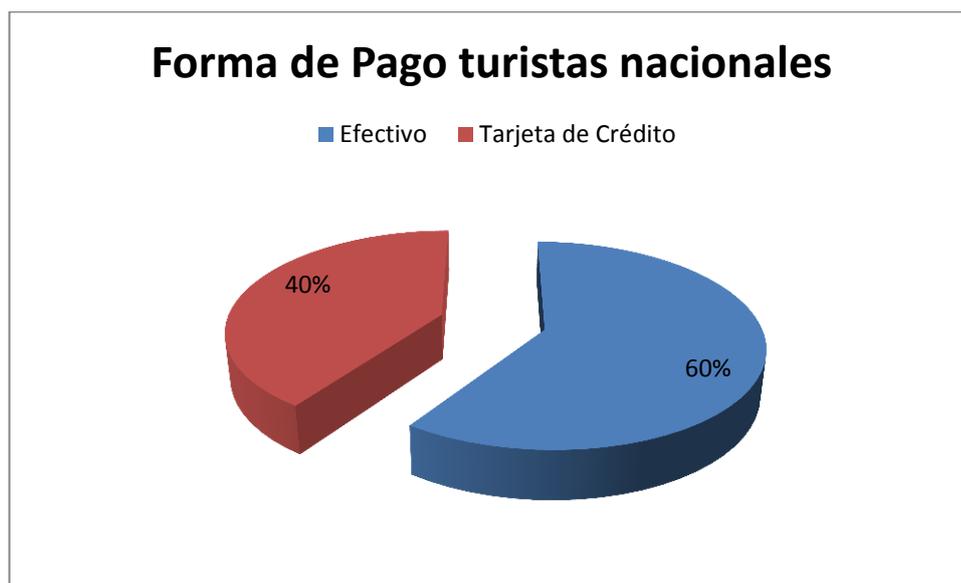
17. ¿Cuál sería su forma de pago?

Cuadro # 86: Forma de Pago de los turistas Nacionales

Forma de Pago turistas nacionales		
Forma	Número	Porcentaje %
Efectivo	71	60
Tarjeta de Crédito	48	40
TOTAL	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 40: Forma de Pago de los turistas Nacionales

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Del 100% de los turistas encuestados, el 60% están dispuestos a cancelar en efectivo por los servicios brindados en el Ecolodge, mientras que el 40% le gustaría cancelar con tarjeta de crédito.

B. Turistas Extranjeros

1. Edad

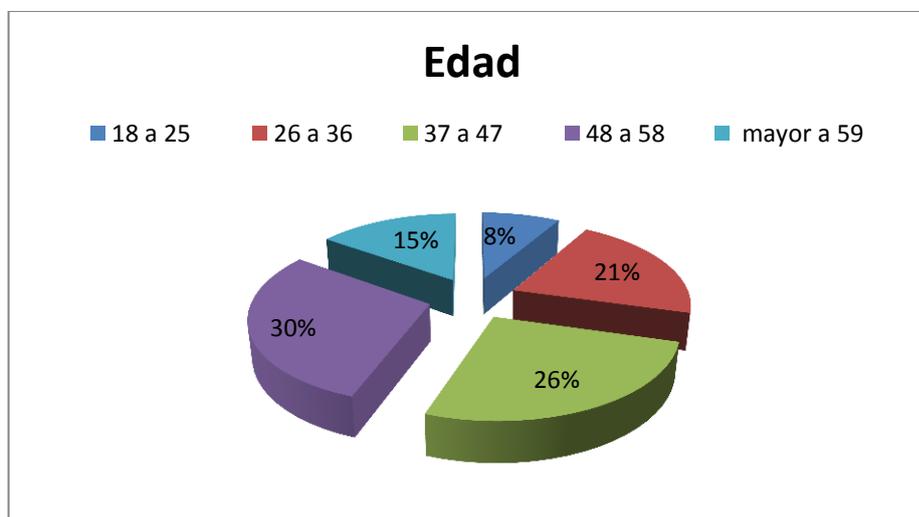
Cuadro #87: Edad de los turistas extranjeros

Edad de Turistas extranjeros		
Edad de Turistas	Número	Porcentaje %
18 a 25	10	8
26 a 36	25	21
37 a 47	31	26
48 a 58	35	29
mayor a 59	18	15
Total	119	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 41: Edad de los turistas extranjeros



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 30% comprende las edades de 48 a 58 años de edad, seguidos de los turistas que comprenden de 37 a 47 años con el 26%, mientras que el 8% del total comprenden edades entre 18 a 25 años.

