



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

DETERMINACIÓN DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO

TRABAJO DE TITULACIÓN

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

MARÍA BELÉN CUZCO ARGOS

RIOBAMBA - ECUADOR

2016

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


El tribunal de trabajo de titulación certifica que: El trabajo de investigación titulado: **DETERMINACIÓN DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN ALAUISÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, de responsabilidad de la señorita María Belén Cuzco Argos, ha sido prolijamente revisado, por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación quedando autorizada su presentación.

ING. CATALINA VERDUGO



DIRECTORA

ING. RENATO CHAVEZ



MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo María Belén Cuzco Argos, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 16 de mayo del 2016



María Belén Cuzco Argos

060496925-3

Yo, María Belén Cuzco Argos soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este trabajo y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo



MARÍA BELÉN CUZCO ARGOS

DEDICATORIA

Dedico a DIOS el ser supremo que me dio la vida y la oportunidad de formar parte de cada una de las personas, por ser el motor fundamental para continuar adelante, siendo mi roca mi fuerza y mi escudo, siempre apoyándome toda situación, que sin Él nada sería posible de alcanzar.

A mi Madre y amiga Alegría Argos, mi fiel fuente de fortaleza, el ancla de nuestra familia, apoyo incondicional y ejemplo de lucha diaria, un ángel que DIOS me ha puesto en mi vida, que transmite amor y alegría.

A mi Padre José Cuzco por ser un apoyo incondicional, ejemplo de trabajo y lucha

A mis hermanos por estar siempre presente a mi lado infundiéndome de aliento y fortaleza para continuar cada día, por compartir momentos inolvidables que nunca serán olvidarán, ejemplo de unión y perseverancia.

A toda mi familia y amigos/as mi bendición más grande.

AGRADECIMIENTO

A mi padre Jehová creador de todas las cosas, hacedor de lo imposible, que me impulso a levantarme en cada caída y a seguir adelante permitiéndome cumplir con el objetivo de culminar la carrera, siendo el sustento de toda mi vida

A mis padres y hermanos que con su apoyo moral y económico estuvieron en cada paso de mi carrera inculcándome la constancia para cumplir con un objetivo en mi vida.

A mis precisos sobrinos que llegaron a ser un motor de fuerzas para continuar mis estudios, por regalarme su amistad y alegría.

A mis amigas que me apoyaron siempre y permitieron compartir experiencias juntas y brindarme su amistad sincera.

A mis maestros de la Escuela de Ing. En Ecoturismo por compartir sus conocimientos y guiar para concluir con la carrera

I.	DETERMINACIÓN DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.....	1
II.	INTRODUCCIÓN	1
A.	JUSTIFICACIÓN	2
III.	OBJETIVOS	3
A.	OBJETIVO GENERAL.....	3
B.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
IV.	HIPÓTESIS.....	4
V.	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	5
A.	GENERALIDADES DEL TURISMO.....	5
1.	Concepto	5
2.	Turismo sostenible	5
3.	El turismo como actividad económica	6
B.	PRODUCTOS TURÍSTICOS	7
1.	Servicios Turísticos.....	7
2.	Servicio de alojamiento.....	7
3.	Clases de alojamiento turístico.....	8
4.	Hostería	9
C.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	9
1.	Concepto	9
D.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	9
1.	Definición.....	9
2.	Estrategias metodológicas que facilitan el diagnóstico situacional.....	10
3.	Técnicas cualitativas utilizadas en el diagnóstico situacional.....	10
4.	Sistema turístico	10
5.	Inventario de atractivos naturales y culturales	11
E.	VIABILIDAD COMERCIAL.....	14
1.	Definición de mercado	14
2.	Estudio de mercado.....	14
F.	ESTUDIO TÉCNICO	17
1.	Localización	17
2.	Tamaño del proyecto.....	18

3.	Capacidad.....	18
4.	Dimensionamientos.....	18
5.	Diseño	18
6.	Plan de Marketing	19
7.	Estrategias de promoción	19
G.	ESTUDIO AMBIENTAL	19
1.	Matriz de Leopold.....	20
H.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	21
1.	Área comercial	21
2.	Área de producción	21
3.	Área Administrativa.....	21
4.	Área Financiera	22
5.	Estudio Legal	22
I.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	23
1.	Evaluación financiera.....	24
VI.	MATERIALES Y MÉTODOS	27
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	27
1.	Localización	27
2.	Ubicación geográfica	27
3.	Límites	27
4.	Características climáticas	28
5.	Clasificación ecológica	28
6.	Materiales y equipos	28
B.	METODOLOGÍA	29
1.	Determinar el diagnostico situacional del cantón Alausí	29
2.	Determinar la viabilidad comercial del proyecto	30
3.	Determinar la viabilidad técnica del proyecto.....	33
4.	Analizar la viabilidad ambiental del proyecto.....	35
5.	Elaborar el estudio administrativo legal del proyecto	35
6.	Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto.....	35
VII.	RESULTADOS.....	37
A.	DETERNIMAR EL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN ALAUSÍ.....	37

1. Ámbito físico- espacial	37
2. Ámbito socio - cultural.....	39
3. Ámbito ecológico territorial.....	43
4. Ámbito económico productivo.....	47
5. Administración Política.....	52
B. ESTUDIO DE MERCADO	55
1. Análisis de la demanda.....	55
2. Análisis de la oferta.....	93
3. Confrontación Oferta – Demanda	178
C. ESTUDIO TÉCNICO	179
1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística	179
D. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	228
1. Parámetros de evaluación de la matriz ambiental de Leopold	228
2. Evaluación de la matriz de Leopold.....	229
E. ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS DEL PROYECTO.....	237
1. Estudio Administrativo	237
2. Estructura organizativa de la hostería	242
3. Manual de funciones y plan de capacitación.....	242
5. Reglamento interno para clientes y funcionarios	253
6. Estudio legal.....	258
C. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO	269
VIII.CONCLUSIONES	277
IX. RECOMENDACIONES	279

Contenido de tablas

Tabla No1. Coordenadas proyectadas	27
Tabla No2. Límites del cantón Alausí.....	27
Tabla No 3. Parámetros del diagnóstico situacional	29
Tabla No 4. Límites del cantón	37
Tabla No 5. Nómina de parroquias	38
Tabla No 6. Población de Alausí.....	40
Tabla No 7. Nivel de educación.....	41
Tabla No 8. Servicios básicos.....	41
Tabla No 9. Servicios de salud.....	42
Tabla No 10. Variaciones del clima.....	43
Tabla No 11. Flora.....	45
Tabla No 12. Fauna.....	46
Tabla No 13. Actividades económicas.....	47
Tabla No 14. Análisis de involucrados.....	53
Tabla No 15. Edad de turistas nacionales.....	57
Tabla No. 16. Género.....	58
Tabla No 17. Procedencia.....	59
Tabla No 18. Ocupación.....	60
Tabla No 19. Nivel de educación.....	61
Tabla No 20. Motivo de viaje.....	62
Tabla No 21. Permanencia.....	63
Tabla No 22. Preferencia de viaje.....	64
Tabla No 23. Número de personas que viajan.....	65
Tabla No 24. Aceptación para la creación de una hostería.....	66
Tabla No 25. Servicios Adicionales.....	67
Tabla No 26. Tipo de comida.....	68
Tabla No 27. Temporada de viaje.....	69
Tabla No 28. Disponibilidad de pago.....	70
Tabla No 29. Formas de viaje	71
Tabla No 30. Formas de pago.....	72
Tabla No 31. Medios de comunicación.....	73
Tabla No 32. Edad de turistas extranjeros.....	74

Tabla No 33. Género.....	75
Tabla No 34. Procedencia.....	76
Tabla No 35. Ocupación.....	77
Tabla No 36. Nivel de educación.....	78
Tabla No 37. Motivo de viaje.....	79
Tabla No 38. Permanencia.....	80
Tabla No 39. Preferencia de viaje.....	81
Tabla No 40. Número de personas que viajan.....	82
Tabla No 41. Aceptación para la creación de una hostería.....	83
Tabla No 42. Servicios Adicionales.....	84
Tabla No 43. Tipo de comida.....	85
Tabla No 44. Temporada de viaje.....	86
Tabla No 45. Disponibilidad de pago.....	87
Tabla No 46. Formas de viaje.....	88
Tabla No 47. Formas de pago.....	89
Tabla No 48. Medios de comunicación.....	90
Tabla No 49. Proyección de la demanda.....	92
Tabla No 50. Planta Turística.....	171
Tabla No 51. Competencia Hostería Rincón de Isabel.....	173
Tabla No 52. Hostería Posada de las Nubes.....	176
Tabla No 53. Hostería Pircapamba.....	176
Tabla No 54. Hostería La Quinta.....	177
Tabla No 55. Proyección de la oferta.....	177
Tabla No 56. Demanda insatisfecha.....	178
Tabla No 57. Demanda objetiva.....	178
Tabla No 58. Número de clientes.....	180
Tabla No 59. Programación de la hostería.....	182
Tabla No 60. Rubro de la infraestructura.....	189
Tabla No 61. Sopas.....	199
Tabla No 62. Platos a la carta.....	202
Tabla No 63. Bebidas.....	205
Tabla No 79. Entradas.....	207
Tabla No 88. Desayunos.....	210

Tabla No 90. Requerimiento de mobiliario.....	211
Tabla No 91. Requerimiento de equipo.....	212
Tabla No 92. Requerimiento de menaje y lencería.....	212
Tabla No 93. Requerimiento de maquinaria y equipo.....	213
Tabla No 94. Requerimiento de equipo de cómputo.....	214
Tabla No 95. Suvenir.....	214
Tabla No 96. Requerimiento de insumos y materiales.....	215
Tabla No 97. Requerimiento de decoración.....	215
Tabla No 98. Requerimiento de materia Prima	216
Tabla No 99. Servicios básicos.....	217
Tabla No 100. Evaluación y capacitación al personal.....	221
Tabla No 101. Plan de convivencia.....	223
Tabla No 102. Presupuesto de mercadería	227
Tabla No 103. Parámetros de evaluación.	228
Tabla No 104. Matriz Leopold.....	229
Tabla No 105. Rango de afectación.....	231
Tabla No 106. Plan de mitigación.....	233
Tabla No 107. Manual de funciones Gerente	243
Tabla No 108. Manual para Asesor contable	244
Tabla No 109. Manual para Guardia de seguridad.....	246
Tabla No 110. Manual para Recepcionista.....	247
Tabla No 111. Manual para chef	249
Tabla No 112. Manual para Camarera	250
Tabla No 113. Manual para mesero.....	252
Tabla No 114. Presupuesto y remuneración.....	258
Tabla No 115. Empresa contratadas.....	258
Tabla No 116. Clasificación alojamiento.....	262
Tabla No 117. Gastos de constitución.....	267
Tabla No 118. Análisis ámbito legal.....	267
Tabla No 119. Inversión proyecto.....	269
Tabla No 120. Fuentes de financiamiento.....	270
Tabla No 121. Depreciación de activos.....	271
Tabla No 122. Amortizaciones de los activos diferidos.....	271

Tabla No 123. Pago de la deuda	272
Tabla No 124. Estructura de gastos y costos	272
Tabla No 125. Estructura de ingresos.....	273
Tabla No 126. Estado de resultado.....	273
Tabla No 127. Balance general.....	274
Tabla No 128. Cálculo de flujo de caja.....	274
Tabla No 129. Punto de equilibrio.....	275
Tabla No 130. Evaluación Financiera.....	276

Contenido de Fichas

Ficha No 1. Minas de Azufre.....	93
Ficha No 2. Pisillicocha	96
Ficha No 3. Cascada rio Panamá.....	99
Ficha No 4. Cascada del rio Angas.....	102
Ficha No 5. Lagunas de Ozogoche.....	105
Ficha No 6. Bosque secundario Ninfa.....	109
Ficha No 7. Bosque San Roque.....	112
Ficha No 8. Bosque secundario Naranjapata.....	115
Ficha No 9. Laguna Mapahuiña.....	118
Ficha No 10. Concha petrificada de Chicho grande.....	121
Ficha No 11. Cascada Pailahuayco.....	124
Ficha No 12. Cascada Boca Cielo.....	127
Ficha No 13. Cascada Bebé.....	130
Ficha No 14. Cascada Cabello de la Virgen.....	133
Ficha No 15. Nariz de Diablo Cóndor - Puñuna.....	136
Ficha No. 16. Estación del tren Sibambe.....	140
Ficha No 17. Petroglifos de Ayashipa.....	143
Ficha No 18. Monolitos de la comunidad de Cochapamba.....	146
Ficha No 19. Piramide Puñay.....	149
Ficha No 20. Estación del ferrocarril de Alausí.....	152
Ficha No 21. Mirador de San Pedro.....	156
Ficha No 22. Puente Negro.....	159
Ficha No 23. Reloj Público.....	162
Ficha No 24. Iglesia Matriz.....	165

Contenido de figuras

Figura No. 1 Uso del suelo.....	44
Figura No 2. Actividades económicas.....	47
Figura No 3. Diagrama funcional del GAD Alausí.....	52
Figura No 4. Edad d de los turistas nacionales.....	57
Figura No 5. Género.....	58
Figura No 6 Procedencia.....	59
Figura No 7. Ocupación.....	60
Figura No 8. Nivel de educación.....	61
Figura No 9. Motivo de Viaje.....	62
Figura No 10. Permanencia.....	63
Figura No 11. Preferencia de viaje.....	64
Figura No 12 Número de personas que viajan.....	65
Figura No 13. Aceptación de una nueva hostería.....	66
Figura No14. Servicios adicionales.....	67
Figura No 15. Tipo de comida.....	68
Figura No 16. Temporada de viaje.....	69
Figura No 17. Disponibilidad de pago.....	70
Figura No 18. Formas de viaje.....	71
Figura No 19. Formas de pago.....	72
Figura No 20 Medios de comunicación.....	73
Figura No 21. Edad d de los turistas extranjeros.....	74
Figura No 22. Género.....	75
Figura No 23. Procedencia.....	76
Figura No 24. Ocupación.....	77
Figura No 25. Nivel de educación.....	78
Figura No 26. Motivo de Viaje.....	79
Figura No 27. Permanencia.....	80
Figura No 28. Preferencia de viaje.....	81
Figura No 29. Número de personas que viajan.....	82
Figura No 30. Aceptación de una nueva hostería.....	83
Figura No 31. Servicios adicionales.....	84
Figura No 32. Tipo de comida... ..	85

Figura No 33. Temporada de viaje.....	86
Figura No 34. Disponibilidad de pago.....	87
Figura No 35. Formas de viaje.....	88
Figura No 36. Formas de pago.....	89
Figura No 37. Medios de comunicación.....	90
Figura No 38. Mapa Vial Alausí.....	179
Figura No 39.Plano de la hostería.....	183
Figura No 40. Plano de instalaciones eléctricas.....	184
Figura No 41. Plano de instalaciones de agua.....	185
Figura No 42. Plano de instalaciones sanitarias.....	186
Figura No 43. Flujograma de reservación.....	196
Figura No 44. Flujograma de servicio de alimentación.....	197
Figura No 45. Flujograma de servicio de hospedaje.....	198
Figura No 46. Imagen Corporativa.....	219
Figura No 47. Página Web.....	225
Figura No 48 Llaverero.....	226
Figura No 49. Pulsera.....	226
Figura No 50. Tarjeta de presentación.....	227
Figura No 51.Estructura Organizativa de la hostería.....	242

Contenido de fotos

Foto No. 1 Minas de Azufre.....	93
Foto No 2. Lagunas de Pisillicocho.....	97
Foto No 3. Cascada Panamá.....	99
Foto No 4. Cascada Angas	103
Foto No 5. Lagunas de Ozogoche.....	106
Foto No 6 Bosque secundario Ninfa.....	109
Foto No 7. Bosque San Roque.....	112
Foto No 8. Bosque secundario Naranjapata.....	115
Foto No 9. Laguna Mapahuiña.....	119
Foto No 10. Concha petrificada de Chicho Grande	122
Foto No 11. Cascada Pailahuayco.....	125
Foto No 12. Cascada Boca Cielo.....	128
Foto No 13. Cascada Bebé.....	131
Foto No14. Cascada Cabello de la Virgen.....	134
Foto No 15. Nariz de Diablo.....	137
Foto No 16. Estación del ferrocarril Sibambe.....	141
Foto No 17. Petroglifos de Ayashipa.....	144
Foto No 18. Monolitos de Cochapamba.....	147
Foto No 19. Pirámide Puñay.....	151
Foto No 20. Estación de Alausí.....	154
Foto No 21. Mirador San Pedro.....	157
Foto No 22. Puente Negro.....	160
Foto No 23. Reloj Público.....	163
Foto No 24. Iglesia Matriz.....	166
Foto No 25. Comunidad de Nizag.....	169

Foto No 26. Venta artesanal.....170
Foto No 27. Fiestas.....172

Contenido Anexos

Anexo No. 1 Encuesta Nacional.....93
Anexo No 2. Encuesta extranjero.....97

I. DETERMINACIÓN DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

El turismo ha constituido como un sector que genera ingresos económicos para el país, en el 2009 se calcularon \$ 667 millones de dólares, a pesar de la crisis financiera internacional, en el 2010 se calcularon \$786,5 millones de dólares, en el 2011 se determinó \$886 millones de dólares y en el primer trimestre del 2012 aumentó un 15,8 % el ingreso, por pagos de servicios directos e indirectos de alojamiento, alimentación, paquetes turísticos, restaurantes, industrias culturales, espacios de recreación, comercios de artesanías, servicios personales, transportes, comunicaciones, dado que está dirigido a satisfacer las necesidades de las personas que visitan los distintos lugares turísticos a nivel nacional e internacional, de esta manera generando una serie de beneficios reflejados en el incremento de fuentes de trabajo que permite mejorar la calidad de vida en la población local, generando así un intercambio cultural y a la vez una alternativa complementaria al sistema económico local y regional.(MINTUR, 2011)

Entre los diferentes lugares turísticos, el Ecuador es uno de los países que configura los mejores escenarios para el desarrollo de la actividad turística debido a la distribución de sus cuatro regiones. Cada una presenta una gran variedad de biodiversidad natural y cultural, colocando de esta forma al país entre los 20 destinos emergentes más populares del mundo pese a su pequeña extensión de territorio (MINTUR, 2009)

La provincia de Chimborazo ubicada entre las majestuosas montañas de la serranía ecuatoriana presenta una gran variedad de atractivos naturales y culturales, los mismos que se encuentran distribuidos en sus diferentes cantones aptos para el aprovechamiento sostenible de los recursos, impactando de manera sustancial en la mejora de la calidad de vida de la población.

El cantón Alausí siendo uno de los sitios más visitados de la provincia por turistas nacionales e internacionales es una zona apropiada para el desarrollo de la actividad turística que actualmente es un potencial turístico de gran importancia para la provincia y el país con sus diferentes microclimas, recursos escénicos, aptos para varias modalidades que adaptan a la dinámica turística actual.

La implementación de una hostería en este sector responde a iniciativa privada que busca brindar al turista servicios de calidad y socialmente promover la generación de nuevos puestos de trabajo y la activación de la economía local, además el involucramiento de la población en una fase futura del proyecto.

A. JUSTIFICACIÓN

En el 2014 la demanda turística en el cantón Alausí ha venido siendo muy dinámica es así que ha recibido a 67800 turistas de las cuales el 66% son nacionales y 34% son extranjeros, por lo tanto, existe la necesidad de satisfacer al cliente con calidad en la oferta de servicios de alojamiento, alimentación y recreación de acuerdo a sus requerimientos.

La idea de implementar una hostería turística en el cantón se debe a la escasa infraestructura de servicios de alojamiento con la que cuenta, lo que ha impedido la estadía por más tiempo en el sitio por parte de los turistas. Es importante contar con un servicio que contribuya al desarrollo económico y social, generando nuevas oportunidades de trabajo, además buscando impulsar el desarrollo del turismo

Cumpliendo con el art. 46. De la Constitución de la Republica del 2008, que indica el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental y el Plan de Tour 2020 con su principal objetivo de garantizar el crecimiento económico, el desarrollo social y la erradicación de la pobreza de los grupos más vulnerables del país, mediante programas de capacitación y asistencia técnica, para la creación y/o el fortalecimiento de microempresas turísticas.

En base a los antecedentes es necesario plantear el estudio que ayude a la: “Determinación de estudio de factibilidad para la creación de una hostería en el cantón Alausí, provincia de Chimborazo”, con la finalidad de contar con un instrumento técnico- científico que facilite la toma de decisiones para la creación de la hostería en el cantón.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de la creación de una hostería en el cantón Alausí, provincia de Chimborazo

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar el diagnóstico situacional del cantón Alausí
2. Determinar la viabilidad comercial del proyecto
3. Determinar la viabilidad técnica del proyecto
4. Analizar la viabilidad ambiental del proyecto
5. Definir la organización de la hostería en base a aspectos legales y administrativos
6. Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto

IV. HIPÓTESIS

La creación de una hostería en el cantón Alausí es factible por las condiciones turísticas, comerciales, técnicas, ambientales y socio- culturales, administrativos legales y financieras que presenta este lugar.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. GENERALIDADES DEL TURISMO

1. Concepto

El turismo es un sector económico de gran importancia para muchos países. Esta actividad no solo representa una entrada de divisas a las regiones, sino que conlleva múltiples interacciones. Por ende, se define al turismo como el conjunto de actividades que realizan los turistas en destinos diferentes de su lugar habitual, y que hacen uso de al menos un servicio, ya sea por un motivo de recreación, negocio, ocio, sin ninguna remuneración (Gutiérrez, A. 2013)

Definición que encuentra mucha controversia y críticas por parte de investigadores ya que el turismo debería centrarse en viaje de placeres fundamentalmente y no al desplazamiento de un lugar de origen a otro. Estas controversias hacen del turismo un tema de estudio, y de que sin embargo también hay discusiones de que ciencia es la que se debe enfocar su estudio, o si este debe ser desde un enfoque multidisciplinario (Luna, S. 2014)

Hoy en día el turismo es capaz de expandir ampliamente las fronteras del capitalismo mundial e integrar zonas muy lejanas al mundo moderno, un cambio que no favorece ni es pedido por los habitantes de esa zona. Habitan los vacíos dejados por habitantes que han salido de la zona, ocupa la mano de obra de los que se quedan y provee un mundo mágico para los que llegan. Ayuda a un mundo más globalizado entendiendo como un proceso de integración económico – financiero y como mecanismo de imposición de una cultura común, un pensamiento único (Santana, A.2012)

2. Turismo sostenible

Este concepto se genera a partir del concepto de "desarrollo sostenible", a través de la cual menciona que es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar o agotar los recursos que lo hacen posible, este objetivo se logra, generalmente, gestionando los recursos de forma que se puedan ir renovando al mismo ritmo que van siendo empleados, o pasando del uso de un recurso que se genera lentamente a otro que lo hace a un ritmo más rápido. De esta forma los recursos podrán seguir manteniendo a las generaciones presentes y futuras (Tinoco, O. 2009)

Considerándolo como adjetivo se utiliza el término de sostenibilidad para calificar un tipo de desarrollo o sistema social como el deseable para satisfacer las necesidades de una población y mantener las capacidades de los ecosistemas naturales. E interpretándolo como objetivo la sostenibilidad sería un objetivo social y colectivo, un ideal. Visto de una perspectiva estructural supone la creación y el funcionamiento eficaz de instituciones capaces de conservar los recursos naturales, preservar la biodiversidad y la diversidad cultural, hacia una nueva racionalidad, diferente a las lógicas clásicas de la sociedad industrial (Camelo, J. 2012)

En consecuencia, avanzar hacia la sostenibilidad exige profundos cambios en el actual modelo de desarrollo turístico, perfilando un nuevo escenario en las relaciones entre los agentes turísticos, la sociedad receptora, los turistas y los recursos susceptibles de uso turístico, entendidos éstos en un sentido mucho más amplio que el que tradicionalmente se concibe al asociarlos a la idea exclusiva de recursos naturales (Rivera, M. 2012)

3. El turismo como actividad económica

El turismo es un sector y actividad importante para el Ecuador y para el mundo en general, ya que influye en el estilo de vida tanto del turista como de la persona que ofrece el servicio, mejora la calidad de vida debido a un mejor manejo a los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente. Sin duda alguna, el turismo es un sector importante para la reactivación económica, la generación de nuevas plazas de empleo, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero más importante es la entrada de divisas para Ecuador (PRO ECUADOR, 2012)

El turismo en el sector económico es positivo, dicho de otro modo, el destino se ve beneficiado económicamente por el turismo. El turismo crea puestos de trabajo para los habitantes de la zona, que obtienen beneficios al de los gastos de los turistas. Tal gasto tiene efecto multiplicador, puesto que quienes reciben sus ingresos directamente del turismo se los gastan en la zona, de forma que existe un beneficio económico secundario para otras empresas y empleados, que, a su vez gastan sus ingresos creando un beneficio económico terciario, y así sucesivamente (Beech, J. 2009)

B. PRODUCTOS TURÍSTICOS

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofertan en el mercado en forma individual y en una gama muy amplia de combinaciones resultantes según las necesidades, requerimiento o deseo de los consumidores, al que llamamos turistas, además se componen de una gran variedad de productos que, en su mayoría se compone de otros productos que tienen que ver con el sector, pero necesario para que todo funcione efectivamente. Los recursos turísticos, las infraestructuras e instalaciones básicas y las empresas turísticas constituyen tres elementos indispensables para el producto turístico, pero el factor clave reside en los recursos existentes en un determinado destino, ya que estos son la fuente de motivación que origina el desplazamiento (Llamas, A.2009)

El término productos se utiliza para abarcar bienes y servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades. De esta forma, la importancia de un producto no radica en que las personas no puedan tenerlo, sino en que satisfaga la necesidad del que se originó, que se manifiesta en un producto específico que puede ser mejor o peor el de la competencia para satisfacer la necesidad (Hernández, G. 2009)

1. Servicios Turísticos

a. Concepto

Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacer un deseo o necesidad. El servicio debemos entenderlo como una experiencia integradora para el cliente y la calidad como una oferta de valor del cliente, comunidad receptora e instituciones tanto públicas como privadas (SECTUR, 2011)

2. Servicio de alojamiento

El servicio de alojamiento turístico se define como la oferta, a cambio del pago de una cantidad, de alojamiento en habitaciones debidamente equipadas, dotadas al menos de una cama, ofrecida como el principal servicio a turistas, viajeros y huéspedes. La oferta de alojamiento podrá incluir servicios de restauración, deportivos, recreativos y/o zonas verdes (Cabarcos, N. 2010)

Los establecimientos destinados a la prestación del servicio de alojamiento turístico podrán obtener de la Consejería competente en materia turística, en los términos que reglamentariamente se determinen, el reconocimiento de su especialización atendiendo a sus características arquitectónicas, a las características de los servicios prestados y a la tipología de la demanda. Los establecimientos destinados a la prestación del servicio de alojamiento turístico deberán cumplir los requisitos de instalaciones, mobiliario y servicios que reglamentariamente se determine, en función del tipo, grupo, categoría y especialidad a que pertenezcan (Ceballos, M, 2010)

3. Clases de alojamiento turístico

Los alojamientos turísticos se clasifican en los siguientes grupos:

a. Grupo 1. Alojamientos Hoteleros.

- Hoteles.
- Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
- Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
- Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas)
- 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).
- 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

- Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas) (MINTUR, 2011)

4. Hostería

Es todo establecimiento hotelero situado fuera del núcleo urbano, preferentemente en las proximidades de las carreteras con una capacidad no menor a seis habitaciones que están dotados de jardines y zonas de recreación, además de ello presta servicios de alojamiento y alimentación a público en general (MINTUR, 2011)

C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1. Concepto

El estudio de factibilidad es similar a la etapa de pre factibilidad, pero con mayor profundidad y menor rango de variación esperado en los montos de los costos y beneficios. Este estudio deberá establecer definitivamente los aspectos técnicos más fundamentales: localización, el tamaño, la tecnología, el tiempo de ejecución, puesta en marcha y lanzamiento, el estudio podrá incluir la llamada ingeniería de detalle y las bases para convocar a la licitación de dichos estudios y la ejecución de las obras. El estudio de factibilidad lleva a la aprobación final del proyecto (Fontaine, E. 2009)

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación apoyándose en tres aspectos básicos, operativo, técnico y operativo (Valera, 2010)

D. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1. Definición

Una vez revisado el proceso general de planificación turística y las herramientas aplicables a cada etapa, es importante empezar por definir en qué consiste exactamente el diagnóstico. De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Vera (1997: 388), desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y

demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar. (RICAURTE, C. 2009)

2. **Estrategias metodológicas que facilitan el diagnóstico situacional**

- Observación Investigación-acción participante
- Estudio de casos
- Investigación-acción- participativa
- Autodiagnóstico
- Sistematización de experiencias
- Diagnóstico participativo (ANDINO, D. 2012)

3. **Técnicas cualitativas utilizadas en el diagnóstico situacional**

- Cuestionarios
- Observación
- Reuniones y asambleas
- Técnicas de comunicación efectiva
- Entrevistas
- Documentos personales y grupales
- Mapas sociales y ambientales
- Diagramas y modelos
- Dinámicas de grupo
- Técnicas participativas
- Registros audiovisuales (ANDINO, D. 2012)

4. **Sistema turístico**

El turismo es visto desde la perspectiva de un sistema (teoría de sistemas) integra una serie de elementos, los que deben estar permanentemente relacionados e integrados con el fin de incrementar el fin del turismo el cual se relaciona con la satisfacción plena con calidad, los requerimientos y necesidades del turista en el sentido de descanso, goce y conocimientos de nuevos

lugares, basta que un elemento no se integre para que el sistema funcione deficientemente. (SACHA BESOAIN, M.2009).

5. Inventario de atractivos naturales y culturales

a. Definición

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puesto en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico. (NOBOA, P.2008)

b. Atractivo turístico

Atractivo turístico es el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (MINTUR, 2004)

1) Atractivo natural

Se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas. (Ibid, 2004)

2) Atractivo cultural

Se reconocen los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados. (Ibid, 2004).

6. Facilidades turísticas

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo. (Ibid, 2004).

7. Etapas para la elaborar el inventario de atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. (Ibid, 2004).

a. Clasificación de los atractivos

La clasificación de las categorías de atractivos está dada en función de dos grupos: sitios naturales y manifestaciones culturales. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

- Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.
- Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría
- Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos. (Ibid, 2004).

b. Recopilación de información

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo. (Ibid, 2004)

c. Trabajo de campo

Esto consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas

Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías. (Ibid, 2004)

d. Evaluación y jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente. (Ibid, 2004).

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción. (Ibid, 2004)

1) Jerarquía IV

Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial. (MINTUR, 2004)

2) Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos. (MINTUR, 2004)

3) Jerarquía II

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento. (MINTUR, 2004)

4) Jerarquía I

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las Jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico, como elementos que pueden complementar a

otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. (MINTUR, 2004).

E. VIABILIDAD COMERCIAL

1. Definición de mercado

Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Tales compradores comparten una necesidad en particular, el cual puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio. Sin embargo, crear esas relaciones requiere de un esfuerzo, los vendedores deben buscar compradores, identificar sus necesidades, diseñar buenas ofertas de mercado, establecer sus precios, promoverlas, almacenarlas y entregarlas (Kotler, P. 2012)

2. Estudio de mercado

Con el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado, al final de la investigación se podrá palpar o sentir el riesgo que corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo producto o con la existencia de un nuevo competidor. Por otro lado, el estudio de mercado es también útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta del estudio: ¿existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva, el estudio continúa. Si la respuesta es negativa, se plantea la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y más confiable, y lo recomendable sería detener la investigación (Baca, G. 2010)

Las 4Cs del marketing, pretenden generar un dialogo con el cliente, en el que este, es más que un receptor de productos. Ya no es suficiente con darle al cliente un buen producto, sino que debemos conocer cuáles son sus necesidades para poder satisfacerlas por lo cual es necesario analizar las 4C los mismos que son: consumidor, costo, convivencia, comunicación (Sandoval, G. 2010)

a. Análisis de la oferta**1) Concepto**

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios disponibles en un mercado en un determinado precio y en ciertas condiciones. Cuando se analiza la oferta se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos que son muy importantes: Localización de la oferta, estacionalidad de la oferta, evolución histórica, estructura de la producción, capacidad instalada, coeficientes técnicos de conversión, materia prima instalada, disponibilidad de mano de obra especializada, existencia de bienes sustitutos cercanos (Lara, B. 2011)

b. Análisis de la demanda**1) Tipos de Demanda**

La demanda se clasifica en:

- Demanda insatisfecha. - Cuando la demanda total no está debidamente satisfecha es decir en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- Demanda satisfecha. - En la cual lo ofrecido al mercado es lo que este requiere. Satisfecha saturada- la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente (Hartline, M. 2012)

2) Perfil general

Una de las áreas más interesantes, esclarecedoras y definitivas en un estudio de mercado es aquella que está referida al perfil general del consumidor. Para fijarlo se recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura, potencial u objetiva. Para dicho agrupamiento se utilizan cinco tipos de variables que son: socioeconómicas geográficas, motivacionales, de hábitos, gastos, preferencias y de personalidad (Bartesaghi, I. 2011)

3) Muestreo

Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población (Fernández, R. 2009)

4) Muestra

En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que hacemos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe de reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población, ejemplificar las características de la misma (Asteguieta, W. 2010)

5) Tamaño de la muestra

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener. Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), depuse identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra (Baca, G. 2010)

La muestra se define mediante la siguiente fórmula establecida por Cannavos (1988)

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

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

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo.

c. Análisis de la competencia

1) Competencia

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta. La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre muestra representativa de ella, sobre la competencia es necesario investigar: donde están ubicados, cuántos son, cuántos son según el tamaño, qué productos ofrecen, quiénes son sus clientes, por qué le compran, qué piensa sus clientes de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución (CNCA, 2010)

2) Aspectos para el análisis de la competencia

- Localización de la competencia.
- Estacionalidad de la oferta.
- Líneas de productos.
- Capacidad instalada (Kotler, P. 2009)

F. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico busca responder a las preguntas básicas: ¿cuánto, donde, como y con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o el servicio deseado, sea este un bien o servicio. Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto servicio, tamaño de la muestra y cuantificación del volumen de la venta y precio de venta, hay necesidades de definir el producto en el estudio técnico (Orozco, J. 2013)

1. Localización

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera

criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto, el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles (Sapag, C. 2009)

2. Tamaño del proyecto

Es la capacidad de producción que tiene durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año dependiendo el tipo de proyecto que se está formulando (Fernández, S.2009)

3. Capacidad

Después de definida la unidad de medida del tamaño del proyecto se establece la cantidad de producción o de presentación de servicios por unidad de tiempo (Murcia, J.2009)

4. Dimensionamientos

Especificada la micro localización y con ella los terrenos o edificaciones (en el caso particular de restaurantes independientes) por disponer; es factible considerar el manejo de dimensiones por departamentos operacionales o líneas de producción y por áreas de apoyo y facilitación. Para ello será fundamental apoyarse en el estudio de mercado, que nos deberá informar sobre pautas de comportamiento, gustos y preferencias del futuro consumidor, así como de las soluciones arquitectónicas adoptadas por la competencia (Collazos, J.2012)

5. Diseño

El diseño representa en la problemática comercial de un establecimiento turístico un elemento básico para apoyar su éxito en el mercado, ya que aún entre los segmentos motivados por viajes de negocios y convenciones, una empresa turística se encuentra siempre ligada a la idea de placer, descanso y recreación (Medina, U. 2009)

A nivel de un estudio de pre inversión es viable enfrentar el diseño de dos niveles de profundidad. El primero, que podría denominarse “bosquejo de intenciones”, recurre a planteos preliminares sobre trazos verticales, horizontales, fachadas y esquemas básicos de apariencia y distribución. El segundo, ampliamente conocido como anteproyecto arquitectónico (Lira, P.2013)

6. Plan de Marketing

Vender un servicio de viaje o turismo incluye cierta magia porque el vendedor vende un sueño, incluso una fantasía. Para vender bien, el vendedor debe crear un clima adecuado y estar presto a esclarecer todas las dudas, pues una sola se puede transformar en una objeción de compra y en un rechazo. Como instrumento de planeación, el plan debe realizar un análisis completo de la situación actual de la empresa en el mercado, tratando de evaluar de manera objetiva: el mercado y sus principales tendencias, los productos y servicios de la empresa, la competencia, plan detallado de estrategias de distribución y venta, plan de tallado de comunicación y los costos y resultados esperados desde el punto de vista económico (Cruz, M. 2012)

7. Estrategias de promoción

Las tendencias en promoción serán inicialmente de fuerte incidencia sobre la educación de los consumidores y miembros del canal de distribución. Tras la educación, deberá incrementarse la información a los que invierten en relación de intercambio (Córdoba, M. 2011)

G. ESTUDIO AMBIENTAL

Identifican la evaluación ambiental como el procedimiento técnico jurídico – administrativo, empleado para la toma de decisiones relacionadas con actividades con repercusión sobre el medio ambiente, regulado por la legislación vigente. La Evaluación del Impacto Ambiental consta de una serie de pasos concretos regulados por plazos temporales establecidos, cuyo cumplimiento es responsabilidad del órgano ambiental competente (Miranda, J. 2012)

Numerosos métodos han sido desarrollados y usados en el proceso de evaluación del impacto ambiental (EIA) de proyectos. Sin embargo, ningún método por sí sólo, puede ser usado para satisfacer la variedad y tipo de actividades que intervienen en un estudio de impacto, por lo tanto, el

tema clave está en seleccionar adecuadamente los métodos más apropiados para las necesidades específicas de cada estudio de impacto (Serrano, L. 2010)

Las características deseables en los métodos que se adopten comprenden los siguientes aspectos:

- Deben ser adecuados a las tareas que hay que realizar.
- Deben ser independientes de los puntos de vista personales del equipo evaluador.
- Deben ser económicos en términos de costes y requerimiento de datos, tiempo de aplicación, cantidad de personal y equipos (Rivas, H. 2010)

1. **Matriz de Leopold**

La Matriz de Leopold nos permite identificar los principales aspectos de impacto ambiental en un proyecto, con el fin de crear un diagnóstico simplificado que relacione todas las actividades con los parámetros de evaluación. Según la Fundación NATURA, las principales ventajas del método están en que el mismo enfoca de una manera satisfactoria los factores físicos, biológicos y socio-económico, que permite la identificación clara de las acciones con los daños y perjuicios medioambientales más grandes y las acciones con mayores beneficios, siendo posible establecer prioridades en las medidas mitigadoras o compensatorias a ser llevadas a cabo (MAE.2012)

Cada elemento ambiental corresponde a una fila y cada acción a una columna que se relacionan mediante una matriz con 8800 casillas, que corresponden a las posibles interacciones. Es una matriz causa- efecto donde cada causa o acción del proyecto se relaciona con el elemento o factor ambiental sobre el que actúa, produciendo un efecto o impacto ambiental. Si se supone que hay interacción, se señala con una línea diagonal, indicando en la parte superior la magnitud de la alteración del factor ambiental con un signo más o signo menos según sea el impacto beneficioso o adverso, y en la parte inferior la importancia de la alteración, ambas expresadas numéricamente y valorada entre 1 y 10, calificando de 10 la máxima interacción posible y con 1 la mínima (Aldana, A.2012)

Esta matriz puede contraerse o extenderse, se pueden añadir más acciones o más elementos ambientales, o puede hacerse el estudio eliminando previamente aquellas acciones que no produzcan impactos o aquellos elementos no afectados. Los impactos pueden agruparse por aquellas acciones que más afecten o bien por aquellas que afecten menos que la medida, y lo mismo con los elementos ambientales. La matriz es un buen modelo para identificar los impactos porque

proporciona más información que la lista de revisión o los diagramas de redes, y es una forma clara y resumida de identificar los impactos y presentar los resultados (Garmendia, A. 2009)

H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

La administración consiste en la manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones esenciales como la planeación (determinación de objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara los resultados con lo planeado), llamando a su conjunto “Proceso administrativo” o “funciones de la administración. La parte administrativa deberá contar a su vez con áreas funcionales que se complementen entre sí para un adecuado funcionamiento de la empresa, las áreas sugeridas (Miranda, J.2010)

1. Área comercial

Deberá posicionar el producto en el mercado, creando un plan de marketing y publicidad además de establecer políticas de precios y se obligará a innovar permanentemente el producto que se está ofertando (Lacalle, G.2013)

2. Área de producción

De esta área saldrá un producto de calidad y en donde se llevará a cabo la innovación del producto de acuerdo a los criterios establecidos previamente en el área comercial (Dalessio, F.2012)

3. Área Administrativa

Da soporte a las demás áreas técnicas, lo cual la convierten en un órgano fundamental para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Provista de un Coordinador General, cuya función principal está enmarcada en la planificación, coordinación, dirección y ejecución de las labores encomendadas por ley (IMN, 2014)

4. Área Financiera

Esta área será la base de las demás áreas ya que aquí se contará con toda la información necesaria que permita el trabajo de las otras áreas, a partir de esta área se organizarán y planificarán los procesos, controlando y evaluando procesos que se realicen (Mantilla, S. 2013)

5. Estudio Legal

El ámbito legal de un proyecto implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra, espíritu se relacionan con la ejecución y operación de la empresa en estudio. Al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado (Morales, C. 2010)

El proyecto turístico para su operación y funcionamiento debe sujetarse entre otras a los siguientes impuestos y controles estatales:

- Impuestos Municipales
- Impuestos al sistema de renta interna (RUC)
- Impuestos por licencia anual de funcionamiento por el Ministerio de Turismo.
- Permiso de operación al Ministerio del Ambiente en caso de ejecutar el proyecto en Áreas Naturales Protegidas
- Se describen la cantidad que se debe pagar en impuestos y controles estatales (Valbuena, R. 2009)

Requisitos de funcionamiento según el Ministerio de Salud Pública para hoteles –apartamentos-residencias-hosterías-refugios y cabañas- hostales-pensiones

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Copia del RUC actualizado del establecimiento
- Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- Plano del establecimiento a escala 1:50
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal

- Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal
- Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los Centros de Salud del Ministerio de Salud - Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito) (MSP.2013)

Según el reglamento de establecimientos de hospedaje capítulo III exige los siguientes requisitos para la autorización y funcionamiento que se menciona en el siguiente artículo.

Artículo 6: Requisitos para inicio de la actividad.- Los Establecimientos de Hospedaje para el inicio de actividades deberán estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes a que se refiere la Ley N°26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para obtener los registros administrativos y las autorizaciones sectoriales para el inicio de actividades por las empresas; deberán contar con el Certificado de Clasificación y/o Categorización expedido por el Órgano Regional Competente y con la Licencia de Apertura expedida por la Municipalidad correspondiente. (AHOTEC, 2013)

I. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Es la última etapa del análisis de la viabilidad de un proyecto, que permite ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores. La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios (Cohen, R.2009)

Las inversiones del proyecto se pueden clasificarse, según, corresponda, en terrenos, obras físicas, equipamiento de fábrica y oficinas, capital de trabajo, puestas en marcha y otros. Los ingresos de operación se deducen de la información de precios y demanda proyectada, calculada en el estudio de mercado, de las condiciones de venta, de las estimaciones de venta de residuos y del cálculo de ingresos por venta de equipos cuyo remplazo está previsto durante el periodo de evaluación del proyecto, según antecedentes que se puedan derivar de los estudios técnicos (Meza, J.2012)

Los resultados de la evaluación se miden por medio de distintos criterios que, más que operativos, son complementarios entre sí. La improbabilidad de tener certeza de la concurrencia de los acontecimientos considerados en la preparación del proyecto, hace necesario de considerar el riesgo

de inversión en él. Obviamente el inversionista tomara una decisión sobre bases más documentadas (Sapag, N. 2008)

1. Evaluación financiera

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos-financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económicas son herramientas de uso general, lo mismo puede aplicarse a inversiones industriales, de hotelería, de servicios, que a inversiones en informática.

Estas técnicas de uso muy extendido se utilizan cuando la inversión produce ingresos por sí misma, es decir, sería el caso de la tan mencionada situación de una empresa que vendiera servicios de informática. El VAN y la TIR se aplican cuando hay ingresos, independientemente de que la entidad pague o no pague impuestos (Thompson, J. 2009)

a. Flujo de caja

Este concepto se refiere a la cantidad de efectivo generada por las operaciones. Su uso básico es ayudar a determinar la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones (Paredes, D.2011)

b. Valor actual neto

Se define como la diferencia entre los ingresos y egresos a valorar actualizado o diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial. El valor actual neto VAN es simplemente toda la actual de todos los beneficios, costos e inversión del proyecto. A efectos prácticos, es la suma actualizada de los flujos netos de cada periodo (Chaves, D. 2010)

Según Caldas 1995 para la toma de decisiones es la siguiente:

- 1) $VAN > 0 \rightarrow$ el proyecto es rentable.
- 2) $VAN = 0 \rightarrow$ el proyecto es rentable también, porque ya está incorporado ganancia de la TD.
- 3) $VAN < 0 \rightarrow$ el proyecto no es rentable.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t : representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 : es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n : es el número de períodos considerado.

k : d o TIR es el tipo de interés.

c. Periodo de recuperación

Llamado también de reembolso, se define como el número esperado de periodos que se requiere para recuperar la inversión original (Cuartas, F. 2009)

d. Relación beneficio costo

La relación beneficio costo de un proyecto a una tasa de interés i es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés i entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés (Lura, R.2010)

e. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno, conocida como la TIR; refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil. Para la toma de decisiones se toma el siguiente criterio.

- 1) Si $TIR \geq r \rightarrow$ Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (el coste de oportunidad).
- 2) Si $TIR < r \rightarrow$ Se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida. r representa el costo de oportunidad. (Martínez, L. 2009)

La Fórmula que se utiliza para su cálculo es la siguiente:

$$(TIR) = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El presente proyecto se realizará entre la cabecera cantonal Alausí y el centro de turismo comunitario de Nizag, provincia de Chimborazo, a 97km de la ciudad de Riobamba.

2. Ubicación geográfica

Geográficamente el cantón se encuentra ubicada entre las coordenadas proyectadas: UTM Zona 17 S; Datum WGS 84

Tabla No 1. Coordenadas proyectadas

Coordenadas	
X	739572
Y	9756236
Altitud	2340 m.s.n.m.

Nota: Investigación de campo 2014

3. Límites

Al cantón Alausí se encuentran limitando los siguientes nudos y ciudades que se detallan a continuación:

Tabla No 2. Límites del cantón Alausí

Norte	Nudo del Tío Cajas
Sur	Nudo del Azuay
Este	Macas y Sevilla de Oro
Oeste	Hasta las llanuras de la provincia de Guayaquil

Nota: PDOT Alausí 2014

4. Características climáticas

El cantón Alausí está constituido por un variado microclima, por lo que permite obtener una alta zona de diversidad biológica, con una temperatura que oscila entre 14 a 15 grados centígrados y con una precipitación que va desde 250 a 2000mm anuales.

5. Clasificación ecológica

Con el fin de permitir el uso racional de los recursos existentes en el cantón Alausí y una mejor planificación del uso de las tierras aptas para cualquier tipo de cultivo, se detalla la clasificación ecológica de las regiones naturales en función de los factores climáticos y edáficos predominantes, tomando como referencia el Diagrama de Holdrige, en el que se establece la relación existente entre los parámetros climáticos y los ecosistemas o zonas de vida predominantes, entre las que se encuentra en mayor porcentaje el Bosque Húmedo Montano con un 33,86% del total del área cantonal, ubicado en la parroquia de Achupallas; seguido de Bosque muy Húmedo sub alpino y Bosque muy húmedo montano con 12,96% y 11,54% respectivamente:

6. Materiales y equipos

a. Materiales

Esferográficos, papel bon, libreta de apuntes, lápiz, corrector, borrador, marcadores, grapas, engrapadores, clips.

b. Equipos

Computadora, GPS, cámara fotográfica, CDS, Flash memory, impresora, copiadora

B. METODOLOGÍA

1. Determinar el diagnóstico situacional del cantón Alausí

Para el desarrollo del presente objetivo se realizó la revisión y análisis de información secundaria del Plan de desarrollo de Ordenamiento Territorial del cantón Alausí, tomando en cuenta los parámetros del diagnóstico situacional que se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla No 3. Parámetros del diagnóstico situacional

No	Ámbito	Información a recabar
1	Físico espacial	División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad) Límites Vías de acceso
2	Socio cultural	Etnicidad (nacionalidad y pueblo) Historia Población (Total habitantes, número de familias, distribución por género y edad) Migración Nivel de instrucción Profesión u ocupación Servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos) Vivienda (tipo, propiedad, características) Salud Educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes) Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio) Comunicación Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico)

No	Ámbito	Información a recabar
		Combustibles utilizados Abastecimiento de productos
3	Ecológico territorial	Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural) Clasificación ecológica Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas) Descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos) Hidrología Problemas ambientales
4	Económico productivo	Actividades económicas (tipo, ocupación) Desarrollo actual del turismo en la zona Participación o interés de la población en el desarrollo turístico
5	Político administrativo	Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones) Asociatividad (organizaciones) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico Instituciones que trabajan en la zona

Nota: TIERRA P, 2010. Texto básico de Planificación Territorial

2. Determinar la viabilidad comercial del proyecto

Para cumplir con el presente objetivo se revisó fuentes de información secundarias, como datos estadísticos de turistas nacionales e internacionales que visitan el cantón Alausí y la información primaria que se aplicó en el campo.

a. **Análisis de la demanda**

Se realizó el análisis de la demanda tomando en cuenta los siguientes aspectos

1) Segmentación de mercado

Para la segmentación se consideró dos grupos potenciales de turistas nacionales e internacionales quienes visitan el cantón Alausí en el año 2014.

2) Universo

Según los datos proporcionados por Ferrocarriles del Ecuador en el año 2014 los turistas que han visitado la ruta Alausí- Nariz del Diablo está formada por un universo de estudio de 67.800 turistas, de la cual el 66% (44748) son nacionales y el 34% (23052) son extranjeros.