2. Género

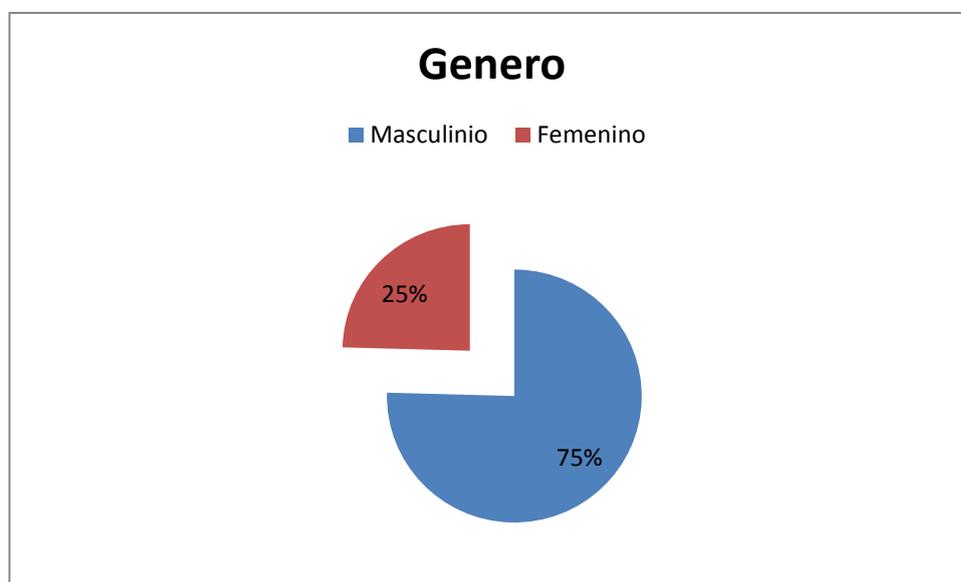
Cuadro # 88: Género de los turistas extranjeros

Genero de turistas extranjeros		
Género	Número	Porcentaje %
Masculino	89	75
Femenino	29	25
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales, 2014

Gráfico # 42: Género de los turistas extranjeros



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 75% son de sexo Masculino y el 25% restante son de sexo Femenino.

3. Procedencia

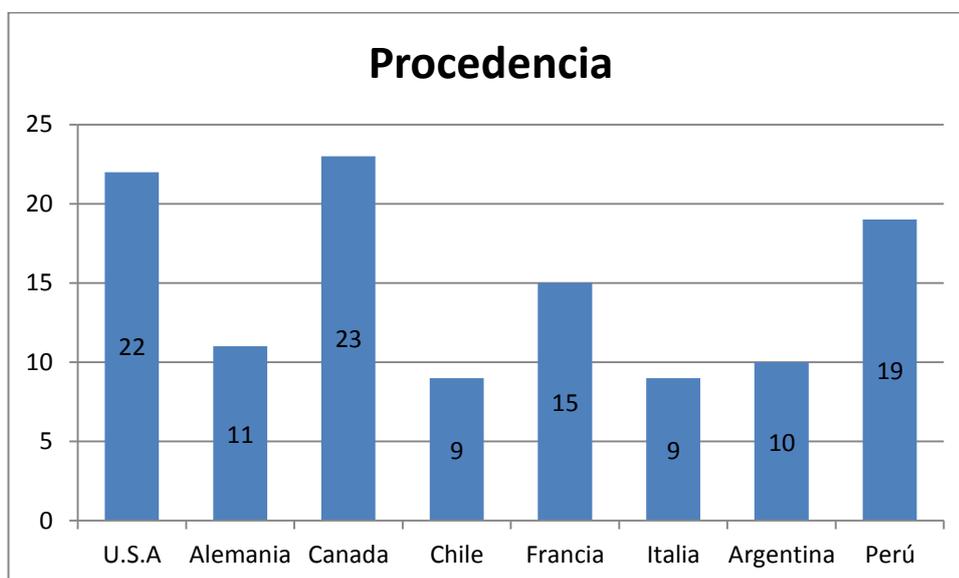
Cuadro # 89: Procedencia de los turistas extranjeros

Procedencia turistas extranjeros		
Lugar	Numero	Porcentaje %
U.S.A	22	19
Alemania	11	9
Canadá	23	19
Chile	9	8
Francia	15	13
Italia	9	8
Argentina	10	8
Perú	19	16
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 43: Procedencia de los turistas extranjeros



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 19% llegan desde Canadá y U.S.A, seguido de los turistas que llegan desde Francia con el 13%, mientras que con el 8% están los turistas que llegan desde Argentina e Italia.

4. Nivel de Educación

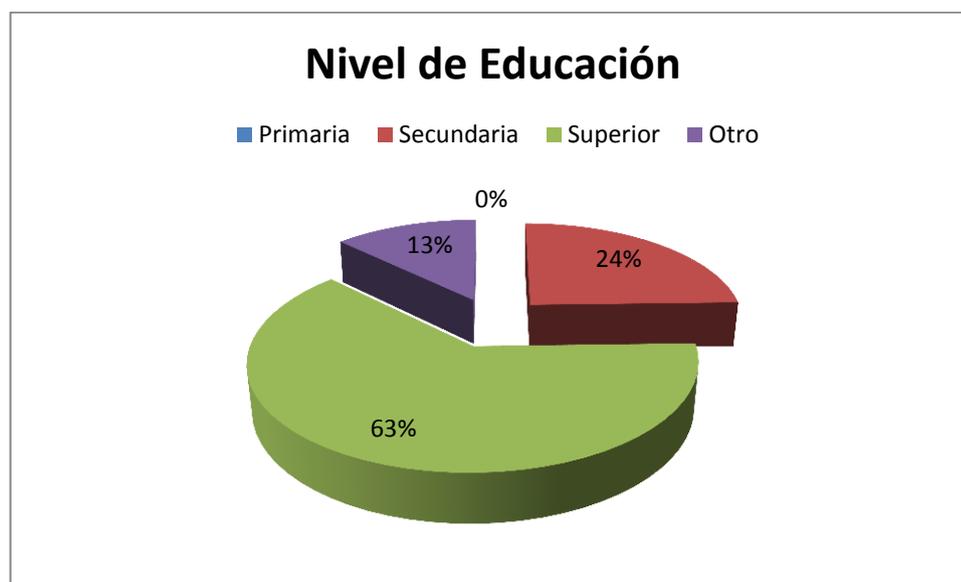
Cuadro # 91: Nivel de Educación de los turistas extranjeros

Nivel de educación turistas extranjeros		
Nivel	Número	Porcentaje %
Primaria	0	0
Secundaria	29	25
Superior	74	63
Otro	15	13
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 44: Nivel de Educación de los turistas extranjeros



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 63% poseen educación superior, mientras que el 24% cuentan con educación secundaria y tan solo el 13% poseen educación primaria.

5. Ocupación Turistas

Cuadro # 91: Ocupación de los turistas extranjeros

Ocupación turistas extranjeros		
Ocupación	Número	Porcentaje %
Empleado privado	19	16
Empleado público	79	67
Otros	20	17
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 45: Ocupación de los turistas extranjeros



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de los turistas encuestado el 67% de los mismos son empleados públicos, mientras que el 17% son empleados privados y tan solo el 16% tienen otras ocupaciones.