3) Muestra

Para el cálculo de la muestra se empleó la fórmula de Cannavos, 1988

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

Dónde:

n: tamaño de muestra

N: universo de estudio (67800)

e: margen de error (0.05)

z: nivel de confianza (1.96)

p: probabilidad de ocurrencia

q: probabilidad de no ocurrencia

4) Instrumento

La encuesta fue utilizada como instrumento, la misma que se aplicó a los segmentos ya mencionadas anteriormente (Anexo 1, 2)

b. Análisis de la oferta**1) Oferta actual**

El análisis de la oferta se realizó en base a:

a) Oferta actual

Se identificaron los servicios y atractivos turísticos con las que cuenta el cantón Alausí para el desarrollo de la actividad turística.

2) Oferta sustitutiva

Se tomó como referencia las hosterías del cantón Alausí que brindan servicios de hospedaje, alimentación y recreación, las mismas que constituyen una competencia directa para el proyecto.

3) Oferta complementaria

Las actividades y atractivos turísticos que oferta el cantón de Alausí, fueron tomados como referencia ya que son los más estratégicos al sitio de estudio.

c. Confrontación Oferta Vs demanda

Para la proyección de la oferta y la demanda se utilizó la fórmula del método del Incremento compuesto que se detalla a continuación:

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

Dónde:

C_n: población futura

C_o: población al inicio

i: tasa media anual de incremento en el año 2014 es (7%)

n: número de años que se va a proyectar la población

3. Determinar la viabilidad técnica del proyecto

a. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

1) Localización del proyecto

Para la localización se efectuó la macro y micro localización del sector donde se pretende desarrollar el proyecto turístico.

2) Tamaño del proyecto

Se estableció en base al número de clientes proyectados para los años de estructuración del proyecto.

3) Tipología de la construcción

Se mencionó las condiciones que debe poseer la construcción y además se determinó el tipo de materiales a utilizar en la construcción.

b. Diseño técnico arquitectónico

Se consideró los siguientes los aspectos necesarios como: Programación que permitirá la organización de las áreas que la hostería poseerá, mediante la utilización del programa de Auto CAD se realizó el diseño técnico, con la distribución y características de la construcción, se detalló las características de todas las áreas de la hostería y mediante el rubro de la infraestructura se determinó el costo total de la construcción por metro cuadrado.

c. Definición del proceso productivo

Se determinó las necesidades productivas para el proyecto con los siguientes aspectos:

- 1) Flugograma del proceso productivo
- 2) Menú
- 3) Mobiliario, equipo y materia prima

4) Servicios básicos

d. Estudio de mercadotecnia

Se identificará el nicho de mercado mediante la información que proporcionará el perfil del turista nacional e internacional que visitan el cantón para definir las preferencias del consumidor, y en base a esto se elaborará estrategias para el posicionamiento del proyecto en el mercado turístico utilizando las 4Cs del marketing que se detalla a continuación.

1) Las 4Cs del Marketing

Se estructuró en las estrategias de las “4Cs”

a) Cliente

De definió el nombre, slogan, isologo que es un identificador gráfico, los colores representativos, la identidad corporativa que poseerá la hostería.

b) Costo

Se tomó en cuenta el costo de la producción, la competencia, el perfil del turista, y la autenticidad del producto.

c) Convivencia

Se elaboró un plan de comercialización y la distribución directa del producto.

d) Comunicación

Se utilizó medios de comunicación según la información de la encuesta que se realizó para la comercialización y difusión de la hostería.

4. Analizar la viabilidad ambiental del proyecto

Se realizó la evaluación ambiental mediante la matriz de Leopold para el análisis de los componentes socio – ambientales que se verán afectados durante, y después del inicio del proyecto para la cual se elaboró un plan de mitigación (Anexo 3)

5. Elaborar el estudio administrativo legal del proyecto

a. Formulación filosófica y estratégica de la hostería

Para la formulación filosófica y estratégica se determinó mediante los siguientes factores: Visión Misión, Objetivos, Estrategias y Política de la hostería.

b. Estructura organizativa de la empresa

Se elaboró el organigrama estructural y funcional de la hostería de acuerdo a su naturaleza.

c. Manual de funciones y plan de capacitación

Se procedió a elaborar el manejo de funciones en base a las Normas Iso de Competencias Laborales para el sector turístico aprobado por el Ministerio de Turismo

d. Estudio legal

Se revisó el marco legal referente a Normativa legal del sector turístico para determinar el marco legal que regirá para la promoción del desarrollo y la regulación del sector; las potestades del estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y usuarios.

6. Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto

Para la elaboración de la viabilidad económica y financiera se consideró los siguientes parámetros:

1. Activos fijos, diferidos y capital de trabajo
2. Fuentes de financiamientos y uso de fondos
3. Cálculo del servicio de la deuda
4. Cálculo de depreciaciones y amortizaciones
5. Presupuesto de costos y gastos
6. Costos e ingresos
7. Estado financiero “estado de resultado”
8. Estado financiero flujo de caja
9. Punto de equilibrio
10. Balance de situación inicial
11. Balances generales proyectados

La rentabilidad del proyecto se determinó a través del cálculo de los indicadores de rentabilidad como son: VAN –TIR, relación beneficio costo y periodo de recuperación del capital.

VII. RESULTADOS

A. DETERMINAR EL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN ALAUSÍ

1. Ámbito físico- espacial

a. Localización

El cantón Alausí se encuentra ubicado a 95 km al sur de la ciudad de Riobamba ocupa gran parte de la hoya de su mismo nombre. Pertenece a la provincia de Chimborazo que se extiende hasta el oeste y sur de la provincia entre los Nudos de Tiocajas y el Azuay.

b. Límites

Tabla No 4. Límites del cantón Alausí

Norte	Nudo de Tío Cajas,
Sur	Nudo del Azuay,
Este	Macas y Sevilla de Oro
Oeste	Hasta las llanuras de la costa en la provincia del Guayas.

Nota: PDOT Alausí 2014

c. División política administrativa

Para una más organizada planificación, se ha dividido al Cantón en tres zonas definidas, tomando como base el factor climático, que responde, evidentemente, a una determinada ubicación geográfica que en cada zona genera características específicas de sus recursos naturales, aspectos de producción agrícola principalmente, de salud, lenguaje, arquitectura etc. y determina por lo tanto la forma en cómo se debe intervenir socio políticamente en ellas.

El cual está constituido por 11 parroquias las cuales están distribuidas en tres zonas la cual es zona alta, zona media y zona baja, cada una de las parroquias estas conformadas por comunidades y barrios, en el siguiente cuadro se detalla lo misionado.

Tabla No 5. N6mina de parroquias con sus comunidades

Zona	Parroquia	No comunidad	Nombre de las comunidades
ALTA	Achupallas	26	Jubal, Huanca Pallaguchi, San Francisco, Shaglay, Mapagüiña, Shumid, Bactinag, San Antonio, Chipcha, Cobshe Bajo, Cobshe Alto, Santa Rosa, Dolorosa, Pomacocha, Guangras, Guaylla Chico, Guaylla Grande, Ozogoche Bajo, Totoras y Chinihuayco.
	Sevilla	6	San Pablo, La Playa, Ragra –Alobucho, Dalincochas
	Pumallacta	3	La Playa, Shabasñay, San José de Arrayán, Guapcas, Piñán
MEDIA	Tixan	40	Busay, Resgualay, San Carlos de Chuquirá, Tixán, Yuyaute Alto, Quislag, Grande, Quichud Laguna, La Silveria, Santa Lucía, Quislag Chico, Yuyaute Bajo, Pishillig, Yanayacu, Pishillig-Yacupungo, Pishillig-Utzuquiz
	Alausí rural	9	Llactapamba, Conventillo, Chivatuz, Shushilcon, Nizag, Casual, Aypud, Guñag
	Alausí urbano	27	José Antonio Pontón, Vicentina, Aipan Chico, Nuevo Alausí, Mullinquíz, Muerto, San Pedro, Barrio La Palma, Camal, La Madre, Bolivia/Panamá, 13 de noviembre, Lorito Loma San Cristóbal, Pacalú, Chitaquí, 24 de mayo, Simón Bolívar, Shamanga, El Bosque, La Esperanza, 25 de junio, El Valle, Virgen del Rosario, Alausi Pata, Las Orquideas
	Guasuntos	4	Cherlo, Tolatus, Shuid, La Moya
BAJA	Sibambe	29	San Jorge de Segla, Chol, San Francisco de Gulag, Alpachaca, Tugna, San Nicolás, Cascarillas, Shablud, Cachi Corral, Pepinales, Pagma, Yalancay, San José, Chilcapamba, ChecChec, Cochapamba, Guñin, Cushcún, La Esperanza, San Miguel Loma, Bayanag Chico, La Moya, Pismaute, Bayanag Grande, Tucunag, Chinipata, Cotoyaco, Sinancumbe, Yocón Grande, Chapsi, Ebañeta, Yocón Chico
	Huigra	22	Namza Chico, Pasan, Cochapamba, Calicanto, Gamalote, Angas, Huarumo, Pangal, Linge, Llimancay, San Roque, Pajón, Nueva Esperanza, Tilange, Guabalcón, La Rosita, Palmasola, Lugmas, Pintuguayco, Namza Grande
	Multitud	16	Guamanpata, Chaguarpata, Estación de Multitud, El Citado, Multitud Grande, La Libertad, El Sural, Piñapungo, La Esperanza, Corcobado, Frondoso, Surupata, Tres Naranjos, Laucay, San Juan de los Andes, Las Rocas. y Multitud Matriz

	Piatishi	3	Achaisi, Tolte, Pistishí
Total		542	

Nota: Plan de Ordenamiento Territorial del GAD de Alausí, 2014

2. Ámbito socio - cultural

a. Etnicidad

En el cantón Alausí 80% de las personas se identifican la como indígena llegando a ser la mayor parte de la población, y el 20% de la población son mestizas en menor número.

b. Historia

Varios cruces históricos se producen en territorio alauseño. Por su localización era ruta del caminante precolombino hacia la región costanera y viceversa; desde la región amazónica hacia la costa por la cuenca del Chanchan y viceversa. Fue el espacio para encuentros y desencuentros entre los norteños Puruháes y los sureños Cañarís; y estos, a veces juntos y eventualmente por separado, haciendo frente a incas y españoles. Con la conquista española, se abre un duro repliegues hacia el páramo con rigores climáticos y limitaciones para la subsistencia, mientras el criollo va sintiéndose nativo y buscando autonomía.

En el entretanto, la producción material ofrece patrimonios interculturales tangibles muchos desconocidos por hoy, y patrimonios intangibles que configuran una identidad local para profundizar un acuerdo intercultural cantonal que podría transformarse en el motor de su cambio, fundamentándose en oportunidades de aprender de la modernidad y los ancestros para un desarrollo con identidad.

c. Población

La población total de Alausí es de 44089 habitantes según el censo del 2010, determinando que hay más mujeres que hombres en el cantón, debido a la migración interna como externa, en el siguiente cuadro se detalla por edades y géneros.

Edad	Hombre	Mujer	Total	Número de familia
Menor a 1 año	472	464	936	11261
De 1 a 4 años	2224	2224	2224	
De 5 a 9 años	2914	2856	5770	
De 10 a 14 años	2969	2906	5875	
De 15 a 19 años	2360	2347	4707	
De 20 a 24 años	1562	1805	3367	
De 25 a 29 años	1155	1474	2629	
De 30 a 34 años	972	1133	2105	
De 35a 39 años	924	1128	2052	
De 40 a 44 años	812	1012	1824	
De 45 a 49 años	812	898	1710	
De 50 a 54 años	705	826	1531	
De 55 a 59 años	755	850	1605	
De 60 a 64 años	677	813	1490	
De 65 a 69 años	611	759	1370	
De 70 a 74 años	496	569	1065	
De 75 a 79 años	338	408	746	
De 80 a 84 años	260	282	542	
De 85 a 89 años	110	132	242	
De 90 a 94 años	45	69	114	
De 95 a 99 años	12	21	33	
De 100 años a mas	3	5	8	
Total habitantes	21188	22901	44089	

Tabla No 6. Población del cantón Alausí

Nota: Censo Nacional de Población y Vivienda, 2010

d. Nivel de educación

La educación esta modificada de acuerdo al censo del 2010 sin embargo partiendo de la estadística existente, se puede visibilizar como la educación inicial tiene mayor acogida tanto en la población urbana y rural. Pero a partir de la educación primaria va decreciendo la población rural, siendo un porcentaje mínimo que tienen estudios superiores.

Tabla No 7. Nivel de educación

Nivel de educación	Urbano %	Rural %	Promedio %
Educación inicial	94.4	91.67	91.99
Educación primaria	91.98	93.74	93.53
Educación secundaria	80.65	51.90	55.90
Educación de bachillerato	67.27	32.48	37.50
Educación superior	25.85	4.55	8.34

Nota: Investigación del PDOT del GAD de Alausí, 2014

e. Servicios básicos disponibles

Ni la mitad de la población tiene opciones de agua potable, con el agravante de que lo existente se torna obsoleta y las obras emprendidas aun no son significativas este problema está presente en las comunidades del cantón.

Con los sistemas de alcantarillado sucede algo similar, se concentran en la cabecera cantonal y parroquiales, pero con urgencias de ampliación y mejoramiento; pero, además, con la necesidad de programas efectivos para el tratamiento de aguas servidas; pues, siendo Alausí un territorio que va desde la alta montaña hacia el subtrópico, el descenso de las aguas sucias implica contaminación a las poblaciones bajas.

La recolección de basura en la cabecera cantonal es diaria y pese a las limitaciones materiales se cumple; pero, como es el mismo equipo humano y material para el trabajo en las cabeceras parroquiales y ciertas comunidades, se lo hace cada dos o tres días y ciertamente que no es suficiente. Se complica el panorama porque en las comunidades del extenso territorio no hay ni sistema, ni actitud ciudadana respecto de la basura con todas las consecuencias para la salud y la contaminación.

Sin duda que la dotación de energía eléctrica es la diferencia, ya que el 86% de la población está atendida, según cifras del 2010. En muchos casos, el esfuerzo de los mismos comuneros ha servido para su implementación en cualquier latitud.

Tabla No 8. Servicios básicos

Servicios básicos	%
Agua potable	45.9
Alcantarillado	27.57
Recolección de basura	23.79

Energía eléctrica	86
--------------------------	----

Nota: PDOT del cantón Alausí, 2014

f. Salud

Las principales necesidades de salud están referidas tanto a la estructura sociodemográfica y a las condiciones generales de vida (sanidad habitacional, nutrición, educación, etc.), como a las propias deficiencias del sistema de salud ecuatoriano cuya falta de cobertura afecta sobre todo a las zonas rurales más alejadas. En la estructura de salud puede identificarse tres subconjuntos: el sector público, el sector privado (con fines de lucro) y el sistema tradicional, también llamado no formal.

El primero, formado por el Ministerio de Salud Pública, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y el seguro campesino, cubre teóricamente el 70% de la población. El también teórico 30% restante es atendido por el sector privado con fines de lucro y el asistencial, como Cruz Roja.

El sector no formal asiste a sectores importantes de población, especialmente en las zonas rurales alejadas y a los sectores urbanos marginales donde el sistema público tiene además muy escasa cobertura. Este sector está integrado por personal de salud de la medicina tradicional andina.

En la cabecera cantonal se puede tener servicios de salud mediante los distintos sitios de salud con el que cuenta Alausí. Hay aspectos culturales y prácticos los que obligan a la población alauseña a buscar alternativa con los cultores de la medicina ancestral, siendo las parteras con mayor demanda especialmente en el sector rural. De muchas maneras esos profesionales suplen las necesidades de atención médica.

Tabla No 9. Servicios de salud

Servicios	Número
Consultorios	9
Hospital	1(con 28 médicos)
Dispensarios	8
Subcentros de salud	8
Centros de salud	1
Yachags	34
Parteras	105
Fregadores	34
Curanderos	28

Nota: PDOT del cantón Alausí, 2014

3. Ámbito ecológico territorial

a. Condiciones ambientales de la zona

El Ecuador es altamente vulnerable a la variabilidad y el cambio climático; fenómenos locales (lluvias intensas, heladas, sequías) que ya han impactado con recurrencia y de manera negativa en la situación agrícola del país (MAE, 2013)

De acuerdo a la información que brinda el mapa de los cantones con zonas más vulnerables en relación al sector de población se encuentra Alausí dentro de los índices de Alta Vulnerabilidad.

El Cantón Alausí posee un clima muy variado, desde Tropical Húmedo hacia el Oeste, Templado en la parte Central y Frío hacia el Este y Sur, en las zonas altas de la Cordillera Real.

Entre una de las mayores ventajas de la variabilidad altitudinal de la zona al ubicarse a partir de los 1255 msnm hasta los 4300 m.s.n.m. es la gran biodiversidad presente, dentro del rango de temperaturas que oscilan entre los 12 y 22 °C influenciados por las corrientes costeras como por los vientos de la propia Cordillera Andina.

Tabla No 10. Variaciones de clima del cantón Alausí

Grados	Área (Ha)	Área %	Grados	Área (Ha)	Área %
2-4 °C	1600	0,96%	12-14 °C	10540	6,36%
4-6 °C	33077	19,95%	14-16 °C	5126	3,09%
6-8 °C	33047	19,93%	16-18 °C	7175	4,33%
8-10 °C	45189	27,25%	18-20 °C	11380	6,86%
10-12 °C	15479	9,33%	20-22 °C	3221	1,94%

Nota: PDOT del cantón Alausí, 2014

b. Clasificación ecológica

Con el fin de permitir el uso racional de los recursos existentes en el cantón Alausí y una mejor planificación del uso de las tierras aptas para cualquier tipo de cultivo, se detalla la clasificación ecológica de las regiones naturales en función de los factores climáticos y edáficos predominantes, tomando como referencia el Diagrama de Holdridge, en el que se establece la relación existente entre los parámetros climáticos y los ecosistemas o zonas de vida predominantes son: Bosque húmedo

montano bajo, Bosque pluvial montano, Bosque muy húmedo montano bajo, Bosque húmedo sub alpino, Bosque seco pre montano, Bosque húmedo pre montano, Bosque pluvial sub alpino, Estepa espinosa montano bajo, Bosque seco montano bajo, Estepa montano, Bosque muy húmedo montano, Bosque muy húmedo sub alpino, Bosque húmedo montano

c. Uso de suelos

Descrito en hectáreas de ocupación dentro del territorio; se puede apreciar que la mayor área de ocupación de suelo pertenece a territorio de Páramos y Vegetación Arbustiva con 57.671,48 ha, las mismas que corresponden al 29,89% del total del área de páramos de la provincia de Chimborazo.

En segundo lugar, en presencia territorial son los cultivos de altura en porcentaje del 18,99% y ocupando 31.487,77 ha del cantón.

Los cultivos de altura (Zona Alta) ocupan una superficie de 30.998,912 hectáreas que representan el 18,69%; la zona media o templada ocupa 1009,793 hectáreas; los cultivos de la zona baja o subtropical representan el 0,19% con 319,373 hectáreas.

La vegetación de páramo con 60710,117 hectáreas representa el 36,61% de la superficie territorial; los cultivos de altura constituyen el 18,69%; entre cultivos/pasto/bosque el 9,02%; matorral húmedo el 8,34; entre el pasto cultivado y el pasto natural representan el 8,93%; bosque húmedo el 7,14%; eriales el 6,53%; cultivos permanentes el 2,79%; depósitos de agua el 0,74%; los cultivos de zona templada el 0,61%; los cultivos de zona cálida 0,19%; las plantaciones forestales 250.965 hectáreas que representan el 0,15% la zona urbana con características amanzanadas el 0,27% del territorio cantonal.

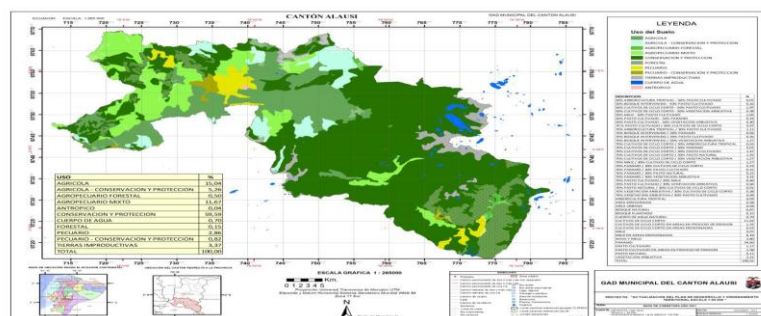


Figura No 1: Uso del suelo del cantón Alausí

Nota: PDOT del cantón Alausí, 2014

d. Descripción de flora y fauna

1) Flora

En el cantón Alausí las especies de flora más común que se puede encontrar, en sus diferentes parroquias y comunidades se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla No 11. Flora del cantón Alausí

Nombre científico	Nombre Común	Uso
<i>Franseria artemisoides</i>	Maíz	Alimentación
<i>Medicago gativa</i>	Alfalfa	medicinal
<i>Baccharis poluantha</i>	Chilca	medicinal
<i>Verbena litoralis</i>	Verbena	medicinal
<i>Mellisa officinalis</i>	Toronjil	medicinal
<i>Matricaria camomila</i>	Manzanilla	medicinal
<i>Taraxacum officinalis</i>	Taraxaco	alimentación
<i>Urtica dioica</i>	Ortiga blanca	medicinal
<i>Equisetum spp</i>	Cola de caballo	medicinal
<i>Eugenia spp</i>	Arrayan	Medicina natural
<i>Plantayo major</i>	Llantén	Medicina natural
<i>Boraga officinalis</i>	Borraja	Industria textil
<i>Malvastrum peruvianum</i>	Malva	Industria
<i>Franseria artemisoides</i>	Marco	Alimentación
<i>Condamine nasturioides</i>	Berro	Tratamiento de inflamación de vías urinarias
<i>Chuquiragua insignis</i>	Chuquirahua	Reumatismo, vesícula y antiparasitario
<i>Cortadeira rudiuscula</i>	Sigseg	Cura espantos crónicos
<i>Bistropogon mollis</i>	Tipo	Infusión
<i>Buddleja incana</i>	Quishuar	Se utiliza como rompe vientos en terrenos
<i>Crataegus oxyacantha L</i>	Espino blanco	Cura fiebre en los animales

Nota: PDOT del cantón Alausí, 2014

2) Fauna

El cantón Alausí cuenta con una variedad de fauna en las comunidades donde existen remanentes de páramo que son conservadas por los comuneros en el mismo se puede encontrar especies que se enlistan en el siguiente cuadro.

Tabla No 12. Fauna del cantón Alausí

Nombre Vulgar	Nombre Científico	Especie
Zorrillo	<i>Alopéx culpes</i>	Mamífero
Chucuri	<i>Culpes</i>	Mamífero
Raposa	<i>Vulpini</i>	Mamífero
Gorrión,	<i>Passerdomesticus</i>	Ave
Tórtola	<i>Streptopelia risoria</i>	Ave
Chushi	<i>Desconocido</i>	Ave
Mirlo	<i>Turdidus</i>	Ave
Lagartijas	<i>Lacertaviridis</i>	Saurio
Sapos-Ranas	<i>Bufo</i>	Batracio
Colibríes	<i>Archilochus colubris</i>	Ave
Gavilán	<i>Gypesfulvus</i>	Ave
Lobo de páramo	<i>Lycalopex culpaeus</i>	Mamífero
Conejo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Mamífero
Venado de páramo	<i>Odocoileus peruvianus</i>	Mamífero

Nota: PDOT del cantón Alausí

e. Hidrología

La red hidrográfica es compleja y drena hacia las cuencas del Pacífico y del Atlántico. El sector Tres Cruces pasando por la Cordillera de Yaguil, Mandanapungu, Cerro el Toldo, Loma Paderumi, hasta Cerro Minas constituye la irregular divisoria de aguas que separa las cuencas Hidrográficas de los ríos Paute, Chambo y Chanchán

El perímetro de la red hidrográfica cantonal es de 1250,42 km., correspondiente a cuerpos de agua, distribuidos en más de 40 lagunas localizadas gran parte en el sistema lacustre de Ozogoché y en todo el territorio cantonal entre los ríos principales se encuentra el río Alausí (Chanchán), que nace

en los páramos de Atapo, recibe las aguas de los ríos Sibambe, Lauma Blanco y Angas, uniéndose con el Chimbo para formar el Yaguachi que finalmente se une al río Guayas para llegar al Océano Pacífico.

4. Ámbito económico productivo

a. Actividad económica

Las principales actividades productivas que se desarrollan en el cantón según la PAE son: La agricultura y ganadería es la principal rama en lo referente a la ocupación de la población económicamente activa, en segundo lugar, está la actividad del comercio y en último lugar la manufactura y otro de las actividades más recientes es el turismo.

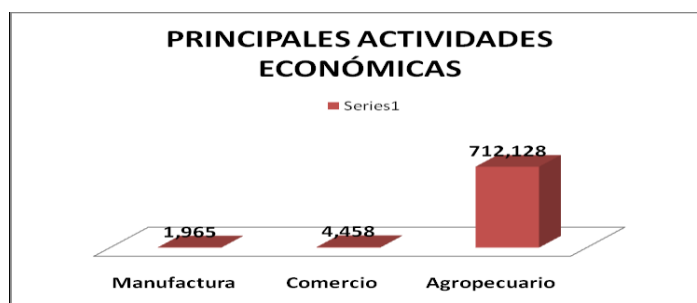


Figura No 2. Principales actividades económicas

Nota: PDOT del cantón Alausí, 2014

Dentro del cantón se identifican otros tipos de actividades económicas que, a pesar de ser desarrolladas en mínimas cantidades, son parte importante dentro de la dinamización económica local del cantón.

Tabla No 13. Actividades económicas del cantón

Descripción	Manufactura	Comercio	Servicios
Elaboración de productos alimenticios	11		
Fabricación de productos textiles.	1		
Fabricación de prendas de vestir.	9		
Fabricación de cueros y productos conexos.	2		
Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho, excepto muebles;	5		

fabricación de artículos de paja y de materiales transables			
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	1		
Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo	7		
Fabricación de muebles.	1		
Otras industrias manufactureras	1		
Reparación e instalación de maquinaria y equipo.	1		
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.			1
Construcción de edificios.			3
Actividades especializadas de la construcción.			1
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas		15	
Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.		1	
Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.		281	
Transporte por vía terrestre y por tuberías.			4
Almacenamiento y actividades de apoyo al transporte.			2
Actividades postales y de mensajería			13
Actividades de alojamiento			79
Servicio de alimento y bebida			1
Actividades de publicación.			2
Actividades de programación y transmisión.			24
Telecomunicaciones.			8
Actividades de servicios financieros, excepto las de seguros y fondos de pensiones			1
Actividades inmobiliarias.			19
Actividades jurídicas y de contabilidad.			2
Actividades de oficinas principales; actividades de consultoría de gestión.			2
Actividades de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos. Publicidad y estudios de mercado			1
Otras actividades profesionales, científicas y técnicas			3
Actividades veterinarias			1
Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades conexas.			1
Actividades de seguridad e investigación.			1

Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas.			7
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.			15
Enseñanza.			17
Actividades de atención de la salud humana.			17
Actividades de atención en instituciones.			2
Actividades de asistencia social sin alojamiento			1
Actividades de juegos de azar y apuestas.			2
Actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas.			3
Actividades de asociaciones			10
Reparación de computadores y de efectos personales y enseres domésticos.			15
Otras actividades de servicios personales.			23
Total	39	297	282

Nota: PDOT del cantón Alausí, 2014

b. Desarrollo actual de turismo en la zona

Alausí tiene un alto potencial turístico que no está aprovechado de la mejor manera; existen debilidades en el desarrollo de la actividad turística, tanto como es el mal manejo de los recursos naturales y culturales, falta de organización. Alausí es un centro de intercambio cultural y comunicación de la sierra con la costa; de allí la importancia que tiene por estar ubicado en un punto estratégico y por ser el mejor centro de operaciones que el turista puede tener para planificar su estadía.

En el cantón se encuentra uno de los atractivos turísticos más visitados por turistas nacionales y extranjeros, y además otros atractivos que lo complementa a dicho atractivo turístico que se describe a continuación.

1) La Nariz del Diablo

Es una majestuosa obra de ingeniería, única en el mundo, que alcanza una altura de 1900 m.s.n.m. enroscadas como gigantescas serpientes duermen las inquietas y encantadoras rieles que un día formaron parte sistema ferroviario más extenso del Ecuador. La Nariz del Diablo es una roca

gigantesca en forma de nariz por cuyas faldas corre el tren hasta llegar un punto en el que tiene que retroceder y avanzar en Zig-Zag, y descender 100 metros. Su nombre proviene de la estructura prominente de la montaña y de las rudas o diabólicas dificultades a que dio lugar para franquearla con un camino de hierro.

2) Centro comunitario Nizag

La comunidad de Nizag es un lugar muy acogedor, su clima es templado. Los habitantes de la comunidad de Nizag conservan sus tradiciones, una de sus peculiaridades es la vestimenta multicolor autóctona con el infaltable sombrero blanco. Se identifican como bravos defensores de su cultura y territorios de vida; se dedican a la agricultura y la elaboración de artesanías en las que utilizan materia prima como el hilo extraído del penco del cual realizan varios procesos de lavado y secado para luego tejer las tradicionales “shigras” utilizando una aguja gruesa sin punta.

Actualmente realizan deportes de aventura como parapente, turismo comunitario, cabalgatas, caminatas, actividades espirituales religiosas y de cosmovisión andina, investigación, voluntariado y tours de agroturismo. Nizag se encuentra a 19 Km del centro de Alausí tomando un desvío a 1 Km después de la comunidad la Moya en la vía a Cuenca, la temperatura aproximada es de 18°C y la altitud es de 2523 msnm. Al visitar la comunidad de Nizag, se puede palpar y disfrutar las tradiciones de su pueblo.

3) Mirador Loma de Llugli

El patrono de Alausí, San Pedro el principal discípulo de Jesucristo, apóstol y misionero de la primitiva Iglesia cristiana, en la loma de Llugli se levanta un monumento en su honor tiene 15 metros de altura, el mismo que sostiene en su mano derecha la llave de del Reino de Dios ya que la doctrina católica afirma que Jesús designó a San Pedro como heredero de los apóstoles y primer Papa.

Este monumento puede ser observado desde la panamericana y su acceso es fácil ya que se han implementado escalinatas para poder llegar hasta el monumento, los espacios verdes proporcionan una agradable imagen de este sitio, este lugar es un mirador natural en donde se observa toda la ciudad

4) **Iglesia Matriz**

Las Iglesia Matriz de Alausí se han convertido en un lugar de visita escogido por los turistas debido a la hermosa arquitectura y fabulosa arte que encierra. Este Templo es el más importante del cantón, su construcción se realizó con piedra extraída de las minas de Chiripungo, las cuales se encuentran localizadas a 2 kilómetros de la ciudad.

Su fachada es de estilo gótico – romano con piedra y columnas rectas, se destaca la imagen de Cristo Rey, en su interior encontramos un retablo, en sus columnas existen volutas con arcos de medio punto, en el centro hay un mosaico característico de estilo corintio, las torres eran ovaladas pero con el terremoto de 1961 se destruyeron por lo que fueron remodeladas de otra forma, dentro de la iglesia podemos apreciar imágenes como son: San Pedro, Santa Mariana de Jesús, Señor resucitado entre otros y datan del siglo XIX.

5) **Gastronomía típica del cantón**

- a) **Hornado:** (carne de cerdo), fritada y la tortilla de papa (llapingacho). Estos alimentos típicos del lugar, se sirven en el sector de comidas, en el mercado central.
- b) **Papas con Cuy:** Al cuy se lo lava bien, se aliña y se lo dora por los dos lados. Acompañado de papas bañadas en zarza de maní, con una ensalada de lechuga y ají. Se lo puede servir con arroz.
- c) **Guata:** Cocinar la guata con aliños y cebolla, una vez cocinada cortar en cuadritos luego preparar la zarza de maní y agregar la guata. Acompañar con papas y arroz.

5. Administración Política

a. Organigrama funcional

El nivel de mando Institucional viene determinado por el grado jerárquico para la toma de decisiones respecto de los objetivos generales y específicos del Gobierno Municipal:

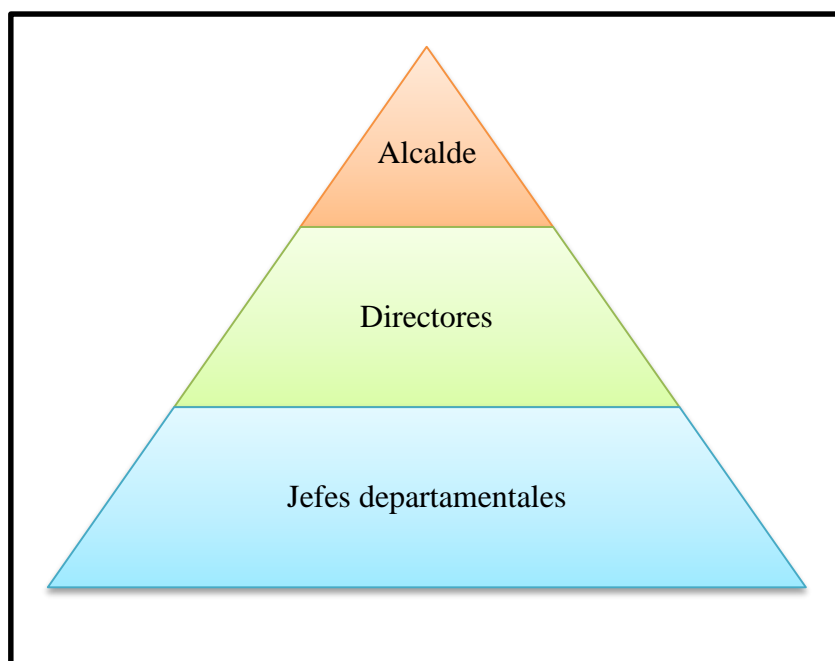


Figura No 3. Diagrama funcional del GAD del cantón

Nota: PDOT del cantón Alausí, 2014

b. Análisis de Involucrados

Tabla No 14. Análisis de Stakeholders (involucrados)

No.	Organización	Enfoque	Beneficiarios	Cobertura	Ejes de Acción	Potencialidades Y Perspectivas
1	Corporación de Desarrollo Comunitario y Turístico de Chimborazo "CORDT UCH"	Libre mercado	18 organizaciones Sociales	Alausí, Riobamba, Colta Guamote	Promover fortalecer actividades turísticas comunitarias, desde una perspectiva participativa sustentable	Contribuir a la defensa de la revalorización y control del territorio, para reafirmar la identidad cultural. Perspectiva: fortalecer la solidaridad, la cooperación, el respeto a la vida, la conservación y el manejo sostenible.
2	COMICH	Del Buen Vivir		Provincial	Fortalecer la política organizativa, recuperar la identidad, fortalecer la economía alternativa solidaria	Perspectiva: Recuperar la producción tradicional, el poder del gobierno comunitario a través de la comercialización.
3	FAO	Economía solidaria y libre mercado	6 comunidades, 40 promotores 800 familias	6 cantones (Alausí; Colta, Guamote, Guano, Riobamba, Chambo)	Proyecto Runa Kawsay: Fortalecimiento de organizaciones indígenas y seguridad alimentaria	Valoración de lo local, sensibilización y empoderamiento de las organizaciones; elaboración de proyectos y planes de negocio; sistemas de comercialización. Perspectiva: desarrollar y fortalecer sistemas de comercialización, solidarios, competitivos, innovadores y sostenibles.
4	GAD Provincial			Alausí- Provincia	Vialidad, riego, producción y ambiente	PD y OT Provincial
5	Iglesia Católica			Alausí	Producción	
6	Iglesia Evangélica			Alausí	Producción, emprendimientos	

No.	Organización	Enfoque	Beneficiarios	Cobertura	Ejes de Acción	Potencialidades Y Perspectivas
7	Cooperativas de Ahorro y Crédito			Alausí	Ahorro y crédito	
8	ESPOCH, UNACH				Tesis, pasantías	
9	Ministerio de turismo			Nivel nacional	Ofrecer Servicios de calidad, Estimular las inversiones turísticas y Fortalecer la promoción interna y externa del potencial turístico de Ecuador	Fomento de emprendimientos privados y comunitarios a través de la implementación del Plan nacional de capacitación turística
10	Ministerio de Patrimonio y cultura			Nivel nacional	Descolonización, derechos culturales, emprendimientos culturales y nueva identidad ecuatoriana	
11	Ferrocarriles del Ecuador			Nivel nacional	Custodia de valores así, como los requisitos de funcionamiento, obligaciones y responsabilidades de los funcionarios	
12	Ministerio del Ambiente				Control y vigilancia de uso público y de conservación de las áreas protegidas	Implementa actividades basadas en la sustentabilidad y sostenibilidad del territorio

Nota: PDOT del cantón Alausí, 2014

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Segmentación de mercado

Según la información proporcionada por Ferrocarriles del Ecuador al ITUR de Alausí, para la segmentación de mercado se consideró dos grupos de segmentos de mercados prioritarios de turistas, nacionales e internacionales quienes visitaron el cantón en el año 2014.

b. Universo

Según los datos proporcionados por Ferrocarriles del Ecuador en el año 2014 los turistas que visitaron la ruta Alausí- Nariz del Diablo se registraron 67.800 turistas, de la cual el 66% (44748) son nacionales y el 34% (23052) son turistas extranjeros.

c. Cálculo de muestra

Con los datos detallados anteriormente se calculó con la fórmula de la muestra, (Cannavos 1988), que se detalla a continuación:

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

Dónde:

n: tamaño de muestra

N: universo de estudio (67800)

e: margen de error (0.05)

z: nivel de confianza (1.96)

p: probabilidad de ocurrencia

q: probabilidad de no ocurrencia

1) Turistas Nacionales

$$n = \frac{44748(0.5)(0.5)}{(44748 - 1) \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{11187}{29.37}$$

$$n = 380 \text{ Encuestas}$$

2) Turistas extranjeros

$$n = \frac{23052(0.5)(0.5)}{(23052 - 1) \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{5763}{15.25}$$

$$n = 377 \text{ encuestas}$$

De acuerdo al cálculo de la muestra el número de las encuestas que se aplicaron a turistas nacionales son 380 y para turistas internacionales son 377 encuestas en la estación del Ferrocarril del cantón Alausí.

a. **Caracterización de la demanda**

1) **Turistas Nacionales**

a) **Edad**

Tabla No 15. Edad de los turistas nacionales

Indicador	No. encuestas	Porcentaje %
15 - 25	90	24
26 -36	134	35
37- 47	66	17
48-58	31	8
59-69	34	9
70 a más años	25	7
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

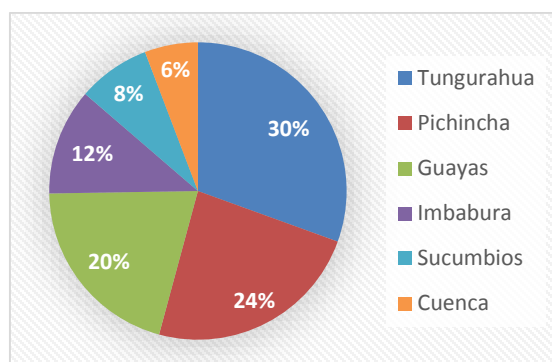


Figura No 4. Edad de los turistas

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Según el resultado de las encuestas realizadas los rangos de edades más frecuentes de los turistas que visitan la Ruta Alausí – Nariz de Diablo está conformada entre edades de 26 a36 con un 35% seguido de 15- 25 años con un porcentaje 24%, y el 17% edades que van de 37-47años.

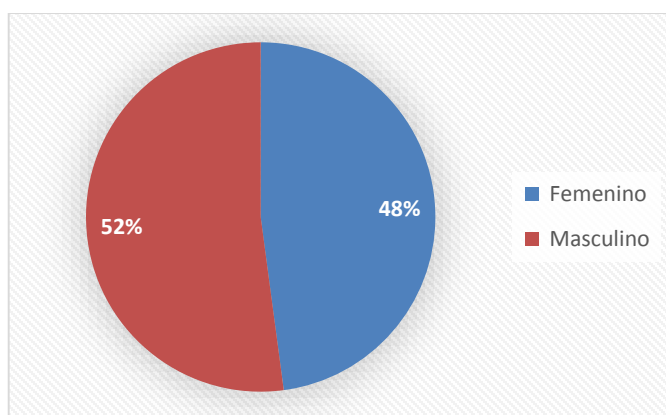
Análisis: De acuerdo a los resultados nuestro servicio estará dirigido a un segmento de jóvenes y adultos, pero también sin dejar a lado a segmentos de adultos mayores y personas con capacidades especiales que requieran de los servicios que oferta la hostería.

b) **Género****Tabla No 16.** Genero de los turistas nacionales

Género	No. encuestas	Porcentaje%
Femenino	182	48
Masculino	198	52
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

**Figura No 5.** Género de los turistas nacionales

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Los turistas que visitan el cantón con mayor frecuencia son de género femenino con un porcentaje del 52%, y el 48% el género masculino.

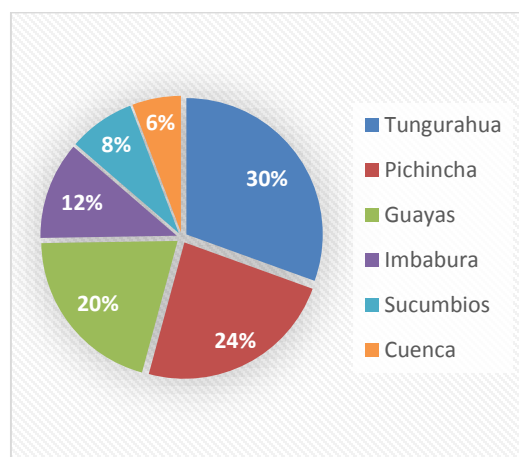
Análisis: Por lo cual la oferta de servicios turísticos que pretende brindar la hostería se dirigirá a turistas de género femenino y masculino que pernocten en la ciudad.

c) **Lugar de procedencia****Tabla No 17.** Lugar de procedencia de turistas nacionales

Provincia	No. encuestas	Porcentaje%
Tungurahua	116	30
Pichincha	90	24
Guayas	78	20
Imbabura	44	12
Sucumbíos	30	8
Cuenca	22	6
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

**Figura No 6.** Procedencia de los turistas

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: De las provincias que mayor visitan el cantón son: la provincia de Tungurahua con un 30%, seguido de la provincia de Pichincha con 24 % y la provincia del Guayas con el 20%, y las provincias de Sucumbíos, Cuenca e Imbabura son provincia que tienen menos del 12% según los resultados de la tabulación de la encuesta.

Análisis: La cual permitirá determinar las ciudades claves para la comercialización de los servicios con las que cuenta la hostería, para la oferta en el ámbito turístico.

d) **Ocupación**

Tabla No 18. Ocupación de los turistas nacionales

Indicador	No. Encuestas	Porcentaje %
Empleado	130	34
Estudiante	187	49
Jubilado	63	17
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

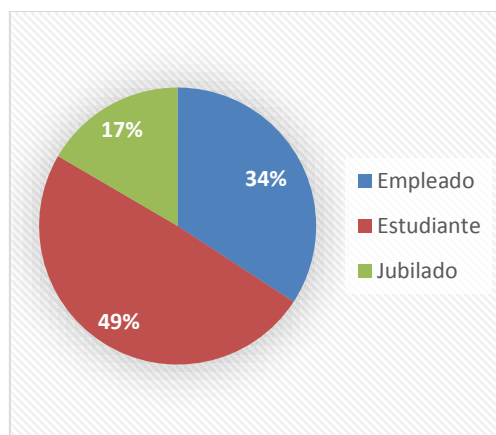


Figura No 7: Ocupación de los turistas

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Este tipo de segmento son turistas generalmente estudiantes con un 49%, sin dejar de tomar en cuenta que este segmento tiene un porcentaje del 34% de trabajadores en empresas públicas o privadas que generan recurso y gastos y el 17% son personas que por su edad han dejado de trabajar.

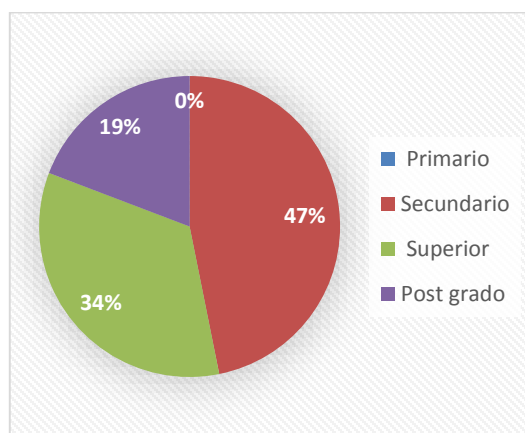
Análisis: De esta manera demuestra que nuestros potenciales compradores de los servicios que ofertará la hostería serán estudiantes de instituciones superiores y empleados que generan ingresos económicos y sus gastos serán representativas para la hostería.

e) **Nivel de educación****Tabla No 19.** Nivel de educación de los turistas nacionales

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Primario	0	0
Secundario	178	47
Superior	129	34
Post grado	73	19
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2014

Elaborado por: María Belén Cuzco

**Figura No 8.** Nivel de educación

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El nivel de educación de este segmento es secundario con un porcentaje del 47% del total de los encuestados y con el 34% son estudiantes universitarios, el 19% representa al nivel de estudio de post grado.

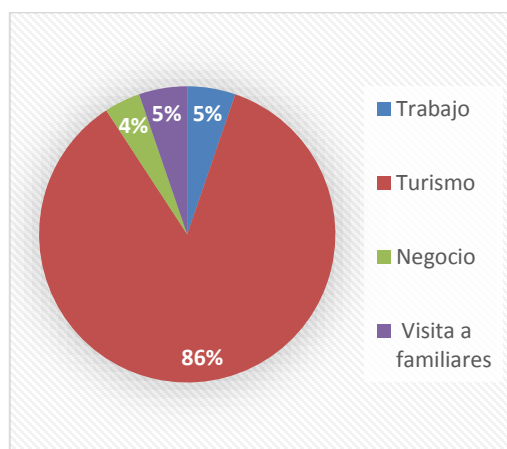
Análisis: A partir de estos resultados permite determinar cómo compradores potenciales con estudios superior y post-grado que tiene mayor capacidad de gasto.

f) **Motivo de viaje****Tabla No 20.** Motivo de viaje de los turistas nacionales

Indicador	No. encuestas	Porcentaje %
Trabajo	20	5
Turismo	325	86
Negocio	15	3
Visita a familiares	20	5
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

**Figura No 9.** Motivo de viaje

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Realizan el viaje al cantón el 86% de turistas por motivos de turismo, ya que la principal actividad turística del cantón es el recorrido del tren en la ruta Alausí – Nariz del Diablos, en mínimo porcentaje por motivos de visita a familiares que viven en el cantón realizan el viaje a dicho destino turístico.

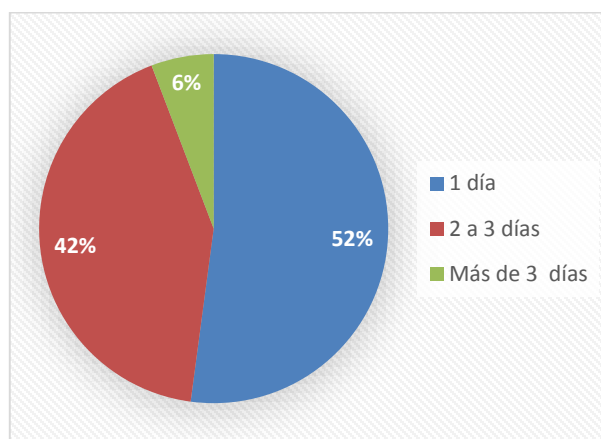
Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas, los turistas viajan por motivos turísticos lo que permite que la hostería oferte sus servicios de alojamiento y alimentación y servicios adicionales con los que dispone.

g) **Permanencia****Tabla No 21.** Permanencia del turista nacional en el cantón

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
1 día	229	61
1 a 2 días	126	33
Más de 3 días	22	6
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

**Figura No 10.** Permanencia

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Por la cercanía a las provincias de donde provienen el 52% tiene una permanencia de un día en el cantón y el 42% de los turistas permanecen de 2 a 3 días según las actividades turísticas que sean ofertadas en el cantón y el 6% permanecen más de 3 días.

Análisis: La cual permite a la hostería ofertar servicios de alimentación si permanecen un día los turistas y si permanecen más de un día permite que existan mayores gastos económicos por parte de los turistas y mayor utilidad para la hostería.

h) Preferencia de viaje

Tabla No 22. Preferencia de viajes de los turistas

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Familia	169	45
Grupo de amigos	199	52
Solo	12	3
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

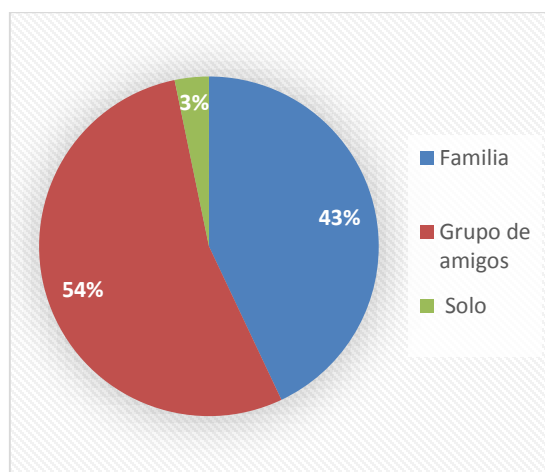


Figura No 11. Preferencia de viajes

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 52% son turistas que viajan en grupos de amigos, y el 45% en grupos familiares ya sean estos en parejas o un número mayor, los turistas que prefieran viajar solos es del 3 %.