6. Nivel de Ingresos Económicos

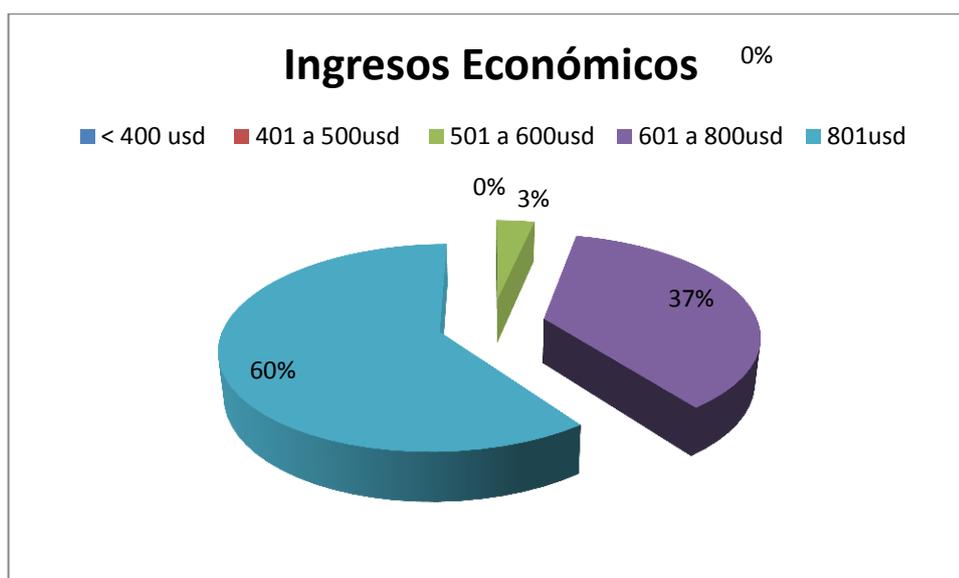
Cuadro # 92: Nivel de Ingresos Económicos de los turistas extranjeros

Nivel de Ingresos Económicos		
Nivel	Número	Porcentaje %
< 400 usd	0	0
401 a 500usd	0	0
501 a 600usd	4	3
601 a 800usd	43	36
801usd	71	60
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 46: Nivel de Ingresos Económicos de los turistas extranjeros



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 60% tienen un ingreso económico mayor a 801,00 usd, mientras que el 37% tienen un rango de ingreso que va desde los 601,00 a 800,00 usd y tan solo un 3% un rango económico que va desde los 501,00 a 600,00 usd.

7. ¿Cuándo usted realiza un viaje, con quien lo hace?

Cuadro # 93: Con quien o quienes viajan los turistas extranjeros

Con quien Viaja		
Personas	Número	Porcentaje %
Amigos	52	44
Familia	29	25
Solo	28	24
Otros	9	8
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 47: Con quien o quienes viajan los turistas extranjeros



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 44% del total viajan con amigos, mientras que el 24% viaja con familiares y solos, tan solo el 8% lo realiza con otras personas.

8. Cuándo decide viajar lo hace a través de?

Cuadro # 94: Como Viajan los turistas extranjeros

Como Viaja		
Descripción	Número	Porcentaje %
Agencia de viajes	89	75
Independiente	29	25
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 48: Como Viajan los turistas extranjeros



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 75% de los mismos viajan a través de agencias de viajes, mientras que el 25% viaja de manera independiente.

9. ¿Conoce la Parroquia San Andrés?

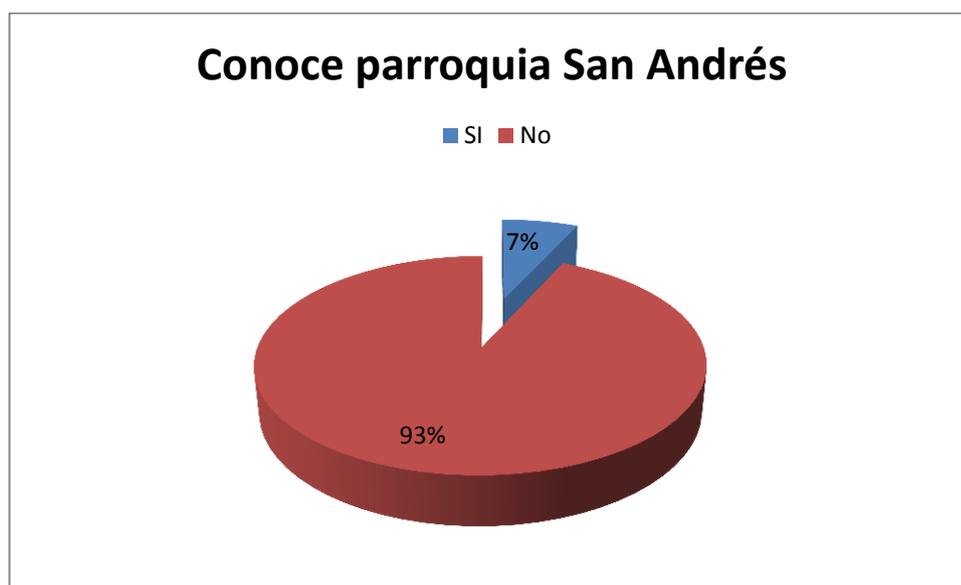
Cuadro # 95: Conoce la parroquia San Andrés

Conoce la Parroquia San Andrés		
	Número	Porcentaje %
SI	8	7
No	110	93
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 49: Conoce la parroquia San Andrés



Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 93% de los mismos no conocen la parroquia San Andrés, y tan solo el 7% si la conoce.

10. ¿Le gustaría conocer San Andrés?

Cuadro # 96: Le gustaría conocer la parroquia San Andrés

Le gustaría conocer San Andrés		
	Número	Porcentaje %
Si	118	100
No	0	0
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 93% que no conocía la Parroquia San Andrés, a todos les gustaría conocerla.

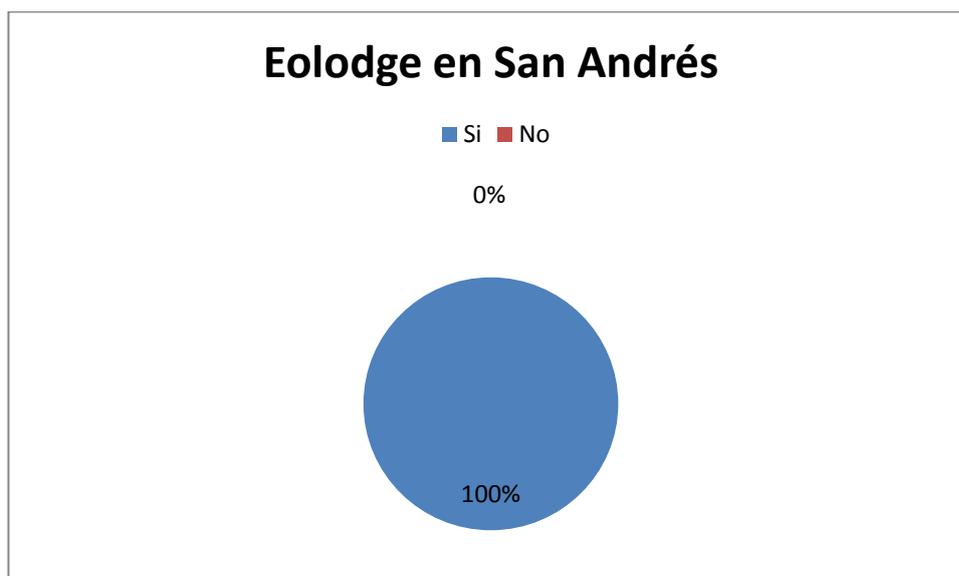
11. Ecolodge en la parroquia San Andrés

Cuadro # 97: Ecolodge en la parroquia San Andrés

Ecolodge en la Parroquia San Andrés		
	Número	Porcentaje %
Si	118	100
No	0	0
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 50: Ecolodge en la parroquia San Andrés

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Al 100% de encuestados les gustaría que existiera un ecolodge en la Parroquia San Andrés

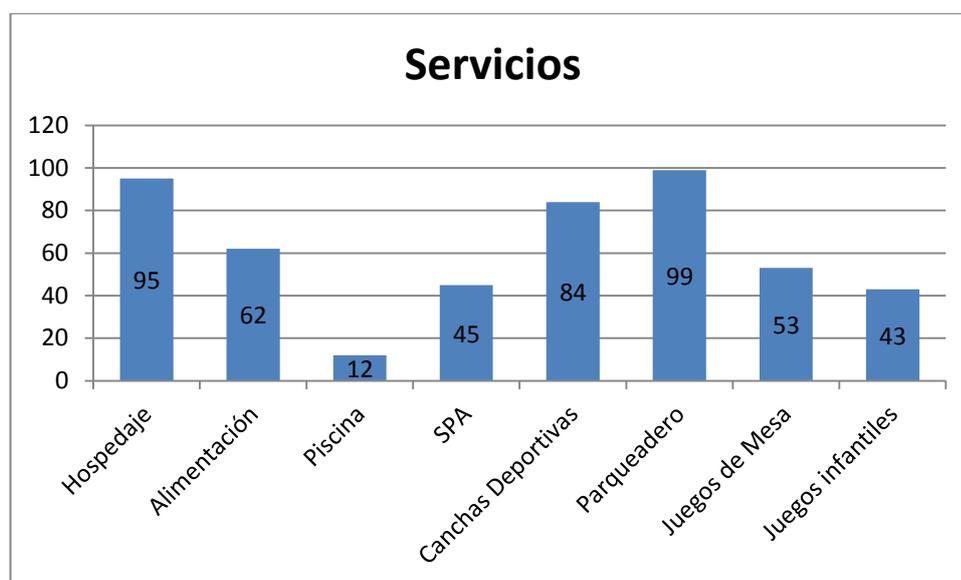
12. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Ecolodge?