Análisis: Es importante tomar en cuenta el sistema de viaje de los turistas para estructurar los servicios que ofertará la hostería al momento de comercializar los servicios a los turistas que visitan el cantón y sus atractivos turísticos.

i) **Número de personas que viajan**

Tabla No 23. Número de personas que viajan

Indicador	No. encuestas	Porcentaje %
1 a 4 personas	65	17
5 a 8 personas	110	29
9 a 12 personas	85	22
Más de 12 personas	120	32
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

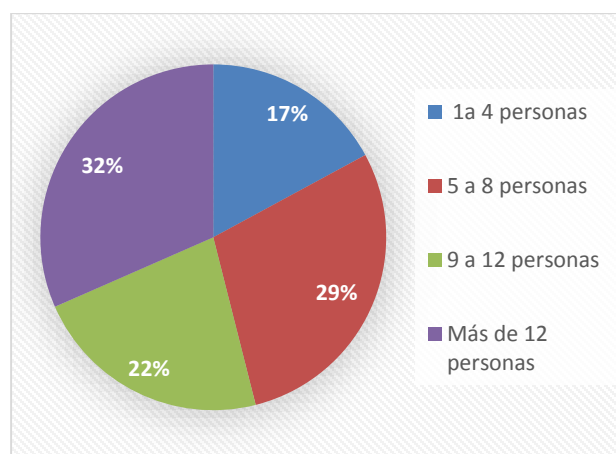


Figura No 12. Número de personas que viajan

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 32% de visitantes viajan en grupos de más de 12 personas, el 29% en grupos de 5 – 8 personas, el 22% viajan en grupos de 9 – 12 personas y el 17% de 1- 4 personas.

Análisis: Con los resultados obtenidos ayudará a definir la capacidad con la que debe contar la hostería para cubrir la demanda de turistas que visiten el cantón.

j) **Aceptación a la creación de una hostería**

Tabla No 24. Aceptación a la creación de una hostería

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Si	280	74
No	100	26
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

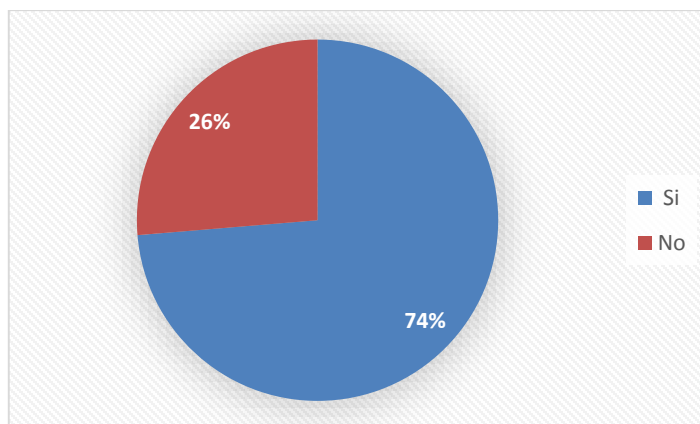


Figura No 13. Aceptación a la creación de una hostería

Nota: Investigación de campo 2105

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: La aceptación de la creación de una nueva hostería en el cantón Alausí es el 74% a diferencia del 26% que respondieron que no están interesados.

Análisis: Esto nos indica que existe un alto interés por parte de los turistas la creación de una nueva hostería en el cantón Alausí que oferte servicios de calidad.

k) Servicios adicionales de la hostería

Tabla No25. Servicios adicionales de la hostería

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Salón de eventos	0	0
Canchas deportivas	125	33
Juegos recreativos	156	41
Venta de artesanías	99	26
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

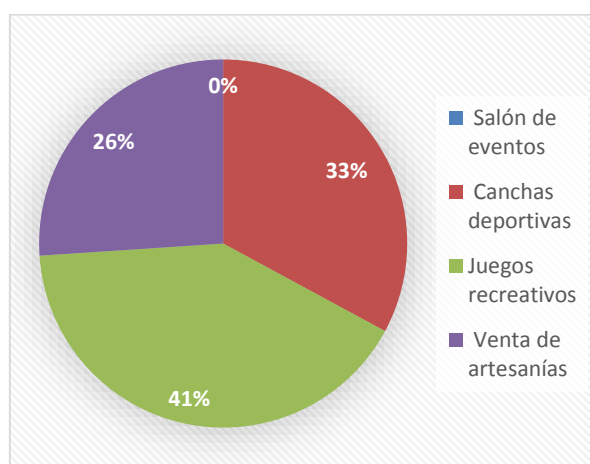


Figura No 14. Servicios adicionales de la hostería

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Como servicios adicionales les gustaría que la hostería ofreciera juegos recreativos 41% y canchas deportivas 33%, y el 26% venta de artesanías con materiales propias de la zona.

Análisis: Este resultado permite enfocar los servicios adicionales que la hostería debe incluir para prestación de los servicios turísticos, tanto a turistas nacionales como a turistas internacionales que visiten el cantón Alausí.

1) Tipo de comida

Tabla No 26. Tipo de comida

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Comida nacional	194	51
Comida internacional	110	29
Todas las anteriores	76	20
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

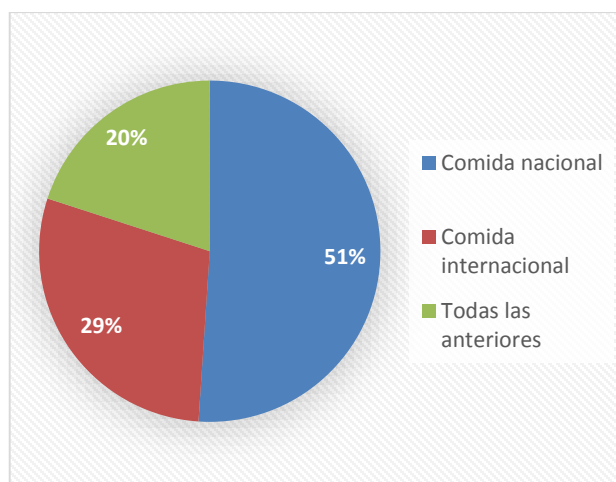


Figura No 15. Tipo de comida

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Con el 51% la comida nacional tuvo mayor aceptación, y el 29% dijeron que se sirva en el restaurante de la hostería comida internacional y el 20% de turistas respondieron que se ofertara en el servicio de alimentación la comida nacional e internacional.

Análisis: La cual permitirá establecer el menú que se oferta en el restaurante de acuerdo a las preferencias de los turistas en base a las necesidades de los turistas.

m) **Temporada de viaje**

Tabla No 27. Temporada de viaje

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Fin de semana	103	27
Feridos y vacaciones	179	47
Días festivos	99	26
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

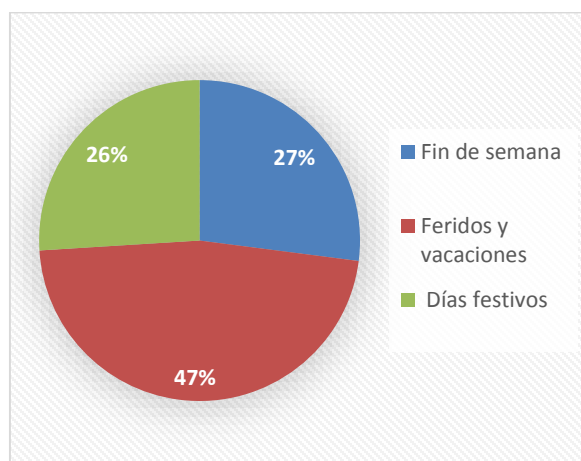


Figura No 16. Temporada de viaje

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El mayor porcentaje de turistas prefieren viajar en vacaciones y feriado en un 47% porque pueden permanecer más tiempo en esas temporadas, y el 27% de turistas que aprovechan días festivos para su viaje y con el 26% los fines de semana para viajar a sitios de recreación y descanso.

Análisis: Por lo cual los días de vacaciones y feriados existirá más afluencia de turistas y el gasto económico será mayor, dejando una rentabilidad económica al cantón en los servicios que ocupan los turistas.

n) **Disponibilidad de pago**

Tabla No 28. Disponibilidad de pago

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
10 a 20dólares	213	56
20 a 30 dólares	163	43
más de 30 dólares	4	1
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

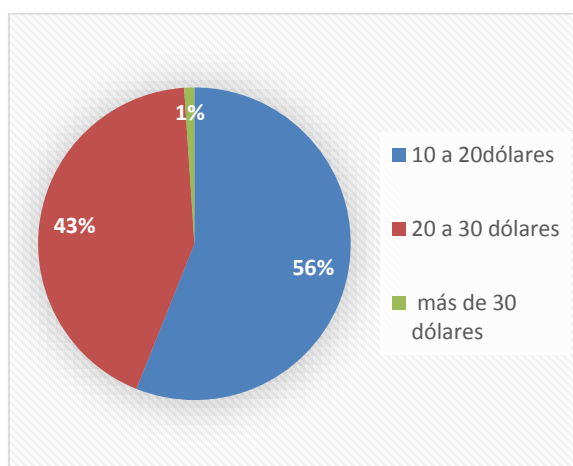


Figura No 17. Disponibilidad de pago

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El gasto promedio de los turistas nacionales es del 56% de 10 a 20 dólares lo cual indica que este valor es el indicativo para ofrecer nuestro producto, y 43% de los turistas podrían pagar de 20 a 30 dólares por los servicios que preste la hostería.

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas permitirá obtener el gasto promedio por día de cada uno de los servicios que pretende ofertar a hostería.

o) Formas de viaje

Tabla No 29. Forma de viaje

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Agencia de viaje	15	4
Independiente	365	96
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

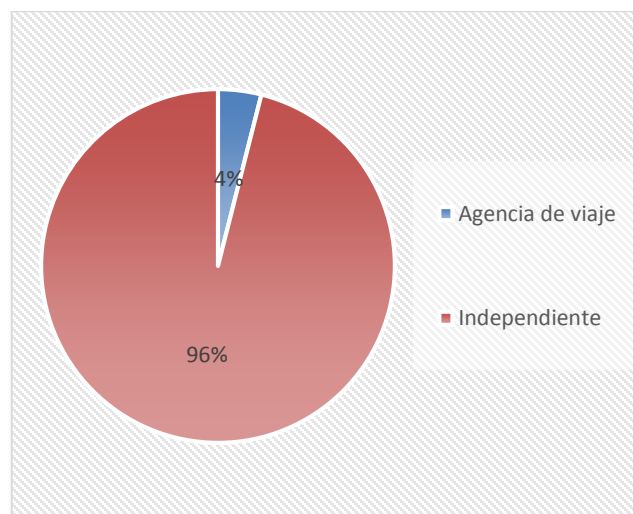


Figura No 18. Formas de viaje

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Sus viajes lo realizan el 96% de manera independiente no necesitan agencias u operadoras turísticas para poder viajar al destino turístico.

Análisis: Mediante el resultado obtenido permitirá definir las estrategias de venta y publicidad con las que deberá contar la hostería, con este tipo de segmento la venta y la publicidad debe ser directa.

p) **Forma de pago**

Tabla No 30. Formas de pago

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Efectivo	369	97
Tarjeta de crédito	11	3
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

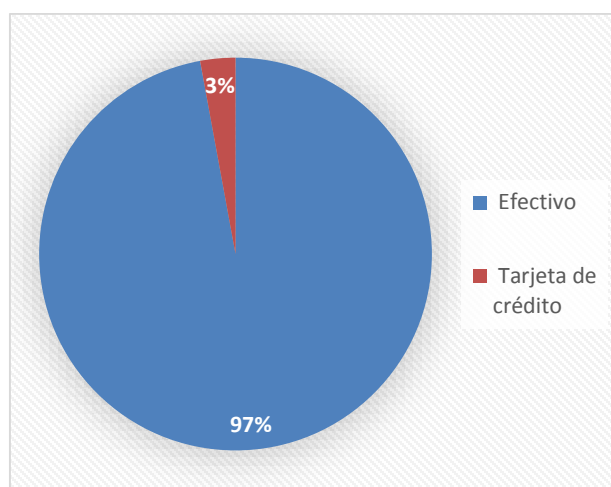


Figura No 19. Formas de pago

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 97% de este segmento pagan los servicios en efectivo, son muy pocos turistas que pagan a través de tarjetas de crédito.

Análisis: Es importante tomar en cuenta este detalle al momento de prestar un servicio turístico, el cual permite disponer de servicios electrónicos, al momento de realizar el cobro de los servicios turísticos que oferte la hostería al turista.

q) **Medios de comunicación**

Tabla No 31. Medios de comunicación

Indicador	No. encuestas	Porcentaje %
Televisión	46	12
Internet	203	53
Periódico	23	6
Folletos	40	11
Amigos	68	18
Total	380	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

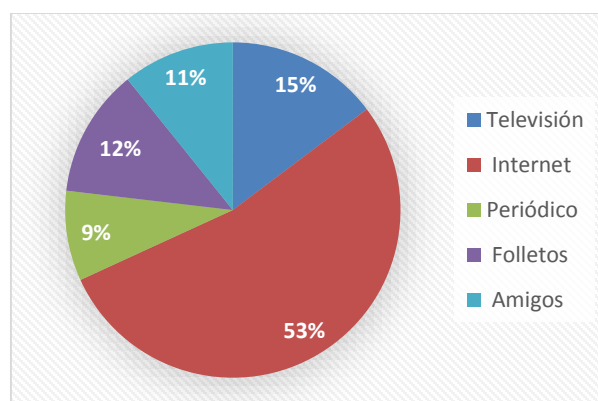


Figura No 20. Medios de comunicación

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Mediante las encuestas realizadas en el cantón Alausí se informan de sitios turísticos el 53% mediante el internet, el 18% a través amigo, el 12% y 11% mediante folletos.

Análisis: Siendo un elemento importante al momento de elegir un medio de publicidad para promocionar o dar a conocer un nuevo servicio o producto, en este caso un nuevo servicio turístico en el cantón Alausí, por el cual el medio a utilizar será el internet, un medio acceso a todo el mundo.

2) Turistas extranjeros

a) Edad

Tabla No 32. Edad

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
15 - 25 años	115	31
26-36	130	34
37-47	68	18
48-58	41	11
59-69	14	4
70 a más años	9	2
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

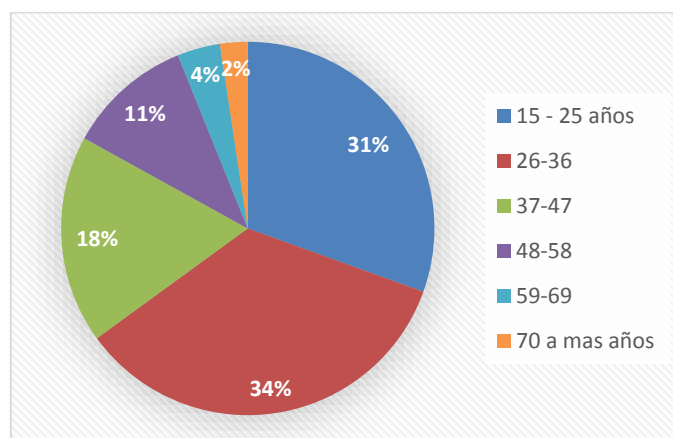


Figura No 21. Edad

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Este segmento de turista tiene un rango de 26 a 36 años con un porcentaje del 34%, seguido del 31% con edades de 15-25 años de edad, con el 18% un rango de edad entre 7- 47 años de edad, y con menos del 11% de 48-70 años de edad.

Análisis: Con este resultado permite identificar a la población económicamente que estará en la capacidad de comprar los servicios turísticos de la hostería, por la cual su capacidad de gasto es mayor.

b) **Género**

Tabla No 33. Género

Indicador	No. encuesta	Porcentaje%
Femenino	197	52
Masculino	180	48
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

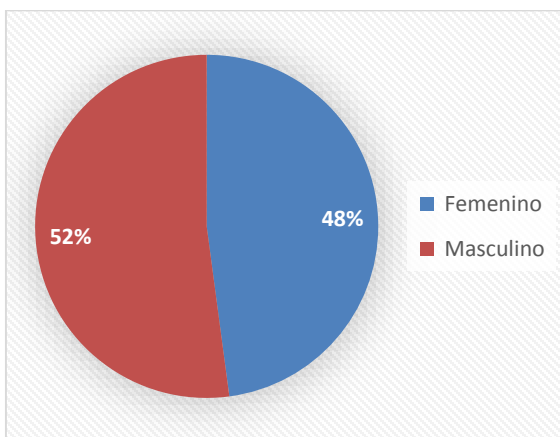


Figura No 22. Género

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 52% de turistas que visitan es de género femenino con mayor frecuencia el cantón Alausí para el recorrido del tren, y el 48% el género masculino.

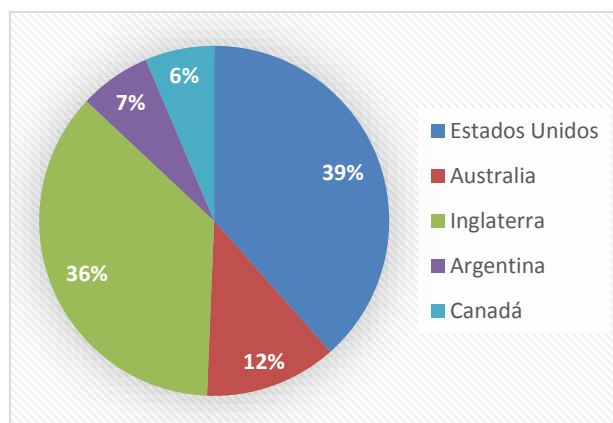
Análisis: Los servicios turísticos estarán dirigidos tanto a turistas de género femenino como a turistas de género masculino, ya que los dos géneros realizan viajes turísticos de largas distancias.

c) **Procedencia****Tabla No 34.** Procedencia

Indicador	No. encuesta	Porcentaje%
Estados Unidos	147	39
Australia	45	12
Inglaterra	136	36
Argentina	26	7
Canadá	23	6
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

**Figura No 23.** Procedencia

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Los turistas extranjeros que visitan este cantón por el recorrido en el tren a la Nariz del Diablo son procedentes de Estados Unidos en un porcentaje del 39%, con el 36% son de Inglaterra y con el 12% provienen de Australia, y con el 6 al 7% provienen de Argentina y Canadá.

Análisis: En base al resultado de las encuestas realizadas la estrategia de comercialización de la hostería deberá estar enfocado al mercado de los países de: Estados Unidos e Inglaterra sin dejar a un lado a los demás países que visitan el cantón Alausí.

d) **Ocupación**

Tabla No 35. Ocupación

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Empleado	196	52
Estudiante	110	29
Jubilado	71	19
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

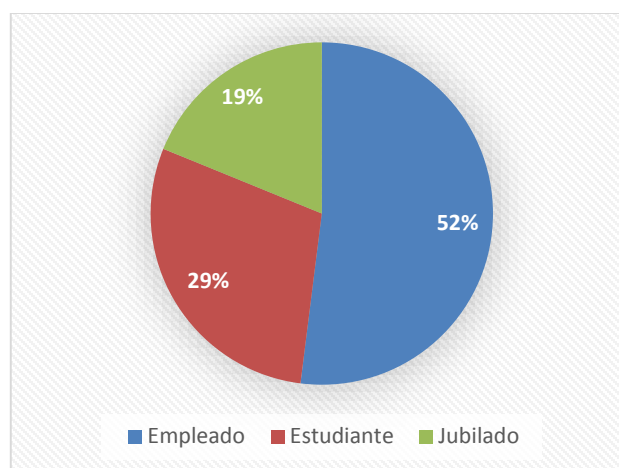


Figura No 24. Ocupación

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 52% de este segmento de turistas son empleados, y el 29% son estudiantes, y el 9% son personas jubiladas de sus labores como empleados.

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, la mayor parte los turistas que visitan el cantón son empleados, por lo que son personas económicamente activas, por lo cual su capacidad de gasto será mayor.

e) Nivel de estudio

Tabla No 36. Nivel de estudio

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Secundario	73	19
Superior	139	37
Post grado	165	44
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

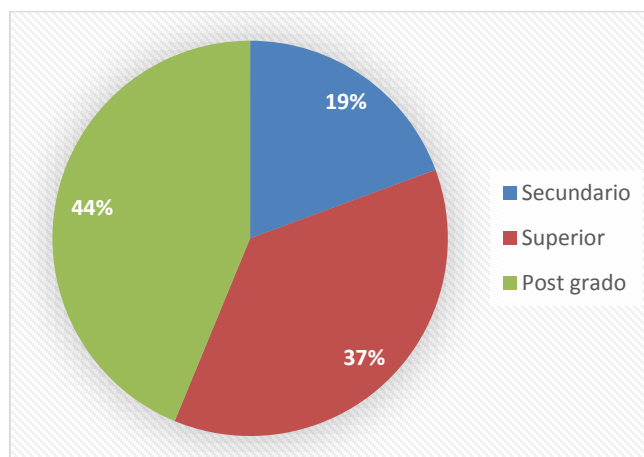


Figura No 25. Nivel de estudio

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas, el nivel de estudio de del segmento son: el 44% de turistas tienen un nivel de estudio de post grado, el 37% tiene un nivel superior en sus estudios.

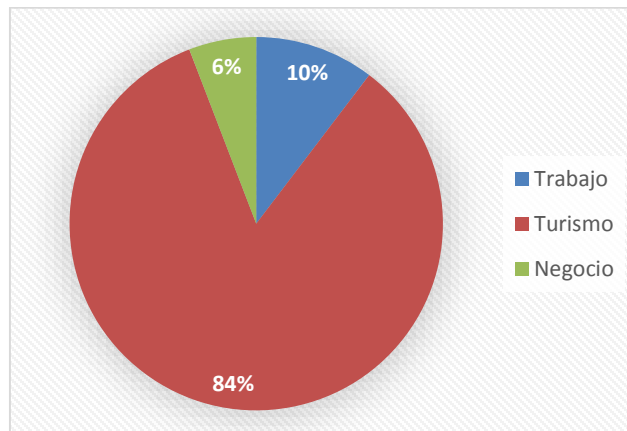
Análisis: Los servicios que ofertará la hostería, estarán dirigidas a turistas con un nivel de educación de post grado y un nivel de educación superior con mayor capacidad de gasto.

f) **Motivo de viaje****Tabla No 37.** Motivo de viaje

Indicador	Número	Porcentaje
Trabajo	39	10
Turismo	316	84
Negocio	22	6
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

**Figura No 26.** Motivo de viaje

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: La mayor motivación para viajar al cantón es por turismo con el 84% que se desarrolla en el sitio, con el 10% por motivos de trabajo, y el 6% con motivos de negocios que es un mínimo porcentaje del total de las encuestas realizadas.

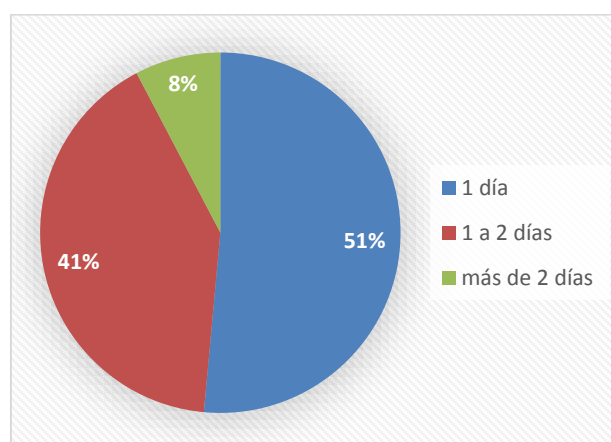
Análisis: Según estos resultados la mayoría de los turistas extranjeros viajan por turismo, por ende, todos los servicios que oferte la hostería ofrecerá servicios turísticos acorde al tiempo de disponibilidad de los turistas.

g) **Días de permanencia****Tabla No 38.** Días de permanencia

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
1 día	194	51
1 a 2 días	154	41
más de 2 días	29	8
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

**Figura No 27.** Días de permanencia

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 51% de los turistas tienen una permanencia de un día en el cantón, y el 41% de los mismos permanecen de 1 a 2 días en el lugar, y el 8% del total de turistas encuestados permanecen en el sitio más de 2 días.

Análisis: Mediante los resultados obtenidos, permite estructurar los servicios que ofertará la hostería a los turistas, en este caso, los servicios de alimentación y hospedaje serán ofertados ya que en un porcentaje aceptable permanecen dos días, por lo cual su capacidad de gasto es aceptable.

h) Preferencia de viaje

Tabla No 39. Preferencia de viaje

Indicador	No. encuestas	Porcentaje %
Pareja	159	42,18
Grupo de amigos	188	49,87
Solo	30	7,95
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

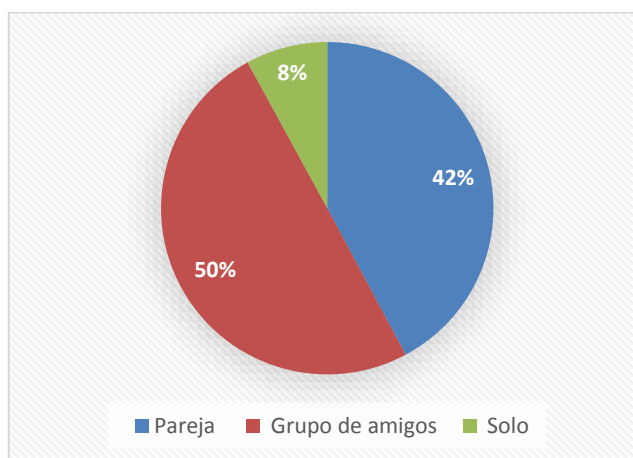


Figura No 28. Preferencia de viaje

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 50% de este grupo de segmento prefiere realizar generalmente sus viajes turísticos entre amigos, el 42% en parejas y el 8% prefieren realizar sus viajes en forma individual a los sitios turísticos.

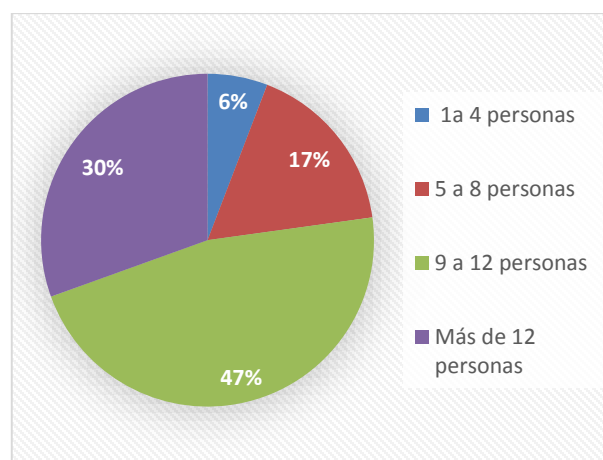
Análisis: De acuerdo a los resultados los servicios que se ofertarán serán a grupos de turistas que viajan entre amigos y a turistas que viajan en parejas.

i) **Número de personas que viajan****Cuadro No 40.** Número de personas que viajan

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
1 a 4 personas	22	5
5 a 8 personas	64	17
9 a 12 personas	176	47
Más de 12 personas	115	31
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

**Figura No 29.** Número de personas que viajan

Nota: Investigación de campo 2014

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Realizan generalmente un 47% de turistas viajan en grupo de 9 a 12, el 31% viajan en grupos de más de 12 personas, el 17% en grupos de 5 a 8 persona y el 5% en grupos de 1 a 4 personas cuando viajan de forma independiente al país.

Análisis: Con los resultados obtenidos ayudará a definir la capacidad con la que debe contar la hostería para cubrir la demanda de turistas que visiten el cantón.

j) **Aceptación de creación de la hostería**

Tabla No 41. Aceptación de la creación de la hostería

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Si	329	87
No	48	13
Total	377	100

Fuente: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

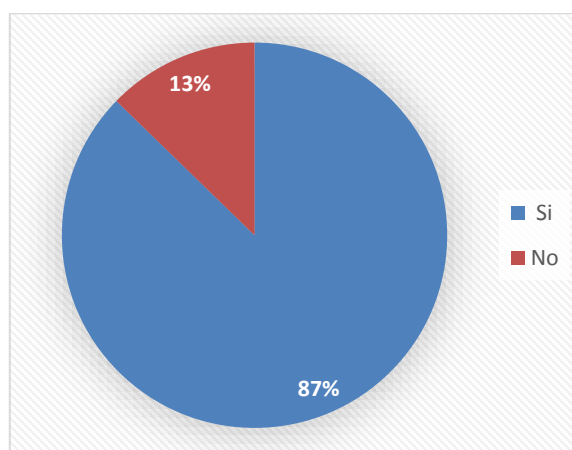


Figura No 30. Aceptación de la creación de la hostería

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: Según los resultados de las encuestas aplicadas el mayor porcentaje de turistas respondieron de forma positiva a la creación de la hostería en el cantón 87%, y en menor porcentaje respondieron que no 13%.

Análisis: Esto nos indica que existe un alto interés por parte de los turistas la creación de una nueva hostería en el cantón Alausí que oferte servicios de calidad.

k) Servicios adicionales de la hostería

Tabla No 42. Servicios adicionales de la hostería

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Salón de eventos	5	1
Canchas deportivas	129	34
Juegos recreativos	90	24
Venta de artesanías	153	41
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

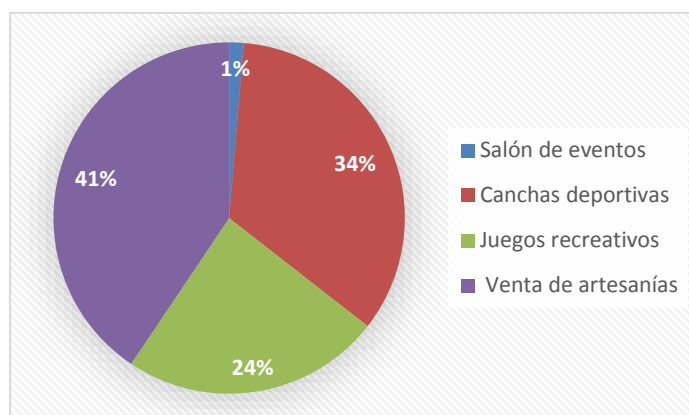


Figura No 31. Servicios adicionales de la hostería

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 41% de las encuestas realizadas a los turistas respondieron que la hostería tuviera como servicio adicional la venta de artesanías, y el 34% de este segmento canchas deportivas, y el 24% juegos recreativos y el 1% salón de eventos.

Análisis: Este resultado permite enfocar los servicios adicionales que la hostería debe incluir para prestación de los servicios turísticos, tanto a turistas nacionales como a turistas internacionales que visiten el cantón Alausí.

l) Tipo de comida

Tabla No 43. Tipo de comida

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Comida nacional	209	55
Comida internacional	123	34
Todas las anteriores	45	12
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

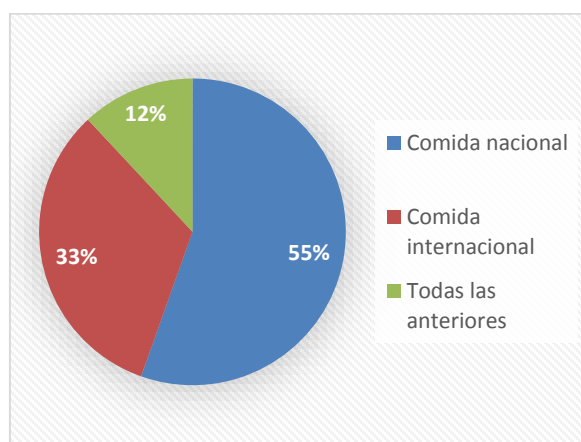


Figura No 32. Tipo de comida

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 55% de los turistas extranjeros prefieren comida nacional, 34% comida extranjera y el 12% les gustaría que existan los dos tipos de comida.

Análisis: La cual permitirá establecer el menú que se oferta en el restaurante de acuerdo a las preferencias de los turistas en base a las necesidades de los turistas.

m) **Temporada de viaje**

Tabla No 44. Temporada de viaje

Indicador	No. encuestas	Porcentaje %
Fin de semana	55	15
Feridos y vacaciones	249	66
Días festivos	73	19
Total	130	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

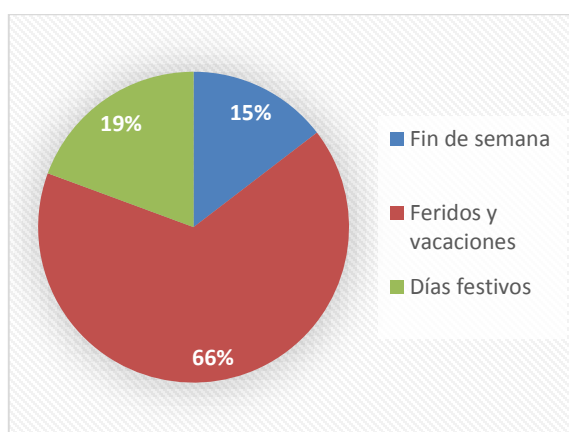


Figura No 33. Temporada de viaje

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 66% de los turistas viajan en días feriados y vacaciones, el 19% prefiere viajar y disfrutar del turismo los días festivos, y el 15% los fines de semana son muy pocas opciones de viaje para este tipo de segmento.

n) **Disponibilidad de gasto**

Tabla No 45. Disponibilidad de gasto

Indicador	No. encuestas	Porcentaje %
10 a 20 dólares	147	39
20 a 30 dólares	159	42
más de 30 dólares	71	19
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

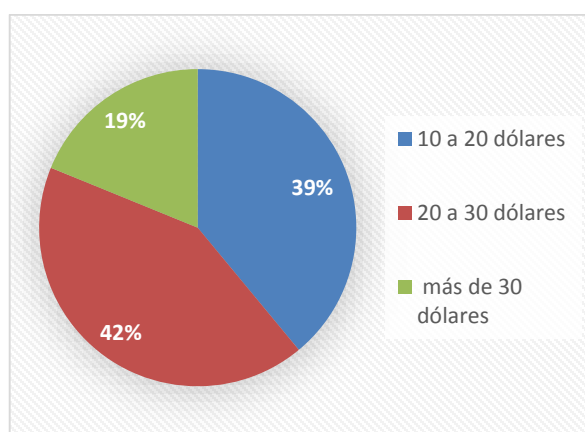


Figura No 34. Disponibilidad de pago

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 42% tienen un promedio de gasto de 20 a 30 dólares en servicios turísticos, el 39% gastan de 10 a 20 dólares, y el 19% tiene un promedio de gasto de más de 30 dólares, durante los viajes que realizan.

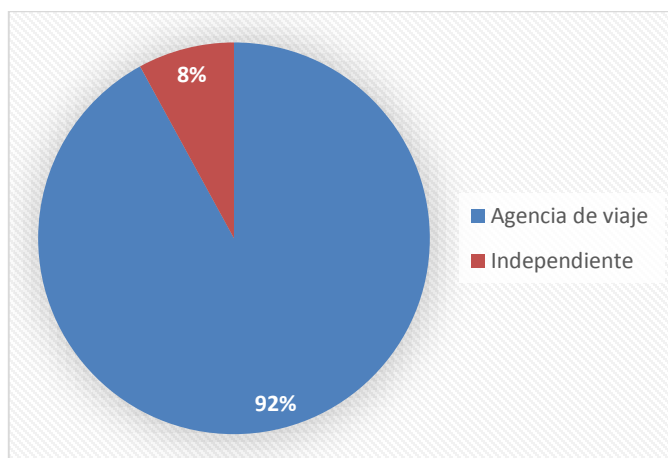
Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas permitirá obtener el gasto promedio por día de cada uno de los servicios que pretende ofertar a hostería.

o) **Forma de viaje****Tabla No 46.** Formas de viajes

Indicador	No. encuestas	Porcentaje %
Agencia de viaje	347	92
Independiente	30	8
Total	130	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

**Figura No 35.** Formas de viaje

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 92% de este segmento buscan agencias de viajes que oferten servicios turísticos para realizar sus viajes distintas partes del país, y tan solo el 8% que es un porcentaje mínimo son turistas que viajan de forma independiente.

Análisis: Mediante el resultado obtenido permitirá definir las estrategias de venta y publicidad con las que deberá contar la hostería, con este tipo de segmento la venta y la publicidad debe ser directa e indirecta.

p) **Formas de pago**

Cuadro No 47. Formas de pago

Indicador	No. encuestas	Porcentaje%
Efectivo	333	88
Tarjeta de crédito	44	12
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

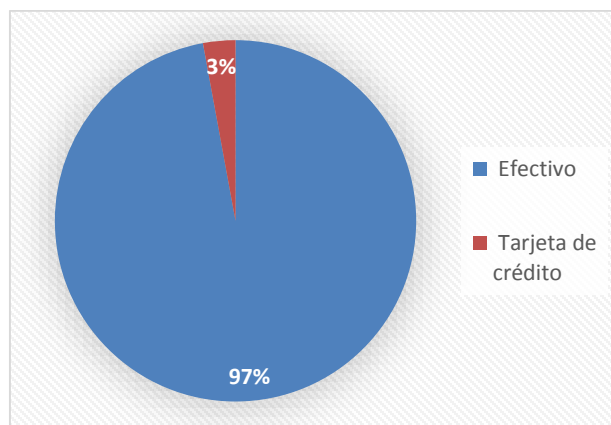


Figura No 36. Formas de pago

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 88% de los turistas pagan de manera efectiva sus gastos por servicios recibidos, y el 12% con tarjetas de crédito por los servicios que prefieran.

Análisis: Es importante tomar en cuenta este detalle al momento de prestar un servicio turístico, el cual permite disponer de servicios electrónicos, al momento de realizar el cobro de los servicios turísticos que oferte la hostería al turista.

q) **Medios de información**

Tabla No 48. Medios de información

Indicador	No. encuestas	Porcentaje %
Televisión	29	7
Internet	147	39
Folleto	66	18
Amigos	135	36
Total	377	100

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

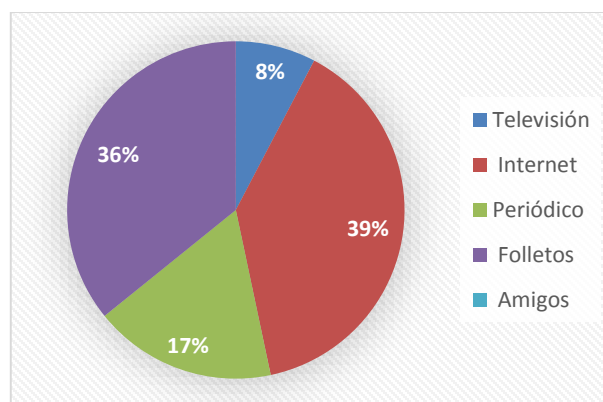


Figura No 37. Medios de comunicación

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Interpretación: El 39% de turistas utilizan el internet como un medio de información, seguido por el 36% por recomendaciones de amigos que ya visitaron el sitio, el 18% se informan a través de folletos de información turística, y el 7% mediante televisión.

Análisis: Siendo un elemento importante al momento de elegir un medio de publicidad para promocionar o dar a conocer un nuevo servicio o producto, en este caso un nuevo servicio turístico en el cantón Alausí, por el cual el medio a utilizar será el internet, un medio acceso a todo el mundo.

b. Perfil de los turistas

1) Turistas nacionales

El perfil de los turistas que viajan en el tren de la empresa Ferrocarriles del Ecuador en la ruta Alausí - Nariz del Diablo, son provenientes de las provincias de Tungurahua con el 31%, de la provincia de Pichincha con el 24% y la provincia de Guayas con un 21%, el rango de edad de los turistas están entre los 26 a 36 años con el 35% y con un porcentaje no muy lejano al rango anterior esta de 15 a 25 años con el 24%, los cuales en su mayoría son hombres con el 52% y con 48% mujeres existiendo una variación mínima entre los dos géneros, el 49% son estudiantes 49%, y el 34% son empleados, con 47% de nivel de estudio secundario y el 34% tienen un nivel superior, su gran motivación de viaje es el turismo con el 86%, el 52% viajan en grupos de amigos y el 45% en familias, en grupos constituidos en grupos de más 12 personas con un 32%, con el 29% de 5 a 8 personas y el 61% permanecen por un día en el cantón y el 33% permanecen de 1 a 2 días si existe más actividades turísticas que se puedan realizar, generalmente realizan viajes en vacaciones o feriados con el 47% y los fines de semana el 27%, sus viajes son de forma independiente con el 96%, la aceptación de la creación de una nueva hostería en el cantón fue de un 74%, además del servicio de alimentación y alojamiento los juegos recreativos con el 41% es uno de los servicios adicionales que ofrece la hostería y las canchas deportivas con el 33% son servicios sugeridos por los turistas, prefieren se sirva en la hostería comida nacional 51%, estarían dispuestos a pagar por los servicios que se den el 56% de 10 a 20 dólares, de forma de pago más frecuentes que realizan es efectivo el 97% y los medios de información más utilizados son el internet 53%.

2) Turistas extranjeros

Los turistas extranjeros que visitan la Ruta de tren Alausí – Nariz del Diablos provienen principalmente de Estados Unidos con el 39%, Inglaterra con un 36%, son empleados el 52%, con nivel de estudio de postgrado de 44%, su interés de viajes es realizar actividades turísticas es decir turismo con el 84%, su permanencia en el cantón sería de acuerdo a las actividades que se pueda realizar, estarían dispuestos a permanecer de 1 a 2 días el 40%, viajan en grupos de amigos generalmente el 50%, el 47% viajan en grupos de 9 a 12 personas prefieren viajar en feriados y vacaciones el 66%, el 87% dijeron que sí se debería crear una nueva hostería en el cantón, con servicio de alimentación nacional con 55%, el 42% pagarían por los servicios prestados de 20 a 30

dólares, el 92% viajan a través de las agencias de viaje, su forma de pago es efectivo con el 88%, este grupo de turistas se informan de los sitios turísticos del Ecuador a través del internet con el 39% y el 36% mediante sugerencias de amigos.

c. Proyección de la demanda

Se realizó la proyección de demanda para los próximos 5 años, tomando como referencia los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas. De acuerdo al resultado de la pregunta No.10 de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales la aceptación a la creación de una nueva hostería fue del 74% y el resultado de los turistas extranjeros fue del 87%. Para calcular los clientes potenciales se toma en cuenta el universo de estudio de cada uno de los segmentos, donde el universo de los turistas nacionales es de 44748 turistas que visitan el cantón Alausí y el universo de los turistas extranjeros es de 23052 turistas, es decir que turistas nacionales ($44748 * 0.74 = 33113$) y turistas extranjeros ($23052 * 0.87 = 20055$), donde 51583 turistas serían los clientes potenciales.

Para el cálculo de la demanda se utilizó la fórmula de interés compuesto, el índice de incremento fue proporcionado por el MINTUR del cantón Alausí que es el 7% de incremento de turistas en el 2014.

Cuadro No 49. Proyección de la demanda

No. 1	Año	Demanda potencial nacional	Demanda potencial extranjera	Total demanda potencial
0	2015	33113	20055	53168
1	2016	35430	21458	56888
2	2017	40563	24567	65130
3	2018	49691	30095	79786
4	2019	65134	39448	104582
5	2020	91353	55327	146680

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Belén Cuzco


2. Análisis de la oferta

a. Oferta actual

1) Inventarios de Recursos Naturales del cantón Alausí

a) Minas de azufre

Ficha No 01. Inventario de Minas de Azufre

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Minas de Azufre	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Formación geológica	
	
Foto No 01. Minas de Azufre Fuente: Belén Cuzco	

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Tixán

2.4 Latitud: 78° 49' 30"

2.5 Longitud: 29° 32' S

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Tixán

3.2 Distancia: 5 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

<p>4.1 Altitud: 2830msnm</p> <p>4.2 Temperatura: 12 a 20 grados centígrados</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 a 1000 mm</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Las minas de Azufre se encuentra ubicada a 5km de la parroquia de Tixán a lado de las líneas de tren de ferrocarril del cantón Alausí.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Su explotación data desde el año 1578, mandado por el alguacil Mayor de Quito llamado Antonio Morán para la fabricación de pólvora. Posteriormente se sabe que estas minas fueron explotadas por diversa entidades hasta que en la presidencia de Gabriel García Moreno, el 20 de Septiembre de 1874 fue obsequiada a Tixán, he ahí cuando vinieron a afincarse en este lugar varias familias de Guano entre ella; los Garzón. Oviedo, los Vera, Riofrío y muchísimos otros que con el producto comerciaban en las provincias australes. El Congreso de 1892, mediante decreto Legislativo fue adjudicado al Concejo Cantonal de Alausí, para que con su producto se mantuviera la escuela “Inés Jiménez” El año de 1922 se dictó otro decreto, declarando a esas minas como bienes del Estado, dándose en arriendo al Sr. Luis Páez de nacionalidad Italiana, un caballero de Tixán no deben olvidarlo ya que fue quién obsequió el reloj público que hasta hoy sirve, siendo inaugurado el 10 de Agosto de 1924. Posteriormente paso a manos de los Sres. Garzózi, que ningún recuerdo dejaron a Tixán y solamente se enriquecieron ellos. Después quedaron abandonadas y luego se hizo cargo la compañía Chémical por unos años. Está comprobado que el azufre de estas minas es el mejor del mundo según estudios realizados en Hamburgo y Marcella. Los demás minerales que se explotaron fueron: caolín, sílice, gélcerita, siendo en el número de 15, de estos materiales se extraían grandes cantidades que se enviaban a las fábricas de cristalería y azulejos.(Freire Manuel, 2012)</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Aguas termales</p> <p>Todo esta zona era volcánica por la fisonomía en la configuración geográfica, en la cercanía a las minas en el sector de Shucos se sitúa un antiguo volcán de gran magnitud y que en sus tiempos debía ser sumamente activo, su cráter debía ser donde hoy son las lagunas, las mismas que están rodeadas de piedras calcinadas y muchos otros materiales propios de transformación sufridas en el ardor de los volcanes. Se puede acceder mediante la carretera de sub orden vía a Shucos. Se encuentra en el sector denominado La Bola de Oro, cerca de las minas de azufre, a 32 m. de la vía anteriormente mencionada a la cual se puede acceder mediante mulas, en este sitio existen 2 piscinas naturales pequeñas de aguas sulfuradas.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>Se puede ingresar por la carretera de segundo orden o por el chaquiñán, no existen restricciones a esta zona</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales.- En la actualidad debido a que las minas se encuentran abandonadas no existe una actividad en el lugar.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Educación ambiental, cabalgata, fotografía, caminatas</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística en todo el recorrido hacia las</p>

minas de azufre, capacitación a guías turísticos nativos.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Conservación y respeto al patrimonio natural
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema, deterioro del sitio por abandono

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Deteriorado
5.2 Causas: Las minas de azufre de Shucos cerraron completamente su producción en el año de 1992 motivo por el cual esta zona se encuentra abandonada y en proceso de deterioro

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: En la actualidad no existe la explotación minera

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Camioneta
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: La vía se encuentran deterioradas debido a los cambios climáticos que se presentan	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
En la cabecera cantonal existe servicios de alimentación y hospedaje y otros servicios que se requiera, pero en la parroquia solo se encuentra servicio de alimentación

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No existe
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Centro histórico de Alausí	10.2 Distancia: 7km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS

CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		40

13. JERARQUIZACIÓN

II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Fuente: Investigación de campo

b) Lagunas de Pisillicocha

Ficha No 02. Inventario Lagunas de Ozogoche

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Laguna de Pisillicocha	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ambiente lacustre	
1.8 Subtipo: Laguna	



Foto No 02. Laguna de Pisillicocha

Fuente: Belén Cuzco

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Tixán

2.4 Latitud: 78° 49' 30"

2.5 Longitud: 29° 32' S

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Tixán

3.2 Distancia: 4Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3210msnm

4.2 Temperatura: 12 a 20 grados centígrados

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 a 1000 mm

4.4 Ubicación del Atractivo

La laguna Pisillicocha se encuentra ubicada en la comunidad de Quislag Grande a 4 km de la parroquia Tixán del cantón Alausí.

4.5 Descripción del atractivo

La laguna de Pisishicocha está ubicada en la comunidad de Quisla Grande, sector remanente de vertientes naturales y bosques nativos, en el sitio se puede apreciar flora y fauna típica de la zona de páramo, además cabe recalcar que en este lugar durante el mes de septiembre también acontece el fenómeno natural del tributo de las aves cuvivies. Como en todas las culturas ancestrales de la región andina, los Tiquizambies, antiguos habitantes de la zona adoraban y ofrecían tributo a este sitio natural, en donde se tiene entendido que estas consistían en ofrendas de oro, plata y otros elementos de adoración, a más de ello la laguna conserva el misticismo de que es un lugar encantado que atrae a quien se encuentra en su orilla para ser internado en sus aguas, sin retorno.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

N/A

4.7 Permisos y Restricciones

Se encuentra en medio de algunas propiedades por la que es necesario pedir permiso la comunidad para su ingreso

1.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales.- Era utilizado por la comunidad para la agricultura y como abrevadero de animales, con la ayuda del GAD parroquial y la Provincial emprendieron medidas de conservación con fines turísticos

4.8.2 Usos Potenciales

Educación ambiental, cabalgata, fotografía, caminatas, camping

4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística en todo el recorrido de la laguna, Incentivar a formar guías nativos en la comunidad.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos.- Conservación por parte de la comunidad con fines turísticos

4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema por el uso de agua para la agricultura y ganadería en la comunidad en al que se encuentra ubicada, deterioro del sitio por factores climáticos

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

En la actualidad gracias a GAD Parroquial y Provincial la laguna se encuentra en proceso de preservación

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas: Mediante la concientización de la comunidad han tomado medidas de protección del entorno de la laguna

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Lastrado

7.3 Estado de Vías: Bueno

7.4 Transporte: Camioneta

7.5 Frecuencias: Diaria

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones: N/A

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

En la cabecera cantonal existe servicios de alimentación y hospedaje y otros servicios que se requiera, pero en la parroquia solo se encuentra servicio de alimentación

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No existe

9.2 Energía Eléctrica: Si existe

9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Centro histórico de Tixán	10.2 Distancia: 4km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		45

13. JERARQUIZACIÓN
II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Fuente: Investigación de campo

c) **Cascada del Río Panamá**

Ficha No 03. Inventario Cascada del Río de Panamá

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°03
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Panamá	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Río	
1.8 Subtipo: Cascada	



Foto No 3. Cascada Panamá **Fuente:** Belén Cuzco

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí
2.3 Parroquia: Huigra	
2.4 Latitud: 02° 19' 34" N	2.5 Longitud: 79° 00' E
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Parroquia Huigra	3.2 Distancia: 7,6Km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 1511msnm	
4.2 Temperatura: 18 a 25oC	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 a 2000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo Se encuentra ubicada en la parroquia Huigra en el cantón Alausí a 6.7km en la vía a Guayaquil	
4.5 Descripción del atractivo La cascada tiene una altura de 25 metros aproximadamente por 2 de ancho es poseedora de una exuberante vegetación además del paisaje que frece como es la caída de agua y su entorno con poca intervención humana. El agua es fría pero fascinante para tomar un baño ya que las condiciones climáticas son óptimas para hacerlo. Para llegar a la cascada se debe seguir el carretero asfaltado que va a Guayaquil recorriendo una distancia de 6.7 km, y al costado izquierdo se toma un sendero de aproximadamente 50cm de ancho ascendiendo alrededor de 200 metros para llegar al salto de agua.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: La exuberante vegetación y la caída de agua que impresiona a propios y extraños	
4.7 Permisos y Restricciones N/A	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales: Es visitado por turistas locales y nacionales en feriados y vacaciones	
4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas fotografías y deportes extremos como rapel y	

escalada siempre contando con la seguridad que se necesita.
4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística en todo el recorrido de la cascada con recomendaciones ambientales.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado de la cascada y su entorno a autoridades y pobladores.
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema por falta de información y control por parte de las autoridades encargadas y el uso de jabón y otros productos pueden alterar el ecosistema natural.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Por su gran belleza escénica tiene una influencia de turistas por lo mismo permite el cuidado por parte de las autoridades

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Por ser un atractivo potencial de la parroquia las autoridades y pobladores proporcionan cuidados en el entorno.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: asfaltado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Bus
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se puede ingresar a la cascada personas que tengan un buen estado físico ya que demanda un esfuerzo para llegar a la cascada.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Cerca del atractivo existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si
9.2 Energía Eléctrica: Si
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Estación del tren La cascada del Rio Angas	10.2 Distancia: 6,7km 7,8km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local y provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	1
TOTAL		48

13. JERARQUIZACIÓN
II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Fuente: Investigación de campo

d) **Cascada del Río Angas**

Ficha No 04. Inventario de la Cascada del Río Angas

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°04
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B. / Ing. Renato Chavéz	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada del Río Angas	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Río	
1.8 Subtipo: Cascada	



Foto No 4. Cascada del ario Angas **Fuente:** GADM Alausí

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Huigra

2.4 Latitud: 02° 120' 08" N

2.5 Longitud: 79° 02' 41" E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Parroquia Huigra

3.2 Distancia: 14,5Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1289msnm

4.2 Temperatura: 18 a 25oC

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 a 2000 mm

4.4 Ubicación del Atractivo

Se encuentra ubicada en la parroquia Huigra en el cantón Alausí en el puente del Rio Angas

4.5 Descripción del atractivo

La cascada se forma por la caída de agua proveniente del río Angas el mismo que sigue su curso en la parte inferior de la cascada tiene aproximadamente 20 m de altura, el ancho varía entre 2 a 4m debido a que el relieve de las rocas por las cuales descende la cascada es irregular y al golpear el agua cambia de tamaño. Posee una belleza fascinante, a su alrededor cuenta con gran vegetación y presencia de aves en especial el Cinco gorripardo lo que la hace más interesante, en época invernal el caudal aumenta por lo que es recomendable tomar las debidas precauciones, mientras que en verano las condiciones son óptimas para bañarse ya que el caudal de la cascada a disminuido considerablemente. Para llegar a la cascada se debe seguir el carretero asfaltado que va para Guayaquil recorriendo aproximadamente 14,5 km desde Huigra donde es fácil divisar el Puente del río Angas que es el límite entre las provincias de Chimborazo y Cañar, antes de cruzarlo al costado derecho se encuentra un sendero que le permitirá descender a la cascada realizando un trayecto de 150 a 200m aproximadamente, es importante mencionar que la última parte del sendero se ha destruido por las inclemencias del tiempo debiéndose tomar las medidas de seguridad necesarias al momento de descender.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

La exuberante vegetación y la caída de agua que impresiona a propios y extraños
4.7 Permisos y Restricciones
N/A

1.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales: Es visitado por turistas locales y nacionales en feriados y vacaciones
4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas fotografías y deportes extremos como rapel y escalada siempre contando con la seguridad que se necesita.
4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística en todo el recorrido de la cascada con recomendaciones ambientales.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado de la cascada y su entorno a autoridades y pobladores.
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema por falta de información y control por parte de las autoridades encargadas y el uso de jabón y otros productos pueden alterar el ecosistema natural.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Por su gran belleza escénica tiene una influencia de turistas por lo mismo permite el cuidado por parte de las autoridades

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Por ser un atractivo potencial de la parroquia las autoridades y pobladores proporcionan cuidados en el entorno.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: asfaltado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Bus
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se puede ingresar a la cascada personas que tengan un buen estado físico ya que demanda un esfuerzo para llegar a la cascada.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Cerca del atractivo existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si

9.2 Energía Eléctrica: Si
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: Centro de Huigra La cascada del Rio Angas	10.2 Distancia: 14,5km 7,8km
--	--

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local y provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		42

13. JERARQUIZACIÓN

II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Fuente: Investigación de campo

e) Lagunas de Ozogoche

Ficha No 05. Inventario de las Lagunas de Ozogoche

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°05
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B./ Ing. Renato Chavéz	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Lagunas de Ozogoche	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ambiente lacustre	
1.8 Subtipo: Lagunas	



Foto No 05. Lagunas de Ozogoche

Fuente: Belén Cuzco

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí, Ozogoche Alto

2.3 Parroquia: Achupallas

2.4 Latitud: 9750388N

2.5 Longitud: 768157E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Alausí

3.2 Distancia: 54,5Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 4300 a 4800msnm

4.2 Temperatura: 10 a 13oC

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm

4.4 Ubicación del Atractivo

La laguna se encuentra ubicada en la comunidad de Ozogoche Alto

4.5 Descripción del atractivo

Las lagunas se encuentran aquí desde tiempos inmemorables, se alimentan de las aguas que descienden de los cerros aledaños el complejo cuenta con 22 lagunas claramente reconocibles, y 38 de tamaño menor y existen otras de tamaño muy pequeño casi imperceptibles, todas en un área que bordea los 100 Km², las de mayor dimensión y de más fácil acceso son la Cubillin y Magtayan; la primera de gran extensión, cubre un área de 8 Km², la segunda un área de 4 Km².

La Cubillin se muestra grandiosa, con agua totalmente cristalina, presencia de brisa constante lo que genera oleaje de 20a 30 cm. Lo que da origen a la formación de una playa a lo largo de 400 metros. A un costado del Río que alimenta la laguna Magtayán existe una porción de terreno inundado cubierto por totora (*Typhadaminguensis*). La laguna Magtayán por su parte presenta brisa en menor cantidad está a 1,5 Km. de la Cubillin, el paisaje en todo el complejo es fascinante y muy conservado por encontrarse dentro de la jurisdicción del Parque Nacional Sangay. Se les denomina lagunas encantadas puesto que aquí cada año se suicidan las aves conocidas comúnmente como Cuvivis de la familia Scolopaciidae y cuyo nombre científico es *Bartramialongicauda*. Al respecto

existen varias hipótesis, una de ellas es que por ser aves migratorias y vuelan miles de kilómetros, al llegar a la zona de las lagunas por el intenso frío, las fúrculas (huesos que permiten el vaivén de las alas) se paralizan y caen en las lagunas, esto se dan en el mes de septiembre y la mayor cantidad de aves han sido encontradas en la laguna Verdecocha. El extraño acontecimiento suscita el interés de turistas nacionales y extranjeros. Desde mediados de agosto y fines de septiembre, el complejo lacustre de Ozogoché se convierte en el cementerio de miles de cuvivies (aves migratorias) que llegan de Norteamérica para „suicidarse“ en Ozogoché.

En realidad, el suicidio de los cuvivies es una muerte incidental, que se produce cuando estas aves por la fatiga y el calor del extenso viaje migratorio caen en picada a las lagunas de Ozogoché para beber, pero por la baja temperatura de las aguas mueren al instante.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Comunidades Quichuas indígenas

Cerro Soroche 15km de la comunidad de Ozogoché

Macizo Ayapungo: Montaña ubicada a 7 km de la comunidad

Guaca Yanacaca Cueva de 200m de profundidad

Chorrera Sagrada 8m de altura

Biodiversidad típica de los páramos andinos

4.7 Permisos y Restricciones

Pertenece al Parque Nacional Sangay por lo cual está prohibido la perturbación de plantas y animales, prohibido la pesca.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales: Este complejo de lagunas es considerado un reservorio de agua para las comunidades cercanas y sus páramos son quienes dan lugar al nacimiento de algunos ríos. La época recomendable para visitar este sistema lacustre por las condiciones climáticas es la época seca que corresponde a los meses de octubre, noviembre, marzo y abril.

4.8.2 Usos Potencial: Turismo Comunitario: Son comunidades de la etnia Kichwa de la Sierra con costumbres y tradiciones propias, estas poblaciones indígenas se dedica a la agricultura y ganadería, la arquitectura de sus viviendas es construida básicamente de adobe, su techo está cubierto de paja. La Corporación Zulaoferta a los turistas su cultura viva, etnia indígena, sapiencia andina y para ello ha desarrollado actividades iniciales tales como curso de guías nativos, talleres de arte y artesanía, también ha delineado los circuitos o recorridos turístico hacia los atractivos naturales.

Turismo de aventura: En el complejo turístico de Ozogoché se puede realizar deportes de aventura como: caminatas (treking), cabalgatas (horse riding) y bicicleta (biking – down hill).

4.8.3 Necesidades turísticas.- Diseño e implementación de un sendero. Señalética Interpretativa en el sendero. Difusión y comercialización de los productos turísticos comunitarios

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos.- Ingresos económicos para el Parque Nacional Sangay. Inclusión social, cultural y económica para la comunidad de Ozogoché Alto. Contribución al Buen Vivir – Sumak Kausay.

4.9.2 Impactos negativos.- Contaminación del ambiente, sobrecarga turística en el mes de septiembre.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: El complejo se encuentra sin alteraciones y muy conservado, las lagunas pertenece al Parque Nacional Sangay que fue declarado Patrimonio Natural de la Humanidad en el año de 198

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: En proceso de deterioro
6.2 Causas: La causa es las actividades turísticas en el Complejo Lacustre de Ozogoché no siempre son tan sustentables como parecen, realizar caminatas, escalar, camping, picnic, tiene efectos como contaminación del páramo con desechos, molestia a la fauna, destrucción de bosques por la necesidad de leña incluso existen evidencias de incendios provocados por arrojar basura.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: asfaltado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Bus
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se puede ingresar a la cascada personas que tengan un buen estado físico ya que demanda un esfuerzo para llegar a la cascada.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
En el atractivo no existe servicios turísticos pero en los cantones de Alausí y Riobamba se puede encontrar hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Camino del Inca	10.2 Distancia: 44km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Por encontrarse dentro del PNS tiene difusión internacional

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	15
	c) Entorno	10

	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	12
TOTAL		75

13. JERARQUIZACIÓN


III

Elaborado por: María Belén Cuzco

Fuente: Investigación de campo

f) **Bosque secundario La Ninfa**

Ficha No 06. Inventario del Bosque secundario La Ninfa

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°06
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Bosque secundario la Ninfa	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Bosque	
1.8 Subtipo: Bosque seco pre montano	
	
Foto No 06. Bosque secundario Ninfa Fuente: Belén Cuzco	

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Huigra

2.4 Latitud: 9747462N

2.5 Longitud: 726128E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Alausí	3.2 Distancia: 35Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 1260 a 1500msnm
4.2 Temperatura: 18 a 25oC
4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 a 2000 mm
4.4 Ubicación del Atractivo Se encuentra ubicada en la parroquia Huigra, cerca de la escuela Bartolomé Donoso en el antiguo camino Huigra Namza Chico
4.5 Descripción del atractivo Se trata de un bosque secundario, ubicado en la antigua vía Huigra-Namza Chico, que luego de haber sido cerrada esta vía al público, debido a un derrumbo en el sector de la virgen, se empezó a recuperar, así pues se lo puede recorrer a pie desde la entrada a la antigua vía, a 20m de la escuela Bartolomé Donoso, hasta la comunidad de Namza Chico, en el trayecto nos podemos encontrar con plantaciones de maíz, frejol, pimiento, que la gente que posee terrenos en esta zona, se dedican a cultivar, en el trayecto podemos encontrar entre 20 y 25 especies de aves, especies de mamíferos como: rapoza, chuquri, ratón silvestre, cucucho, conejo, reptiles como culebras, lagartijas, ranas, sapos, arañas, tarántulas, sp de árboles como chilcas, guayaba, aguacate, matorrales, etc., la belleza paisajística es única de zonas subtropicales, el trayecto concluye en el Pucara de Namza Chico.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Pucara de Namza Chico: Antiguo pucara construido encima de una loma, en la comunidad de Namza Chico, se trata de una estructura de piedras completamente destruidos y en los cuales se ha demostrado la presencia de un pucara en forma de caracol, del cual se tiene una vista excepcional del paisaje subtropical y andino, así como del cerro Puñay, ya que se encuentra en sus faldas, en el lugar podemos encontrar la culebra X, así como gavilanes colifajeado, que descienden al lugar a cazarlas, es posible observar también la presencia de quillicos ahuyentando gavilanes como el colifajeado y el campestre. Cerro Puñay: Se trata de una pirámide escalonada en forma de guacamaya, en la cima del cerro Puñay, que fue construida por el pueblo Cañarí, se puede acceder al sitio por el camino Huigra Namza Grande. Centro Histórico de Huigra: conjunto de casas que datan de principios de siglo, el parque Eloy Alfaro con una réplica del ex presidente traída de Italia, la antigua gerencia de ferrocarriles, las casas de los gringos, casa Núñez, santuario de la Virgen de Lourdes la estación del tren, todas estas edificaciones construidas a la llegada del ferrocarril.
4.7 Permisos y Restricciones N/A

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales: Es utilizado como caminos a propiedades individuales y la agricultura
4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas fotografías y rutas turísticas.
4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística, basureras, apertura de senderos, delimitación de zonas de recreación
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado del bosque.
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema y deforestación de especies de flora.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
--

5.1 Estado: Alterado
5.2 Causas: Deforestación, expansión de frontera agrícola y ganadera introducción de especies de flora, quema contaminación por basura, derrumbos.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Proceso de deterioro
6.2 Causas: Expansión de frontera agrícola y quema de especies

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: sendero
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: a pie, caballo bicicleta, camioneta
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Fletes de camionetas para trasladarse al lugar	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
En cabecera parroquial de Huigra existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No existe
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Centro Histórico La cascada del Rio Panamá	10.2 Distancia: 1km 10km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	

TOTAL	32
--------------	----

13. JERARQUIZACIÓN


II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

g) **Bosque de la comunidad de San Roque**

Ficha No 07. Inventario del Bosque de la comunidad de San Roque

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°07
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Panamá	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Bosque	
1.8 Subtipo: Montano bajo occidental	
	
<p>Foto No 07. Bosque de la comunidad de San Roque Fuente: Belén Cuzco</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí
2.3 Parroquia: Huigra	
2.4 Latitud: 974698N	2.5 Longitud: 719463 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Alausí	3.2 Distancia: 35Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 1627msnm	

<p>4.2 Temperatura: 18 a 25oC</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 a 2000 mm</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Se encuentra ubicada en el sector Huigra viejo al margen del lado derecho en la comunidad San Roque</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Bosque primario y secundario, que alberga un importante número de especies de aves como ; gavián campestre (Buteo Magnirrostris), gavián Colifajeado (Buteo albonotatus), Quililico (Falco Sparverius), Gallinazo Cabecirrojo (Cathartes aura), Paloma Plomiza (Columba plumbea), Garrapatero piquiestriado (Crotophaga sulcirostris), Carpintero Olivodorado (Piculus rubiginosis), Tiranolete silvador sureño (Camptostoma obsoletum), mamíferos, como guanchacas(Didelphis marsupiales), venado(Mazama americana), puma(Puma concolor), sajino(Pecari tajuacu), guatusa(Dasyprocta punctata) reptiles e insectos, así como árboles, plantas como limón, cedro, y orquídeas, característicos de zonas subtropicales, el paisaje que podemos apreciar desde el inicio del sendero es acogedor, ya que se trata de zonas de transición entre costa y sierra, observar a sus habitantes cultivando frejol, tomate, maíz es común, ya que la zona es propicia para este tipo de actividades, debido a la presencia de suelos fértiles y vertientes de agua. Según habitantes del lugar existen 2 sp de monos uno que se lo ve en el día y otro en la noche, así como de tigrillos, por eso es importante realizar un estudio faunístico y botánico del lugar, para determinar su riqueza natural.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Sendero Huigra-San Roque: Es un antiguo camino de herradura donde sus habitantes llevan sus productos a vender en Huigra, el paisaje que se aprecia es muy acogedor, se aprecian montañas, quebradas, ríos, la cascada de Pailahuaico (al frente), y caídas de agua. La presencia de aves durante el trayecto pone alegría a la caminata, ya que las encontramos en un importante número y variedad, la vegetación y clima agradable, conjugan este trayecto en algo simplemente inolvidable, ya que además la pendiente no es muy pronunciada, siendo la mayoría del trayecto zonas planas.</p> <p>Centro Histórico de Huigra: conjunto de casas que datan de principios de siglo, el parque Eloy Alfaro con una réplica del ex presidente traída de Italia, la antigua gerencia de ferrocarriles, las casas de los gringos, casa Núñez, santuario de la Virgen de Lourdes la estación del tren, todas estas edificaciones construidas a la llegada del ferrocarril.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>N/A</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales: Utilizado como suelos de cultivo, como camino a propiedades individuales y extracción de madera.</p>
<p>4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas, tomar fotografías, trecking de Huigra a la comunidad de San Roque, observación de flora y fauna,</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística, basureros, apertura de senderos turísticos, infraestructura para observación de aves, formación de guías nativos.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado del ecosistema y su entorno a autoridades y pobladores.</p>

4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema, deforestación
--

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
--

5.1 Estado: Alterado

5.2 Causas:

Expansión de la frontera agrícola y ganadera, deforestación, quema de bosque, contaminación de basura, deslizamiento de tierra.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Proceso de deterioro
--

6.2 Causas: Expansión de frontera agrícola y ganadera, deforestación, quema, deslizamiento de tierra

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: sedero
----------------------------	----------------------------

7.3 Estado de Vías: Malo	7.4 Transporte: A caballo, pie
---------------------------------	---------------------------------------

7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
--------------------------------	--

7.7 Observaciones: Camionetas realizan fletes hasta el sector de Zigzipamba
--

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

En cabecera parroquial Huigra existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Vertiente, entubada

9.2 Energía Eléctrica: No existe

9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: Sendero Huigra – San Roque Centro Histórico de Huigra	10.2 Distancia: 6km 8km
---	-----------------------------------

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7

	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		38

13. JERARQUIZACIÓN


II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo

h) Bosque secundario Gramalote Pangal Naranjapata

Ficha No 08. Inventario del Bosque secundario Gramalote Pangal Naranjapata

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°09
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Panamá	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Bosque	
1.8 Subtipo: Bosque montano bajo occidental	
	
Foto No 08. Bosque secundario Naranja Pata Fuente: Belén Cuzco	

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí
2.3 Parroquia: Huigra	
2.4 Latitud: 9747659N	2.5 Longitud: 715040 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Cumandá	3.2 Distancia: 25Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 500 a 1263 msnm
4.2 Temperatura: 20 a 25oC
4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 a 2000 mm
4.4 Ubicación del Atractivo Se encuentra ubicada en la vía Pepinales gramalote o en la vía Cumandá – Suncamal o Naranjapata
4.5 Descripción del atractivo Es un bosque primario en algunas partes y secundario en otras, se encuentra a los alrededores de las comunidades de Gramalote, Pangal y en la parte baja Naranjapata, que se encuentran cerca unas de otras, en estos bosques aun podemos encontrar arboles de palma, cedros, limón, así como cultivos de papa china, yuca, plátano, naranjas, aves como gavilanes, vencejos, carpinteros, tangaras, colibrís, insectos como escarabajos, mariposas, libélulas, reptiles como lagartijas, iguanas, serpientes, y mamíferos como guantas, guatusas, pumas, tigrillo, venados, sajinos. Cabe recalcar que la vista panorámica es excepcional, ya que en algunos tramos podemos observar la ciudad de Cumandá y las estribaciones occidentales de la provincia de Chimborazo y Cañar. El recorrido es sobrecogedor ya que se trata de los últimos bosques subtropicales existentes en la zona, debido principalmente a la sobre explotación sufrida décadas atrás con la llegada del ferrocarril, y su demanda de madera para elaborar durmientes y carbón, así como de personas que llegaron en busca de terrenos para cultivar y criar ganado aprovechando la riqueza de sus suelos y su clima, apto para cultivos de yuca, papa china, maíz, tomate, frejol, cañas, naranjas, mandarinas etc. El recorrido es acompañado de un clima acogedor templado de montaña, en el nos podemos encontrar con quebradas, caídas de agua, apreciar la vida cotidiana del campo de los últimos pocas personas que quedan en el sector, debido principalmente a la migración hacia grandes ciudades, que dejo el tren con su desaparición, ya que este era la vida de estas comunidades.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Estación de ferrocarriles de Naranjapata: Antigua estación de ferrocarriles, que se complementa con una antigua bodega de almacenamiento de carga, alimentos etc., y de un tanque de gasolina y agua del antiguo poliducto Duran- Alausi, cabe recalcar que toda esta estructura se encuentra completamente destruida y olvidada Cumandá: Cantón de la provincia de Chimborazo, cuenta con hosterías, hoteles, cascadas, bosques, balnearios, plantaciones de cacao, banano, piña y demás productos tropicales.
4.7 Permisos y Restricciones N/A

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales: Extracción de madera, caza, cultivo y pastoreo
4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas, fotografías, observación paisajística, flora y

avifauna, trecking.
4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística, delimitación de zonas de recreación, instalaciones de basureros, infraestructura de observación de aves, limpieza y apertura de senderos, formación a guías nativos.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado del bosque y su entorno a autoridades y pobladores.
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema natural, contaminación de basura, deforestación.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Alterado
5.2 Causas: Deforestación, extracción maderera, expansión de la frontera agrícola y ganadera, contaminación por basura, deslizamiento de tierra.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Proceso de deterioro
6.2 Causas: Expansión de frontera agrícola y ganadera, quema

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: sendero
7.3 Estado de Vías: Malo	7.4 Transporte: Caballo y a pie
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: N/A	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Debido a estar aislado de la ciudad no cuenta con infraestructura turística

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si existe
9.2 Energía Eléctrica: Si existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Estación Naranapata Cantón Cumandá	10.2 Distancia: 3km 10km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		35

13. JERARQUIZACIÓN

II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Fuente: Investigación de campo 2015

i) **Laguna de Mapahuiña**

Ficha No 09. Inventario de la Laguna Mapahuiña

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°09
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Panamá	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rio	
1.8 Subtipo: Cascada	



Foto No 09. Laguna de Mapahuiña

Fuente: Belén Cuzco

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Achupallas

2.4 Latitud: 9743800N

2.5 Longitud: 747700 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Parroquia Achupallas

3.2 Distancia: 10Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3878msnm

4.2 Temperatura: 10 a 16oC

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 2500 mm

4.4 Ubicación del Atractivo

Se encuentra ubicada en la parroquia Achupallas

4.5 Descripción del atractivo

Las lagunas es producto de la acumulación de agua en un valle pequeño ubicado en el cerro Mapahuiña, el agua baja desde el cerro Chictalún, relativamente pequeño con solo 250 m2 de área, el agua es cristalina, en las orillas se divisa la presencia de gran cantidad de Algas de color verde oliva. En el centro de la laguna se observa claramente el movimiento del agua producto de la constante brisa del lugar.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

La exuberante vegetación y la caída de agua que impresiona a propios y extraños

4.7 Permisos y Restricciones

N/A

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales: Es visitado por turistas locales y nacionales en feriado y vacaciones

4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas fotografías y deportes extremos como rapel y escalada siempre contando con la seguridad que se necesita.

4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística en todo el recorrido de la laguan con recomendaciones ambientales.

4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado de la cascada y su entorno a autoridades y pobladores.
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema por falta de información y control por parte de las autoridades

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Por su gran belleza escénica tiene una influencia de turistas por lo mismo permite el cuidado por parte de las autoridades

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Por ser un atractivo potencial de la parroquia las autoridades y pobladores proporcionan cuidados en el entorno.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: sendero
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: caballo y a pie
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se puede ingresar a la laguna personas que tengan un buen estado físico ya que demanda un esfuerzo para llegar a la laguna.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
En la cabecera parroquial de Achupallas existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Camino del Inca Parroquia Achupallas	10.2 Distancia: 7km 10km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local y provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	
TOTAL		46

13. JERARQUIZACIÓN
II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo

j) Conchas gigantes petrificadas de Chicho Negro

Ficha No 10. Inventario de las Conchas gigantes petrificadas de Chicho Negro

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°09
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Conchas gigantes petrificadas Chicho Negro	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Resto prehistórico	
1.8 Subtipo: Fósil petrificado	



Fotos No 10. Conchas Petrificadas

Fuente: Belén Cuzco

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Achupallas

2.4 Latitud: 9746118N

2.5 Longitud: 756967 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Parroquia Achupallas

3.2 Distancia: 46,5Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3877msnm

4.2 Temperatura: 10 a 16oC

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 2500 mm

4.4 Ubicación del Atractivo

Se encuentra ubicada en la parroquia Achupallas

4.5 Descripción del atractivo

El nombre de Chicho Negro, se debe a existencia de minas de mármol negro en la zona. Se encuentra a una altura de 4.000 m.s.n.m. Aquí se encuentran los fósiles de braquiópodos marinos más grandes del mundo. Se puede observar conchas gigantes de más de un metro de largo, y otros animales, pulpos gigantes. Este descubrimiento fue realizado casualmente por el Ing. Roberto Santillán colaborador del ministerio de Energía y Minas. En el lugar se ha instalado un museo de sitio, guiado por los habitantes de esta comunidad. Se llega partiendo de Riobamba pasando por Guamote por la vía que va hacia la laguna de Ozogoche, a unas tres horas por camino vecinal.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

La exuberante vegetación y la caída de agua que impresiona a propios y extraños

4.7 Permisos y Restricciones

N/A

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales: Es visitado por turistas locales en feriados y vacaciones

4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas fotografías.

4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística, basureros
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado de la cascada y su entorno a autoridades y pobladores.
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema por falta de información y control por parte de las autoridades

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Por su gran belleza escénica tiene una influencia de turistas por lo mismo permite el cuidado por parte de las autoridades

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Por ser un atractivo potencial de la parroquia las autoridades y pobladores proporcionan cuidados en el entorno.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: lastrado
7.3 Estado de Vías: Malo	7.4 Transporte: Bus, camioneta
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: N/A	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
En cantón Alausí existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No existe
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Laguna de Ozogoche Parroquia Achupallas	10.2 Distancia: 30km 46,5km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local y provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		45

13. JERARQUIZACIÓN
II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

k) Cascada Pailahuayco

Ficha No 11. Inventario de la Cascada Pailahuayco

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°09
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Pailahuayco	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rio	
1.8 Subtipo: Cascada	



Foto No 11. Cascada Pailahuayco

Fuente: Belén Cuzco

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Huigra

2.4 Latitud: 9743788N

2.5 Longitud: 720861 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Parroquia Huigra

3.2 Distancia: 5Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1320msnm

4.2 Temperatura: 16 a 25oC

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 a 2000 mm

4.4 Ubicación del Atractivo

Se encuentra ubicada en la parroquia Huigra, comunidad Llimancay

4.5 Descripción del atractivo

Se encuentra en la comunidad de Llimancay, es un salto de agua cuyo cauce proviene del Río Panamá, forma una cascada de aproximadamente 20 m de altura y 3 m de ancho; la misma que cae en un profundo acantilado, al cual no se puede acceder por la parte baja de la cascada siendo muy difícil observarla en todo su esplendor.

Para llegar a esta cascada se debe tomar la vía que conduce a Guayaquil hasta ingresar por un desvío que lleva a la comunidad Llimancay; a lo largo del recorrido se atraviesan terrenos agrícolas y ganaderos, sin embargo es posible observar gran variedad de especies de aves como: gavilán campestre (*Buteo magnirostris*), pibi ahumado (*Contopus fumigatus*), gallinazo cabecirrojo (*Cathartes aura*), febe guardarrios (*Sayornis nigricans*), golondrinas (*Notiochelidon cyanoleuca*), chingolo (*Zonotrichia capensis*), copeton coritizado (*Myiarchus phaeocephalus*), así como insectos, principalmente escarabajos, mariposas, saltamontes, etc., el agua es semicristalina.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

La exuberante vegetación y la caída de agua que impresiona a propios y extraños

4.7 Permisos y Restricciones

N/A

1.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales: Es visitado por turistas locales y nacionales en feriado y vacaciones
4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas fotografías y deportes extremos como rapel y escalada siempre contando con la seguridad que se necesita.
4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística en todo el recorrido de la laguna con recomendaciones ambientales.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado de la cascada y su entorno a autoridades y pobladores.
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema por falta de información y control por parte de las autoridades

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Por su gran belleza escénica tiene una influencia de turistas por lo mismo permite el cuidado por parte de las autoridades

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Por ser un atractivo potencial de la parroquia las autoridades y pobladores proporcionan cuidados en el entorno.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Bus, automóvil, camioneta
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: N/A	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
En la cabecera parroquial de Huigra existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Centro histórico de Huigra	10.2 Distancia: 29km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local y provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	
TOTAL		44

13. JERARQUIZACIÓN
II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo

l) Cascada Boca Cielo

Ficha No 12. Inventario de la Cascada Boca Cielo

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°09
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Boca Cielo	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rio	
1.8 Subtipo: Cascada	



Foto No 12. Cascada Boca Cielo

Fuente: Belén Cuzco

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Huigra

2.4 Latitud: 9748545N

2.5 Longitud: 719938 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Cumandá

3.2 Distancia: 22Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1499msnm

4.2 Temperatura: 10 a 16oC

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 2500 mm

4.4 Ubicación del Atractivo

Se encuentra ubicada en la parroquia Huigra

4.5 Descripción del atractivo

Esta cascada se encuentra ubicada aproximadamente a 20 km de la Parroquia Huigra, en la zona subtropical. Se estima que tiene una altura de 12 m de caída, sus aguas son cristalinas. En la mitad del cauce el agua choca con una gran roca formándose un salpicón en forma de pileta, para luego continuar con su cauce normal cuyas aguas desembocan en el río Chiguancay.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

La exuberante vegetación y la caída de agua que impresiona a propios y extraños

4.7 Permisos y Restricciones

N/A

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales: Caminatas, fotografías, baños en las cascada, utilización de agua para cultivo y abrevadero de animales

4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas fotografías y deportes extremos como rapel y escalada siempre contando con la seguridad que se necesita.

4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística, diseño de eco senderos, delimitación de zonas de recreación

4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Generar el uso de buenas prácticas turísticas y ambientales
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema por falta de información y control por parte de las autoridades, reducción del caudal por utilización para regios, contaminación de desechos solidos

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Por su gran belleza escénica tiene una influencia de turistas por lo mismo permite el cuidado por parte de las autoridades

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: En proceso de deterioro
6.2 Causas: Tala de árboles, senderos diseñados sin criterios técnicos en las cascadas

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltada
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Bus, camionetas
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: N/A	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
En la cabecera parroquial de Huigra existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Centro Histórico de Huigra	10.2 Distancia: 22km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local y provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	
TOTAL		41

13. JERARQUIZACIÓN
II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo

m) **Cascada Bebé**

Ficha No 13. Inventario de la Cascada Bebé

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°09
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B. /Ing. Renato Chávez	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Bebe	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rio	
1.8 Subtipo: Cascada	



Foto No 13. Cascada Bebé

Fuente: Belén Cuzco

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí
2.3 Parroquia: Huigra	
2.4 Latitud: 9748468N	2.5 Longitud: 719716 E
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Cumandá	3.2 Distancia: 20Km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 1516msnm	
4.2 Temperatura: 16 a 25oC	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 2500 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo Se encuentra ubicada en la parroquia Huigra	
4.5 Descripción del atractivo Por ser la de menor tamaño le han dado el nombre de Cascada Bebé, tiene cerca de 8 m de altura y 2 m de ancho, poco caudalosa pero de aguas cristalinas que desembocan en el Río Chiguancay. En sus alrededores se pueden apreciar gran variedad de aves e insectos entre los que se destacan mariposas de vistosos colores y tamaños; en cuanto a especies vegetales existen remanentes de bosque secundario así como también cultivos de fréjol y especies frutales como arboles de guayaba, naranja e incluso mango. Esta cascada se encuentra apenas a 15 minutos en caballo desde la cascada Boca del Cielo siguiendo la trayectoria del camino de Kelly	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: La exuberante vegetación y la caída de agua que impresiona a propios y extraños	
4.7 Permisos y Restricciones N/A	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales: Es visitado por turistas locales y nacionales en feriados y vacaciones	
4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas fotografías y deportes extremos como rapel y escalada siempre contando con la seguridad que se necesita.	

4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística en todo el recorrido de la cascada con recomendaciones ambientales.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado de la cascada y su entorno a autoridades y pobladores.
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema por falta de información y control por parte de las autoridades

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Por su gran belleza escénica tiene una influencia de turistas por lo mismo permite el cuidado por parte de las autoridades

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Por ser un atractivo potencial de la parroquia las autoridades y pobladores proporcionan cuidados en el entorno.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Bus, camioneta
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se puede ingresar a la laguna personas que tengan un buen estado físico ya que demanda un esfuerzo para llegar a la laguna.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
En la cabecera parroquial de Huigra existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Centro Histórico de Huigra	10.2 Distancia: 22km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local y provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	
TOTAL		44

13. JERARQUIZACIÓN
II

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo

n) **Cascada Cabello de la Virgen**

Ficha No 14. Inventario de la Cascada Cabello de la Virgen

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°09
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Cabello de la Virgen	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Rio	
1.8 Subtipo: Cascada	



Foto No 14. Cascada cabello de la Virgen **Fuente:** Belén Cuzco

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Huigra

2.4 Latitud: 9747129N

2.5 Longitud: 718550 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Cumandá

3.2 Distancia: 18Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1298msnm

4.2 Temperatura: 16 a 25oC

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 2500 mm

4.4 Ubicación del Atractivo

Se encuentra ubicada en la parroquia Huigrá

4.5 Descripción del atractivo

Esta cascada viene a ser la última en el recorrido por el camino de Kelly“; denominada así por la forma en que cae el agua por la roca que se asemeja a la cabellera de una mujer, es una caída de 73 agua de aproximadamente 10 m de altura y 3 m de ancho de poco caudal. Este atractivo se encuentra en las inmediaciones de una hacienda propiedad privada de un habitante de la comunidad. El entorno de esta cascada lo componen en su mayor parte terrenos agrícolas con cultivos de papa china, yuca, plátano, fréjol y árboles frutales característicos de zonas calientes (naranja, guayaba, limón, etc.) en combinación con bosque secundario donde aún se pueden encontrar especies como palmas y cedros. La presencia de aves como gavilanes, vencejos, carpinteros, tangaras, colibríes, insectos como escarabajo, mariposas, libélulas, reptiles como lagartijas, serpientes, y mamíferos como ardillas, raposas o guanchacas guantas, guatusas, sahinós, especies que son características de casi todas las comunidades que están en la zona subtropical de la Parroquia Huigra.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

La exuberante vegetación y la caída de agua que impresiona a propios y extraños

4.7 Permisos y Restricciones

N/A

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales: Utilizado las aguas para la agricultura y abrevadero de aganado
4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas fotografías y deportes extremos como rapel y escalada siempre contando con la seguridad que se necesita.
4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética turística en todo el recorrido de la laguan con recomendaciones ambientales.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado de la cascada y su entorno a autoridades y pobladores.
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema por falta de información y control por parte de las autoridades

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Por su gran belleza escénica tiene una influencia de turistas por lo mismo permite el cuidado por parte de las autoridades

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: En proceso de deterioro
6.2 Causas: tala de árboles, senderos improvisados sin diseños técnicos

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Bus, camioneta
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: N/A	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
En la cabecera parroquial de Huigra existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y bebidas.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: Centro Histórico Huigra	10.2 Distancia: 22km
---	-----------------------------

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local y provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	
TOTAL		46

13. JERARQUIZACIÓN
II

Elaborado por: María Belén Cuzco

o) Nariz del Diablo- Cóndor Puñuna

Ficha No 15. Inventario de la Nariz del Diablo – Cóndor Puñuna

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: María Belén Cuzco	1.2 Ficha N°15
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo B.	1.4 Fecha: 14/04/ 2016
1.5 Nombre del Atractivo: Nariz del Diablo- Cóndor Puñuna	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Cordillera	



Foto No 15. Nariz del Diablo – Cónдор Puñuna **Fuente:** Belén Cuzco

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Pistishi

2.4 Latitud: 9752082N

2.5 Longitud: 736568 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Parroquia Pistishi

3.2 Distancia: 10Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1860msnm

4.2 Temperatura: 12a 20oC

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 2500 mm

4.4 Ubicación del Atractivo

Se encuentra ubicada en cantón Alusí, parroquia Pistishi

4.5 Descripción del atractivo

En la Cordillera de los Andes se encuentra la elevación montañosa que se la conoce con el nombre de Nariz del Diablo o Cónдор Puñuna que significa “donde el cóndor dormía”, es un mirador natural, en este cerro se ha construido la línea férrea que logra unir la costa con la sierra ecuatoriana, siendo su constructor el norteamericano Archer Harman, quien inició la obra empleando trabajadores indígenas y negros, los cuales recibieron apoyo de cuatro mil jamaquinos contratados para reforzar la construcción del tramo que atraviesa la provincia de Chimborazo. Esta obra de ingeniería vial es la más audaz que haya realizado el hombre, llamado por muchos el “tren más difícil del mundo” ya que va cortando a manera de cuchilla las rocas de la montaña; y los rieles del tren tienen aquí una trayectoria zigzagueante que desafía a cada instante el inminente peligro, condición que ha convertido a este tramo del ferrocarril conjuntamente con la peculiar forma de la montaña y la dificultad de su descenso, en un atractivo turístico importante. En el trayecto desde Pistishi hasta Chanchán existen tres tuneles y se comparte en diferentes puntos con el cauce del Chanchán. Aquí encontramos la estación Pistishi a 1830 m.s.n.m, que data de inicios de siglo, mármol de cobre rasado que se encuentra en Palmira

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Zigzag del ferrocarril, Mirador	
4.7 Permisos y Restricciones	
Para poder ingresar se debe comprar boletos en la en la estación del Ferrocarril en el cantón Alausí	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales: Es visitado por turistas nacionales e internacionales todos los días del año y en mayor afluencia en los días de feriados y vacaciones	
4.8.2 Usos Potencial: Se puede realizar caminatas, fotografías, recorrido en el tren desde la estación de Alausí – Nariz del Diablo, desarrollo de actividades turísticas.	
4.8.3 Necesidades turísticas.- Colocación de señalética orientativas en os sitios de visitas	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos.- Genera fuentes de ingreso a las poblaciones cercanas al atractivo por la visita de turistas, Genera conciencia al cuidado de la cascada y su entorno a autoridades y pobladores.	
4.9.2 Impactos negativos.- Degeneración del ecosistema por falta de información y control por parte de las autoridades	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: Conservado	
5.2 Causas:	
Por su gran belleza escénica tiene una influencia de turistas por lo mismo permite el cuidado por parte de las autoridades, por el alto nivel de apoyo gubernamental que ha otorgado recursos para la reconstrucción de la línea férrea. Además rescatando su valor histórico y arquitectónico ya que es considerado como un iconocon alto potencial y afluencia turística.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: Por ser un atractivo potencial de la parroquia y el cantón las autoridades y pobladores proporcionan cuidados en el entorno.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado línea férrea
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Camioneta Bus vehículos Tren
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: En tren se puede viajar desde cantón Riobamba mediante un tour	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
En la cabecera cantonal de Alausí existen hostales y hosterías y establecimientos de alimentación y	

bebidas.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si
9.2 Energía Eléctrica: No existe
9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Centro comunitario de Nizag Mirador de la Nariz del Diablo Cantón Alausí con sus atractivos	10.2 Distancia: 1km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local, provincial e internacional

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	18
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	10
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	7
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	3
	c) Nacional	8
	d) Internacional	
TOTAL		69

13. JERARQUIZACIÓN
III

Elaborado por: María Belén Cuzco


2) Inventario de atractivos culturales

a) Estación del Ferrocarril

Ficha No 16. Inventario de la Estación del Ferrocarril

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				BI-06-02-51	
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación del inmueble: ESTACIÓN DEL FERROCARRIL HUIGRA					
Clave catastral:				Registro No.: 1 de 1	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:		Cantón:	Ciudad:	Público:	Original:
CHIMBORAZO		ALAUÍS		X	SERVICIOS
Parroquia:		HUIGRA			Privado:
Urbana		Recinto:	Comunidad:	Particular	SERVICIOS
Rural:	X	Sitio:	Otros:	Religioso	
Coordenadas: X (Este) 724236 Y (Norte) 9746762 Z (Altitud) 1255 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
Se encuentra ubicado en el barrio Guyaquil					

6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN		
Siglo		Fecha / Década
Anterior al Siglo XVI		
XVI (1500 - 1599)		
XVII (1600 - 1699)		
XVIII (1700 - 1799)		
XIX (1800 - 1899)		
XX (1900 - 1999)	X	1900- 1910

XXI (2000 en adelante)		
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN		
Sólido		%
Deteriorado	95	%
Ruinoso		%
8. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS		
Implementar paneles de información turística de la Estación del Tren para generar interés en el visitante, y señaléticas interpretativas.		
9. VULNERABILIDAD		
Riesgos naturales		
Erupciones		Inundaciones X
Sismos		Fallas geológicas
Remociones en masa	X	Otros:
Riesgos antrópicos		
Conflictos herencia		Abandonado X
Intervenciones inadecuadas	X	Otros:
10. FOTOGRAFIA DEL INMUEBEL		
		
Foto No 16. Estación del Ferrocarril		Fuente: Belén Cuzco
11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE		
Esta infraestructura constituye la Estación del Ferrocarril en Huigra cuya construcción es de tipo mixta donde sus cimientos, paredes, muros y tabiques fueron hechos de piedra, mientras que las ventanas, puertas, escaleras y cielos rasos de madera, tiene instalaciones eléctricas y una cubierta de zinc. Se evidencia dos vías férreas una a cada costado de la estación, en el interior del edificio se desarrollan cuartos destinados para oficinas y bodegas, éstos están en comunicación directa con el		

exterior mediante un pasillo a cada lado.

Esta estación funcionó a partir del 2 de mayo de 1902 gracias a la construcción del ferrocarril del Sur que se llamaba “The Guayaquil And Quito Railway Co”, a este sitio llegaban trenes de carga y pasajeros, además de las locomotoras chicas. Había trenes mixtos que eran para pasajeros y equipaje siendo de subida el tren Ruta Durán- Riobamba –Durán.

También estaba el tren directo que era solo de carga especialmente de legumbres comprendiendo la ruta Riobamba-Durán los lunes, miércoles y viernes. Dentro de este recorrido estaba el tren que era de subida y el tren que era de bajada estos trenes recogían solo productos de comercio.

12 DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e influencia de la fachada

13.COLONIAL		14.REPUBLICANO	
Manierismo		Neo- clásico	
Rococó		Ecléctico	X
Barroco		Neo - Romántico	
Neo - Clásico		Neo - Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NÚMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del inmueble

15.TIPOLOGÍA FORMAL	16.TIPOLOGÍA FUNCIONAL	17.DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVOS	18.MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	19.ESTADO DE CONSERVACIÓN
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	X Cimentación	Piedra	S
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Piedra	S
Arquitectura Civil	X Educativo	Muros / Paredes	Piedra	S
Arquitectura Religiosa	Comercio	Piso	Madera	S
Arquitectura Tradicional	Servicios	X Entrepisos		S
Arquitectura Vernácula	Salud	Cielo Raso	Madera	S
Cementerios	Funeraria	Cubierta	Zinc	S
Haciendas	Productiva	Escalera		S
Rutas	Recreativa	Ventanas	Madera	S
Molinos	Administrativa	Puertas	Madera	S
Puentes	Cultural	Portales/Soportales	Madera	S
Parques		Barandelas		S
Plazas		Instalaciones	Electricidad	S
Industrial				
Túneles				

Otros		Otros			
20. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora: ESPOCH					
Registrado por:	María Belén Cuzco			Fecha de registro: 17/04/ 2016	
Revisado por:	Ing. Catalina Verdugo/ Ing. Renato Chavez				
Elaborado por: María Belén Cuzco					

b) Petroglifos de Ayashipa

Ficha No 17. Inventario de Petroglifos de Ayashipa

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO CH- 06- 02- 61	
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación del inmueble: PETROGLIFOS DE AYSHIPA					
Clave catastral:				Registro No.: 2 de 2	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:		Cantón:	Ciudad:		Público:
CHIMBORAZO		AL AUSÍ			Original:
Parroquia:		HUIGRA			VIVIENDA
				Privado: <input checked="" type="checkbox"/>	Actual:
Urbana		Recinto:	Comunidad: Ayashipa	Particular: <input checked="" type="checkbox"/>	VIVIENDA
Rural:	X	Sitio:	Otros:	Religioso	
Coordenadas: X (Este) 719741 Y (Norte) 9741935 Z (Altitud) 2190 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
Se encuentra ubicado en la comunidad de Ayashipa					
6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN					
Siglo		Fecha / Década			
Anterior al Siglo XVI		X	1500		

XVI (1500 - 1599)		
XVII (1600 - 1699)		
XVIII (1700 - 1799)		
XIX (1800 - 1899)		
XX (1900 - 1999)		
XXI (2000 en adelante)		
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN		
Sólido		%
Deteriorado		%
Ruinoso	35	%
8. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS		
Dar mantenimiento el área donde se encuentra el yacimiento, realizar un estudio técnico sobre la relación y función que tiene relación con el petroglifo que se encuentra en el trayecto del yacimiento.		
9. VULNERABILIDAD		
Riesgos naturales		
Erupciones		Inundaciones X
Sismos		Fallas geológicas
Remociones en masa	X	Otros:
Riesgos antrópicos		
Conflictos herencia	X	Abandonado X
Intervenciones inadecuadas	X	Otros:
10. FOTOGRAFIA DEL INMUEBEL		



Foto No 17. Petroglifos del yacimiento de Ayashipa

Fuente: Belén Cuzco

11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Petroglifo tallado con formas y líneas extrañas y desconocidas, de 1,50m de alto y 2m de ancho, sin un estudio arqueológico, se encuentra en la cima de la montaña, al inicio de una pampa, las líneas son confusas y de un significado desconocido, por lo que es importante que se realice un estudio arqueológico, para saber el verdadero significado de la piedra y lo que representa en la historia del lugar, al comenzar a descender la montaña hacia la comunidad de Lúgmas, nos encontramos con vestigios de lo que parece un antiguo camino o un canal de riego, que está construido de arcilla y de tierra negra, este nos conduce a una quebrada.

Se encuentra remontada, de ahí cogemos un camino a mano derecha y caminamos unos 15 minutos aproximadamente, en donde nos encontramos con un terreno en forma de terraza, sobre el cual se encuentra lo que pudo ser una casa de piedra, con piedras perfectamente sobrepuestas una sobre otras, con una mezcla de arcilla y ceniza, la estructura tiene una medida de 2,50m de largo, 2m de ancho con una puerta principal de acceso, y de 2m de altura, a su alrededor podemos encontrar piedras plana, paradas y alineadas, que dan la impresión de haber sido un patio, la construcción se destruida, quizás por huaqueros, extractores de piedras o simplemente por el pasar del tiempo, metros más adelante se encuentra un imponente machay, talado sobre una piedra solida de aproximadamente 8 m de altura y 5m de ancho, en la cual se hizo un hueco, acuñado con una piedra, y que sobre la pared se encuentran restos de hollín, posiblemente de fogatas, el sitio al parecer fue un refugio mirador, ya que se tiene una vista panorámica de la zona subtropical y de las montañas aledañas.

12 DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e influencia de la fachada: N/ A

13.COLONIAL

14.REPUBLICANO

Manierismo		Neo- clásico	
Rococó		Ecléctico	
Barroco		Neo - Romántico	
Neo - Clásico		Neo - Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NÚMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del inmueble

15.TIPOLOGÍA	16.TIPOLOGÍA	17.DESCRIPCIÓN	18.MATERIALES	19.ESTADO
---------------------	---------------------	-----------------------	----------------------	------------------

FORMAL		FUNCIONAL		FÍSICO CONSTRUCTIVOS	DE CONSTRUCCIÓN	DE CONSERVA CIÓN		
Vivienda		Vivienda		Cimentación	Piedra	S	D	R
Hospedaje	X	Culto		Estructura	Piedra	S	D	R
Comunicación		Educativo		Muros / Paredes	Piedra	S	D	R
Ceremonial		Comercio		Piso	Madera	S	D	R
Funeraria						S	D	R
Otros		Otros						

20. DATOS DE CONTROL

Entidad investigadora: ESPOCH

Registrado por:	María Belén Cuzco	Fecha de registro: 17/ 04 /2016
Revisado por:	Ing. Catalina Verdugo/ Ing. Renato Chávez	

Elaborado por: María Belén Cuzco

c) **Monolitos y Petroglifos de la Comunidad de Cochapamba**

Ficha No 18. Inventario de Monolitos y Petroglifos de la Comunidad de Cochapamba

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR					 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador					CÓDIGO		
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO								BI-06- 02- 51				
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN												
Denominación del inmueble: MONOLITOS Y GEROGLIFICOS DE COCHAPAMBA												
Clave catastral:						Registro No: 3 de 3						
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN						3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD		4. USOS				
Provincia:			Cantón:		Ciudad:		Público:		Original:			
CHIMBORAZO			ALAUÍS						RECR EATIV A			
Parroquia:			HUIGRA									
						Privado: X		Actual:				
Urbana				Recinto:		Comunidad: COCHAPAMBA		Particular		RECR EATIV A		
Rural:		X		Sitio:		Otros:		Religioso		A		
Coordenadas: X (Este) 724503 Y (Norte) 9743429 Z (Altitud) 2151 m.s.n.m.												