Cuadro # 98: Servicios del Ecolodge en la parroquia San Andrés

Servicios del Ecolodge		
Servicios	Número	Porcentaje %
Hospedaje	95	81
Alimentación	62	53
Piscina	12	10
SPA	45	38
Canchas Deportivas	84	71
Parqueadero	99	84
Juegos de Mesa	53	45
Juegos infantiles	43	36
Total	118	

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 51: Servicios del Ecolodge en la parroquia San Andrés

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 19% le gustaría que el ecolodge contara con el servicio de hospedaje, seguido de los turistas que les gustaría que existan canchas deportivas con el 17% del total, mientras que con el 9% del total les gustaría que existan juegos infantiles.

13. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en este Ecolodge?

Cuadro # 99: Días de permanencia en el Ecolodge

Días de permanencia en el Ecolodge		
Días	Número	Porcentaje %
1	25	21
2	55	47
3	36	31
Más de 3	2	2
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 52: Días de permanencia en el Ecolodge

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de los turistas encuestados el 47% del total estaría dispuesto a permanecer dos días en el Ecolodge, mientras que el 30% estaría dispuesto a permanecer 3 días y tan solo el 2% estaría dispuesto a permanecer más de 3 días.

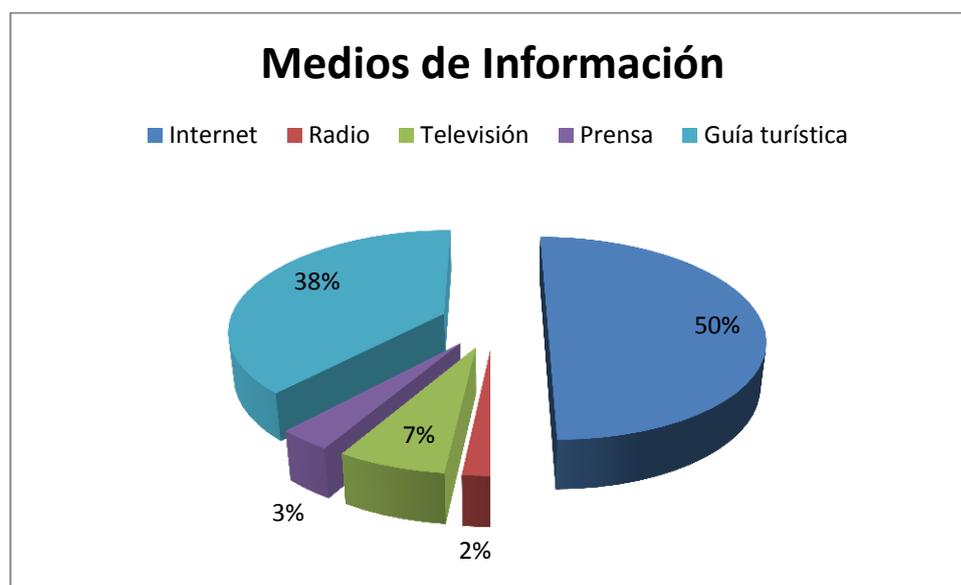
14. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse de nuevos sitios turísticos?

Cuadro # 100: Medios de Información

Medios de Información		
Medios	Número	Porcentaje %
Internet	59	50
Radio	2	2
Televisión	8	7
Prensa	4	3
Guía turística	45	38
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 53: Medios de Información

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 50% del total le gustaría informarse del ecolodge a través del Internet, seguido de aquellos que se informan por medio de guías turísticas, y finalmente aquellos que se informan a través de la radio con un 2% del total.