5. UBICACIÓN
SE UBICA EN LA COMUNIDAD DE COCHAPAMBA

6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN			
Siglo		Fecha / Década	
Anterior al Siglo XVI	X	1500	
XVI (1500 - 1599)			
XVII (1600 - 1699)			
XVIII (1700 - 1799)			
XIX (1800 - 1899)			
XX (1900 - 1999)			
XXI (2000 en adelante)			
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN			
Sólido		%	
Deteriorado	25	%	
Ruinoso		%	
8. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS			
Realizar un estudio técnico para su interpretación de manera que genere interés en los propietarios y habitantes de la zona promoviendo así su conservación.			
9. VULNERABILIDAD			
Riesgos naturales			
Erupciones		Inundaciones	X
Sismos		Fallas geológicas	
Remociones en masa	X	Otros:	
Riesgos antrópicos			
Conflictos herencia	X	Abandonado	X
Intervenciones inadecuadas		Otros:	
10. FOTOGRAFIA DEL INMUEBEL			



Foto No 18. Monolitos o geroglífico de Cochapamba

Fuente: Belén Cuzco

11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Los monolitos se encuentran en la comunidad de Cochapamba, ingresando por un desvío a mano izquierda a 6 km del poblado de Huigra, tomando como punto de referencia la escuela de la comunidad que se encuentra al costado derecho del camino, siguiendo el recorrido se debe pasar por el sector de Sulchán, para luego seguir ascendiendo hasta llegar a los terrenos de la familia Saldaña.

El petroglifo es una piedra en donde se encuentran figuras talladas del sol, la luna, y unos puntos, a primera vista pareciera que se trata de algún calendario de ciclo lunar o la representación de un eclipse, la piedra tiene una medida de 1m de alto y 1,50 de ancho, se encuentra en la bajada de una pampa, cerca de una casa, que sirve para guardar herramientas utilizadas por los campesinos del lugar para las cosechas, metros más arriba encontramos un pequeño machay de 3m de altura y 1,50m de ancho que pudo haber servido de refugio, por los antiguos habitantes del lugar o por chasquis que eran los encargados de llevar mensajes, encomiendas de un lugar a otro, esto tiene mucha coherencia, ya que el lugar es arqueológico y se encuentra en una zona de transición entre costa y sierra

Para alcanzar la cima se debe tomar un camino trazado por los dueños ya que tienen sembríos y ganado en la parte alta, al llegar a la cima está el monolito que es una piedra tallada en forma de un guardián al costado derecho y a su izquierda se encuentra otro monolito que tiene tallada una cruz la misma que se cree que es la cruz del sur, la piedra tiene una medida de 1m de alto y 1,50 79 de ancho, se encuentra en la bajada de una pampa, cerca de una casa, que sirve para guardar herramientas utilizadas por los campesinos del lugar para las cosechas.

12 DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e influencia de la fachada: N/ A

13.COLONIAL

14.REPUBLICANO

Manierismo		Neo- clásico	
Rococó		Ecléctico	
Barroco		Neo - Romántico	
Neo - Clásico		Neo - Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NÚMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del inmueble

15.TIPOLOGÍA FORMAL	16.TIPOLOGÍA FUNCIONAL	17.DESCRIPCIÓN FÍSICO	18.MATERIALES DE	19.ESTADO DE
----------------------------	-------------------------------	------------------------------	-------------------------	---------------------

				CONSTRUCTIVOS	CONSTRUCCIÓN	CONSERVA CIÓN		
				Yacimiento	Piedra	S	D	R
Arquitectura Civil	X	Educativo		Muros / Paredes	Piedra	S	D	R
Otros		Otros						
20. DATOS DE CONTROL								
Entidad investigadora:								
Registrado por:					Fecha de registro:			
Revisado por:								

Elaborado por: María Belén Cuzco

d) **Pirámide Escalonada PuñayNanza Grande Guabalcon y Calicanto**

Ficha No 19. Inventario de la Pirámide Escalonada Puñay Nanza Grande Guabalco

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación del inmueble: PIRAMIDE ESCALONADA PUÑAY NANZA GRANDE GUABALCO					
Clave catastral:				Registro No.: 4 de 4	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:		Cantón:		Público:	Original:
CHIMBORAZO		ALAUÍS			CENTRO CEREMONIAL
Parroquia:		HUIGRA		X	
				Privado:	Actual:
Urbana		Recinto:		Particular	CENTRO

Rural:	X	Sitio:	Otros:	Religioso	CERE MONI AL
Coordenadas: X (Este) 726353 Y (Norte) 9742373 Z (Altitud) 3220 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
SE ENCUENTRA UBICADO EN EL CANTON CHUNCHI					

6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN					
Siglo		Fecha / Década			
Anterior al Siglo XVI	X	1500			
XVI (1500 - 1599)					
XVII (1600 - 1699)					
XVIII (1700 - 1799)					
XIX (1800 - 1899)					
XX (1900 - 1999)					
XXI (2000 en adelante)					
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN					
Sólido	80	%			
Deteriorado		%			
Ruinoso		%			
8. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS					
Realizar campañas de concienciación sobre la importancia de este centro ceremonial andino, de manera que la población local y nacional valore, conserve y proteja en la posteridad.					
9. VULNERABILIDAD					
Riesgos naturales					
Erupciones		Inundaciones	X		
Sismos		Fallas geológicas			
Remociones en masa	X	Otros:			
Riesgos antrópicos					
Conflictos herencia		Abandonado			
Intervenciones inadecuadas		Otros: X			
10. FOTOGRAFIA DEL INMUEBEL					

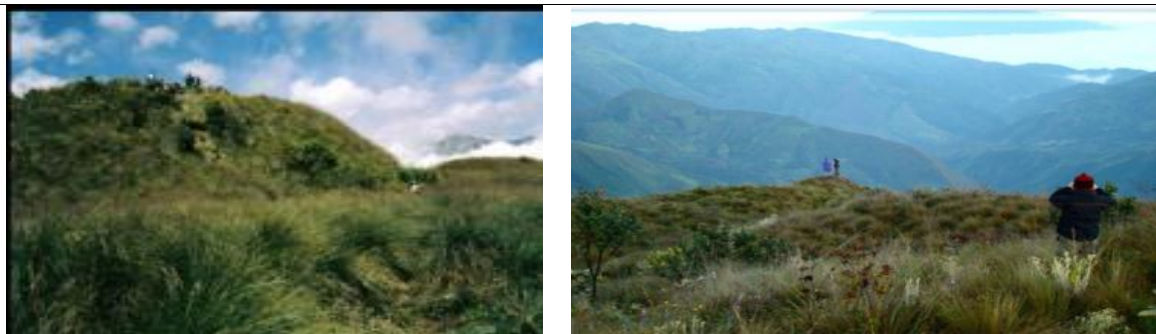


Foto No 19. Cerro Puñay

Fuente: Belén Cuzco

11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Esta pirámide escalonada posee las siguientes dimensiones: 420 metros de largo, 134 metros de ancho (bloque principal) y 45 metros de altura. Esta se ubica en dirección noroeste-suroeste y se halla construida a partir de los 3.220 m.s.n.m. hasta los 3.265 m.s.n.m. El último piso de la pirámide está constituido por dos plataformas elípticas a las cuales se puede acceder a través de siete pisos situados a cada lado de las mismas, estos pisos obedecen a un diseño circular y sus dimensiones varían entre ellos. El bloque principal constituido por las dos plataformas elípticas (elipse “A” y elipse “B”) posee una extensión total de 130,16 metros de largo por 134 metros de ancho. Estas se hallan unidas por una plataforma trapezoidal, y rodeadas por un piso elíptico en su base.

La elipse de mayor tamaño “A”, tiene las características de poseer doble rampa, una rampa de acceso en dirección Noroeste-Sureste con una inclinación de 45°, y otra en dirección al Este fijada a 0° con el equinoccio de marzo. La medida de esta elipse es de 50,7 metros de largo por 34 metros de ancho y 7,5 metros de alto. La rampa de acceso tiene una longitud de 28,5 metros. 104 La elipse de menor tamaño “B”, también posee una rampa de acceso en dirección Sur-Norte. Las medidas de esta elipse son de 31,6 metros de largo por 21 metros de ancho y 7,5 metros de altura.

La rampa de acceso cuenta con 21 metros de largo. La plataforma trapezoidal tiene las dimensiones de 29,36 metros de largo por 34 metros de ancho. La base de esta plataforma empata con las bases de cada elipse, pero su altura solo alcanza la mitad de sus dimensiones. Los pisos laterales que descienden de cada una de las elipses “A” y “B” poseen distintas dimensiones en ancho y largo, pero guardan la común característica de poseer sus bordes elípticos y de alternar los mismos con rampas de acceso. Los pisos laterales de la elipse “A” descienden en dirección de la región interandina, mientras que los pisos de la elipse “B” descienden en dirección a la costa ecuatoriana.

12 DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e influencia de la fachada

13.COLONIAL		14.REPUBLICANO	
Manierismo		Neo- clásico	
Rococó		Ecléctico	X
Barroco		Neo - Romántico	
Neo - Clásico		Neo - Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NÚMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del inmueble							
15.TIPOLOGÍA FORMAL	16.TIPOLOGÍA FUNCIONAL	17.DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVOS	18.MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	19.ESTAD O DE CONSERV ACIÓN			
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	X Cimentación	Piedra	S	D	R	
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Piedra	S	D	R	
Arquitectura Civil	X Educativo	Muros / Paredes	Piedra	S	D	R	
Arquitectura Religiosa	Comercio	Piso	Madera	S	D	R	
Arquitectura Tradicional	Servicios	X Entrepisos		S	D	R	
Arquitectura Vernácula	Salud	Cielo Raso	Madera	S	D	R	
Cementerios	Funeraria	Cubierta	Zinc	S	D	R	
Haciendas	Productiva	Escalera		S	D	R	
Rutas	Recreativa	Ventanas	Madera	S	D	R	
Molinos	Administrativa	Puertas	Madera	S	D	R	
Puentes	Cultural	Portales/Soportales	Madera	S	D	R	
Parques		Barandelas		S	D	R	
Plazas		Instalaciones	Electricidad	S	D	R	
Industrial							
Túneles							
Otros	Otros						
20. DATOS DE CONTROL							
Entidad investigadora: ESPOCH							
Registrado por: María Belén Cuzco				Fecha de registro: 17/ 04/ 2016			
Revisado por: Ing. Catalina Verdugo/ Ing. Renato Chávez							

Elaborado por: María Belén Cuzco

e) **Estación del Ferrocarril de Alausí**

Ficha No 20. Estación del Ferrocarril de Alausí

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR	 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		
		INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO	CÓDIGO
			BI-04-01-02-000- 000005
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación del inmueble: ESTACIÓN DEL FERROCARRIL DE ALAUSÍ			

Clave catastral:				Registro No.: 5 de 5	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Público:	Original:	
CHIMBORAZO	ALAUSÍ		ESTATAL	SERVICIOS	
Parroquia:	MATRIZ				
				Privado:	Actual:
Urbana	X	Recinto:	Comunidad:	Particular	SERVICIOS
Rural:		Sitio:	Otros:	Religioso	
Coordenadas: X (Este) 739637 Y (Norte) 9756875 Z (Altitud) 2357 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
SE ENCUENTRA UBICADO EN LAS CALLES ELOY ALFARO Y JUSTO GUERRERO					

ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN		
Siglo		Fecha/Década
Anterior al Siglo XVI		
XVI (1500 - 1599)		
XVII (1600 - 1699)		
XVIII (1700 - 1799)		
XIX (1800 - 1899)		
XX (1900 - 1999)	X	1929
XXI (2000 en adelante)		
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN		
Sólido	95	%
Deteriorado		%
Ruinoso		%
8. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS		
Diseñar manual de buenas prácticas turísticas para conservación del patrimonio		
9. VULNERABILIDAD		
Riesgos naturales		

Erupciones		Inundaciones	X
Sismos		Fallas geológicas	
Remociones en masa		Otros:	
Riesgos antrópicos			
Conflictos herencia		Abandonado	X
Intervenciones inadecuadas		Otros:	

10. FOTOGRAFIA DEL INMUEBEL



Foto No 20. Estación del Ferrocarril



Fuente: Belén Cuzco

11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Fue construida en el año de 1929, después de que el tren pasara por primera vez por la villa de San Pedro de Alausí el 7 de septiembre de 1903, en la época Republicana. Esta obra fue construida por el Gral. Eloy Alfaro ex presidente del Ecuador, fue el comienzo de la transformación de este pueblo, puesto que se incrementó el comercio y la agricultura.

La estación posee 2 pisos, 4 frentes, tiene una gran importancia histórica ya que fue un punto estratégico para conectarse a la Costa y el Austro ecuatoriano, y actualmente es el punto de partida a la Nariz del Diablo.

Su tipo de fachada es ecléctica, el zócalo es de piedra sillar, se encuentra adornada con almohadillado, enmarcamientos, bocel, acodos, aplacados, es de color beige combinado con café. Los cimientos son de piedra molón, las paredes de ladrillo mambrón y el techo con estructuras de madera cubiertas con zinc. Actualmente la estación presta un servicio de boletería donde se expenden los tickets para abordar el tren o autoferro, además cuenta con un pasaje artesanal con artículos de las diferentes parroquias del cantón.



12 DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA


Estilo e influencia de la fachada

13.COLONIAL		14.REPUBLICANO				
Manierismo		Neo- clásico				
Rococó		Ecléctico	X			
Barroco		Neo - Romántico				
Neo - Clásico		Neo - Gótico				
Vernáculo		Modernismo				
NÚMERO VANOS ABIERTOS		Moderno				
PA		Vernáculo				
PB		Tradicional				
Tipología del inmueble						
15.TIPOLOGÍA FORMAL	16.TIPOLOGÍA FUNCIONAL	17.DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVOS	18.MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	19.ESTADO DE CONSERVACIÓN		
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Piedra	S	D	R
Arquitectura Civil	X Educativo	Muros / Paredes	Piedra	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Piso	Madera	S	D	R
Arquitectura Tradicional	Servicios	X Entrepisos		S		
Arquitectura Vernácula	Salud	Cielo Raso	Madera	S	D	R
Cementerios	Funeraria	Cubierta	Zinc	S	D	R
Haciendas	Productiva	Escalera		S	D	R
Rutas	Recreativa	Ventanas	Madera	S	D	R
Molinos	Administrativa	Puertas	Madera	S	D	R
Puentes	Cultural	Portales/Soportales	Madera	S	D	R
Parques		Barandelas		S	D	R
Plazas		Instalaciones	Electricidad	S	D	R
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros					
20. DATOS DE CONTROL						
Entidad investigadora: ESPOCH						
Registrado por:	María Belén Cuzco			Fecha de registro: 17/ 04 / 2016		
Revisado por:	Ing. Catalina Verdugo/ Ing. Renato Chávez					
Elaborado por: María Belén Cuzco						

f) **Mirador de San Pedro**

Ficha No 21. Inventario de Mirador de San Pedro de Alausí

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO CH- 06-02-61	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación del inmueble: MIRADOR DE SAN PEDRO DE ALAUSÍ					
Clave catastral:				Registro No.: 6 de 6	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:		Cantón:		Ciudad:	
CHIMBORAZO		ALAUSÍ			
Parroquia:		MATRIZ		MUNICIPAL	
				Privado:	
Urbana		X		Particular	
Rural:		Sitio:		Religioso	
Recinto:		Comunidad:		Actu	
Otros:				al:	
Coordinadas: X (Este) 739444 Y (Norte) 9756601 Z (Altitud) 2396 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
SE ENCUENTRA EN LA CALLE PABLO DAVILA Y CICERON MERCHAN					
6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN					
Siglo		Fecha / Década			
Anterior al Siglo XVI					
XVI (1500 - 1599)					
XVII (1600 - 1699)					
XVIII (1700 - 1799)					
XIX (1800 - 1899)					
XX (1900 - 1999)					
XXI (2000 en adelante)		X		2001	
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN					
Sólido		90		%	

Deteriorado		%
Ruinoso		%
8. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS		
Cuidado de los espacios verdes y paneles de información turísticas		
9. VULNERABILIDAD		
Riesgos naturales		
Erupciones		Inundaciones
Sismos	X	Fallas geológicas
Remociones en masa	X	Otros:
Riesgos antrópicos		
Conflictos herencia		Abandonado
Intervenciones inadecuadas		Otros:
10. FOTOGRAFIA DEL INMUEBEL		
		
Foto No 21. San Pedro de Alausí		Fuente: Belén Cuzco
11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE		
<p>San Pedro patrono de la ciudad se encuentra localizado en la loma de Lluguly, fue realizado por el artista cuencano Eddy Crespo en el año 2001 mide 21 metros de alto y pegado con 11400 piezas de cerámica de 3 centímetros cuadrados aproximadamente, en su mano derecha lleva una llave de bronce dirigida hacia delante y simbolizando el encargo de Dios como heredero de los apóstoles, mientras que en su mano izquierda sostiene un libro que simboliza a la sagrada biblia, el monumento lleva una gran aureola de bronce que significa santidad.</p> <p>El nombre de Pedro según la historia se da porque Jesucristo lo designo como piedra funcional de la iglesia, de allí que Pedro proviene del griego PETROS que significa piedra. 120 En las fiestas de San Pedro en el mirador se celebran misas, juegos pirotécnicos, castillos y luces, específicamente el</p>		


29 de Junio de cada año acompañado por sus fieles devotos.				
12 DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA				
Estilo e influencia de la fachada: N/ A				
13.COLONIAL		14.REPUBLICANO		
Manierismo		Neo- clásico		
Rococó		Ecléctico		
Barroco		Neo - Romántico		
Neo - Clásico		Neo - Gótico		
Vernáculo		Modernismo		
NÚMERO VANOS ABIERTOS		Moderno		
PA		Vernáculo		
PB		Tradicional		
Tipología del inmueble				
15.TIPOLOGÍA FORMAL	16.TIPOLOGÍA FUNCIONAL	17.DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVOS	18.MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	19.ESTADO DE CONSERVACIÓN
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Hormigón	S
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Hormigón	S
Arquitectura Civil	Educativo	Muros / Paredes	Hormigón	S
Arquitectura Religiosa	X Comercio	Piso	Hormigón	S
Arquitectura Tradicional	Servicios	Entrepisos	Hormigón	S
Arquitectura Vernácula	Salud	Cielo Raso	Eléctrica	S
Cementerios	Funeraria	Cubierta		
Haciendas	Productiva	Escalera		
Rutas	Recreativa	X Ventanas		
Molinos	Administrativa	Puertas		
Puentes	Cultural	Portales/Soportales		
Parques		Barandelas		
Plazas		Instalaciones		
Industrial				
Túneles				
Otros	Otros			
20. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora:				
Registrado por:		Fecha de registro: 17/04 / 2016		
Revisado por:				

Elaborado por: María Belén Cuzco

g) **Puente Negro****Ficha No 22. Inventario de Puente Negro**

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación del inmueble: PUENTE NEGRO					
Clave catastral:				Registro No.: 7 de 7	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:		Cantón:		Público:	
CHIMBORAZO		ALAUÍS		ESTATAL	
Parroquia:		MATRIZ			
				Privado:	Actual:
Urbana	X	Recinto:	Comunidad:	Particular	PUENTE
Rural:		Sitio:	Otros:	Religioso	
Coordenadas: X (Este) 79866 Y (Norte) 9757253 Z (Altitud) 2377 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
SE ENCUENTRA UBICADA EN LA CALLE ELOY ALFARO EXACTAMENTE QUEBRADA AIPAN					

6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN		
Siglo		Fecha / Década
Anterior al Siglo XVI		
XVI (1500 - 1599)		
XVII (1600 - 1699)		
XVIII (1700 - 1799)		
XIX (1800 - 1899)		

XX (1900 - 1999)	X	1901- 1902
XXI (2000 en adelante)		
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN		
Sólido	75	%
Deteriorado		%
Ruinoso		%
8. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS		
Implementar paneles de información turística para que exista mayor interés a los visitantes		
9. VULNERABILIDAD		
Riesgos naturales		
Erupciones		Inundaciones X
Sismos		Fallas geológicas
Remociones en masa	X	Otros:
Riesgos antrópicos		
Conflictos herencia		Abandonado
Intervenciones inadecuadas	X	Otros:
10. FOTOGRAFIA DEL INMUEBEL		
		
Foto No 22. Puente Negro		Fuente: Belén Cuzco
11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE		
<p>Es considerada como una obra maestra de aquel tiempo (1903), en la que se recuerda la hazaña que hizo legendario al famosos Cholo Ramos, que siendo fogonero, y ante la negativa de 4 maquinistas extranjeros de cruzar por primera vez este puente, lo atravesó con su locomotora demostrando el valor y coraje del ferroviario alauseño.</p>		

Además este puente tiene un valor histórico dentro de la línea férrea, con 104 metros de largo y una altura de 20 metros, tiene 224 durmientes de madera de guayacán, muchas de las personas locales experimentan la adrenalina cruzando el puente a pie.

El puente negro fue el primero de su clase en construirse ya que esta hecho fuera de las riberas del río Chanchán, está ubicado en la quebrada de Aipan. La estructura del puente está construida íntegramente por acero, posee durmientes de madera que sostienen los rieles por las que transita el tren facilitando el acceso a la Nariz de Diablo

12 DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e influencia de la fachada: N/ A

13.COLONIAL		14.REPUBLICANO	
Manierismo		Neo- clásico	
Rococó		Ecléctico	
Barroco		Neo - Romántico	
Neo - Clásico		Neo - Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NÚMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del inmueble

15.TIPOLOGÍA FORMAL	16.TIPOLOGÍA FUNCIONAL	17.DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVOS	18.MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	19.ESTADO DE CONSERVACIÓN	
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Tierra	S	D
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Hierra	S	D
Arquitectura Civil	Educativo	Durmientes	Madera	S	D
Arquitectura Religiosa	Comercio				
Arquitectura Tradicional	Servicios	X			
Arquitectura Vernácula	Salud				
Cementerios	Funeraria				
Haciendas	Productiva				
Rutas	Recreativa				
Molinos	Administrativa				
Puentes	X Cultural				
Parques					
Plazas					
Industrial					
Túneles					
Otros	Otros				

20. DATOS DE CONTROL		
Entidad investigadora: ESPOCH		
Registrado por:	María Belén Cuzco	Fecha de registro: 17/ 04/ 2016
Revisado por:	Ing. Catalina Verdugo/ Ing. Renato Chávez	
Elaborado por: María Belén Cuzco		

h) **Reloj Público****Ficha No 23. Inventario del Reloj Público**

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO				CH- 06-02-61	
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación del inmueble: RELOJ PÚBLICO					
Clave catastral:				Registro No.: 8 de 8	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:		Cantón:	Ciudad:		Público:
CHIMBORAZO		ALAUÍSÍ			MUNICIPAL
Parroquia:		MATRIZ			Original:
				Privado:	Actual:
Urbana	X	Recinto:	Comunidad:	Particular	MIRADOR
Rural:		Sitio:	Otros:	Religioso	
Coordenadas: X (Este) 739763 Y (Norte) 97568757 Z (Altitud) 2388 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
SE ENCUENTRA CALLE SUCRE ENTRE VILLAROEEL Y GARCIA MORENO					
6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN					
Siglo		Fecha / Década			
Anterior al Siglo XVI					
XVI (1500 - 1599)					

6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN		
Siglo		Fecha / Década
Anterior al Siglo XVI		
XVI (1500 - 1599)		

XVII (1600 - 1699)		
XVIII (1700 - 1799)		
XIX (1800 - 1899)		
XX (1900 - 1999)	X	1903
XXI (2000 en adelante)		
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN		
Sólido	80	%
Deteriorado		%
Ruinoso		%
8. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS		
Implementar paneles de información turística en el Reloj Público		
9. VULNERABILIDAD		
Riesgos naturales		
Erupciones		Inundaciones
Sismos	X	Fallas geológicas
Remociones en masa	X	Otros:
Riesgos antrópicos		
Conflictos herencia		Abandonado X
Intervenciones inadecuadas		Otros:
10. FOTOGRAFIA DEL INMUEBEL		
11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE		
<p>El reloj fue fabricado por la compañía BOKENEM en 1903, se encuentran 4 réplicas similares en Checoslovaquia, Alemania, Argentina, y en Ecuador (Alausí). Es un edificio de estilo neoclásico y fue uno de los mejores de la época construido en el año de 1917 en la época del Teniente Coronel Ermel Gallo San Miguel., el reloj fue traído en el año de 1908 desde Alemania para luego colocarse en este lugar, por lo tanto convertirse en el primer reloj público.</p> <p>El edificio está constituido por 2 plantas y una torre donde se encuentra el reloj de marca es J.F. WEULE con 4 lados compuesto por horero y minuterero, además de una máquina poseedora de una variedad de piezas de bronce que funcionan sincronizada mente.</p>		
12 DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA		



Estilo e influencia de la fachada							
13.COLONIAL			14.REPUBLICANO				
Manierismo			Neo- clásico	X			
Rococó			Ecléctico				
Barroco			Neo - Romántico				
Neo - Clásico			Neo - Gótico				
Vernáculo			Modernismo				
NÚMERO VANOS ABIERTOS			Moderno				
PA			Vernáculo				
PB			Tradicional				
Tipología del inmueble							
15.TIPOLOGÍA FORMAL		16.TIPOLOGÍA FUNCIONAL		17.DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVOS	18.MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	19.ESTADO DE CONSERVACIÓN	
Arquitectura Monumental Civil		Vivienda		Cimentación	Hormigón	S	D
Arquitectura Monumental Religiosa		Culto		Estructura	Mixta	S	D
Arquitectura Civil	X	Educativo		Muros / Paredes	Tapial/ Madera	S	D
Arquitectura Religiosa		Comercio		Piso	Hormigón/Madera	S	D
Arquitectura Tradicional		Servicios	X	Escaleras	Madera	S	D
Arquitectura Vernácula		Salud		Barandelas	Madera	S	D
Cementerios		Funeraria		Cubierta	Zinc	S	D
Haciendas		Productiva		Instalaciones	Eléctricas	S	D
Rutas		Recreativa					
Molinos		Administrativa					
Puentes		Cultural					
Parques							
Plazas							
Industrial							
Túneles							
Otros		Otros					
20. DATOS DE CONTROL							
Entidad investigadora: ESPOCH							
Registrado por:	María Belén Cuzco				Fecha de registro: 17/ 04/ 2016		
Revisado por:	Ing. Catalina Verdugo/ Ing. Renato Chávez						
Elaborado por: María Belén Cuzco							

i) **Iglesia Matriz**

Ficha No 24. Inventario de la Iglesia La Matriz

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO CH- 06-02-61	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación del inmueble: IGLESIA LA MATRIZ					
Clave catastral:				Registro No.: 9 de 9	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:		Cantón:	Ciudad:	Público:	Original:
CHIMBORAZO		ALAUÍ			CULTO
Parroquia:		MATRIZ			
				Privado:	Actual:
Urbana	X	Recinto:	Comunidad:	Particular	CULTO
Rural:		Sitio:	Otros:	Religioso: X	
Coordenadas: X (Este) 739444 Y (Norte) 9756601 Z (Altitud) 2396 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
SE ENCUENTRA FRENTE AL PARQUE 13 DE NOVIEMBRE					

6. ÉPOCA CONSTRUCCIÓN		
Siglo		Fecha / Década
Anterior al Siglo XVI		
XVI (1500 - 1599)		
XVII (1600 - 1699)		
XVIII (1700 - 1799)	X	1798
XIX (1800 - 1899)		
XX (1900 - 1999)		

XXI (2000 en adelante)		
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN		
Sólido	90	%
Deteriorado		%
Ruinoso		%
8. ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS		
Implementar paneles de información turística de la Estación del Tren para generar interés en el visitante, y señaléticas interpretativas.		
9. VULNERABILIDAD		
Riesgos naturales		
Erupciones		Inundaciones X
Sismos	X	Fallas geológicas
Remociones en masa	X	Otros:
Riesgos antrópicos		
Conflictos herencia		Abandonado
Intervenciones inadecuadas	X	Otros:
10. FOTOGRAFIA DEL INMUEBEL		
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>		
<p>Foto No 24. Iglesia La Matriz Fuente: Belén Cuzco</p>		
11. DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE		
<p>Se encuentra a un costado del parque 13 de Noviembre constituyéndose en la iglesia principal del cantón. Fue construida a mediados del siglo XVIII por el Sr. Antonio Saguay, su fachada es de estilo gótico con piedra y columnas rectas, se destaca la imagen de Cristo Rey, en su interior encontramos un retablo, las columnas tienen volutas con arcos de medio punto, en el centro hay un mosaico característico del estilo corintio, las torres eran ovaladas pero con el terremoto de 1961 se</p>		

destruyeron por lo que fueron remodeladas de otra forma, en su interior se encuentran 132 imagen de San Pedro patrono de la ciudad, Santa Mariana de Jesús, Señor resucitado entre otros que datan del siglo XIX.

12 DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e influencia de la fachada

13.COLONIAL		14.REPUBLICANO	
Manierismo		Neo- clásico	
Rococó		Ecléctico	
Barroco		Neo - Romántico	
Neo - Clásico		Neo - Gótico	X
Vernáculo		Modernismo	
NÚMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del inmueble

15.TIPOLOGÍA FORMAL		16.TIPOLOGÍA FUNCIONAL		17.DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVOS	18.MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	19.ESTADO DE CONSERVACIÓN	
Arquitectura Monumental Civil		Vivienda		Cimentación	Piedra	S	D
Arquitectura Monumental Religiosa	X	Culto		Estructura	Piedra	S	D
Arquitectura Civil		Educativo		Muros / Paredes	Piedra	S	D
Arquitectura Religiosa		Comercio		Piso	Piedra	S	D
Arquitectura Tradicional		Servicios		Entrepisos	Hormigón	S	D
Arquitectura Vernácula		Salud		Cielo Raso	Electricidad	S	D
Cementerios		Funeraria					
Haciendas		Productiva					
Rutas		Recreativa					
Molinos		Administrativa					
Puentes		Cultural					
Parques							
Plazas							
Industrial							
Túneles							
Otros		Otros					

20. DATOS DE CONTROL

Entidad investigadora: ESPOCH

Registrado por:	María Belén Cuzco	Fecha de registro: 17/ 04 / 2016
------------------------	-------------------	---

Revisado por:	Ing. Catalina Verdugo/ Ing. Renato Chávez	
Elaborado por: María Belén Cuzco		

j) **Comunidad de Nizag****Ficha No 25.** Inventario de la Comunidad de Nizag

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación del inmueble: COMUNIDAD DE NIZAG					
Clave catastral:				Registro No.: 10 de 10	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:		Cantón:	Ciudad:	Público:	Original:
CHIMBORAZO		ALAUÍS		GRUPO SOCIAL	VIVIENDA
Parroquia:		MATRIZ	NIZAG		
Ámbito: USOS SOCIALES RITUALES Y ACTOS FESTIVOS		Sub- ámbito: PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES			
Lenguaje 1: ESPAÑOL		Lenguaje 2: KICHUWA		Privado:	Actual:
Urbana		Recinto:	Comunidad: INDIGENA	Particular	VIVIENDA
Rural:	X	Sitio:	Otros:	Religioso	
Coordenadas: X (Este) 7242324 Y (Norte) 9746663 Z (Altitud) 2287 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
SE ENCUENTRA EN LA COMUNIDAD DE NIZAG					
6.FOTOGRAFÍ DEL INMUEBLE					



Foto No 25. Comunidad de Nizag

Fuente: María Belén Cuzco

6.DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

La comunidad indígena es poseedora de la tierra más fértil del cantón, es un paso obligado a la Nariz del Diablo, y si entra a la comunidad en carro se encontrará con personas amables que realizan sus actividades cotidianas como la agricultura recalando que siembran productos de la costa y la sierra como el guineo, chirimoyas, papa china, caña de azúcar entre otros, también están las prácticas ganaderas, la realización de artesanías las mismas que se expenden en la estación del tren de Sibambe. Además son parte de la red de turismo comunitario de Chimborazo y que han sobresalido por las actividades que ofrecen y la transición de productos agrícolas que ofertan.

Entidad investigadora: ESPOCH**Fecha de registro:** 17/ 04/ 2016**Registrado por:** María Belén Cuzco**Revisado por:** Ing. Catalina Verdugo/ Ing. Renato Chávez**Elaborado por:** María Belén Cuzcok) **Shigras****Ficha No 26. Inventario de Shigra**

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO
				BI-04-01-02-000-000005
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Denominación del inmueble: SHIGRAS				
Clave catastral:			Registro No.: 11 de 12	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN			3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Público:	Original :

CHIMBORAZO		ALAUÍS			VENTA
Parroquia:		MATRIZ	NIZAG		
Ámbito: TÉCNICAS TRADICIONALES		Sub- ámbito: TEXTILERÍA			
Lenguaje 1: N/A		Lenguaje 2: N/A		Privado:	Actual:
Urbana		Recinto: CENTRO ARTESANAL ESTACIÓN DEL TREN	Comunidad: INDIGENA	Particular X	VENTA
Rural:	X	Sitio:	Otros:	Religioso	
(Altitud) 2384 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
SE ENCUENTRA CENTRO ARTESANAL DE LA ESTACIÓN DE TREN					
6.FOTOGRAFÍ DEL INMUEBLE					
					
Foto No 26. Shigras			Fuente: María Belén Cuzco		
6.DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE					
<p>El Padre Juan de Velasco (180) en su historia “El Reino de Quito” tomando sus partes principales dice “los Conquistadores tomaron dos asientos el de Alausí y el de Tiquizambi (hoy sector de Alausí) entre muchos otros, en los mismos lugares que se encontraban las poblaciones de los primitivos habitantes y comenzaron a establecerse los encomenderos, crecieron notablemente las industrias sobre todo de los tejidos de lana porque de estos lugares existían gran cantidad de llamas, luego las ovejas traídas de España y la cabuya que hoy va extinguiéndose”.</p> <p>De estas poblaciones crecieron notablemente las industrias durante el Gobierno de Gonzalo Pizarro y otros por haberle seguido muchas partidas de aventureros, gente venida de San Miguel de Piura y otros sectores del Perú situándose de Sur a Norte en la vía real. Uno de los conocimientos que se han mantenido desde épocas pre incásicas son las técnicas de elaboración de artesanías hechas con el material de la cabuya lo que las hace muy resistentes.</p> <p>Las shigras (bolsos), son los productos elaborados más frecuentemente. Son tejidas a mano por las mujeres de la comunidad de Nizag. Las artesanas se demoran en elaborar cada pieza entre cuatro a cinco semanas. Las mujeres las hacen con el propósito de no perder su tradición, su cultura. Las shigras tienen diferentes dibujos que son con los que se identifican. Las formas representan a mujeres, elementos de la naturaleza, dibujos abstractos y formas geométricas de colores vivos.</p>					

Entidad investigadora: ESPOCH	Fecha: 17/ 04/ 2016
Registrado por: María Belén Cuzco	
Revisado por: Ing. Catalina Verdugo / Ing. Renato Chávez	
Elaborado por: María Belén Cuzco	

1) **Fiestas de San Pedro**

Fichas No 27. Inventario de Fiestas de San Pedro

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL BIENES CULTURALES INMUEBLES FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación del inmueble: FIESTAS DE SAN PEDRO					
Clave catastral:				Registro No.: 12 de 12	
2. DATOS DE LOCALIZACIÓN				3. RÉGIMEN DE PROPIEDAD	4. USOS
Provincia:		Cantón:	Ciudad:	Público:	Original:
CHIMBORAZO		ALAUZÍ		X	RECREACIÓN
Parroquia:		MATRIZ			
Ámbito: USOS SOCISLES, RITUALES, ACTOS FESTIVOS		Sub- ámbito: FIESTAS O CEREMONIAS RELIGIOSA			
Lenguaje 1: N/A		Lenguaje 2: N/A		Privado:	Actual:
Urbana	X	Recinto:	Comunidad:	Particular	RECREACIÓN
Rural:		Sitio:	Otros:	Religioso	
(Altitud) 2384 m.s.n.m.					
5. UBICACIÓN					
SE ENCUENTRA EN LA CABECERA CANTONAL					
6.FOTOGRAFÍ DEL INMUEBLE					



Foto No 27. Fiesta de Alausí

Fuente: María Belén Cuzco

6.DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Las fiestas en torno a los santos, son muy comunes en la provincia de Chimborazo. El adoctrinamiento religioso católico en estas tierras, propició la aceptación y la devoción de los santos católicos por parte de las comunidades indígenas, como “protectores” de la comunidad. Parece ser, que hay alguna conexión entre los santos católicos y las deidades indígenas con características protectoras de la comunidad. En la parroquia de Alausí, las fiestas celebradas en honor al patrono San Pedro, incluyen tanto actividades sagradas como la celebración de misas y procesiones, así como también actividades más profanas en torno a los juegos, los desfiles y bailes locales. En las fiestas de San Pedro se dan algunas actividades principales.

En las vísperas de San Pedro la gente concurre al parque Simón Bolívar en donde se da la ganada de la plaza y posteriormente inicia una fiesta de luz y color cuando se quema el castillo con figuras especiales que representan lo auténtico de este pueblo.

Esto se da a las tres de la tarde del último sábado de junio. También se celebran misas, procesiones en torno al patrono San Pedro y corridas de toros. Estos son descritos como la atracción de las fiestas, la cual es vista por la población como un “cóctel del hiel y sangre, licor, audacia, música y valor en derroches de gritos y alegrías”. Mientras en la arena, una multitud aguarda la salida del encierro. También se dan varios juegos tradicionales como el del torneo de cintas el último día de fiesta, desde tempranas hora de la mañana. También los colegios, escuelas, comunidades, desfilan alegremente por el centro de la ciudad. Van disfrazados con trajes típicos danzando o cantando representando pasajes históricos; mientras las flores adornan elegantemente los carros alegóricos.

Entidad investigadora: ESPOCH

Fecha: 17/ 04/ 2016

Registrado por: María Belén Cuzco

Revisado por: Ing. Catalina Verdugo/ Ing. Renato Chávez

Elaborado por: María Belén Cuzco

Fuente: Investigación de campo 2016

3) Planta turística

La planta turística presente en el cantón Alausí son los siguientes establecimientos turísticos que brindan servicios de alimentación, hospedaje, recreación y esparcimiento del cantón que son establecimientos estratégicos más cercanos al estudio. Se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla No 50. Planta turística del cantón Alausí

Nº	RAZON SOCIAL	CATEGOR IA	Nº MES AS	VALOR TOTAL POR MESA		Nº HABITACIONES	VALOR TOTAL x HAB
AGENCIA DE VIAJES							
1	A.F. ALAUSI TOURS	Dualidad	0	0		0	0
ALOJAMIENTO							
HOSTALES							
1	GAMPALA	Segunda	0	0		14	62,72
2	PANAMERICANO	Tercera	11	64,9		15	54
3	SAN PEDRO	Segunda	8	69,2		13-20	
4	LA COLINA	Tercera	6	35,4		7	25,2
5	LA POSADA DEL TREN	Segunda	0	0		9	40,32
6	VENTURA	Segunda	0	0		12	53,76
7	ALAUSI	Tercera	4	23,6		15	54
8	HOTEL HUIGRA	Cuarta	10			18	
9	EUROPA	Tercera	0	0		25	90
10	BELLO AMANECER	Tercera	0	0		6	21,6
11	ALFARO	Tercera	4	23,6		12	43,2
HOSTERIAS							
1	RINCON DE ISABEL	Primera	10		110,1	11	92,18
2	POSADA DE LAS NUBES	Segunda	5		43,25	7	48,72
3	PIRCAPAMBA	Primera	0		0	13	108,94
4	LA QUINTA	Primera	13		143,13	8	67,04
5	ETERNA PRIMAVERA	Segunda	55		475,75	38	264,48
6	LOS EMILIOS	Segunda	6		51,9	10	69,6
COMPLEJO TURÍSTICO							
					PLZ		
1	SPA LUNITA	Segunda	0		0	50	94,5
2	LA CASA DEL ARBOL	Segunda	10		86,5	20	54,2
3	GRANJA AGROTURÍSTICA LA RABIJA	Tercera	0		0	30	28,2
4	GRANJA EL CARMEN	Segunda	0		0	25	47,25
ALIMENTOS							
RESTAURANTS							
1	MIRADOR CONDOR PUÑAY						
2	CAFÉ DEL TREN						
3	EL CISNE 1	Tercera			10	59	
4	COMEDOR FAMILIAR	Tercera			13	112,45	
5	FLAMINGO	Tercera			7	41,3	
6	LA DILIGENCIA	Tercera			10	59	
7	KENN JHONNY	Tercera			6	35,4	
8	SUCRE	Tercera			6	35,4	
9	DON FAUSTO	Segunda			20	173	

10	MESON DEL TREN	Segunda		12	103,8	
11	PUNTA BUCANA	Segunda		5	43,25	
12	LAS DELICIAS DEL MAR	Tercera		4	23,6	
13	DOÑA CLARUCHA	Segunda		4	34,6	
14	LA FUENTE	Tercera		6	35,4	
15	ROGER CAFÉ	Tercera		4	23,6	
16	PICANTERIA LOLITA	Tercera		4	23,6	
17	SAN DIABLO CAFETERIA	Segunda		7	60,55	
18	BUKARDIA	Segunda		8	69,2	
19	LA HIGUERA RESTAURANT	Tercera		6	35,4	
20	RESTAURANT EL ROSAL	Tercera		10	59	
21	RESTAURANT EL TRIGAL	Segunda		7	60,55	
22	LA MICHUACANA	Tercera	3		17,17	
23	EL CISNE 2	Tercera	10		19	
24	EL PARAISO	Tercera		10	59	
25	RESTAUNT KASSANDRA	Segunda		9	77,85	
26	ENCEBOLLADOS HEREDIA	Cuarta		4	18,88	
27	LOS ENCEBOLLADOS DEL MARQUES	Cuarta		5	23,6	
28	EL POLLO VAQUERO	Tercera		5	29,5	
29	PUENTE NEGRO	Tercera		6	35,4	
30	GIOS BROASTER	Tercera		5	29,5	
DISCOTECAS - BARES						
1	ADICCION	Tercera	0		0	
2	BAR MARLEY	Tercera				
3	EL ROMANCE KARAOKE	Tercera				
4	LA CABAÑA DEL PATOJO	Segunda				
5	LA CUEVA DEL OSO	Tercera				
6	LAS VEGAS KARAOKE	Tercera				

Nota: Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Alausí, 2014

b. Oferta sustitutiva

Para oferta sustitutiva se tomó en cuenta como referencia las hosterías del cantón Alausí, que presten servicios de alojamiento y alimentación las cuales se convierten en competencia directa para el proyecto.

1) Establecimientos de la competencia

a) Hostería Rincón de Isabel

Tabla No 51. Competencia Hostería Rincón de Isabel

Razón Social: Hostería Rincón de Isabel	
Ubicación	Av. Capitán Pontón Sector de Buha Km2
Categoría	Primera
No. habitación	10 dobles 5 simples 1 quíntuple 2 triples 16 habitaciones en construcción
No. Plaza	Restaurante 40 pax Habitaciones 18
Servicios que Oferta	Alimentación Hospedaje Salón de eventos Espacios verdes Cubículos individuales Servicios de internet Parqueadero Información turística
Precio de habitación	35 dólares simples 65 dólares matrimoniales 90 dólares triples Incluido alimentación e IVA
Precio alimentación	6 dólares el plato
Clientes anuales	400 clientes en el 2014
Demanda	Turistas extranjeros y e nacionales
Medios de publicidad e información	-Mediante internet afiliación a páginas web de booking y Visita Ecuador -Contactos telefónicos
Propietario	Víctor Fiallos

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

b) **Hostería Posada de las Nubes****Tabla No 52.** Hostería Posada las Nubes

Razón Social: Posada de las Nubes	
Ubicación	A 7 Km de la ciudad de Alausí
Categoría	Segunda
No. Habitaciones	3 dobles 4 familiares
No. Plaza	18 pax
Servicios que Oferta	Alojamiento Salón de descanso
Precio de habitación	55 dólares por persona , + IVA dólares incluido alimentación
Clientes anuales	250 clientes en el 2014
Demanda	Extranjera y nacional
Medios de publicidad e información	Internet página web de la hostería, correo electrónico, contactos telefónicos
Propietario	Carolina Ortiz

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

c) **Hostería Pircapamba****Tabla No 53.** Hostería Pircapamba

Razón Social: Pircapamaba	
Ubicación	A 1 Km de la ciudad de Alausí, antigua carretera a Riobamba
Categoría	Primera
No. habitación	13(8 habitaciones dobles, 3 habitaciones familiares, 1 habitación individua 1 habitación matrimonial
No. Plaza	40 pax
Servicios que Oferta	Ambiente campestre Áreas verdes Jardines Estacionamiento Salón de juegos y eventos Caminatas y paseo a caballo Internet
Precio de habitación	25 dólares + impuesto y desayuno
Clientes anuales	550 clientes en el año 2014
Demanda	Nacional y extranjera
Medios de publicidad e información	Internet mediante creación de la página web de la hostería y contactos telefónicos
Propietario	Bélgica Violeta Vinuesa

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

d) **Hostería La Quinta****Tabla No 54.** Hostería La Quinta

Razón Social: Hostería La Quinta	
Ubicación	Av. Eloy Alfaro 121
Categoría	Primera
No. habitación	13(3 simples 3 matrimoniales 7 dobles
No. Plaza	15 pax
Servicios que Oferta	Habitaciones Alojamiento Alimentación Parqueadero Sala de descanso Jardín
Precio de habitación	90 dólares incluido alimentación
Clientes anuales	1500 clientes en el 2014
Demanda	Nacional y extranjera
Medios de publicidad e información	Internet Contactos telefónicos

Nota: Investigación de campo 2015**Elaborado por:** María Belén Cuzcoc. **Proyección de la oferta**

Para obtener el número total de clientes se sumó el número de clientes que llegaron a cada una de las hosterías indicadas anteriormente en el 2014, la cual es de 2700 clientes. Para la proyección de la oferta actual se utilizó la fórmula del interés compuesto.

Tabla No 55. Proyección de la oferta

No.	Años	Oferta potencial
0	2014	2700
1	2015	2889
2	2016	3307
3	2017	4051
4	2018	5310
5	2019	7447

Nota: Investigación de campo 2015**Elaborado por:** María Belén Cuzco

3. Confrontación Oferta – Demanda

a. Demanda insatisfecha proyectada

Tabla No 56. Demanda insatisfecha

No.	Años	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha
0	2014	53168	2700	50468
1	2015	56888	2889	53999
2	2016	65130	3307	61823
3	2017	79786	4051	75735
4	2018	104582	5310	99272
5	2019	146680	7447	139233

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

b. Demanda objetivo proyectada

Tabla No 57. Demanda objetivo

No.	Años	Demanda 5%insatisfecha	Demanda objetiva anual	Demanda objetiva mensual	Demanda objetiva semanal	Demanda objetiva diaria
0	2014	50468	2523	210	53	8
1	2015	53999	2680	223	56	8
2	2016	61823	3091	257	64	9
3	2017	75735	3787	316	79	11
4	2018	99272	4964	414	104	15
5	2019	139233	6962	580	145	21

Nota: Investigación de campo 2105

Elaborado por: María Belén Cuzco

C. ESTUDIO TÉCNICO

1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

a. Localización del proyecto

1) Macro localización

El presente proyecto de estudio de factibilidad para la creación de la hostería se realizará en la provincia de Chimborazo, cantón Alausí, parroquia Matriz.

2) Micro localización

La hostería estará ubicada a 100 metros de la cabecera cantonal de Alausí, en el sector Colaypud, a 1Km de la cabecera cantonal.