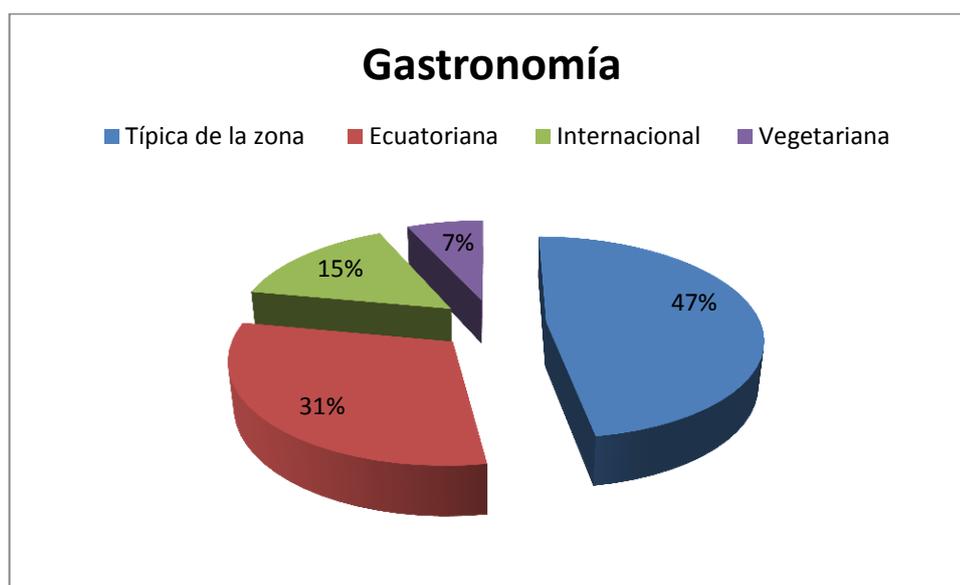
15. Gastronomía

Cuadro # 101: Gastronomía que ofrecerá el ecolodge

Gastronomía		
Tipo	Número	Porcentaje %
Típica de la zona	56	47
Ecuatoriana	36	31
Internacional	18	15
Vegetariana	8	7
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 54: Gastronomía que ofrecerá el ecolodge

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 47% de los mismos les gustaría que el ecolodge ofrezca comida Típica de la Zona, seguido del 31% que prefiere la comida Ecuatoriana y finalmente con un 7% del total están los que prefieren la comida vegetariana

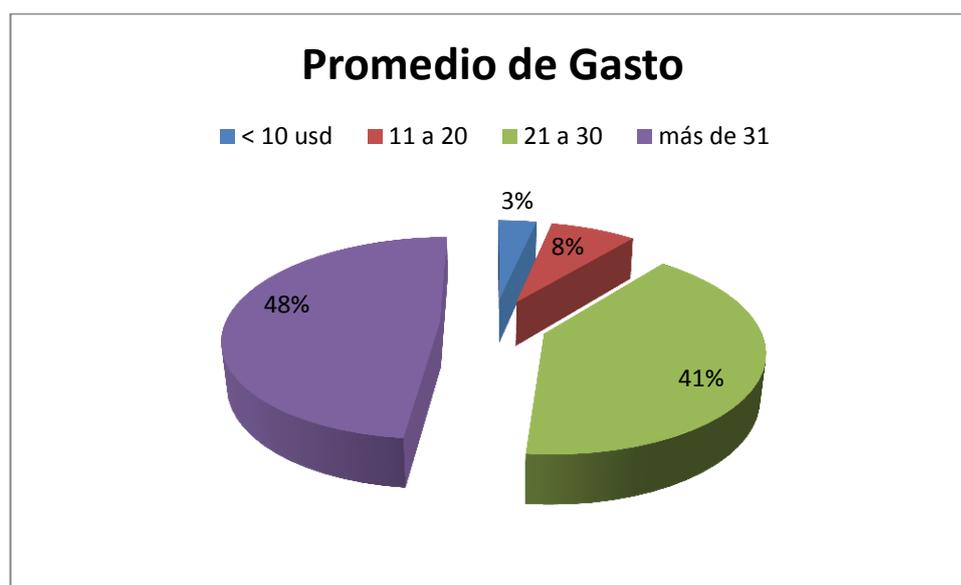
16. En promedio, cuánto estaría dispuesto a gastar por un día en el Ecolodge?

Cuadro # 102: Promedio de Gasto de los turistas extranjeros

Promedio de Gasto		
Gasto	Número	Porcentaje %
< 10 usd	4	3
11 a 20	9	8
21 a 30	48	41
más de 31	57	48
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 55: Promedio de Gasto de los turistas extranjeros

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados el 48% está dispuesto a gastar más de 31,00 usd, mientras que el 41% estaría dispuesto a gastar de 21 a 30 usd, y finalmente el 3% del total estaría dispuesto a gastar más de 10 dólares.

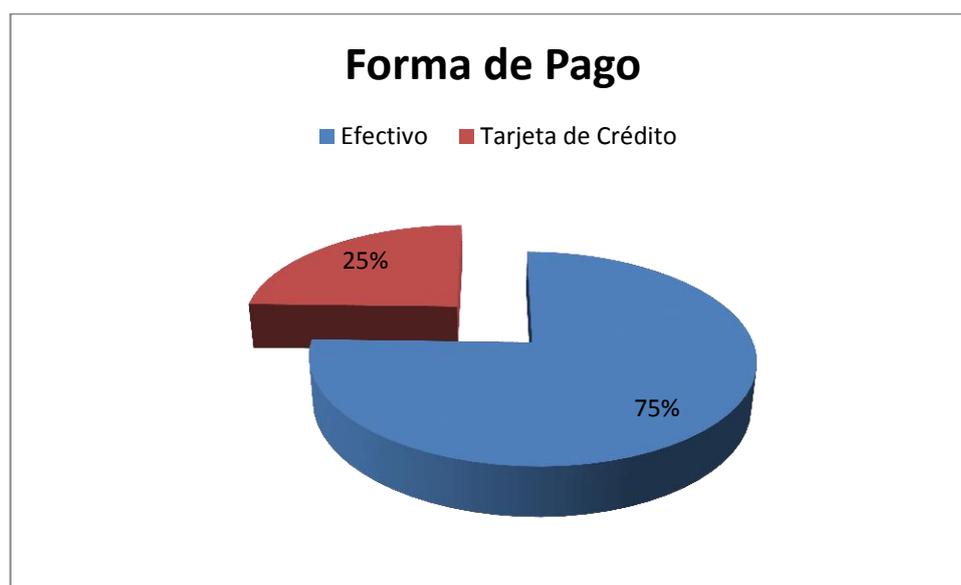
17. Forma de Pago

Cuadro # 103: Formas de pago de los turistas extranjeros

Forma de Pago		
Forma	Número	Porcentaje %
Efectivo	89	75
Tarjeta de Crédito	29	25
Total	118	100

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Gráfico # 56: Formas de pago de los turistas extranjeros

Elaborado por: Jorge Guevara

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros, 2014

Del 100% de turistas encuestados al 75% de los mismos les gustaría cancelar en efectivo mientras que al 25% con tarjeta de crédito.

Anexo # 5: Precio de habitación por persona

Cuadro # 104: Precio de habitación por persona

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR DE CONTRIBUCION
Sueldos y salarios	2880,00	12,00
Contribuciones	50,00	0,21
Servicios básicos	185,00	0,77
Servicio de lavandería		0,00
Servicios de internet	30,00	0,13
Servicios varios	100,00	0,42
Gasto uniformes	150,00	0,63
Materiales y suministros		
Suministros de limpieza de habitación	120,00	0,50
Suministros de huesped	60,00	0,25
Materiales de oficina	15,75	0,07
%Gastos de depreciación (5)	3590,75	14,96
% Gastos administrativos (10)	100%	15,75

% Utilidad (precio neto) (30)			17,50
% Gross (comisión al 10%)			25,00
Iva 12%			27,50
PVP			31

Elaborado por: Jorge Guevara

Cuadro # 105: Costo de habitación suites

RUBRO		VALOR MENSUAL	VALOR DE CONTRIBUCION
Sueldos y salarios		2880,00	48,00
Contribuciones		50,00	0,83
Servicios básicos		185,00	3,08
Servicio de lavandería			0,00
Servicios de internet		30,00	0,50
Servicios varios		100,00	1,67
Gasto uniformes		150,00	2,50
Materiales y suministros			
Suministros de limpieza de habitación		120,00	2,00
Suministros de huesped		60,00	1,00
Materiales de oficina		15,75	0,26
%Gastos de depreciación (5)		3590,75	59,85
% Gastos administrativos (10)		100%	63,00
% Utilidad (precio neto) (30)			70,00
% Gross (comisión al 10%)			99,99
Iva 12%			109,99
PVP			123

Elaborado por: Jorge Guevara