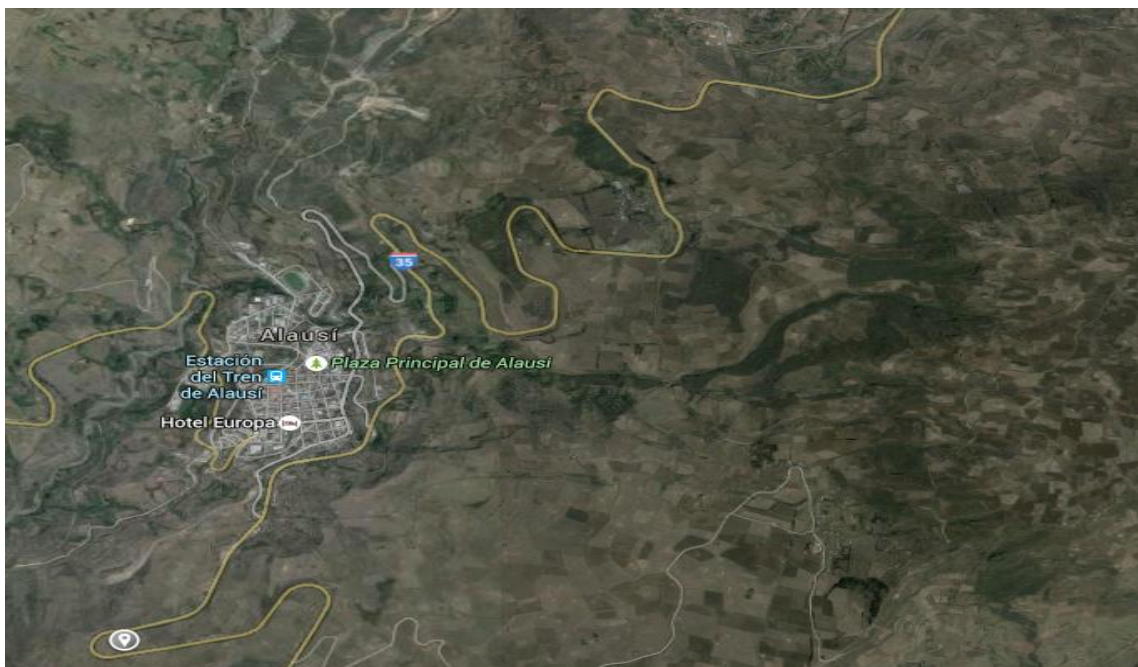


Figura No 38 Mapa Vial del cantón Alausí

Nota: GAD cantonal de Alausí. 2013

b. Tamaño del proyecto

1) Número de clientes proyectados

Se tomará el 5% de la demanda insatisfecha para determinar la demanda objetiva, en función a la capacidad instalada de la hostería, la cual se logró definir el tamaño de la hostería que proporcione cantidades posibles que permitiría iniciar con el funcionamiento de la misma, la cual fue proyectada para los 5 años siguientes divididas en cantidades anuales, mensuales, semanales y diarias que se indican en el siguiente cuadro.

Tabla No 58.

No.	Años	Anual	Mensual	Semanal	Diario
0	2014	2523	210	53	8
1	2015	2680	223	56	8
2	2016	3091	257	64	9
3	2017	3787	316	79	11
4	2018	4964	414	104	15
5	2019	6962	580	105	21

Nota: Investigación de campo 2015
Elaborado por: María Belén Cuzco

A través de estos resultados se puede tener una idea del número de clientes que recibirá la hostería en el inicio de sus actividades turísticas. La cual nos indica que en el primer año el establecimiento turístico deberá disponer una capacidad para al menos 8 clientes por día.

2) Terreno

La propiedad en el que se pretende implementar y desarrollar el proyecto es familiar, con una superficie de 1 hectárea que será distribuida la construcción necesaria para el inicio del proyecto.

c. Tipología de la construcción

El tipo de construcción de la hostería en general será de construcción mixta con un modelo tradicional que forma parte de la arquitectura tradicional, con el objetivo de recuperar los materiales y costumbres de construcción de la zona, por lo cual los materiales a utilizar son: madera, teja, sin embargo se hará también uso de materiales actuales como: cemento, ladrillo,

bloques, cerámica en la decoración de los baños y cocina, de esta forma evitar las filtraciones de agua ya que estas zonas son las más propensas a este tipo de problemas, evitando así el deterioro de las paredes y minimizando el impacto ambiental.

Para una construcción es importante conocer las características climáticas de la zona de construcción y los materiales de construcción a utilizar, que son detallados a continuación:

1) Condiciones Ambientales

- a) **Temperatura:** 15 a 16 grados centígrados
- b) **Altitud:** 2347 msnm
- c) **Precipitación media anual:** 500 a 2000 mm

2) Tipo de materiales

Los materiales a utilizar para la construcción de la hostería son aquellos que ayuden a la contribución del cuidado del medio ambiente, que son detallados en la siguiente lista:

- a) Madera y sus derivados
- b) Teja
- c) Vidrio
- d) Piedra, grava, arcilla (bloques de adobe), arena
- e) Materiales con procesos técnicos
- f) Cemento
- g) Hormigón
- h) Ladrillo
- i) Bloques
- j) Cerámica
- k) Tubos PVC
- l) Acero
- m) Cobre
- n) Sintéticos
- o) Tomacorrientes
- p) Acometidas eléctricas

- q) Accesorio para baños
- r) Instalaciones sanitarias
- s) Lavamanos, inodoros

d. Diseño técnico arquitectónico

1) Programación para la hostería

Tabla No 59. Programación de la hostería

Área	Sub-área	Descripción	Cantidad
Administrativa	Gerencia	Oficina	1
Comercialización	Recepción	Oficina	1
	Paqueadero	Zona de parqueo	1
	Zona de descanso	Sala de espera	1
Producción	Restaurante	Comedor	1
		Cocina	1
		Bodega	1
	Alojamiento	Habitaciones Simples,	1
		Dobles	
		Triples	2
		Cuadruples	
Cabaña familiar			
Recreación	Cancha de futbol Juegos recreativos	1	
	Áreas verdes	4	
	Huertos orgánicos	1	
		1	

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

2) Diseño Arquitectónico

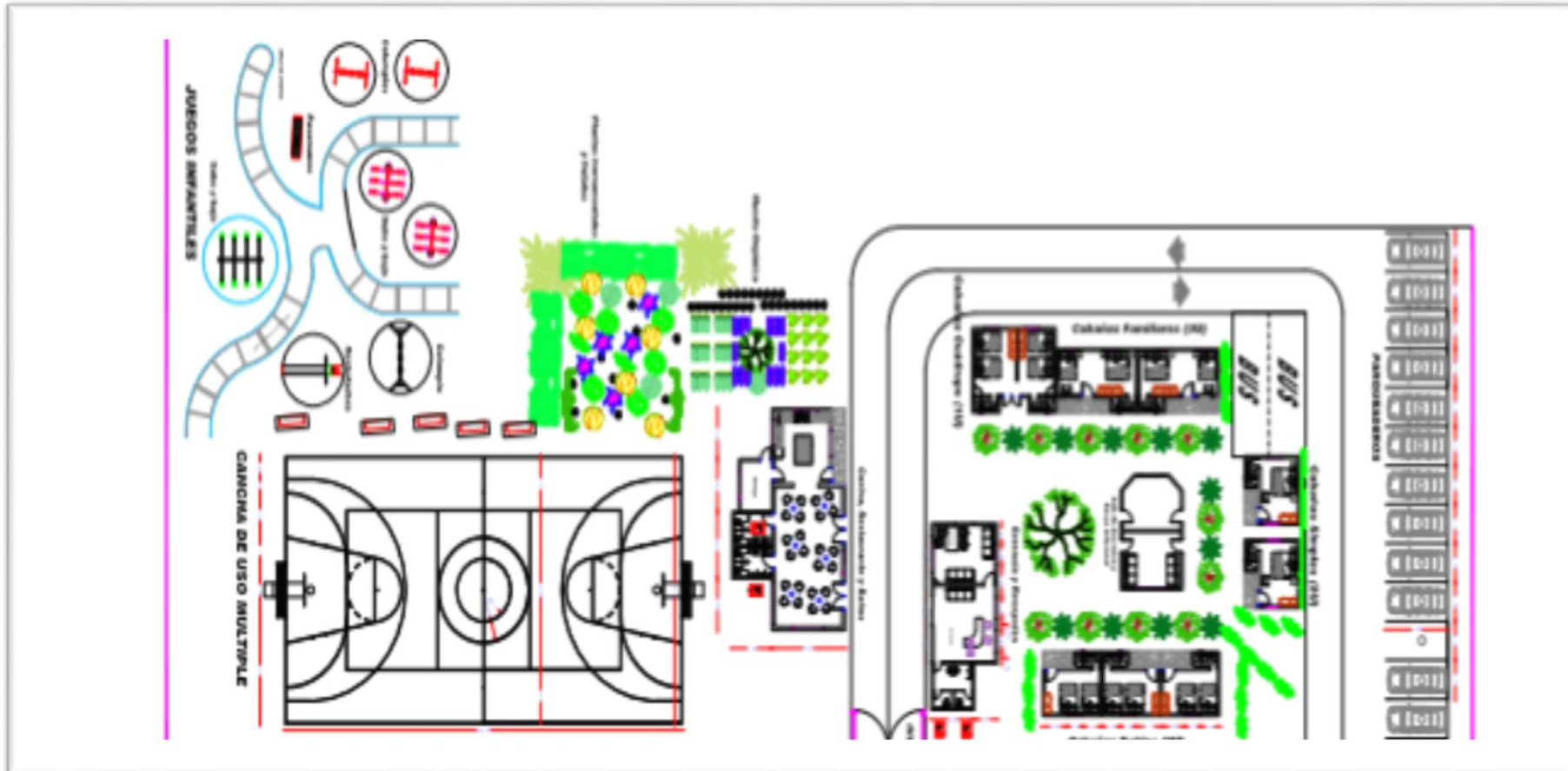


Figura No39. Plano de la hostería
Nota: Investigación de campo 2015
Elaborado por: María Belén Cuzco

a) Instalaciones eléctricas

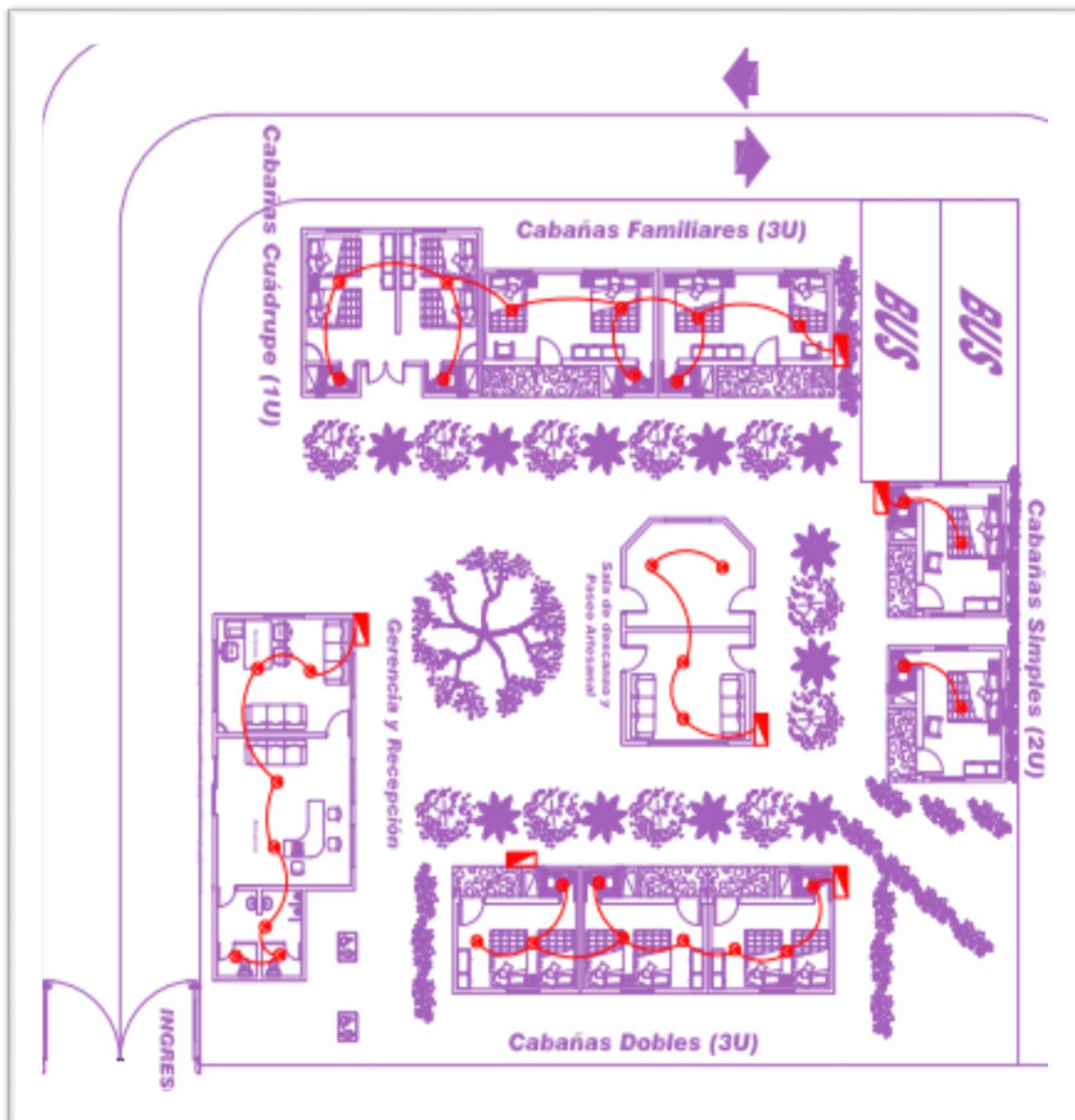


Figura No 40. Instalaciones Eléctricas

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

b) Instalaciones agua potable

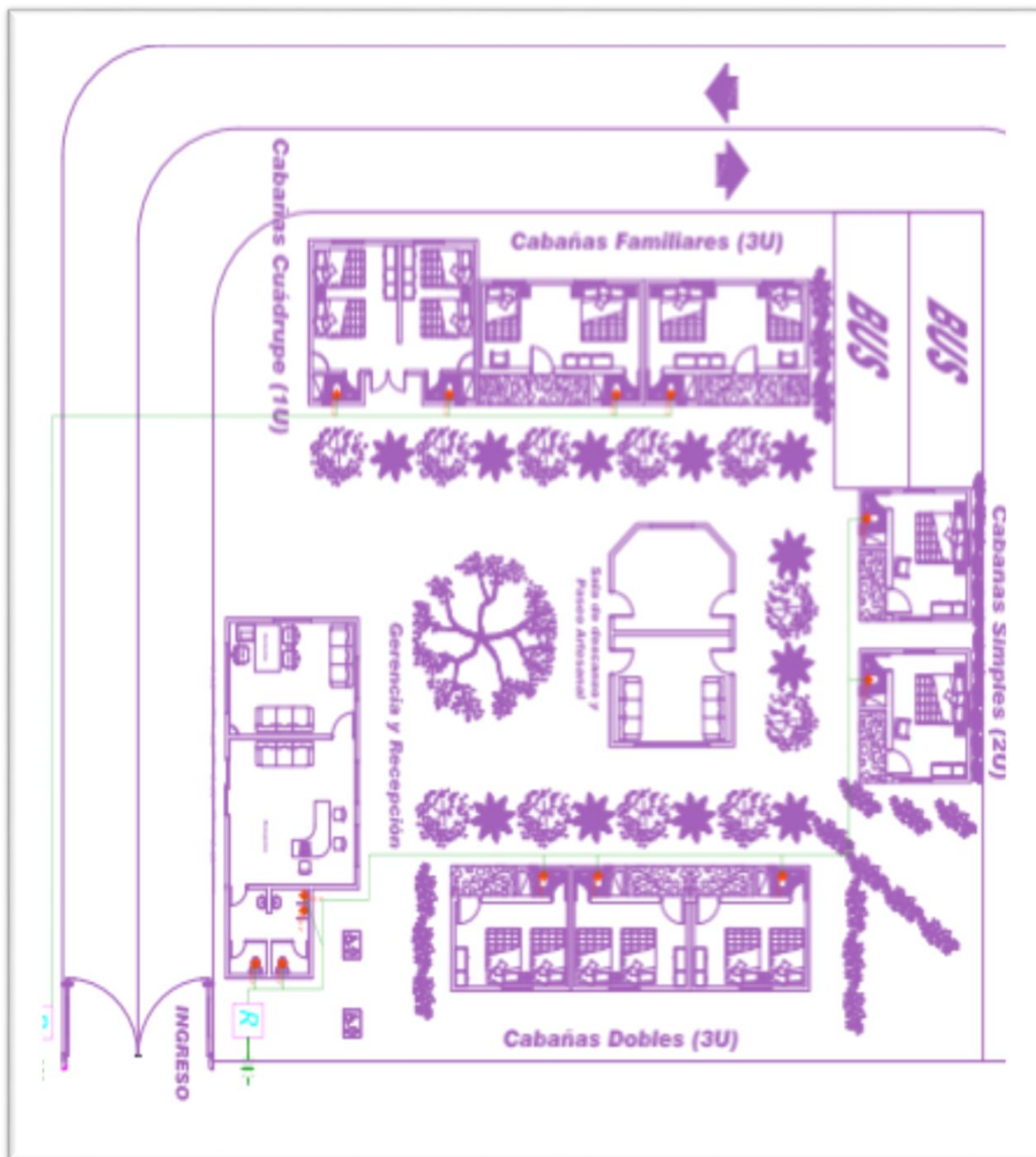


Figura No 41. Instalaciones agua potable

Nota: Investigación de campo 2105

Elaborado por: María Belén Cuzco

c) Instalaciones sanitarias

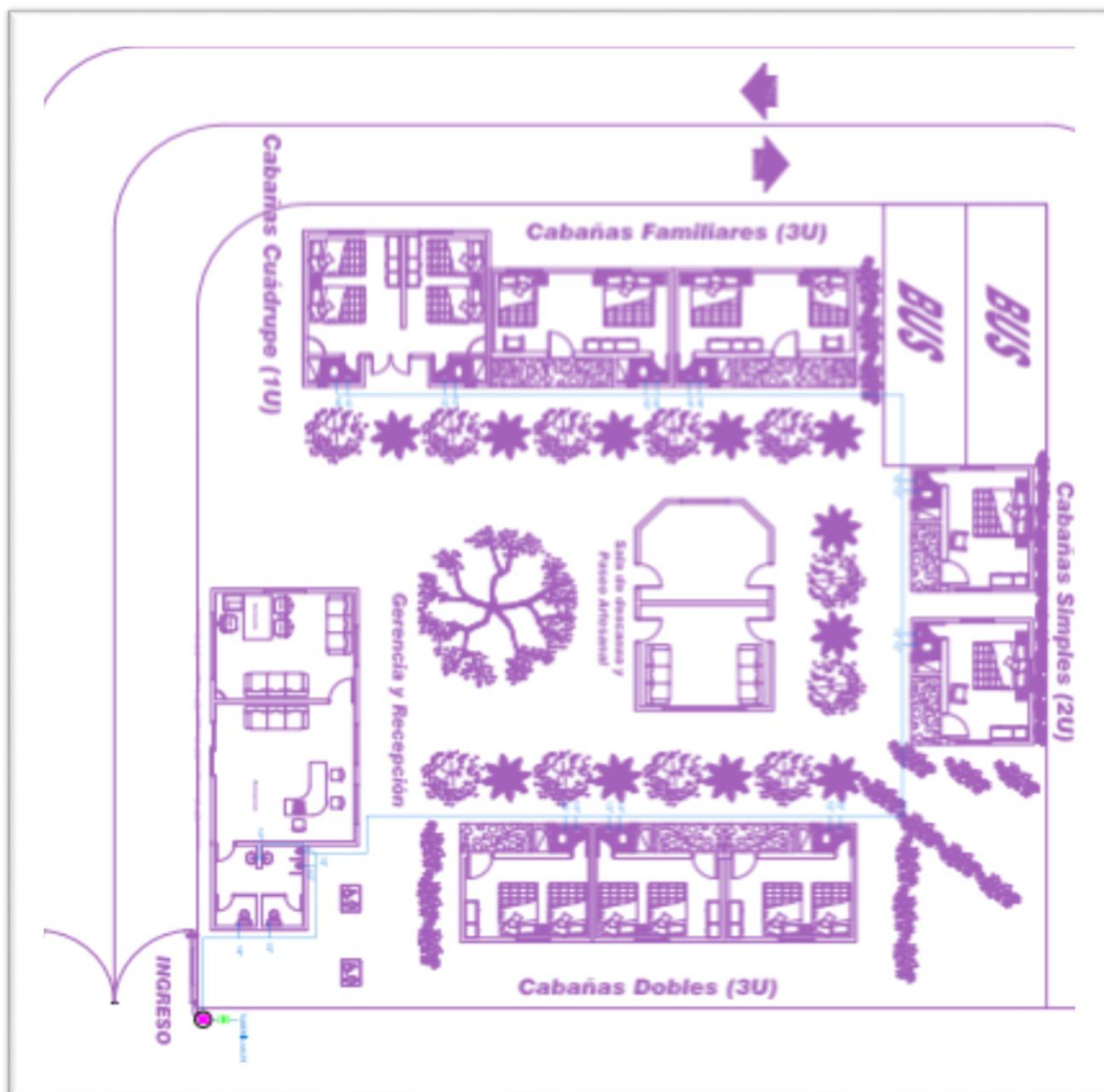


Figura No 42. Instalaciones sanitarias

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

3) **Distribución y caracterización de la construcción**

Para la construcción de la hostería se utilizará diferentes materiales, pero en mayor proporción el ladrillo, madera, teja y tragaluz con la finalidad de dar provecho a la iluminación natural a las habitaciones y minimizando el gasto de energía por el día. Los sub – áreas de la hostería se construirán en un área de 10000 m² los mismos que serán distribuidos uniformemente.

- a) **Sub- área gerencia.** - Esta área estará destinada para la admiración y atención de necesidades que se presente en la hostería ya sea con clientes o colaboradores que laboren en la misma, construida en un área de
- b) **Sub- área recepción.** - Esta sub área se encargará de ofrecer los servicios relacionados con la llegada y salida de los clientes, además de controlar, coordinar, gestionar y brindar diferentes servicios al huésped durante la permanencia en la hostería
- c) **Sub- área parqueadero.** - Área de estacionamiento de vehículos de los clientes durante la permanencia en el establecimiento turístico.
- d) **Sub- área restaurante.-** Para el servicio a los clientes esta área estará formada por cuatro espacios con pisos de cerámica con excepción a la cocina que estará recubierto el piso con cerámica deslizante, una bodega de almacenamiento de los productos necesarios para la elaboración de los alimentos, el área del comedor con ventanas anchas y vidrios transparente que ayude al cliente visualizar el panorama natural del entorno, y el área de servicios higiénicos de hombres y mujeres.
- e) **Sub- área alojamiento.** - Esta área tendrá un baño en su interior, contará con un escritorio de trabajo, el techo será construida con teja y con tragaluz para poder aprovechar la luz natural del día, y su estructura de bigas tratadas, las paredes de ladrillo, el piso construido de hormigón y recubierto por duelas.
- f) **Sub – área recreación.** - Costará de juegos infantiles con 2 columpios una resbaladera y 2 subibajas una cancha de futbol y de básquetbol construida de hormigón armado, y Área verde esta área será resaltada con implementación de un jardín con plantas ornamentales,

además contará con césped y huertos orgánicos con plantas frutales propias de la zona como manzanas, limas, limones, peras, babacos y legumbres.

4) Rubro de infraestructura turística

Tabla No 60. Rubro de infraestructura turística

PRESUPUESTO					
Item	Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	PARQUEADERO				3.621,31
1.001	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	176,00	4,24	746,24
1.002	REPLANTEO Y NIVELACIÓN	m2	176,00	0,22	38,72
1.003	HORMIGÓN CICLÓPEO (60% HS F'C=210 KG/CM2 Y 40% PIEDRA)	m3	27,00	105,05	2.836,35
2	CABAÑAS SIMPLES (2U)				6.755,40
2.001	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	42,00	4,24	178,08
2.002	EXCAVACIONES DE TERRENO NORMAL 0-3 M	m3	14,70	11,02	161,99
2.003	REPLANTILLO DE PIEDRA	m2	42,00	8,66	363,72
2.004	ACERO DE REFUERZO FY = 4200 KG/CM2 (INCLUYE DOBLADO Y CORTE)	Kg	12,00	2,00	24,00
2.005	SUMINISTRO E INSTALACIÓN DE MALLA R188 (FY = 4200 KG/CM2)	m2	6,00	4,98	29,88
2.006	HORMIGÓN SIMPLE F'C = 210 KG/CM2	m3	3,12	168,17	524,69
2.007	MAMPOSTERÍA DE LADRILLO	m2	69,00	12,78	881,82
2.008	ESTRUCTURA PARA CUBIERTA DE TEJA	Global	4,00	173,09	692,36
2.009	SUMINISTRO E INSTALACION DE TEJA (INC. BASE PARA TEJA)	m2	52,00	19,61	1.019,72
2.010	ENLUCIDO CON MORTERO 1:2	m2	4,00	7,24	28,96
2.011	PUERTA Y VENTANA DE MADERA SEGÚN ESPECIFICACIÓN	U	4,00	190,99	763,96
2.012	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA TOMACORRIENTE	Pto	4,00	28,20	112,80
2.013	INSTALACIONES ELÉCTRICAS (FOCO + INTERRUPTOR)	Pto	4,00	61,14	244,56
2.001	BAÑOS EN CABAÑAS SIMPLES (2U)				1.728,86
2.001.001	PUERTA METÁLICA SEGÚN ESPECIFICACIÓN (70 X 170)	u	2,00	119,81	239,62
2.001.002	VENTANAS DE HIERRO Y VIDRIO DE 4 MM	u	2,00	59,10	118,20
2.001.003	ENLUCIDO CON MORTERO 1:2	m2	12,00	7,24	86,88
2.001.004	CERAMICA PARA PISO	m2	6,00	22,43	134,58
2.001.005	CERAMICA PARA PAREDES ECONÓMICA (30X20)	m2	4,00	22,57	90,28
2.001.006	INSTALACIONES ELÉCTRICAS (FOCO + INTERRUPTOR)	Pto	4,00	61,14	244,56
2.001.007	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA TOMACORRIENTE	Pto	4,00	28,20	112,80
2.001.008	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA DUCHA (INC. DUCHA ECONÓMICA)	Pto	2,00	54,94	109,88
2.001.009	SUMINISTRO E INSTALACION DE LAVAMANOS INCLUYE ACCESORIOS Y	u	2,00	66,25	132,50

PRESUPUESTO					
Item	Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
	GRIFERÍA				
2.001.010	SUMINISTRO Y COLOCACION DE INODORO INCLUYE ACCESORIOS	U	2,00	81,04	162,08
2.001.011	INSTALACIONES SANITARIAS TUBO PVC DE 4" Y 2"	Global	2,00	104,48	208,96
2.001.012	INSTALACIONES DE AGUA FRÍA DE 1/2 "	Global	2,00	44,26	88,52
3	CABAÑAS DOBLES (3U)				9.549,39
3.001	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	63,00	4,24	267,12
3.002	EXCAVACIONES DE TERRENO NORMAL 0-3 M	m3	9,20	11,02	101,38
3.003	REPLANTILLO DE PIEDRA	m2	63,00	8,66	545,58
3.004	ACERO DE REFUERZO FY = 4200 KG/CM2 (INCLUYE DOBLADO Y CORTE)	Kg	18,00	2,00	36,00
3.005	SUMINISTRO E INSTALACIÓN DE MALLA R188 (FY = 4200 KG/CM2)	m2	9,00	4,98	44,82
3.006	HORMIGÓN SIMPLE F ^{'''} C = 210 KG/CM2	m3	4,80	168,17	807,22
3.007	MAMPOSTERÍA DE LADRILLO	m2	68,00	12,78	869,04
3.008	ESTRUCTURA PARA CUBIERTA DE TEJA	Global	6,00	173,09	1.038,54
3.009	SUMINISTRO E INSTALACION DE TEJA (INC. BASE PARA TEJA)	m2	72,00	19,61	1.411,92
3.010	ENLUCIDO CON MORTERO 1:2	m2	8,00	7,24	57,92
3.011	PUERTA Y VENTANA DE MADERA SEGÚN ESPECIFICACIÓN	U	4,50	190,99	859,46
3.012	INSTALACIONES ELÉCTRICAS (FOCO + INTERRUPTOR)	Pto	6,00	61,14	366,84
3.013	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA TOMACORRIENTE	Pto	6,00	28,20	169,20
3.001	BAÑOS EN CABAÑAS DOBLES (3U)				2.974,35
3.001.001	PUERTA METÁLICA SEGÚN ESPECIFICACIÓN (70 X 170)	u	3,00	119,81	359,43
3.001.002	VENTANAS DE HIERRO Y VIDRIO DE 4 MM	u	3,00	59,10	177,30
3.001.003	ENLUCIDO CON MORTERO 1:2	m2	9,00	7,24	65,16
3.001.004	CERAMICA PARA PISO	m2	9,00	22,43	201,87
3.001.005	CERAMICA PARA PAREDES ECONÓMICA (30X20)	m2	6,00	22,57	135,42
3.001.006	INSTALACIONES ELÉCTRICAS (FOCO + INTERRUPTOR)	Pto	6,00	61,14	366,84
3.001.007	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA TOMACORRIENTE	Pto	6,00	28,20	169,20
3.001.008	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA DUCHA (INC. DUCHA ECONÓMICA)	Pto	3,00	54,94	164,82
3.001.009	SUMINISTRO E INSTALACION DE LAVAMANOS INCLUYE ACCESORIOS Y GRIFERÍA	u	3,00	66,25	198,75
3.001.010	SUMINISTRO Y COLOCACION DE INODORO INCLUYE ACCESORIOS	U	3,00	81,04	243,12
3.001.011	INSTALACIONES DE AGUA FRÍA DE 1/2 "	Global	6,00	44,26	265,56
3.001.012	INSTALACIONES SANITARIAS TUBO PVC DE 4" Y 2"	Global	6,00	104,48	626,88

PRESUPUESTO					
Item	Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
4	CABAÑAS FAMILIARES				8.200,69
4.001	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	60,00	4,24	254,40
4.002	EXCAVACIONES DE TERRENO NORMAL 0-3 M	m3	9,00	11,02	99,18
4.003	REPLANTILLO DE PIEDRA	m2	60,00	8,66	519,60
4.004	ACERO DE REFUERZO FY = 4200 KG/CM2 (INCLUYE DOBLADO Y CORTE)	Kg	18,00	2,00	36,00
4.005	SUMINISTRO E INSTALACIÓN DE MALLA R188 (FY = 4200 KG/CM2)	m2	9,00	4,98	44,82
4.006	HORMIGÓN SIMPLE F ^{'''} C = 210 KG/CM2	m3	4,85	168,17	815,62
4.007	MAMPOSTERÍA DE LADRILLO	m2	61,00	12,78	779,58
4.008	ESTRUCTURA PARA CUBIERTA DE TEJA	Global	4,00	173,09	692,36
4.009	SUMINISTRO E INSTALACION DE TEJA (INC. BASE PARA TEJA)	m2	61,00	19,61	1.196,21
4.010	ENLUCIDO CON MORTERO 1:2	m2	6,80	7,24	49,23
4.011	PUERTA Y VENTANA DE MADERA SEGÚN ESPECIFICACIÓN	U	2,00	190,99	381,98
4.012	INSTALACIONES ELÉCTRICAS (FOCO + INTERRUPTOR)	Pto	4,00	61,14	244,56
4.013	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA TOMACORRIENTE	Pto	4,00	28,20	112,80
4.001	BAÑOS EN CABAÑAS FAMILIARES (3U)				2.974,35
4.001.001	PUERTA METÁLICA SEGÚN ESPECIFICACIÓN (70 X 170)	u	3,00	119,81	359,43
4.001.002	VENTANAS DE HIERRO Y VIDRIO DE 4 MM	u	3,00	59,10	177,30
4.001.003	ENLUCIDO CON MORTERO 1:2	m2	9,00	7,24	65,16
4.001.004	CERAMICA PARA PISO	m2	9,00	22,43	201,87
4.001.005	CERAMICA PARA PAREDES ECONÓMICA (30X20)	m2	6,00	22,57	135,42
4.001.006	INSTALACIONES ELÉCTRICAS (FOCO + INTERRUPTOR)	Pto	6,00	61,14	366,84
4.001.007	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA TOMACORRIENTE	Pto	6,00	28,20	169,20
4.001.008	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA DUCHA (INC. DUCHA ECONÓMICA)	Pto	3,00	54,94	164,82
4.001.009	SUMINISTRO E INSTALACION DE LAVAMANOS INCLUYE ACCESORIOS Y GRIFERÍA	u	3,00	66,25	198,75
4.001.010	SUMINISTRO Y COLOCACION DE INODORO INCLUYE ACCESORIOS	U	3,00	81,04	243,12
4.001.011	INSTALACIONES SANITARIAS TUBO PVC DE 4" Y 2"	Global	6,00	104,48	626,88
4.001.012	INSTALACIONES DE AGUA FRÍA DE 1/2 "	Global	6,00	44,26	265,56
5	CABAÑA CUÁDRUPE (1U)				6.645,78
5.001	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	42,00	4,24	178,08
5.002	EXCAVACIONES DE TERRENO NORMAL 0-3 M	m3	6,30	11,02	69,43
5.003	REPLANTILLO DE PIEDRA	m2	42,00	8,66	363,72

PRESUPUESTO					
Item	Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
5.004	ACERO DE REFUERZO FY = 4200 KG/CM2 (INCLUYE DOBLADO Y CORTE)	Kg	19,50	2,00	39,00
5.005	SUMINISTRO E INSTALACIÓN DE MALLA R188 (FY = 4200 KG/CM2)	m2	6,00	4,98	29,88
5.006	HORMIGÓN SIMPLE F ^{'''} C = 210 KG/CM2	m3	4,80	168,17	807,22
5.007	MAMPOSTERÍA DE LADRILLO	m2	62,00	12,78	792,36
5.008	ESTRUCTURA PARA CUBIERTA DE TEJA	Global	3,00	173,09	519,27
5.009	SUMINISTRO E INSTALACION DE TEJA (INC. BASE PARA TEJA)	m2	68,00	19,61	1.333,48
5.010	ENLUCIDO CON MORTERO 1:2	m2	6,00	7,24	43,44
5.011	PUERTA Y VENTANA DE MADERA SEGÚN ESPECIFICACIÓN	U	2,00	190,99	381,98
5.012	INSTALACIONES ELÉCTRICAS (FOCO + INTERRUPTOR)	Pto	4,00	61,14	244,56
5.013	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA TOMACORRIENTE	Pto	4,00	28,20	112,80
5.001	BAÑO EN LA CABAÑA CUÁDRUPE (1U)				1.730,56
5.001.001	PUERTA METÁLICA SEGÚN ESPECIFICACIÓN (70 X 170)	u	2,00	119,81	239,62
5.001.002	VENTANAS DE HIERRO Y VIDRIO DE 4 MM	u	2,00	59,10	118,20
5.001.003	ENLUCIDO CON MORTERO 1:2	m2	6,00	7,24	43,44
5.001.004	CERAMICA PARA PISO	m2	6,00	22,43	134,58
5.001.005	CERAMICA PARA PAREDES ECONÓMICA (30X20)	m2	6,00	22,57	135,42
5.001.006	INSTALACIONES ELÉCTRICAS (FOCO + INTERRUPTOR)	Pto	4,00	61,14	244,56
5.001.007	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA TOMACORRIENTE	Pto	4,00	28,20	112,80
5.001.008	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA DUCHA (INC. DUCHA ECONÓMICA)	Pto	2,00	54,94	109,88
5.001.009	SUMINISTRO E INSTALACION DE LAVAMANOS INCLUYE ACCESORIOS Y GRIFERÍA	u	2,00	66,25	132,50
5.001.010	SUMINISTRO Y COLOCACION DE INODORO INCLUYE ACCESORIOS	U	2,00	81,04	162,08
5.001.011	INSTALACIONES DE AGUA FRÍA DE 1/2 "	Global	2,00	44,26	88,52
5.001.012	INSTALACIONES SANITARIAS TUBO PVC DE 4" Y 2"	Global	2,00	104,48	208,96
6	GERENCIA Y RECEPCION				6.304,84
6.001	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	63,00	4,24	267,12
6.002	EXCAVACIONES DE TERRENO NORMAL 0-3 M	m3	9,45	11,02	104,14
6.003	REPLANTILLO DE PIEDRA	m2	63,00	8,66	545,58
6.004	ACERO DE REFUERZO FY = 4200 KG/CM2 (INCLUYE DOBLADO Y CORTE)	Kg	18,00	2,00	36,00
6.005	SUMINISTRO E INSTALACIÓN DE MALLA R188 (FY = 4200 KG/CM2)	m2	8,00	4,98	39,84
6.006	HORMIGÓN SIMPLE F ^{'''} C = 210 KG/CM2	m3	4,20	168,17	706,31
6.007	MAMPOSTERÍA DE LADRILLO	m2	59,00	12,78	754,02

PRESUPUESTO					
Item	Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
6.008	PUERTA Y VENTANA DE MADERA SEGÚN ESPECIFICACIÓN	U	3,00	190,99	572,97
6.009	ESTRUCTURA PARA CUBIERTA DE TEJA	Global	2,00	173,09	346,18
6.010	SUMINISTRO E INSTALACION DE TEJA (INC. BASE PARA TEJA)	m2	64,00	19,61	1.255,04
6.011	ENLUCIDO CON MORTERO 1:2	m2	6,00	7,24	43,44
6.012	INSTALACIONES ELÉCTRICAS (FOCO + INTERRUPTOR)	Pto	10,00	61,14	611,40
6.013	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA TOMACORRIENTE	Pto	10,00	28,20	282,00
6.014	SUMINISTRO Y COLOCACION DE INODORO INCLUYE ACCESORIOS	U	2,00	81,04	162,08
6.015	SUMINISTRO E INSTALACION DE LAVAMANOS INCLUYE ACCESORIOS Y GRIFERÍA	u	2,00	66,25	132,50
6.016	INSTALACIONES SANITARIAS TUBO PVC DE 4" Y 2"	Global	3,00	104,48	313,44
6.017	INSTALACIONES DE AGUA FRÍA DE 1/2 "	Global	3,00	44,26	132,78
7	COCINA RESTAURANTE Y BAÑOS				10.646,95
7.001	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	116,00	4,24	491,84
7.002	EXCAVACIONES DE TERRENO NORMAL 0-3 M	m3	17,40	11,02	191,75
7.003	REPLANTILLO DE PIEDRA	m2	116,00	8,66	1.004,56
7.004	ACERO DE REFUERZO FY = 4200 KG/CM2 (INCLUYE DOBLADO Y CORTE)	Kg	18,00	2,00	36,00
7.005	SUMINISTRO E INSTALACIÓN DE MALLA R188 (FY = 4200 KG/CM2)	m2	9,00	4,98	44,82
7.006	HORMIGÓN SIMPLE F ^{'''} C = 210 KG/CM2	m3	5,20	168,17	874,48
7.007	MAMPOSTERÍA DE LADRILLO	m2	102,00	12,78	1.303,56
7.008	ESTRUCTURA PARA CUBIERTA DE TEJA	Global	2,20	173,09	380,80
7.009	SUMINISTRO E INSTALACION DE TEJA (INC. BASE PARA TEJA)	m2	125,00	19,61	2.451,25
7.010	ENLUCIDO CON MORTERO 1:2	m2	6,00	7,24	43,44
7.011	PUERTA Y VENTANA DE MADERA SEGÚN ESPECIFICACIÓN	U	5,00	190,99	954,95
7.012	INSTALACIONES ELÉCTRICAS (FOCO + INTERRUPTOR)	Pto	10,00	61,14	611,40
7.013	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA TOMACORRIENTE	Pto	10,00	28,20	282,00
7.014	SUMINISTRO E INSTALACION DE LAVAMANOS INCLUYE ACCESORIOS Y GRIFERÍA	u	2,00	66,25	132,50
7.015	SUMINISTRO Y COLOCACION DE INODORO INCLUYE ACCESORIOS	U	2,00	81,04	162,08
7.016	CERAMICA PARA PISO	m2	14,50	22,43	325,24
7.017	CERAMICA PARA PAREDES ECONOMÍA (30X20)	m2	12,00	22,57	270,84
7.018	INSTALACIONES DE AGUA FRÍA DE 1/2 "	Global	8,00	44,26	354,08
7.019	INSTALACIONES SANITARIAS TUBO PVC DE 4" Y 2"	Global	7,00	104,48	731,36
8	CANCHA DE USO MULTIPLE				20.416,78

PRESUPUESTO					
Item	Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
8.001	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	595,00	4,24	2.522,80
8.002	EXCAVACIONES DE TERRENO NORMAL 0-3 M	m3	119,00	11,02	1.311,38
8.003	HORMIGÓN CICLÓPEO (60% HS F'C=210 KG/CM2 Y 40% PIEDRA)	m3	90,00	105,05	9.454,50
8.004	HORMIGÓN SIMPLE PARA PISO E= 7CM, PALETEADO (F'''C = 180 KG/CM2)	m2	595,00	11,98	7.128,10
9	PARQUE INFANTIL				1.459,92
9.001	DESBROCE Y LIMPIEZA	m2	78,00	4,24	330,72
9.002	SUM. E INST. IMPLEMENTOS DE PARQUEO PARA BICICLETAS	glb	2,00	564,60	1.129,20
Subtotal					73601,06
Iva 12%					8832,13
Total					82433,19

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado

por:

María

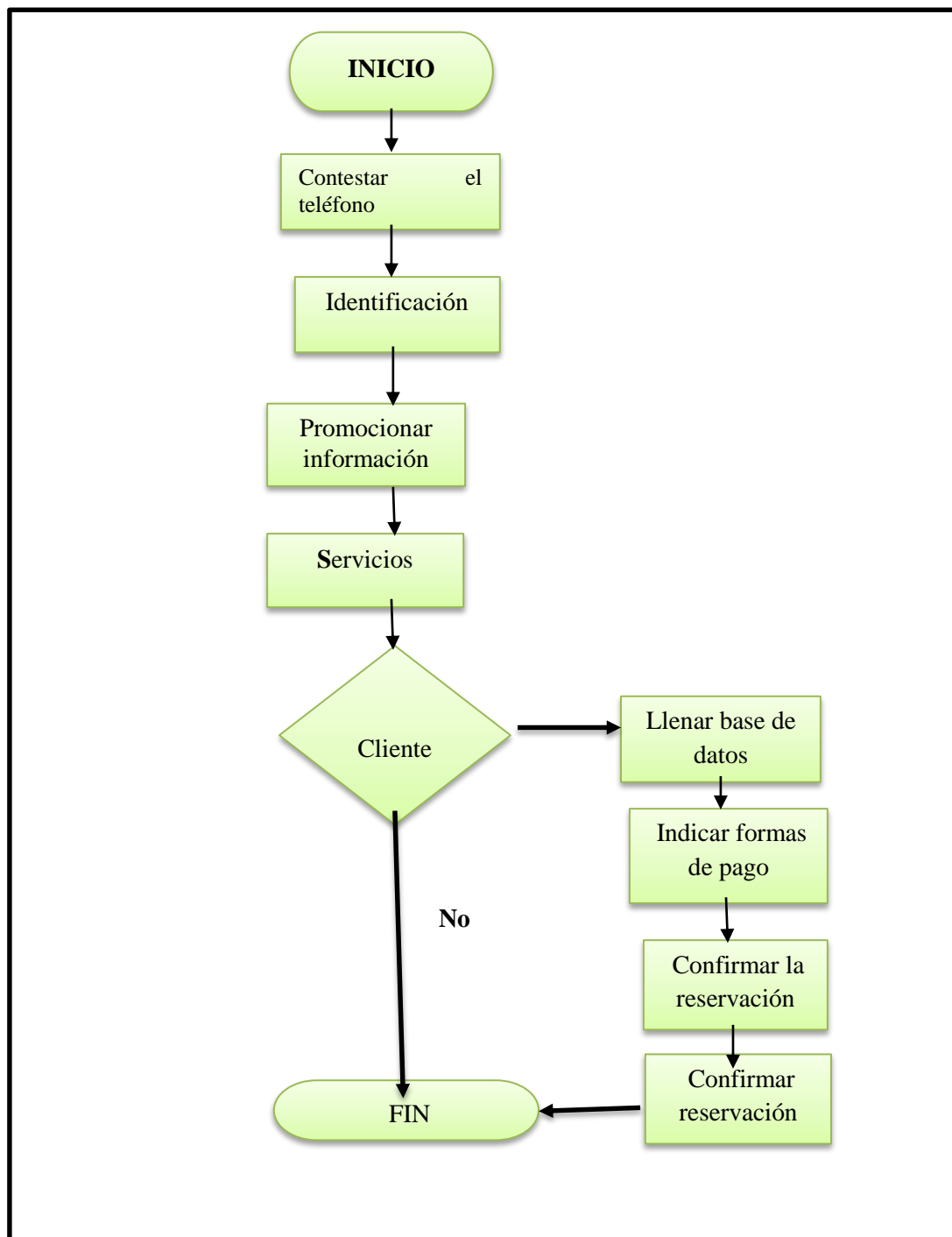
Belén

Cuzco

e. Definición del proceso productivo

1) Flugograma del proceso productivo

La hostería producirá ofertas de servicios turísticos de: alimentación, alojamiento y recreación, los mismos que requieren de un proceso de acciones que permita ofrecer de forma ordenada y eficiente los servicios turísticos requeridos por el cliente. Las mismas que serán distribuidas de acuerdo a las áreas establecidas en el proyecto, que se detallan a continuación:

a) **Flugograma de reservación de servicios****Figura No 43.** Flugograma de reservación de servicios**Nota:** Investigación de campo 2015**Elaborado por:** María Belén Cuzco

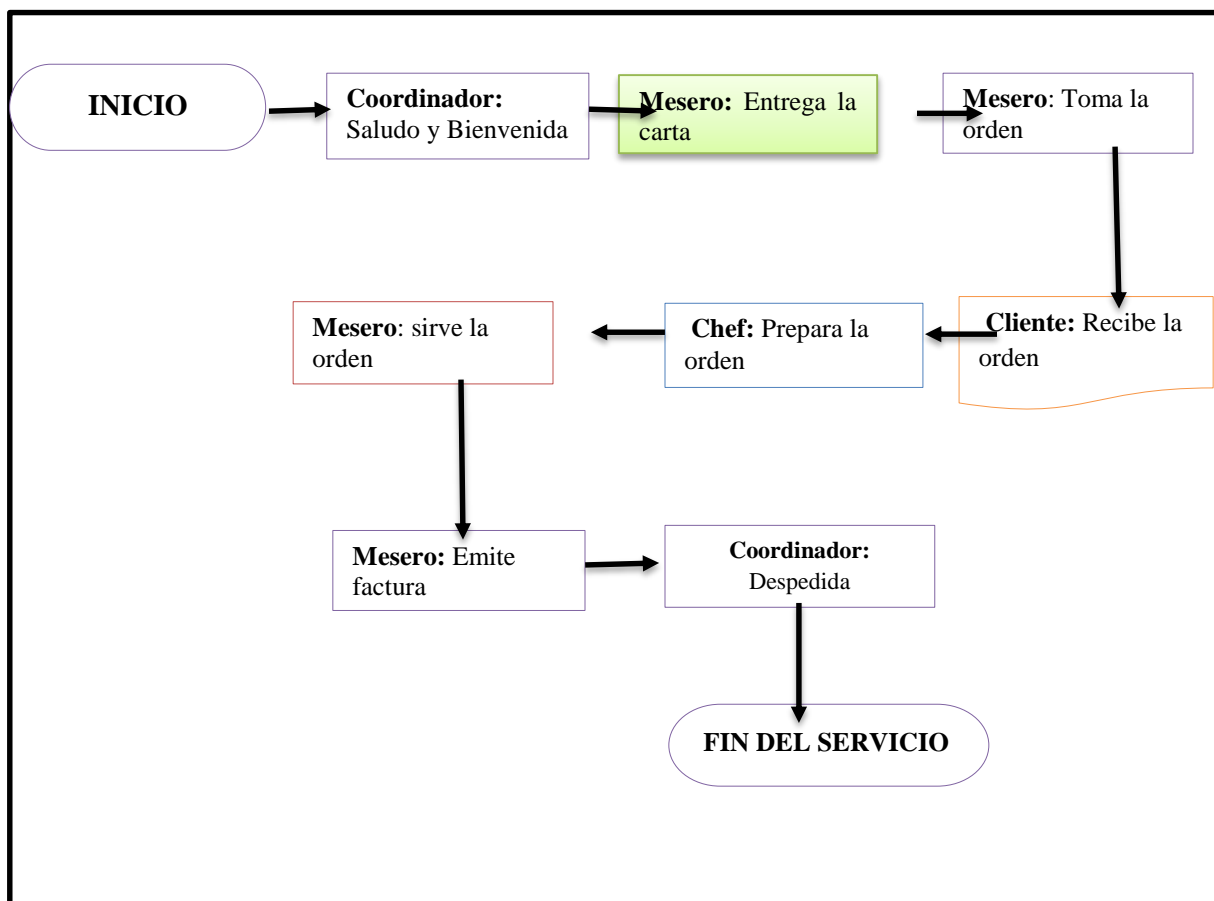
b) **Flugograma de servicios de alimentación**

Figura No 44. Flugograma de servicios de alimentación

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

c) **Flujograma de servicios hospedaje**

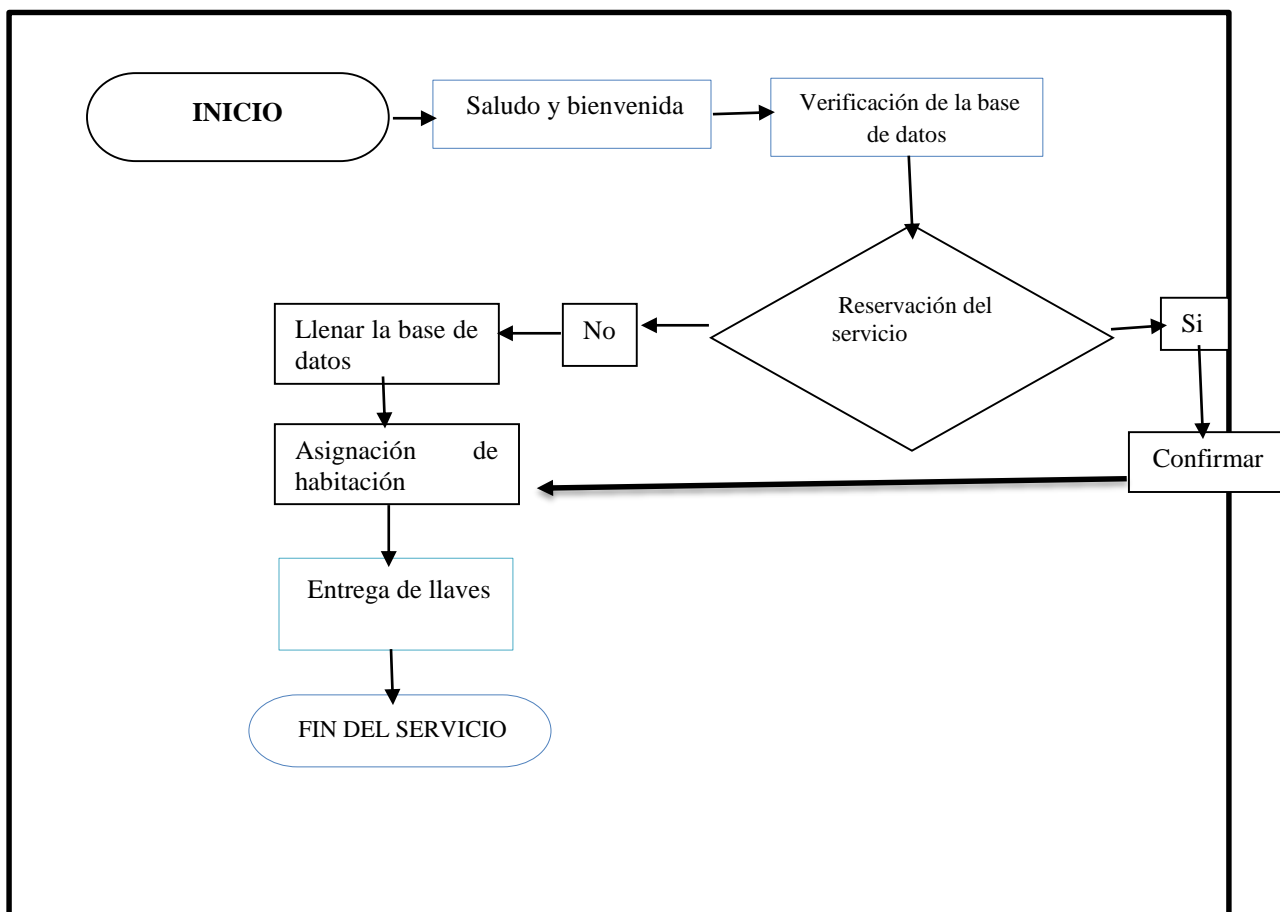


Figura No 45. Flujograma de servicios de hospedaje

Nota: Investigación de campo 2015


Elaborado por: María Belén Cuzco

2) **Menú**

Los principales menús que se ofertarán en la hostería serán recetas que son propias de la zona y a nivel de país, y recetas que se preparaban antiguamente, con la finalidad de recuperar la tradición culinaria del cantón y sus comunidades que han ido desapareciendo en el transcurso del tiempo, a continuación, se detalla los siguientes menús:

a) Sopas

Tabla No 61. Locro de habas

Receta 1: Locro de habas			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Papas	2	Libras	0.30	0.60
Habas	2	Libras	1,00	2.00
Pimiento verde	1	u	0.05	0.05
Cebolla	1	u	0.05	0.05
Ajo	5	u	0.05	0.25
Pimiento amarillo	1	u	0,05	0,05
Aceite	5	Mlm	0,05	0,05
Apio	6	Ramas	0.05	0.30
sal	Al gusto	-	0.05	0.05
Tomate	1	u	0.05	0.05
Zanahorias	2	u	0.05	0.10
Hierba Buena	6	Ramas	0,05	0.30
	Total costo materia prima			3.90
	10% costos varios			0.40
	Costo total de preparación			4.30
	Costo de insumo para cada plato			0.50

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco


Tabla No 62. Sopa de arroz de cebada

Receta 2: Sopa de Arroz de cebada			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Arroz de cebada	1/2	Libras	0.30	0.30
Col	3	Hojas	0.05	0.15
Cebolla	3	u	0.05	0.15
Ajo	4	u	0.05	0.20
Papas	1	libra	0,30	0,30
Aceite	5	Mlm	0,05	0,05
Apio	6	Ramas	0.05	0.30
sal	Al gusto	-	0.05	0.05
Leche de soya	20	Mlm	0.10	0.10
Zanahorias	1	u	0.05	0.05
Carne de cerdo	1	Libra	2.75	2.75
			Total costo materia prima	4.40
			10% costos varios	0.40
			Costo total de preparación	4.80
			Costo de insumo para cada plato	0.60

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 63. Mazamorra

Receta 4: Mazamorra			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Harina de cebada	1/2	Libras	0.50	0.50
Nabo	1	Atado	0.30	0.30
Cebolla	3	u	0.05	0.15
Ajo	4	u	0.05	0.20
Papas	1	Libra	0,30	0,30
Aceite	5	Mlm	0,05	0,05
Apio	6	Ramas	0.05	0.30
sal	Al gusto	-	0.05	0.05
Zanahorias	1	u	0.05	0.05
Carne de Borrego	1	Libra	3.50	3.50
			Total costo materia prima	5.00
			10% costos varios	0.50
			Costo total de preparación	5.50
			Costo de insumo para cada plato	0.70

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 64. Sopa de Sambo

Receta 5: Sopa de sambo			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Sambo	1	u	1.00	1.00
Arveja	1	Libra	1.00	1.00
Cebolla paiteña	2	u	0.10	0.20
Ajo	4	u	0.05	0.20
Papas	1	Libra	0,30	0,30
Quesillo	1	Taza	0,60	0,60
Comino	1	Cucharada	0.10	0.10
sal	Al gusto	-	0.05	0.05
Leche	1	Taza	0.35	0.35
Crema de leche	1/2	Taza	0.20	0.20
Cilantro	1	Rama	0.05	0.05
Mantequilla	1	Cucharada	0.20	0.20
Aceite de color	1	Cucharada	0.10	0.10
			Total costo materia prima	3.45
			10% costos varios	0.30
			Costo total de preparación	3.75
			Costo de insumo para cada plato	0.50

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 65. Sopa de zapallo

Receta 6: Sopa de zapallo			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Zapallo	2	Trozos	1.00	2.00
mantequilla	3	Cucharadas	0.10	0.30
Cebolla paiteña	3	u	0.10	0.30
Ajo	2	Diente	0.05	0.10
Papas	1/2	Libra	0,15	0,15
Aceite	5	Mlm	0,05	0,05
Apio	6	Ramas	0.05	0.30
Zanahorias	2	u	0.05	0.10
perejil	1	Libra	1.75	1.75
Orégano	Al gusto	-----	0.10	0.10
Sal,pimiento	Al gusto	-----	0.10	0.10
			Total costo materia prima	5.00
			10% costos varios	0.50
			Costo total de preparación	5.50
			Costo de insumo para cada plato	0.70

Nota: Investigación de campo 2105

Elaborado por: María Belén Cuzco

b) Platos a la carta

Tabla No 66. Caldo de gallina

Receta 7: Caldo de gallina			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Gallina	1	u	9.00	9.00
Cebolla	1	u	0.10	0.10
Sal	1	Cucharada	0.05	0.05
Apio	6	Ramas	0,05	0.30
Zanahorias	6	u	0.05	0.30
Yuca	3	u	0,25	0.75
Papa	1	Libra	0,30	0,30
Hierba buena	1	Atado	0,25	0,25
Tomate	4	u	0.05	0.20
Verde	2	u	0,25	0.50
Cilantro	5	Ramas	0.02	0.10
			Total costo materia prima	11.80
			10% costos varios	1.20
			Costo total de preparación	13.00
			Costo de insumo	1.60

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 67. Locro de cuy

Receta 9: Locro de cuy			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Cuy	2	u	10.00	20.00
Cebolla	2	u	0.05	0.10
sal	1	Cucharada	0.05	0.05
Perejil	3	Ramas	0,05	0.15
Ajo	3	u	0.10	0.15
Papa	3	Libra	0,30	0,90
Leche	1/2	Litro	0,45	0,45
Mantequilla	1	gr	0.05	0.20
Aceite de color	1/2	litro	1.00	1.00
			Total costo materia prima	23.05
			10% costos varios	2.30
			Costo total de preparación	25.30
			Costo de insumo para cada plato	3.20

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 68. Papas con cuy

Receta 10: Papas con cuye			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Cuy	2	u	10.00	20.00
Sal	Al gusto	-	0.05	0.05
Cebolla blanca	3	u	0.05	0.15
Maní	1	libra	0,60	0.60
Ajo	3	u	0.05	0.15
Papa	3	Libra	0,30	0,90
Leche	1/2	Litro	0,45	0,45
Mantequilla	1	gr	0.05	0.20
Aceite de color	1/2	litro	1.00	1.00
Total costo materia prima				23.50
10% costos varios				2.40
Costo total de preparación				25.90
Costo de insumo para cada plato				3.20

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 69. Seco de chivo

Receta 11: Seco de Chivo			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Carne de chivo	3	Libras	2.50	7.50
Arroz	2	Libras	0.55	1.10
Ajo	5	Diente	0.05	0.25
Pimiento, sal, pimiento	-	-	0,60	0.60
Cebolla colorada	1	u	0.05	0.05
Cilantro	1	manejo	0,25	0,25
Pimiento rojo	1	u	0,05	0,05
Pimiento verde	1	u	0.05	0.05
Ají	1	u	0.05	0.05
Botella de cerveza	1	u	1.25	1.25
Naranjilla	2	u	0.05	0.10
Aguacate	2	u	0.30	0.60
Total costo materia prima				11.90
10% costos varios				1.20
Costo total de preparación				13.10
Costo de insumo para cada plato				1.60

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 70. Llapingachos

Receta 12: Llapingachos			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Papas	10	Libras	0.30	3.00
Chorizo	2	Libras	1.75	3.00
Huevo	9	u	0.13	1.20
Maní	1	libra	0,60	0.60
Lechuga	1	u	0.25	0.25
Cebolla	1	u	0,05	0,05
Mantequilla	1	gr	0,25	0,25
Queso	1	u	2.50	2.50
sal	Al gusto	-	0.05	0.05
Total costo materia prima				10.30
10% costos varios				1.00
Costo total de preparación				11.30
Costo de insumo para cada plato				1.40

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No71. Yagurlocro

Receta 13: Yaguralocro			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Papas	3	Libras	0.30	0.90
Menudo de borrego	2	Libras	3.80	7.20
Cebolla blanca	2	u	0.05	0.10
Aceite de color	25	Mlm	0.30	0.30
Maní licuado	1/2	Libra	0.30	0.30
Leche	1/2	litro	0.45	0.45
Cilantro y perejil	1	Atado	0.25	0.25
Crema de leche	1/2	Litro	0.50	0.50
Sangre de borrego	2	Litros	1.50	3.00
Yerba Buena	1	Rama	0.05	0.05
Oregano	1	Onza	0.50	0.50
Ajo, sal comino, pimiento	Al gusto	-----	0,60	0.60
Aguacate	2	u	0.30	0.60
Tomate	2	u	0.05	0.10
Cebolla paitaña	3	u	0.10	0.30
Limón	8	u	0.05	0.40
Total costo materia prima				15.60
10% costos varios				1.60
Costo total de preparación				17.20
Costo de insumo para cada plato				2.20

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 72. Fritada

Receta 14: Fritada			No platos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Carne de chanco	3	Libras	2.75	8.30
Cebolla paitaña	1	u	0.05	0.10
pimentacomino, canela	Al gusto	-----	0.60	0.60
Ajo	6	u	0,05	0.30
papas	3	Libras	0.30	0.90
Maduro	2	u	0,25	0,50
Tostado	1	Libra	0,60	0,60
Cebolla blanca	1	u	0.05	0.05
Naranja	3	u	0.10	0.30
Mote	1	Libra	0.60	0.60
			Total costo materia prima	12.30
			10% costos varios	1.20
			Costo total de preparación	13.50
			Costo de insumo para cada plato	1.70

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

c) Bebidas

Tabla No 73. Chicha

Receta 15: Chicha			No vasos: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Harina de Maiz (jora)	1	Libras	1.20	1.20
Canela	2	Funda	0.10	0.20
Panela	1 y media	u	1.50	2.25
			Total costo materia prima	3.65
			10% costos varios	0.40
			Costo total de preparación	4.05
			Costo de insumo para cada vaso	0.50

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 74. Jugo de tomate de árbol

Receta 16: Jugo de tomate de árbol			No vaso: 1	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Tomate	2	u	0,10	0.20
Ázucar	1 y media	Cucharada	0.10	0.15
			Total costo materia prima	0.35
			10% costos varios	0.04
			Costo total de preparación	0,39

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 75. Jugo de mora

Receta 17: Jugo de mora				No vaso: 1
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Mora	4	Cucharadas	0,05	0.20
Ázucar	1 y media	Cucharada	0.10	0.15
Total costo materia prima				0.35
10% costos varios				0.04
Costo total de preparación				0,39

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 76. Jugo de naranjilla

Receta 18: Jugo de Naranjillas				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Naranjillas	2	u	0,05	0.10
Ázucar	1 y media	Cucharada	0.10	0.15
Total costo materia prima				0.25
10% costos varios				0.03
Costo total de preparación				0.28

Nota: Investigación de campo 2105

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 77. Batido de frutilla y guineo

Receta 19: Batido de frutilla y guineo				No vaso: 1
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Frutillas	20	gr	0,01	0.10
Ázucar	15	gr	0,06	0.06
guineo	1/2	u	0.05	0.05
Leche	1/2	Mlm	0,30	0.30
Total costo materia prima				0.51
10% costos varios				0,05
Costo total de preparación				0.56

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 78. Batido de uvilla

Receta 20: batido uvilla				No vaso: 1
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Uvilla	20	u	0.05	0.05
Ázucar	1 y media	Cucharada	0.10	0.15
Leche	cuarto	litro	0.30	0.30
Total costo materia prima				0.50
10% costos varios				0.05
Costo total de preparación				0.55

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

c. Entradas

Tabla No 79. Habas tiernas cocinadas

Receta 21: Habas tiernas cocinadas		No porciones: 8		
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Habas	1	Libras	0.60	0.60
Cebolla (curtido)	2	u	0.10	0.20
Tomate (curtido)	2	u	0.05	0.10
Total costo materia prima				0.90
10% costos varios				0.09
Costo total de preparación				1.08
Costo de insumo para el plato				0.14

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Cuadro No 80. Mote

Receta 22: Mote		No porciones: 8		
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Maíz	1	libra	0.60	0.60
Total costo materia prima				0.60
10% costos varios				0.06
Costo total de preparación				0.66
Costo de insumo para el plato				0.08

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 81. Empanada de verde

Receta 23: Empanada de verde		No porción: 8		
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Verdes	2	u	0.25	0.50
Aceite	1	litro	2.50	2.50
Queso(relleno)	1/2	Taza	0.60	0.60
sal	Al gusto	-----	0.05	0.05
Total costo materia prima				3.65
10% costos varios				0.37
Costo total de preparación				4.02
Costo de insumo para el plato				0.50

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 82. Tostado

Receta 24: Tostado			No porción: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Maíz	1	Libra	0.70	0.70
Aceite	50	Mlm	0.30	0.30
Sal	Al gusto	-----	0.05	0.05
Total costo materia prima				1.05
10% costos varios				0.10
Costo total de preparación				1.15
Costo de insumo para el plato				0.14

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

d. Postres

Tabla No 83. Dulce de sambo

Receta 25: Dulce de sambo			No copa: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Sambo	1	u	1.00	1.00
Canela	1	Cucharada	0.10	0.10
Clavo de olor	1	Cucharada	0.10	0.10
Panela	120	gr	0.30	0.30
Total costo materia prima				1.50
10% costos varios				0.15
Costo total de preparación				1.65
Costo de insumo por copa				0.21

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 84. Arroz con leche

Receta 26: Arroz con leche			No copa: 8	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Arroz	1/2	libra	0.30	0.30
Ázucar	1	Taza	0.50	0.50
Leche	3	Tazas	0.50	1.50
Canela	1	funda	0.10	0.10
Leche condensada	1	Taza	0.50	0.50
Leche evaporada	1	Taza	0.50	0.50
Vainilla	1	Cucharada	0.05	0.05
Total costo materia prima				3.45
10% costos varios				0.35
Costo total de preparación				3.80
Costo de insumo por porción				0.48

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 85. Morocho con leche

Receta 27: Morocho con leche				No copa: 8
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Morocho	1/2	Libra	0.40	0.40
Pasas	1/2	Taza	0.20	0.20
Leche	1/2	litro	0.30	0.30
Panela	4	Cucharadas	0.05	0.20
Ázucar	6	Cucharadas	0.05	0,30
Pimiento dulce	4	u	0.05	0.05
Canela	2	ramas	0.05	0.05
Total costo materia prima				1.50
10% costos varios				0.15
Costo total de preparación				1.65
Costo insumos para la copa				0.21

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla. No 86. Dulce de higo

Receta 28: Dulce de higo				No copa: 8
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Higo	8	u	0.10	0.80
Canela	1/2	Cucharada	0.03	0.03
Clavo de olor	1/2	Cucharada	0.03	0.03
Ázucar	2	Tazas	0.50	0.50
Panela pequeña	cuarto	u	0.20	0.20
Total costo materia prima				1.56
10% costos varios				0.16
Costo total de preparación				1,72
Costo de insumo para cada copa				0.22

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

Tabla No 87. Dulce de zapallo

Receta 29: Dulce de zapallo				No copa: 8
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Zapallo	2	Trozos	01.00	2.00
Panela pequeña	Media	Cucharada	0.20	0.15
Canela	1	Funda	0.10	0.10
Clavo de olor	1	Funda	0.10	0.10
Total costo materia prima				2.35
10% costos varios				0.24
Costo total de preparación				2.59
Costo de insumo por copa				0.32

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

e. Desayunos

Tabla No 88. Desayuno continental

Receta 30: Desayuno continental			No porción : 1	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Café o agua aromática	1	Taza	0.50	0.50
Leche	1	Taza	0.50	0.15
Jugo	1	Taza	0.50	0.50
huevo	2	Huevos	0.13	0.26
Frutas	1	Porción	0.50	0.50
Mermelada	1	Cucharada	0.05	0.05
Mantequilla	1	Cucharada	0.05	0.05
Pan integral	1	u	0.20	0.20
Ázucar	1	Cucharada	0.05	0.05
Total costo materia prima				2.26
10% costos varios				0.23
Costo total de preparación				2.49
Costo de insumo				2.49

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado: María Belén Cuzco

Tabla No 89. Desayuno Ecuatoriano

Receta 31: Desayuno Ecuatoriano			No porción: 1	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo	Costo total
Café o agua aromática	1	Taza	0.50	0.50
Leche	1	Taza	0.50	0.50
Jugo	1	Taza	0.50	0.50
Huevos	1	Funda	0.13	0.26
Pan	1	u	0.20	0.20
Mermelada	1	Cucharada	0.05	0.05
Mantequilla	1	Cucharada	0.05	0.05
Seco de carne	1	u	1,00	1.00
Ázucar	1	cucharada	0.05	0.05
Total costo materia prima				3.11
10% costos varios				0.31
Costo total de preparación				3.42
Costo de insumo por copa				3.42

Nota: Investigación de campo 2015

Elaborado por: María Belén Cuzco

3) Mobiliario, equipo y materia prima para el área de producción

a) Requerimiento de mobiliario

Tabla No 90. Requerimiento de mobiliario

REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES				
Área	Concepto	Cantidad	P.U.	P.T.
Recreación	Columpio	1	490.00	490.00
	Resbaladera	1	380.00	380.00
	Sube y baja	1	250.00	250.00
	Pelota de futboll	1	12.00	12.00
	Pelota de basquet	1	15.00	15.00
	Arco para futbol	1	180.00	180.00
	Cesta para basquet	1	50.00	50.00
	Bancas	3	250.00	750.00
	Sub-total			
Gerencia - recepción	Escritorio	1	219.00	219.00
	Sillas	3	25.00	75.00
	Archivador	1	135.00	135.00
	Teléfono	1	50.00	50.00
	Silla giratoria	1	75.00	75.00
	Subtotal			
Sala de espera	Juego de muebles	1	770.00	770.00
	Mueble de libros	1	280.00	280.00
	Dispensador de agua	1	35.00	35.00
	Envase de agua	1	27.00	27.00
	Sub- total			
Cocina	Mesa de acero inoxidable	3	80.00	240.00
	Estanterías	3	110.00	330.00
	Subtotal			
Restaurante	Mesas de madera 80cm x 80cm	8	110.00	880.00
	Sillas de madera con espaldar	32	50.00	160.00
	Basurero	2	15.00	30.00
	Sub- total			
Habitación	Juego de dormitorio (cama de dos plazas, dos veladores y colchón)	5	500.00	2500.00
	Juego de dormitorio (cama de plaza y media, dos veladores y colchón)	9	340.00	3060.00
	Litera de media plaza	4	290.00	1160.00
	Mesa de trabajo	8	25.00	200.00
	Sillas	8	25.00	200.00

	Closet	8	75.00	600.00
	Lamparas	8	8.00	64.00
	Espejos	8	15	120.00
	Sub- total			7904.00
	TOTAL			13337.00

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo

b) Requerimiento de Equipos

Tabla No 91. Requerimiento de equipos

EQUIPOS				
Área	Concepto	Cantidad	P.U.	P.T.
Sala de espera	Television	1	434.00	434.00
	DVD	1	90.00	90.00
	Subtotal			524.00
Restaurante	TV	1	434.00	434.00
	DVD	1	90.00	90.00
	Equipo de sonido	1	215.00	215.00
	Sub- total			739.00
Habitación	Televisión	8	434.00	3472.00
	Sub- total			3472.00
	TOTAL			4735.00

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo

c) Requerimiento de menaje y lencería

Tabla No 92. Requerimiento de menaje y lencería

MENAJE Y LENCERIA				
Área	Concepto	Cantidad	P.U.	P.T.
Cocina	Sarten grande	2	30.00	60.00
	Sarten pequeño	2	18.00	36.00
	Baldes plasticos	3	10.00	30.00
	Cesto plastico	5	8.00	40.00
	Colador de hierro	3	5.00	15.00
	Escurreidor plástico multi uso	3	3.00	9.00
	Espatula de madera	3	2.00	6.00
	Juegos de cuchillos	2	10.00	20.00
	Cucharones	2	8.00	16.00
	Jarras plasticas	4	2.00	8.00
	Set de toallas de cocina	2	7.00	14.00
	Paila gruesa bronce	1	350.00	350.00
	Tablas de picar	4	2.50	10.00
	Ralladora	2	1.50	3.50
	Pinzas	3	5.00	15.00

MENAJE Y LENCERIA				
Área	Concepto	Cantidad	P.U.	P.T.
	Cuchara de madera	3	3.00	9.00
	Cuchara extendida	3	2.00	6.00
	Salero	2	1.50	3.00
	Azucarera	2	1.50	3.00
	Recipientes de plástico (juego)	3	7.00	21.00
	Ollas grandes	3	80	240.00
	Ollas medianas	3	60.00	180.00
	Ollas pequeñas	3	40.00	120.00
	Basurero grande	1	20.00	20.00
	Juego de lavacaras	4	7.00	28.00
	Juego de bandejas	7	10.00	70.00
	Recipientes pequeños (juegos)	5	6.50	32.50
	Subtotal			
Restaurante	Mantelería	8	18.00	144.00
	Azucareras	8	1.00	8.00
	Saleros	8	1.00	8.00
	Servilletero	8	1.50	12.00
	Vajilla			632.50
Sub- total				804.50
Habitación	Cortinas	16	35.00	560.00
	Juego de sábanas de 2 plazas	10	13.50	135.00
	Juego de sábanas de plaza y media	18	12.00	216.00
	Almohadas	42	10.00	420.00
	Armadores(docena)	9	6.00	54.00
	Cubrecama 2 plazas	10	30.00	150.00
	Cubrecama 1½ plaza	26	25.00	650.00
	Cobijas de plaza y media térmicas	26	10.00	260.00
	Cobijas de dos plazas térmicas	10	12.00	120.00
	Juego de toallas	16	28.00	448.00
	Basurero	8	5.00	40.00
	Cortina de baño	8	12.00	96.00
	Sub- total			
TOTAL				5351.50

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

d) Requerimiento de maquinaria y equipos

Tabla No 93. Requerimiento de maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPOS				
Área	Concepto	Cantidad	P.U.	P.T.
Cocina	Cocinas industriales de tres quemadores	2	470.00	940.00
	Refrigerador	1	900.00	900.00
	Congelador	1	899.00	899.00
	Licuadaora	1	85.00	85.00
	Microondas	1	139.00	139.00
	Cilindro de gas	3	55.00	165.00
	Horno	1	270.00	270.00
	Extintor de incendios	1	60.00	60.00

	cafetera	1	80.00	80.00
	Subtotal			3538.00
Áreas verdes	Bomba de fumigar	1	145	145.00
	Carretilla	2	40	40.00
	Azadon	3	15	45.00
	Pala	3	12	36.00
	Sub- total			346.00
Habitación	Apiradora	1	434.00	434.00
	Sub- total			434.00
	TOTAL			4318.00

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

e) Requerimiento de equipo de computo

Tabla No 94. Requerimiento de equipo de cómputo

EQUIPO DE COMPUTO				
Área	Concepto	Cantidad	P.U.	P.T.
Administración	Computadora	1	750	750.00
	Impresora	1	80	80.00
	Sumadora	1	90	90.00
	Subtotal			920.00

Elaborado por: María Belén Cuzco

Fuente: Investigación de campo

f) Requerimiento de materiales de oficina

Tabla No 95. Requerimiento de Suvenir

SUVENIR				
Área	Concepto	Cantidad	P.U.	P.T.
Administración	Carpeta	20	0.50	10.00
	Resma de papel	4	5.00	20.00
	Grapadora	2	3.00	6.00
	Grapas	10	0.30	3.00
	Correctores (caja)	1	3.00	3.00
	Perforadora	2	3.00	6.00
	Subtotal			

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

g) **Requerimiento de insumos y materiales de limpieza****Tabla No 96.** Requerimiento de insumos y materiales de limpieza

INSUMOS				
Área	Concepto	Cantidad	P.U.	P.T.
Cocina	Sevilletas	20	1.50	30.00
	Sorbetes	20	1.00	20.00
	Palillos	20	0.50	10.00
	Carta de menu	8	15.00	120.00
	Fosforo	10	1.50	15.00
	Jabón de platos	10	5.50	55.00
	Lustre	20	1.50	30.00
	Esponjas	10	0.50	5.00
	Escoba	5	2.00	10.00
	Trapeador	5	2.50	12.50
	Subtotal			
Baños	Jobón	8	0.60	4.80
	Shampoo	8	1.00	8.00
	Papel higiénico	8	0.50	4.00
	Cloro	10 litros	2.00	20.00
	Deja	2 fundas grandes	27.00	54.00
	Fresclin	10 litros	1.90	19.00
	Mascarillas	3 cajas	5.00	15.00
	Guantes	10 pares	2.00	20.00
	Sub-total			
TOTAL				448.30

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo

h) **Requerimiento de decoraciones****Tabla No 97.** Requerimiento de decoraciones

REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES				
Área	Concepto	Cantidad	P.U.	P.T.
Recreación(Áreas verdes)	Plantas nativas y ornamentales	25	1.50	37.50
	Plantas frutales	15	1.25	18.75
	Sub-total			56.25
Sala de espera	Cuadros	3	25.00	75.00
	Subtotal			75.00
Restaurante	Cuadro	3	25.00	75.00
	Floreros	6	3.00	18.00
	Sub- total			93.00
Habitación	Cuadros	8	25.00	200.00
	Gancho para toallas	8	1.50	12.00
	Espejo	10	15.00	150.00

	Basureros	12	10.00	120.00
	Sub- total			482.00
	TOTAL			706.25

Elaborado por: María Belén Cuzco

i) Requerimiento de materia prima

Tabla No 98. Materia prima para alimentación

Grasas				
Materia prima	Unidad	Cantidad	Costo semanal	Costo anual
Aceite	Litro	2	5.00	10.00
Mantequilla	Kilos	2	2.00	4.00
Manteca de chancho	kilo	1	3.00	3.00
Aceite de color	Litro	1	2.50	2.50
Subtotal				19.00
Viveres secos				
Azúcar	Kilo	4	5.00	20.00
Arroz	Arroba	1	13.00	13.00
Arroz de cebada	kilo	1	2.40	2.40
Harina de cebada	kilo	1	1.40	1.40
Quinoa	Kilo	1	1.20	1.20
Morocho	kilo	1	1.20	1.20
Maíz pelado	lb	1	0.50	0.50
Sal	Fundas	3	0.80	2.40
Maní	Kilo	2	2.40	4.80
Chocolate	Kilo	1	5.20	5.20
Café	Fraasco	2	6.00	12.00
Subtotal				64.10
Lacteos y embutidos				
Huevos	Cubeta	2	6.50	13.00
Queso	Unidad	3	6.00	18.00
Leche	Funda	10	0.80	8.00
Chorizos	lb	2	3.30	6.60
Crema de leche	Funda	3	1.75	5.25
Subtotal				50.65
Vegetales y verduras				
Ajo	Kilo	2	1.50	3.00
col	Saco	0.5	10.00	10.00
Perejil	Atado	1	1.00	1.00
Cilantro	Atado	1	1.00	1.00
Pimiento	Caja	0.5	8.00	8.00
Cebolla paitaña	Saco	0.5	14.00	14.00
Cebolla blanca	Atado	0.05	10.00	10.00
Zanahoria	Saco	0.5	6.00	6.00
Choclo	Saco	0.5	7.50	7.50
Papas	Saco	1	16.00	16.00
Limón	Unidad	30	0.10	3.00
Hierba Buena	atado	1	1.00	1.00
Lechuga	Unidad	4	1.00	1.00
Tomate	caja	2	12	24.00
Acelga	Atado	1	0.50	0.50
Subtotal				96.00
Carnicos				

Carne de pollo	unidad	1	7.50	7.50
Carne de gallina criolla	Unidad	2	14.50	29.00
Carne de chanco	Libras	5	2.75	13.75
Carne de Borrego	Libras	5	3.80	19.00
Hueso de res	Libras	3	1.75	5.25
Carne de cuy	Unidad	5	8	40.00
Trucha	Unidad	8	1.25	10.00
Subtotal				124.50
Conservas				
Mermelada	Frasco	3	3.00	9.00
Pasta de tomate	Gallon	1	6.50	6.50
Mostaza	Funda	2	2.50	5.00
Subtotal				20.50
Espicias				
Comino	Funda	2	1.50	3.00
Canela	Fundas	2	1.50	3.00
Oregano	Fundas	2	1.50	3.00
Subtotal				9.00
Frutas				
Banano	Cabeza	1	2.50	2.50
Manzana	Caja	0.5	13.00	13.00
Tomate de árbol	Caja	0.5	7.00	7.00
Babaco	Unidad	2	1,75	3.25
Naranjilla	Caja	0.5	6.00	6.00
Naranja	Unidad	50	3.50	3.50
Mora	Caja	0.5	10.00	10.00
Frutilla	Caja	0.5	4.00	4.00
Piña	Unidad	3	1.00	3.00
Papaya	Unidad	3	1.00	3.00
Melón	Unidad	2	1.50	3.00
Mandarina	unidad	50	5.00	3.00
Subtotal				60.75
SUBTOTAL				440.50

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

4) Servicios básicos

Tabla No 99. Costo de servicios básicos

Servicio	Proveedor	Costo de instalación	Costo mensual	Costo anual
Luz	Empresa electrica	500	30,00	360.00
Agua	Municipal de Alausí	130	20.00	240.00
Teléfono	CNT	60	15.00	180.00
Internet	CNT	60	22.00	264.00
TOTAL		750.00	87.00	1044.00

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo

f. Estudio de mercadotecnia

1) Identificación de nicho de mercado

De acuerdo a las encuestas realizadas en la estación de tren del cantón Alausí, se identificó a los futuros clientes que captara la hostería para su funcionamiento en el ámbito turístico, los servicios que propone ofrecer la hostería tuvo gran aceptación, los cuales son: servicios de alimentación, hospedaje, y servicios complementarios como: canchas deportivas, juegos infantiles y venta de artesanías.

A partir del perfil de los turistas nacionales y extranjeros se identificaron los siguientes targets que se detalla a continuación:

a) Target nacional

Los turistas que visitan el recorrido de la ruta Alausí Nariz del Diablo provienen de las provincias de Tungurahua con el 31%, Pichincha con el 24% y Guayas con un 21%, los rangos de edad de los turistas están entre los 26 a 36 años con el 35% y con un porcentaje del 24% esta de 15 a 25 años.

b) Target extranjeros

Los turistas extranjeros que visitan la Ruta de tren Alausí – Nariz del Diablos provienen principalmente de Estados Unidos con el 39%, Inglaterra con un 36%, son empleados (67%) con nivel de estudio de postgrado del 68%, entre edades 26- 6 años el 34% y el 0 % de 15- 25 años.

4. Estrategias de comercialización

5. Las 4Cs del Marketing

Se estructuró las estrategias de comercialización de las “4Cs” (consumidor o cliente, costo, conveniencia y comunicación) de acuerdo a los resultados obtenidos del estudio de mercado, el cual de describe a continuación.

a) Estrategias de comercialización del Consumidor

Estrategia 1. Creación de la imagen corporativa, la cual nos permitirá diferenciar de las demás competencias.

- **Nombre:** Hostería Nuevo Amanecer

- **Imagen Corporativa**



Figura No 46. Imagen Corporativa
Elaborado por: María Belén Cuzco
Fuente: Investigación de campo 2015

- **Detalles de símbolos**

El sol: Es el astro rey que alumbra cada mañana las tierras alauseñas, con su calor y resplandor renueva cada día, dando una razón de vida a todo lo que cobija bajo su luz.

Montañas: Imponentes montañas que rodean Alausí ofreciendo un atractivo turístico como la Nariz del Diablo sobre ella esta las líneas del ferrocarril que son visitadas por turistas nacionales y extranjeras. De esa manera mirando bajo sus faldas generaciones pasadas, presentes, llenas de

historias que han guardado durante años y que seguirán guardando de generación en generación hasta el último de su existencia.

Techo: Techos tradicionales del cantón que han sido utilizadas de esa manera desde tiempos pasados por los habitantes del Alausí.

- **Significado de colores identificativos de la imagen**

Amarillo: Además del color propio del sol, representa fuerza, riqueza de los frutos que la madre tierra proporciona al momento de las cosechas que representa el solsticio de verano.

Verde: Representa la fertilidad que posee las tierras y la afinidad con la naturaleza creando un sentimiento de confort y relajación, de calma y paz interior, que nos hace sentir equilibrados interiormente.

Café: El color café representa la salubridad, y por otra parte representa la constancia, la sencillez, la amabilidad, la confianza, y la salud.

Blanco: Representa la bondad, la pureza, la fertilidad y la abundancia de productos que brinda la Pacha Mama, también representa la reciprocidad y armonía dentro de la estructura de la población.

- **Slogan**

Calidad Confort y Tradición Andina

Estrategia 2. Diseñar el producto en base a las preferencias del perfil de turistas agregándole nuevas características.

- Brindar servicios complementarios como actividades recreativas y entrega de pedidos a domicilios.
- Interacción en las actividades que se realiza dentro de la hostería como elaboración de artesanías, siembra y cuidado en el huerto orgánico.
- Ofertar productos de calidad y precios accesibles a todo segmento de mercado

- Posicionamiento de la hostería en el mercado mediante alianzas estratégicas con preesas que brindan servicios turísticos a nivel del país y del mundo.
- Constante actualización en el estudio de la demanda la cual permita ampliar nuestra variedad de servicios de hospedaje, alimentación y recreación, y acceder a nuevos nichos de mercados.
- Incluir nuevas características al producto como darles nuevas mejoras, nuevos usos, nuevas funciones.

Estrategias 2. Capacitación y evaluación constante al personal en proceso de producción y ejecución de los servicios turísticos.

Tabla No 100. Evaluación y capacitación del personal

Responsables de proceso y ejecución de los servicios turísticos	Criterios de evaluación	Responsable	Herramienta de evaluación
Recepcionista Chef Ayudante de cocina Mesero /a Camarera Guardia	<p>Desempeño de tareas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos técnicos del puesto • Solución del problema • Cumplimiento y aceptación de la autoridad • Disciplina personal • Desempeño global del puesto <p>Desempeño contextual</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso interpersonal • Compromiso organizacional • Iniciativa personal <p>Desempeño organizacional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al trabajo • Uso eficiente del material, herramienta y equipos proporcionados para el desempeño de su trabajo. 	Gerencia	Hoja de evaluación para los turistas
TOTAL			580.00

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

Estrategia 3. Ofertar el servicio de alimentación a nuevos nichos de mercado

En épocas de celebraciones o días festivos en instituciones públicas y privadas, personas con capacidades especiales, personas de tercera edad, en instituciones educativas como escuelas, colegios y universidades.

Estrategia 4. Entregar las credenciales al personal para que puedan desarrollar sus tareas dentro de la empresa

b) Estrategias de comercialización del costo

Estrategia 1. Promoción de los servicios turísticos en agencias de viajes tour operadoras instituciones públicas y privadas

Estrategia 2. Realizar descuentos en días festivos o celebraciones y por grupos de más de 15 personas una gratuidad por grupo ayudando mayor

Estrategia 3. Elaborar un costo especial para niños menores de 10 años y personas con capacidades especiales personas de tercera edad en días de celebraciones

Estrategia 4. Actualización de precio anualmente

c) Estrategias de comercialización convivencia

Estrategia 1. Definir los canales de distribución

De acuerdo al resultado de las encuestas realizadas, se diseñará dos canales de distribución, de forma directa, es decir que se ofertará el producto, del productor al consumidor y de manera indirecta, entendiéndose que existirá un intermediario, y esto se realizará mediante promociones y publicidades del producto, a través de agencias de viajes, tour operadoras, con quienes se llegue a acuerdos de políticas y precios que beneficien a ambas partes, en la oferta del producto de servicios de la hostería.

Tabla No 101. Plan de convivencia

Objetivo: Promocionar el producto turístico a los turistas nacionales e internacionales que visitan el cantón Alausí			
Tipo de canal	Táctica	Política de funcionamiento	Targets
Directa	El producto de servicio será vendido a los turistas que visiten la ruta Alausí Nariz del Diablo.	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto personal vendedor-consumidor o a través de vía telefónica o sitio web de la hostería. 	Turistas nacionales y extranjeros
	Participación en ferias, eventos turísticos y convenciones nacionales e internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Entregar información clara y sencilla del producto a ofertar a través de materiales promocionales y explicaciones del ofertante al consumidor. 	Turistas en general
	Promoción del producto mediante la entrega de afiches, trípticos, tarjetas	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener información y sugerencias de los turistas 	Turistas en general
	Visitas a instituciones públicas y privadas	Promocionar la hostería	Entidades de autoridades públicas y privadas
Indirecta	Desarrollar alianzas y convenios con agencias de viaje, tour operadoras y negocios de turismo nacional e internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Formar parte de los sitios web de agencias de viaje, tour operadoras nacionales e internacionales. • Presentar la carpeta de ventas de los servicios que se oferta. • Entrega de materiales promocionales. • Incluir a las operadoras o agencias de viaje en el portal web de la hostería. 	Agencias y tour operadoras locales y nacionales
	Participación en ferias, eventos turísticos y convenciones nacionales e internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer acuerdos comerciales (comisión, forma de pagos, políticas de reservación y cancelación). • Dar seguimiento. 	Gerentes y accionistas de las empresas privadas

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

Estrategia 2. Hacer uso de intermediarios y ubicar nuestros productos en puntos específicos de ventas, y de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestro producto.

d) Estrategias de comercialización de comunicación

Estrategia 1. Promocionar la hostería mediante la creación de la página Web de la hostería y el correo electrónico en internet que contenga información detallada de la hostería, también utilizando materiales promocionales tales como: vasos, llaveros pulseras y gorras, tarjetas de presentación, afiches y trípticos.

i. Diseño página Web

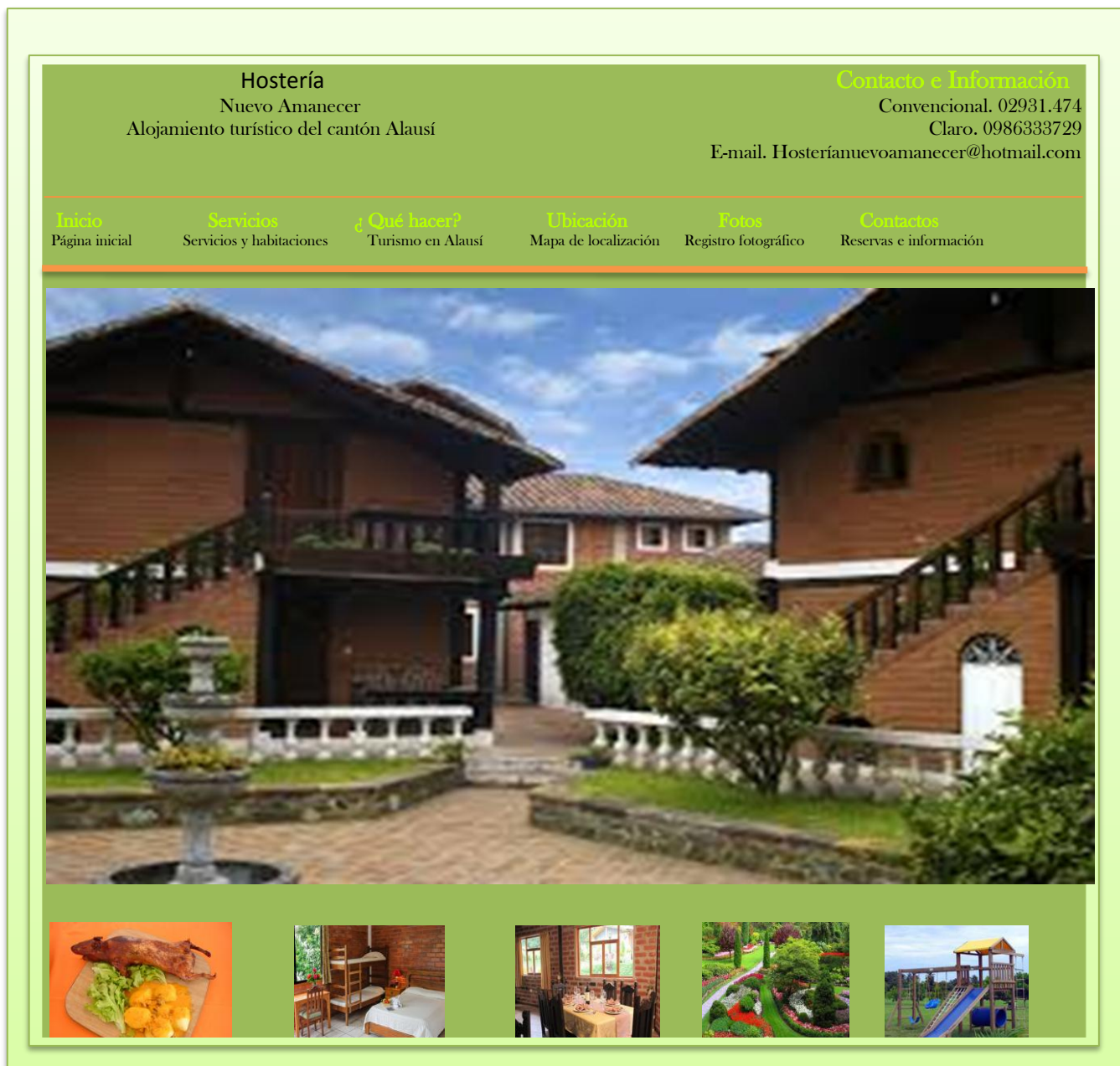


Figura No 47. Diseño de la página Web de la hostería

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

ii. Llaveros

Gráfico No 48. Modelo de llavero para promoción

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

iii. Pulsera

Figura No 49. Pulsera de promoción

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

iv. **Tarjeta de presentación**



Gráfico No 50. Tarjeta de presentación
Elaborado por: María Belén Cuzco
Fuente: Investigación de campo 2015

Estrategia 2. Creación del correo electrónico con el nombre de la hostería

Estrategia 3. Crear nuevas ofertas tales como el poder adquirir un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero.

Estrategia 4. Ofrecer descuentos por cantidades o descuentos por temporada.

e) **Presupuesto de Mercadotecnia**

Tabla No 102. Presupuesto de mercadotecnia

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Consumidor				
Logotipo	u	1	15.00	15.00
Credencial	u	7	10.00	70.00
Subtotal				85.00
Comunicación				
Diseño de la página Web	u	1	300.00	300.00
Trípticos	Paquete	1	80.00	80.00
Afiches	Paquete	1	75.00	75.00
Estampado en vasos	Ciento	1	30.00	30.00
Estampado en gorras	Ciento	2	35.00	70.00
Diseño de pulseras	Ciento	3	40.00	120.00
Diseño de llaveros	Ciento	3	40.00	120.00
Targets de presentación	Paquete	2	20.00	40.00
Subtotal				835
TOTAL				920.00

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

D. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Mediante la evolución ambiental del proyecto se pudo observar las actividades positivas y negativas sobre el impacto ambiental y socio cultural, relacionados con la implementación del proyecto, y minimizar los aspectos adversos mediante el desarrollo de un plan de prevención y mitigación de los posibles impactos ambientales.

1. Parámetros de evaluación de la matriz ambiental de Leopold

- a. **Determinación de la magnitud.** - Para identificar la magnitud en la que afecta las acciones negativas o positivas al ambiente se hizo en función de los factores ambientales haciendo énfasis a la pregunta ¿Cuánto se ha alterado el ambiente?, al impacto y las alteraciones se calificó del 1 al 10, siendo el 1 el menor y el 10 el mayor, anteponiendo un signo menos (-) al aspecto negativo y el signo más (+) al aspecto positivo.
- b. **Determinación de la importancia.** - Fue medida con una valoración del 1 al 10 en orden creciente de importancia. Haciendo referencia a la relevancia del impacto sobre la calidad del medio y la extensión o zona territorial afectada.

Tabla No 103. Parámetros de evaluación

MAGNITUD			IMPORTANCIA		
Valoración	Intensidad	Afectación	Valoración	Intensidad	Influencia
1	Baja	Baja	1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	4	Temporal	Local
5	Media	Media	5	Media	Local
6	Media	Alta	6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	7	Temporal	Regional
8	Alta	Media	8	Media	Regional
9	Alta	Alta	9	Permanente	Regional
10	Muy alta	Alta	10	Permanente	Regional

Nota: Investigación secundaria 2015

2. Evaluación de la matriz de Leopold

Tabla No 104. Matriz de evaluación ambiental Leopold

ACCIONES FACTORES AMBIENTALES	Desmante corte y relleno	Ruido y vibración	Construcción infraestructura turística	Implementación de señalética	Estructuras de juegos infantiles lúdicos	Operación turística	Implementación de basureros	Generación de basura	Tratamiento de basura	Reciclaje de residuos sólidos	Eliminación de basura	Generación de aguas grises	Tratamiento de aguas grises	Capacitación al personal	Intercambio cultural	AFECCIONES POSITIVAS (+)	AFECCIONES NEGATIVAS(-)	TOTAL DE INTERACCIONES	AGREGACIÓN DE IMPACTOS
	TIERRA																		
Compactación de suelo	- 2/1		-4/3		- 1/3	- 1/2										0	4	4	-19
Contaminación por desechos			- 2/1	+ 2/3	-2/2	- 1/3	+ 2/1	-3/3	+ 3/3	+ 3/3	+ 3/3					5	4	9	17
AGUA																			
Calidad de agua									+ 2/3			-4/3	+ 3/3	+ 3/3		3	1	4	12
Cantidad de agua			-2/1			-4/3	-4/3						+ 3/3			1	3	4	-17
ATMOSFERA																			
Calidad de aire								-2/3	+ 2/3	+ 2/3	+ 1/2	-3/3	+ 3/3	+ 3/3		5	2	7	17
FLORA																			
Arbustos	- 2/1		-1/3	+ 2/3										+ 3/3		2	2	4	10

Hierbas	- 3/2		-1/3	- 2/3	-1/3		-1/3								+ 3/3		1	5	6	-12
FAUNA																				
Aves	- 1/2	-2/3	-1/3	+ 3/3											+ 3/3		2	3	5	7
Insectos	- 1/2	-1/2	-1/3	+ 2/3													1	3	4	-1
USO DE TIERRA																				
Comercialización de producto turístico			+ 7/7	+ 3/3		+ 7/7									+ 7/6		4	0	4	149
RECREACIÓN																				
Actividades turísticas			+ 4/3	+ 4/3		+ 4/3	+ 4/3										4	0	4	48
INTERES ESTETICO Y HUMANO																				
Paisaje						+ 2/3	+ 1/3		+ 2/3	+ 3/3							4	0	4	24
ASPECTOS CULTURALES																				
Empleo			+ 5/5												+ 7/6		2	0	2	67
AFECTACIONES POSITIVAS	0	0	3	6	0	3	3	0	4	3	2	0	3	5	2		34			
AFECTACIONES NEGATIVAS	5	2	7	1	3	3	2	2	0	0	0	2	0	0	0			27		
TOTAL DE INTERACCIONES	5	2	10	7	3	6	5	2	4	3	2	2	3	5	2				61	
AGRAGACIÓN DE IMPACTOS	-14	-8	58	42	-10	50	2	-15	27	24	11	-21	27	45	84					302

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

a. Análisis de la matriz

De la multiplicación del número de acciones por el número de factores se obtuvo 195 que equivale el 100%, de las cuales en el proyecto se muestran 61 interrelaciones que equivalen al 31.28%, acciones de acciones que va intervenir en el proyecto.

Tabla No 105. Rango de porcentaje de afectación al medio por acciones y factores ambientales

Rango en %	Porcentaje de aceptación	Afectación al medio	Naturaleza (+/-)
0 - 20	No significativo		302
20 - 40	Poco significativo	31%	
40 -60	Medianamente significativo		
60 -80	Significativo		
80 - 100	Muy significativo		

Elaborado por: María Belén Cuzco

Utilizando la lista de verificación sugerida por el método se procedió a determinar 15 acciones que ejercerá el proyecto sobre el área, así también se determinaron 13 factores ambientales que pueden ser afectados con cualquier tipo de acciones anteriores.

Luego de determinar la relación de causalidad entre las acciones (columnas), y los factores ambientales (filas), se identificó un total de 195 interacciones de las cuales 34 son positivas y 27 son negativas.

Los resultados de las matriz de impacto ambiental de Leopold refleja que las acciones que causan aspectos positivos y acumulan puntos son: Intercambio Cultural (84 puntos con 2 interacciones), construcción de la infraestructura turística (58 puntos con 10 interacciones), operación turística (50 puntos con 6 interacciones), capacitación al personal (45 puntos con 5 interacciones), implementación de señalética (42 puntos con 7 interacciones), tratamiento de basura (27 puntos con 4 interacciones), tratamiento de aguas grises y negras (27 puntos con 3 interacciones), reciclaje de residuos (24 puntos con 3 interacciones), eliminación de basura (11 puntos con 2 interacciones), implementación de basureros (2 puntos con 5 interacciones).

Y las acciones que causan impactos negativos y que acumulan menos puntos son: generación de aguas grises y negras (21 puntos con 2 interacciones), generación de basura (15 puntos con 8

interacciones), desmonte corte y relleno (14 puntos con 5 interacciones), estructura de juegos lúdicos (10 puntos con 3 interacciones), vibración y ruido (8 puntos con 2 interacciones).

Los resultados de la matriz refleja que los factores ambientales que pueden ser afectados positivamente por las acciones y acumulan más puntos son: comercialización de productos turísticos (149 puntos con 4 interacciones), empleo (67 puntos con 2 interacciones), Actividades turísticas (48 puntos con 4 interacciones), Paisaje (24 puntos con 4 interacciones), calidad de aire (17 puntos con 7 interacciones), contaminación con desechos (17 puntos con 9 interacciones), arbustos (10 puntos con 4 interacciones), aves (7 puntos con 5 interacciones).

Y los factores ambientales que pueden ser afectados negativamente son: Compactación (19 puntos con 4 interacciones), cantidad de agua (17 puntos con 4 interacciones), hiervas (12 puntos con 6 interacciones) e insectos (1 punto con 4 interacciones).

Se concluye que el impacto del proyecto sobre el ambiente no va a ser significativo debido a que existe un 7,42% de afectación al medio, el cual es mínimo, en relación a los beneficios que se aportará a la población local y al ambiente, ya que estos no amenazan al ecosistema de manera abrupta, y que mediante buenas prácticas de turismo sostenible se mitigarán los impactos ambientales causados en especial con la concienciación a los turistas y población en general.

b. Plan Ambiental

1) Acciones y requerimientos para mitigación de impactos ambientales

Tabla No 106. Acciones y requerimiento para mitigación de impactos ambientales

Componente	Impacto	Medidas	Requerimientos	Responsable	Cuando	Costo
Tierra	Contaminación por desechos	Colocar tachos de reciclaje con sus respectivos colores	Tachos de basura con sus colores identificativos	Gerente administrador	Construcción operación	150.00
		Reciclar y realizar artesanías con materiales usados como las botellas de plástico y otros materiales reutilizables.	Botellas pinturas silicona, papel, tijeras, estilete, pincel, diseños Mano de obra local	Gerente administrador	Operación turística	100.00
		Utilizar desechos orgánicos para realizar abonos orgánicos	Tacho para el compostaje melaza y materia orgánica	Empleado de limpieza	Operación turística	50.00
		La basura clasificada enviar o vender en sitios de almacenamiento como cartones fundas botellas.	Sacos o bolsas de reciclaje	Empleado de limpieza	Operación turística	50.00

Agua	Calidad de agua	Colocar material informativo acerca del uso de agua en lugares donde el cliente o personal pueda hacer uso de este recurso.	Material informativo	Gerente administrador	Operación turística	80.00
		Realizar tratamiento de aguas grises y negras mediante la construcción de filtros de aguas residuales y la utilización de plantas acuáticas que purifican el agua.	Construcción de un filtro con plantas (ladrillo, cemento, palas, plantas acuáticas, plantas nativas) Mano de obra	Encargado de la obra	Construcción de la hostería	300.00
		Dar talleres al personal sobre el uso y reutilización del agua	Material didáctico	Gerente	Operación turística	75.00
	Cantidad de agua	Regar las áreas verdes mediante el sistema de goteo	Mangueras Mano de obra	Colaborador del área de limpieza	Operación turística	50.00
		Colocar llaves de control de agua	Llaves de control	Encargado de la obra	Fase de construcción	100.00
Atmosfera	Calidad del aire	Reforestación con plantas nativas.	Plantas nativas Mano de obra	Encargado de la obra	Fase de construcción	100.00
		Realizar talleres de capacitación sobre la importancia del aire	Material didáctico	Gerente administrador	Operación turística	75.00

Flora	Hierbas Arbustos	Diseñar senderos bien definidos	Materiales de construcción (palos, pala sogas) Mano de obra	Encargado de la obra	Fase de construcción	100.00
		Implementar señalizaciones de información y prohibición	Señaléticas	Manos de obra contratado	Construcción	100.00
		Capacitar al personal sobre el cuidado y la importancia de la flora	Materiales didácticos	Gerente administrador	Operación turística	75.00
Fauna	Aves Insectos	Implementar señalizaciones de información y prohibición	Señaléticas Mano de obra	Obrero de construcción	Construcción	200.00
		Capacitar al personal sobre el cuidado y la importancia de la flora	Material didáctico		Operación turística	50.00
Uso de tierra	Comercialización de productos turísticos	Implementar el manual de buenas prácticas para el turismo sostenible Capacitar al personal sobre las buenas prácticas para el turismo sostenible	Manual de funciones Material didáctico	Gerente administrador	Operación turística	100.00
Recreación	Actividades turísticas	Crear actividades que ayuden a la concienciación del cuidado del medio ambiente y del turismo responsable	Actividades turísticas	Gerente administrador	Operación turística	50.00

Interés estético y humano	Paisaje	Reforestar con plantas de la zona	Plantas nativas y ornamentales	Obrero de construcción	Fase de construcción	100.00
SUBTOTAL						1510.00

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

E. ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS DEL PROYECTO

1. Estudio Administrativo

a. Formulación filosófica y estratégica de la hostería

1) Visión

Ser una empresa de servicios turísticos, que cuente con una infraestructura turística diferente con todas las comodidades y belleza a fin de brindar a los clientes instalaciones y servicios de primera calidad.

2) Misión

Ser una empresa pionera en el cuidado de la belleza natural y contribuir con responsabilidad social para el desarrollo local y de la provincia.

3) Objetivos

- a)** Ser una empresa diferenciada ofreciendo servicios turísticos de calidad, minimizando los impactos negativos ambientales y sociales para maximizar los beneficios económicos para la empresa y la localidad.
- b)** Mantener un equipo de trabajo, de administración y prestación de servicios, eficientemente capacitado en materia de buenas prácticas y gestión sostenible empresarial.
- c)** Garantizar que los servicios prestados, cumplen con los estándares nacionales e internacionales de gestión sostenible ambiental, socio-cultural y económica.
- d)** Visibilizar las políticas de gestión administrativa, para efectivizar su utilidad.
- e)** Difundir las buenas prácticas para la gestión sostenible empresarial tanto al personal, los visitantes y a la comunidad, a través de afiches o informativos.

4) Estrategias

- a)** Buscar préstamos a bajo interés.

- b) Generar ventas a la población local, turistas nacionales y turistas extranjeros.
- c) Descuentos especiales para grupos de más de 30 personas.
- d) Existirá la creación de promociones para que la población y estudiantes tengan accesibilidad del servicio a precios cómodos.
- e) Establecer convenios con el Ministerio de Turismo para la difusión de nuestro servicio a nivel local, provincial y regional e internacional.
- f) Diseñar renovar un plan de marketing turístico para la hostería al menos una vez al año.
- g) Realizar alianzas con agencias de viajes y tour operadoras e instituciones que requieran del servicio que se oferte en la hostería.
- h) Registrar la hostería dentro del catastro turístico del cantón
- i) Definir un rubro específico para promocionar la hostería en eventos turísticos nacionales e internacionales
- j) Contratar personal con experiencia en atención al cliente y brindar constantes capacitaciones al personal de la hostería.
- k) La atención al público será de domingo a domingo las 24 horas al día incluyendo los feriados o días festivos.

5) Políticas

a) Clientes

- i. La atención al cliente deberá ser de una forma amable y respetuosa se brindará el servicio según su llegada o reservación sin distinción alguna.
- ii. La forma de pago por los servicios mediante las reservaciones el cliente deberá cancelar el 50% del total del servicio en la cuenta de la hostería y el 50% el momento que haga el uso de los servicios.
- iii. El cliente deberá tener un respaldo de su depósito por la reservación.
- iv. Si el cliente no hace uso de su reservación en la fecha de la misma no existirá devolución del 50% de su cancelación por los servicios.
- v. El cliente en caso de cambio de fecha de la reservación deberá realizar al menos con dos días de anticipación.

b) Personal

- i.** El personal debe conocer las metas y objetivos que tiene la empresa la cual ayude a cumplirlas para su buena ejecución en la prestación de servicios turísticos.
- ii.** La empresa realizará la revisión, actualización y mejora continua de sus políticas con el fin de favorecer a la gestión administrativa, de prestación de servicios y ambiente laboral.
- iii.** La empresa debe establecer y mantener canales de comunicación y cooperación entre los propietarios, el personal, proveedores, autoridades y vecinos.
- iv.** La empresa comunica abiertamente a sus empleados, clientes y la localidad, sobre los impactos positivos y negativos que causa su operación.
- v.** La empresa mantendrá un programa activo de control y monitoreo de los procesos y actividades, a fin de garantizar un servicio de calidad en un ambiente saludable.
- vi.** El personal de trabajo debe cumplir con los horarios establecidos de entrada y salida.
- vii.** Deberán cumplir con las actividades específicas que se indican en el manual de función para cada uno de los cargos.
- viii.** El personal debe brindar un servicio de calidad a los turistas
- ix.** El personal debe estar debidamente uniformado de acuerdo a su aérea de trabajo
- x.** Todo personal debe asistir a las reuniones convocadas por la gerente, para la planificación y evaluación de sus servicios a los turistas o clientes.
- xi.** En caso de permisos del personal deberá realizar con anticipación de 3 días en la gerencia.
- xii.** El personal que labora en la hostería deberá contar con todos los equipos necesarios entregados por la misma en sus labores diarias
- xiii.** Deben cumplir con las normas y reglamentos establecidos dentro de la hostería.
- xiv.** El personal no podrá abandonar su sitio de trabajo, a menos que sea un caso urgente que motive a la misma.
- xv.** El salario se deberá pagar la personal de acuerdo a lo establecido en las leyes laborales vigentes del país.

6) Valores

i. De trabajo

La hostería sobresaldrá por valores como:

- i. **Veracidad.-** Condición de un juicio o razonamiento que expresa lo que realmente piensa el que lo emite. Se dice también del sujeto (veraz), lo que equivale a sinceridad. La veracidad se opone a la mentira y la hipocresía, así como la verdad se opone al error o falsedad.
- ii. **Organización.** - Organizar es ordenar y agrupar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía y estableciendo las relaciones que entre dichas unidades deben existir.
- iii. **Creatividad.** - Es la capacidad de crear, de producir cosas nuevas y valiosas, es la capacidad de un cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original.
- iv. **Trabajo en equipo.** - Es un conjunto de personas que se organizan de una forma determinada para lograr un objetivo común. En esta definición están implícitos los tres elementos clave del trabajo en equipo.
- v. **Compromiso.** - El fenómeno esencial para coordinar acciones con otros.
- vi. **Entusiasmo.** - Atención y esfuerzo que se dedica con empeño e interés al desarrollo de una actividad o trabajo.
- vii. **Eficiencia.** - Es una capacidad o cualidad muy apreciada por empresas u organizaciones debido a que en la práctica todo lo que éstas hacen tiene como propósito alcanzar metas u objetivos.
- viii. **Eficacia.-**Es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción.
- ix. **Cooperación.** - Sujetos múltiples que colaboran entre sí para lograr fines comunes.
- x. **Motivación.** - Está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo.
- ii. **De la persona.-**Es fundamental que los colaboradores de la hostería cumplan con los siguientes valores y principios:

- i. **Honestidad.** -Es una calidad de calidad humana que consiste en comprometerse y expresarse con coherencia y autenticidad (decir la verdad), de acuerdo con los valores de verdad y justicia. Se trata de vivir de acuerdo a como se piensa y se siente.
- ii. **Puntualidad.** - Es la obligación para terminar una tarea requerida o satisfacer una obligación antes o en un plazo señalado
- iii. **Responsabilidad.-** Es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral.
- iv. **Cordialidad.** - Estar predispuesto siempre, demostrando amabilidad y respeto.
- v. **Compañerismo.** -Trabajar en forma conjunta para cumplir un propósito.
- vi. **Ética Profesional.** - Pretende regular las actividades que se realizan en el marco de una profesión.

2. Estructura organizativa de la hostería

La hostería estará estructurada de la siguiente manera:

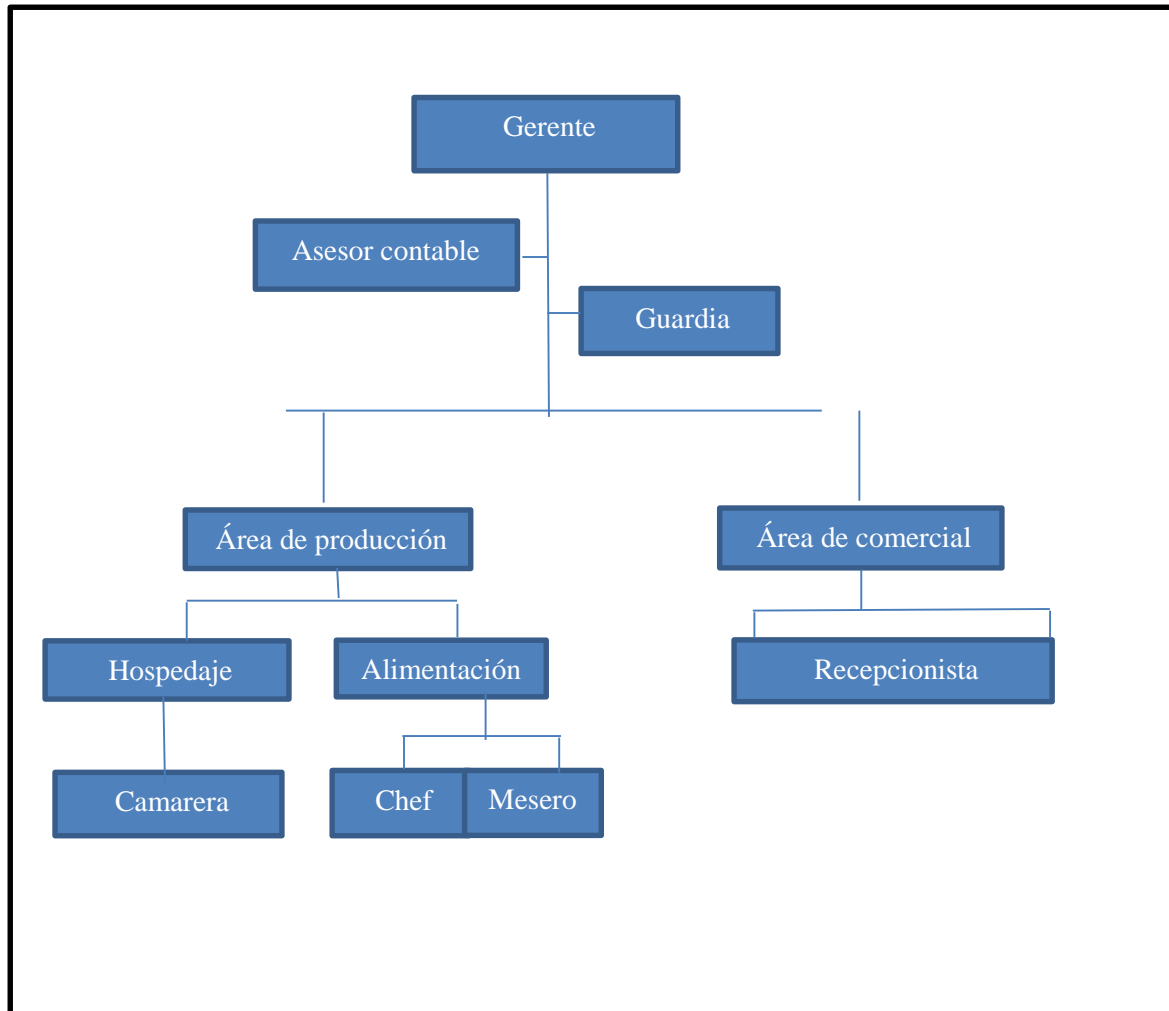


Figura No 51. Estructura organizativa de la empresa

Elaborado por: María Belén Cuzco

Fuente: Investigación de campo 2015

3. Manual de funciones y plan de capacitación

En los siguientes cuadros se detallan cada uno de la función con las que debe cumplir cada colaborador, que forme parte de la hostería, para su buen funcionamiento en el mercado turístico, por ende, ofreciendo servicios de calidad.

a. Gerente

Tabla No 107. Manual de funciones del gerente

Datos de Identificación				
Puesto		Gerente		
Misión del Cargo				
Máximo responsable de la prestación eficiente de los servicios y la plena satisfacción de los clientes y huéspedes a través de la aplicación de las políticas operativas e institucionales definidas y la administración de los recursos humanos y materiales de su área.				
Colaboradores Directos		Contactos Internos		Contactos Externos
Contador, Recepcionista, ventas		Todo el personal del hostería		Operadoras de Turismo Nacionales.
P E R F I L	Formación Académica	Conocimientos Adicionales		Idiomas necesarios
	Ingeniero en Administración de empresas o en Ecoturismo	Relaciones humanas Servicio de atención al Cliente Conocimiento del turismo en nuestro país Gestión, planificación, diseño y Ejecución		Español, Inglés
N. de Experiencia				
De 1-3 años en funciones similares en el sector turístico				
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y evaluar la gestión del personal de cada área bajo su dependencia • Fijación de pautas de coordinación aplicables por las áreas operativas bajo su dependencia, su seguimiento y control • Analizar el presupuesto general de la hostería y los desvíos significativos como una herramienta fundamental para la toma de decisiones • Asistir a conferencias, banquetes y convenciones donde se requiera la participación de la hostería como institución • Representar y defender la posición de la hostería en Cámaras hoteleras a las que adhiera la misma • Autorización y justificación de los permisos según las políticas definidas • La determinación de las necesidades estándar de insumos, materiales, recursos humanos y económicos por unidad de negocio a efectos de garantizar el mantenimiento operativo de las mismas • Participación en el proceso de definición de políticas generales para la hostería • Firma de cheques de acuerdo a los procedimientos definidos. • Realización de análisis de la competencia, nuevas metodologías de prestación de servicios y atención de clientes. 				
Condiciones de Trabajo				
Desarrollar su labor en condiciones agradables, en una oficina adecuada, pero sobre todo esté pendiente De los servicios que se oferta en la hostería. Las funciones del cargo requieren el desplazamiento tanto fuera como dentro del establecimiento turístico.				

Perfil de Competencias	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel requerido
Respeto	Mantener un ambiente de tolerancia y respeto con los empleados en todo momento y situación que atraviese la hostería.
Responsabilidad	Encaminarse siempre al cumplimiento de sus deberes para con los empleados, así como para con la hostería.
Amabilidad	Ante todo el deseo de servir a los comensales de la forma más cordial.
2. Trabajo en Equipo	
Atributo	Nivel requerido
Cooperación	Proponer ideas de integración entre el personal, para su mejor familiarización entre los empleados e incentivar la solidaridad.
3. Integridad	
Atributo	Nivel requerido
Ética	Debe actuar de una forma intachable dentro de sus funciones, para que no se den malos entendidos y sobre todo ser responsable, para que dé buen ejemplo.
Moral	Fomentar los valores y la moral en los empleados para que sus relaciones laborales se basen fundamentalmente en el respeto
Profesionalismo	Trabajar de una forma transparente con sus empleados, procurando cumplir sus Funciones a las que se les ha encomendado. Sabe resolver problemas.
4. Orientación a la Oferta y Demanda	
Atributo	Nivel requerido
Énfasis en el servicio y cliente	Debe saber y entender las necesidades de los clientes: como, por ejemplo Revisar los datos de la reserva, acoger y recibir al cliente, investigar preferencias y necesidades, supervisar la seguridad y la recepción de clientes especiales, explicar y acordar la forma de pago, despedir al cliente e incentivar su retorno
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel requerido
Desarrollo de Personal	Definir directrices para reclutamiento, selección y promoción de personal, promover la capacitación, administrar al equipo
Conducción efectiva del equipo	Hacer que los empleados a través de ejemplos busquen la excelencia en las actividades. Incentivar la cooperación, desarrollar acciones motivadoras
Visión de largo Plazo	Debe visualizar tanto las oportunidades como las amenazas que se puedan presentar en base a los planes estratégicos, para tomar desafíos

b. Asesor contable

Tabla No 108. Manual de funciones del asesor contable

Datos de identificación				
Puesto		Contador		
Misión del Cargo				
Procurar la optimización y adecuada administración de los recursos económicos disponibles, mediante la aplicación de políticas, sistemas, métodos y normas en materia financiera, presupuestaria, contable y de control en la Empresa, a fin de realizar los planes y proyectos de inversión y operación aprobadas por la Empresa.				
Colaboradores directos		Contactos Internos		Contactos externos
Gerente general				Empresas públicas, privadas y comunitarias Proveedores y acreedores
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Titulado CPA	<ul style="list-style-type: none"> Manejo de cajas registradoras modernas 	Inglés hablado y escrito fluido.	Tener experiencia de mínimo 2 años de experiencia
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar la gestión económica financiera de la Empresa. Preparar en coordinación con las diferentes áreas, la proforma presupuestaria anual y sus reformas y realizar la ejecución, el control, liquidación y evaluación presupuestaria. Llevar, organizar, coordinar y supervisar el desarrollo contable de todas las operaciones financieras que efectúa la Empresa, de acuerdo a las políticas, normas técnicas y Principios de Contabilidad generalmente aceptados y a lo dispuesto en el Sistema Uniforme de Cuentas. Proporcionar a la Administración de la Empresa y demás áreas de la empresa, asesoramiento técnico, información especializada y recomendaciones, que sirvan de soporte para la toma de decisiones económicas y financieras. Elaborar los presupuestos anuales de Operación, Inversiones y Caja, así como la de controlar la ejecución presupuestaria para evitar que se produzcan desviaciones entre lo presupuestado y lo realmente ejecutado y se conviertan en una herramienta de toma de decisiones oportunas por parte de la Administración y de sus áreas de apoyo. Proporcionar a la Gerencia General y demás áreas de la Empresa los datos contables necesarios para estudios, análisis y cualquier otra acción que facilite el control de las operaciones y la eficaz toma de decisiones. Llevar y mantener actualizada la Contabilidad General de la Empresa y elaborar los Estados Financieros y Anexos en la forma y plazos previstos por la Ley. Proporcionar la información requerida por auditoría interna, externa y comisarios y cumplir y hacer cumplir las recomendaciones que sobre aspectos contables se formularen. Efectuar los desembolsos que fueren autorizados de acuerdo con los procedimientos y normas de prioridad establecidos y realizar las retenciones legales correspondientes. Recibir y mantener en custodia los valores, papeles fiduciarios, garantías, pólizas, etc. de propiedad de la Empresa. Informar oportunamente sobre el vencimiento de los documentos que mantiene en custodia. 				
Condiciones de trabajo				
Desarrolla sus labores en el interior de la empresa, dentro del área administrativa es decir el conjunto de la empresa, mediante la coordinación directa del gerente.				
Perfil de Competencias				
1. Compromiso				
Atributo	Nivel requerido			

Cordialidad	Mantener un trato gentil y amigable con los visitantes
Honestidad	Ser real y auténtico durante todos los procesos contables de la empresa
Lealtad	Virtud que evidencia el trabajo óptimo y afianzado en la empresa.
2. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel requerido
Cooperación	Coordina actividades con las áreas pertinentes para el cumplimiento de sus funciones y de los objetivos de la asociación.
Comunicación	La comunicación constante de manera clara y oportuna para mantener un ambiente mucho más claro entre los supervisores y aquellos que están a su cargo.
Eficiencia	Alcanzar metas u objetivos, con recursos (humanos, financieros, tecnológicos, físicos, de conocimientos, etc.) limitados y (en muchos casos) en situaciones complejas y muy competitivas.
3. Integridad	
Atributo	Nivel requerido
Ética	Fomentar el cumplimiento de principios, normas y valores morales en los colaboradores que están a su cargo, para garantizar la integridad y calidad del servicio de la empresa.
Profesionalismo	Promover el fortalecimiento institucional mediante el trabajo coordinado, dinámico y participativo que garantice su participación en todas las actividades de la asociación.
Respeto a la institucionalidad	Promover el cumplimiento de políticas y principios que a través de la asociación impulse hacia el desarrollo sostenible para el bien de la población actual y de las futuras generaciones,

c. Guardia de seguridad

Tabla No 109. Manual de funciones del Guardia de seguridad

Datos de identificación				
Título del puesto		Guardia de Seguridad		
Nivel de reporte inmediato		Gerente		
Misión del Cargo				
Prevenir cualquier acción que atente o ponga en peligro el bienestar de las personas o bienes del edificio o institución a proteger, como así también la de brindar información y asistir o socorrer en caso de emergencias.				
Colaboradores directos		Contactos Internos		Contactos externos
Empresa		Agente de ventas Contador Conserje		Empresas de seguridad pública y privada
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Poseer bachillerato .Opcional Ingeniería en seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Psicología • Formar parte de empresa de seguridad 	Inglés hablado	Tener experiencia de mínimo 3 años.

Responsabilidades del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> - Deberá de presentarse unos quince minutos antes de tomar su turno para informarse de las novedades. Ser puntual y prestar su servicio con prolijidad. - Cumplir con las órdenes impartidas por sus superiores jerárquicos. - Garantizar confidencialidad en todas sus tareas y obligaciones. - Ser extremadamente discreto a la hora de brindar cualquier tipo de respuesta. - Mantener el orden dentro de las instalaciones. - Tener una conducta intachable tanto dentro como fuera de su trabajo. - Cuidar las instalaciones y bienes del lugar de trabajo. - Salvo expresa orden o causa justificada jamás abandonara su puesto de trabajo. - Tener su uniforme o vestimenta en impecables condiciones. - No deberá de consumir ningún tipo de alimento o bebidas alcohólicas durante el servicio. - En caso de portar armas o garrotes, los mismos deberán de estar correctamente asegurados al cinto y en perfectas condiciones. - No entablar relaciones de amiguismo ni de confidencia con los demás operarios y empleados del establecimiento. 	
Condiciones de trabajo	
Desarrolla sus labores en el interior de la empresa.	
Perfil de Competencias	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel requerido
Cordialidad	Mantener un trato gentil y amigable con los visitantes
Respeto	Promover el cumplimiento de normas y principios de la asociación, transmitiendo respeto hacia todos el personal
Fidelidad	Virtud con la que debe contar para generar confianza entre los trabajadores y los visitantes
Certeza	Conocimiento seguro y claro de algo. Firme adhesión de la mente a algo conocible, sin temor de errar.
2. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel requerido
Cooperación	Coordina actividades con las áreas pertinentes para el cumplimiento de sus funciones y de los objetivos de la asociación.
Pro actividad	Asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan; decidir en cada momento lo que queremos hacer y cómo se lo va a lograr trabajando de manera conjunta para aprovechar las potencialidades.
Eficiencia	Alcanzar metas u objetivos, con recursos (humanos, financieros, tecnológicos, físicos, de conocimientos, etc.) limitados y (en muchos casos) en situaciones complejas y muy competitivas.
Confiabilidad	Encargar o poner al cuidado de alguien la empresa y a las personas que allí trabajan
3. Integridad	
Atributo	Nivel requerido
Ética	Fomentar el cumplimiento de principios, normas y valores morales en los colaboradores que están a su cargo, para garantizar la integridad y calidad del servicio de la empresa.
Profesionalismo	Promover el fortalecimiento institucional mediante el trabajo coordinado, dinámico y participativo que garantice su participación en todas las actividades de la asociación.
Respeto a la institucionalidad	Promover el cumplimiento de políticas y principios que a través de la asociación impulse hacia el desarrollo sostenible para el bien de la población actual y de las futuras generaciones,

d. Recepcionista

Tabla No 110. Manual de funciones de la Recepcionista

Datos de Identificación				
Localización		Recepcionista		
Nivel de reporte inmediato		Gerente		
Misión del Cargo				
El recepcionista se ocupa, principalmente, de recibir y registrar al cliente a su llegada (check in); relacionar al huésped con los diversos servicios del establecimiento y efectuar los procesos de salida del huésped (checkout).				
Colaboradores Directos		Contactos Internos		Contactos Externos
Contador, ventas, gerente		Todo el personal del hostería		Operadoras de turismo
P E R F I L	Formación Académica	Conocimientos Adicionales		Idiomas necesarios
	Título superior en asistencia gerencial	Relaciones humanas Servicio de atención al Cliente Dominio del sistema Tarifario Manejo de programas de base de datos		Español Inglés
				N. de Experiencia
				Mínimo un año de experiencia
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> • Registrar el ingreso del huésped (check in) • Controlar el acceso a las habitaciones • Apoyar al huésped • Efectuar los procesos de salida del huésped (checkout) • Coordinar el trabajo con el equipo humano de recepción • Operar equipos de recepción • Actualizar los sistemas administrativos • Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento • Asegurar la satisfacción del cliente • Cuidar de la apariencia personal 				
Condiciones de Trabajo				
Desarrollar su labores en condiciones agradables, en un área con buena ventilación e iluminación, además deberá llevar su uniforme de distinción con su respectiva identificación.				
Perfil de Competencias				
1. Compromiso				
Atributo		Nivel requerido		

Respeto	Mantener un clima de tolerancia y respeto con sus compañeros y clientes todo momento en cualquier situación
Responsabilidad	Encaminarse siempre al cumplimiento de sus obligaciones
Amabilidad	Ante todo el deseo de atender a los turistas de la forma más cordial y aceptar los reclamos pertinentes de la mejor forma posible.
2. Trabajo en Equipo	
Atributo	Nivel requerido
Cooperación	Proponer ideas de integración entre el personal, para su mejor familiarización
3. Integridad	
Atributo	Nivel requerido
Ética	Ante todo, su ética profesional, para manejar situaciones con los clientes, siempre lo profesional por encima de lo personal.
Moral	Demostrar sus valores con los clientes y sus compañeros para primero dar una buena atención al cliente y luego llevarse bien con los compañeros.
Profesionalismo	Trabajar de forma transparente cumpliendo con el horario establecido en las funciones a las que se les ha encomendado.

e. **Chef**

TablaNo 111. Manual de funciones del Chef

Datos de Identificación				
Puesto		Chef o Cocinero		
Misión del Cargo				
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.				
Colaboradores Directos		Contactos Internos		Contactos Externos
Gerente, Limpieza		Todo el personal del hotel		
P E R F I L	Formación Académica	Conocimientos Adicionales		Idiomas necesarios
	Título de educación superior en Gastronomía	Relaciones humanas Administración de la producción Principios de administración de alimentos y bebidas Recetario de comida Ecuatoriana		Manejo del idioma Inglés
N. de Experiencia				
De 1-3 años en funciones				
Responsabilidades del cargo				

<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y controlar la cocina • Elaborar programación de la cocina • Elaborar menú o carta • Crear recetas y preparar platos • Administrar existencia (stock) y consumo • Coordinar el trabajo de la cocina para banquete y servicio especial • Administrar al equipo • Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos • Representar a la organización 	
Condiciones de Trabajo	
Desarrollar sus labores en condiciones agradables, en un área de trabajo limpia, con la ventilación e iluminación adecuada para poder preparar los alimentos con la mayor facilidad del caso.	
Perfil de Competencias	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel requerido
Respeto	Mantener un clima de tolerancia con sus compañeros y respetar en todo momento en cualquier situación de igual manera a clientes.
Responsabilidad	Encaminarse siempre al cumplimiento de sus obligaciones que son las que primero está, además de garantizar la preparación higiénica y saludable a los clientes.
Amabilidad	Ante todo en situaciones de presión tratar a sus compañeros con la debida amabilidad así mismo a sus superiores.
2. Trabajo en Equipo	
Atributo	Nivel requerido
Cooperación	Proponer ideas de integración entre el personal, para su mejor familiarización entre los empleados e incentivar la solidaridad.
3. Integridad	
Atributo	Nivel requerido
Ética	Ante todo su ética profesional, para manejar situaciones acerca de la preparación, y precios de los productos a adquirirse.
Moral	Demostrar sus valores con los clientes y sus compañeros para primero dar una buena atención al cliente.
Profesionalismo	Trabajar de una forma transparente cumpliendo con el horario establecido en las funciones a las que se les ha encomendado.

f. Camarera

Tabla No 112. Manual de funciones de la camarera

Datos de identificación				
Título del puesto		Camarera		
Nivel de reporte inmediato		Recepcionista		
Misión del Cargo				
Proporcionar el servicio de cafetería a empleados y visitantes. Labores de mensajería local y limpieza de oficinas.				
Colaboradores directos		Contactos Internos		Contactos externos
Guardia de seguridad		Recepcionista		
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	No se requiere de formación académica obligatoria	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos sobre limpieza de elementos de oficina. • Conocimiento sobre marcas y productos de limpieza más eficientes. 	No requiere	No se requiere experiencia.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Abrir las oficinas y hacer la limpieza de las mismas. - Preparar el café y las demás bebidas. - Realizar la limpieza de las oficinas alternas. - Realizar depósito y cobro de cheques. - Realizar la limpieza de la bodega de envío pasando un día. - Brindar apoyo en bodega cuando se realiza la preparación de materiales que se van a embalar. - Brindar apoyo a bodega en la recepción de productos que provienen de una importación. - Realizará cualquier otra actividad que sea solicitada por su jefe inmediato 				
Condiciones de trabajo				
Desarrolla sus labores en el interior de la empresa, específicamente en el área comercial mediante la coordinación directa del contador.				
Perfil de Competencias				
1. Compromiso				
Atributo	Nivel requerido			
Cordialidad	Mantener un trato gentil y amigable con los visitantes			
Respeto	Promover el cumplimiento de normas y principios de la asociación, transmitiendo respeto hacia todos los seres humanos y para la naturaleza.			
Fidelidad	Virtud con la que debe contar para generar confianza entre los trabajadores y los visitantes			
2. Trabajo en equipo				
Atributo	Nivel requerido			
Cooperación	Coordina actividades con las áreas pertinentes para el cumplimiento de sus funciones y de los objetivos de la asociación.			
Pro actividad	Asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan; decidir en cada momento lo que queremos hacer y cómo se lo va a lograr trabajando de manera conjunta para aprovechar las potencialidades.			
Eficiencia	Alcanzar metas u objetivos, con recursos (humanos, financieros, tecnológicos, físicos, de conocimientos, etc.) limitados y (en muchos casos) en situaciones complejas y muy			

	competitivas.
3. Integridad	
Atributo	Nivel requerido
Ética	Fomentar el cumplimiento de principios, normas y valores morales en los colaboradores que están a su cargo, para garantizar la integridad y calidad del servicio de la empresa.
Profesionalismo	Promover el fortalecimiento institucional mediante el trabajo coordinado, dinámico y participativo que garantice su participación en todas las actividades de la asociación.
Respeto a la institucionalidad	Promover el cumplimiento de políticas y principios que a través de la asociación impulse hacia el desarrollo sostenible para el bien de la población actual y de las futuras generaciones,

g. Mesero

Tabla No 113. Manual de Funciones del mesero

Datos de identificación			
Puesto	Mesero		
Nivel de reporte inmediato	Gerente		
Misión del cargo			
“Atender eficientemente a los clientes en el servicio de bar Restaurant”			
Perfil			
Formación Académica	Conocimientos Adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de experiencia
Capacitaciones de atención al cliente y manipulación de alimentos.	Relaciones humanas. Servicio y atención al cliente.	Inglés.	1 año de haber desempeñado en áreas a fines.
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none"> • Tomar los pedidos de cada cliente. • Coordinación con el cocinero o chef para la preparación y registro de la orden emitida por el cliente. • Repartición y recepción de los platos. • Limpieza del bar Restaurant una vez concluido el servicio. • Operar con equipos de trabajo. • Asegurar la satisfacción del cliente. • Mantener la comunicación con los demás departamentos. 			
Condiciones de trabajo			
“Desarrolla sus labores en condiciones agradables, con adecuado equipamiento. Las funciones del cargo no requieren de desplazamiento.”			
Perfil de competencias			
1. Compromiso			
Atributo	Nivel requerido		
Lealtad	Ser un ejemplo y modelo de compromiso organizacional.		
Respeto	Mantener un clima de tolerancia, apertura y respeto en todo el centro.		
2. Trabajo en equipo			

Atributo	Nivel requerido
Cooperación	Ayudar en el desarrollo de valores compartidos y objetivos comunes, para poder alcanzar los resultados esperados.
Sinergia	Tener la habilidad de aprovechar todo el potencial de las personas, para alcanzar resultados del área.
3. Integridad	
Atributo	Nivel requerido
Ética	Actuar con una conducta intachable, transmitiendo y promoviendo sólidos fundamentos morales y de respetabilidad hacia su equipo de trabajo.
Moral	Ser modelo y exigir el cumplimiento de normas morales y de respetabilidad de todos los colaboradores del centro.
Profesionalismo	Cumplir y transmitir iniciativa, participación e innovación, velar por la calidad y eficiencia en la ejecución de las actividades.
Respeto a la institucionalidad	Cumplir con las normas y políticas del centro, asegurando su labor en el cumplimiento de leyes y reglamento local y nacional.
4. Liderazgo	
Atributo	Nivel requerido
Desarrollo del personal	Participar y colaborar en la gestión de programas de capacitación y/o desarrollo de competencias, valores que influyan en todo el centro.

5. Reglamento interno para clientes y funcionarios

El presente es el Reglamento Interno y de Trabajo prescrito por la hostería “**Nuevo Amanecer**” domiciliada en el cantón Alausí y a sus disposiciones quedan sometidos tanto la Empresa como todos sus trabajadores y huéspedes.

a. **Reglamento interno para trabajadores**

1) **Horario de Trabajo**

a) **PRIMERA**

Es necesario establecer el horario de ingreso y salida de todos los colaboradores de la hostería, se laborará de lunes a domingo a partir de las 7:00 am hasta las 17:00 pm con un descanso en el almuerzo, en caso de la recepcionista/o será un horario rotativo es decir el primer turno será el horario ya mencionado y el segundo turno a partir de las 17:00 pm hasta 12:00 pm.

b) **SEGUNDA**

Con respecto a los atrasos de los colaboradores cabe mencionar que podrán llegar cinco minutos después durante dos ocasiones en el mes, si persiste en el atraso será descontado del sueldo al final del mes o recuperar el tiempo perdido por el atraso.

c) TERCERA

En la recepción se colocará un registro de asistencia de laboral, en la cual cada empleado deberá llenarlo y firmar cada día laborable que será contabilizada cada fin de mes para el pago de sus sueldos.

d) CUARTA

Se prohíbe registrar la asistencia de algún compañero de trabajo el que incurra en este hecho será sancionado con una posible baja de su puesto de trabajo, por la cual debe ser transparente este el registro de cada uno.

e) QUINTA

Los trabajadores deberán cumplir con sus horarios de trabajo establecidos, en cada una de sus funciones de lo contrario será también motivo de descuento de su sueldo al culminar el mes en el momento del cobro de los sueldos.

2) Permisos

a) SEXTA

El trabajador por motivos personales podrá solicitar permisos para salir del lugar de trabajo mediante aviso que deberá ser presentado con anticipación, indicando el motivo al gerente de la hostería.

b) SÉPTIMA

Todos los permisos serán sin goce de sueldo en el caso de que sea el día completo salvo que el funcionario del área antes mencionada autorice lo contrario.

c) OCTAVA

Al momento de acumular tres faltas injustificadas a sus labores correspondientes e l gerente de la hostería tendrá la facultad de dar la baja inmediata.

3) Faltas

a) NOVENA. - No se permitirá amenazas o agresiones ya sean estas verbales o físicas a un superior o compañero de trabajo.

b) DÉCIMO. - Proporcionar información técnica o administrativa a personas o entidades ajenas a la hostería sin previa autorización de la administración.

c) DÉCIMO PRIMERO. - Negligencia en el desempeño de sus funciones.

d) DÉCIMO SEGUNDO. - Ausentarse de su puesto de trabajo sin la debida autorización de su superior.

4. Restricciones

a) DÉCIMO TERCERO

El personal siempre deberá llevar puesta su credencial de identificación y el uniforme los días que laboré en la hostería caso contrario su incumplimiento podrá tener sanción

b) DÉCIMO CUARTO

No se permitirá ocasionar distracción en momento de sus labores diarias con juegos, riñas, discusiones que puedan causar malestares en la hostería.

c) DÉCIMO QUINTO

Se prohíbe estrictamente fumar o ingresar en estado etílico a laborar o prender fuego en sitios señalados como peligrosos, para no causar incendios, explosiones o daños en las instalaciones de la hostería.

d) DÉCIMO SEXTO.

No se permite el colaborador de la empresa ingrese con algún tipo de mascota dentro de la hostería

e) DÉCIMO SEPTIMO

Queda prohibido sustraer los útiles de trabajo, herramientas o materias primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.

b. Reglamento externo para clientes

1) DÉCIMO OCTAVO.

Las habitaciones deberán ser desocupadas a las 12:00. Del día siguiente o de la fecha máxima de permanencia; después de esa hora, la hostería tendrá derecho a efectuar un cargo extra según la tarifa vigente o a cobrar otro día más. En caso de no dejar a disposición habitación, y no existir disponibilidad, la hostería podrá realizar las actuaciones necesarias para que la habitación quede a disposición del mismo.

2) DÉCIMO NONEVO

Se prohíbe fumar en las zonas comunes y habitaciones, también está prohibido el consumo de drogas, estupefacientes o sustancias psicotrópicas. De esta infracción se dará cuenta inmediatamente a las fuerzas y cuerpos de seguridad.

3) VIGÉCIMO

Si el huésped llegara de madrugada y ocupara su habitación inmediatamente, esto ya contaría como su primera noche. El cliente si desea quedarse una noche extra, deberá informar con anticipación en recepción.

4) VIGÉCIMO PRIMERO

Todas las personas hospedadas deberán registrarse de acuerdo a lo dispuesto por las autoridades nacionales y, por tanto, es de carácter obligatorio llenar la ficha de registro y dar todos los datos que en ella se solicitan. A hostería no se hace responsable en cuanto a cualquier dato falso o incompleto que el huésped pueda suministrar al momento de llenar la tarjeta de registro.

5) VIGÉCIMO SEGUNDO.

Obligaciones del huésped. - Dejar la llave en recepción es de carácter obligatorio por parte del huésped, en caso contrario, y que suceda su extravío el huésped deberá cancelar el costo de su reposición.

Queda estrictamente prohibido a los huéspedes:

- a) Hacer ruidos molestos, provocar altercados, introducir músicos, ingresar mascotas y en general, cualquier acto que perturbe o incomode a los demás huéspedes.
- b) Usar la corriente eléctrica y los equipos mecánicos instalados en su habitación para otros fines que no sean a los que están destinados. Las medidas de seguridad de la hostería restringen el uso de planchas, secadores y otros aparatos eléctricos o de otro tipo que puedan causar un incendio. Si va a utilizar algún aparato de los anteriormente descritos por favor avise en la recepción para que le informen como los puede utilizar.
- c) Ejecutar cualquier acto que ocasione daños o perjuicios a las instalaciones de la hostería o a los demás huéspedes. La hostería tendrá el derecho de dar por terminado el servicio de hospedaje, cuando se infrinjan las prohibiciones señaladas, sin que el huésped causante de ellas tenga derecho a reducción alguna en su adeudo por el hospedaje o servicios recibidos,

quedando obligado además al pago o indemnización de los daños o perjuicios que cause su proceder.

- d) Los objetos y valores olvidados por algún huésped quedarán en custodia de la administración por un término de 15 días, concluido este término y al no haber reclamación, deberán ser depositados ante la autoridad competente.

c. Talento humano y remuneración

A continuación, se detalla los salarios de cada uno de los colaboradores con sus respectivos beneficios establecidos por el Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador.

Tabla No.114. Presupuesto y remuneración para talento humano

Cargo	No.	Salario	Décimo tercero	Décimo cuarto	Remuneración anual
Gerente	1	500,00	500.00	350.00	9450.00
Recepcionista	1	366,00	366.00	350.00	10580.00
Chef	1	450,00	450.00	350.00	6690.00
Ayudante de cocina	1	366,00	366.00	350.00	4770.00
Mesero/a	1	366,00	366.00	350.00	4770.00
Camarera/o	1	366,00	366.00	350.00	4770.00
Total					41030.00

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

Tabla No115. Presupuesto y remuneración a empresas contratadas

Cargo	No.	Salario	Remuneración anual
Guardianía	1	400.00	4800.00
Total			5600.00

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

6. Estudio legal

a. Tipo de empresa

La hostería será una empresa de tipo privada con responsabilidad limitada que se fundamentará en las leyes que se encuentra vigente en la república del Ecuador.

1) **Constitución Política de la República del Ecuador**

Según la Constitución Política de la república del Ecuador, aprobada el 28 de septiembre de 2008 se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

Art. 66.- Se reconoce y garantizará 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.

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.

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.

2) **Ley de Turismo**

En lo estipulado en la suscrita en el Decreto Ejecutivo 1424, Registro Oficial 309 el 19 de abril del 2001, se tomarán como referencia los siguientes artículos que permitirán la constitución legal del proyecto turístico a emprender.

1) **Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas a las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dedique 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 de la agencia.
- 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.

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.

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 la 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 la 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,
- e) 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.

3) **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:

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 remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

4) **Del registro único de turismo**

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 efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio 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 establecimiento y otros.

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 anualmente.

5) De la licencia única anual de funcionamiento

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 los 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.

Art. 56.- Derechos por 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.

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.

6) Reglamento general de Actividades Turísticas

Haciendo uso del Reglamento general de Actividades Turísticas decretado en el Decreto Ejecutivo 3400 y publicado en el Registro Oficial 726 el 17 de diciembre del 2002; los siguientes artículos son importantes en la constitución legal del proyecto.

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.

Art. 3.- Clasificación. - Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Tabla No116. Clasificación del alojamiento

Grupo	Subgrupo	Tipo	Categoría
Alojamientos hoteleros	Hoteles	Hotel	5 a 1 estrella dorada
		Hotel residencia	4 a 1 estrella dorada
		Hotel apartamento	Hotel apartamento
	Hoteles y pensiones	Hostales	3 a 1 estrellas plateadas
		Hostales residencia	3 a 1 estrellas plateadas
		Pensiones	3 a 1 estrellas plateadas
	Hoterías y Moteles	Hosterías	3 a 1 estrellas plateadas
		Moteles	3 a 1 estrellas plateadas
		Refugios	3 a 1 estrellas plateadas
		Cabañas	3 a 1 estrellas plateadas

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: MINTUR 2011

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.

b) Hostería,

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:

- 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.
- 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;
- En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- Botiquín de primeros auxilios.

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.

b. Requisitos legales

Para poder 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:

- 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:
- b) Fecha de presentación.
- c) Nombres completos de propietarios de la actividad económica o representante legal de la misma.

- d) Numero de cedula.
- e) Papeleta de votación
- f) Numero de RUC
- g) Nacionalidad
- h) Dirección domiciliaria del propietario o representante legal
- i) Actividad económica a la que se dedica
- j) Razón social con que opere
- k) Capital en operación (total activos menos pasivos corrientes)
- l) Ubicación del establecimiento
- m) Firma autorizada del declarante
- n) Copia de Acta de Constitución cuando la actividad tiene personería jurídica
- o) Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- p) Copia de RUC
- q) 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 turístico**

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
- k) 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.

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 y RUC
- c) Patente municipal.
- d) Registro del Ministerio de Turismo.
- e) Dos fotos tamaño carnet.
- f) Costos de trámites pertinentes.

c. Gastos de constitución

Tabla No 117. Gastos de constitución

Gastos	Descripción	Costos
De constitución	Estatutos de constitución	250.00
	Elevación de escritura de registro	500.00
	Registro de nombramiento legal	150.00
	Apertura de banco nacional de fomento	800.00
	IEPI	100.00
	Otras instituciones	200.00
Permisos patentes y licencias	Registro del MINTUR	210.00
	Licencia de funcionamiento	139.69
	Permisos sanitarios	204.00
	Otras instituciones	30.00
TOTAL		2583.69

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2015

d. Análisis del ámbito legal

Tabla No 118. Análisis del ámbito legal

Ley	Artículos	En que aporta al proyecto
Superintendencia de Compañías	307, 207	Mediante este artículo permite conocer el tipo de empresa se constituirá de acuerdo a las leyes vigentes en la República del Ecuador
Constitución de la Republica	66, literal a,b 83 literal a, 319, 320	Garantiza el derecho al desarrollo de actividades económicas mediante la asociación voluntaria o de forma individual con procesos de producción que estimule una gestión participativa y transparente con normas de calidad, con

Ley	Artículos	En que aporta al proyecto
		responsabilidad social y ambiental
Turismo	5,8,9, 10,43,45,47, 48,55,56,60	<p>Para el desarrollo de la actividad turística por personas naturales o jurídicas en las actividades dispuestas por esta ley permite ejercer la actividad mediante a obtención de la licencia anual de funcionamiento que acredita la idoneidad del servicio que se ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigente.</p> <p>Estos artículos permiten conocer los procesos que se deben seguir al momento de crear un nuevo servicio turístico</p>
	1, 27	Según la disposición del reglamento de actividades turísticas El Ministerio de Turismo autorizará la apertura y funcionamiento y clausura de los alojamientos

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de información secundaria 2015

F. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

1. Viabilidad económica

Para la elaboración de la viabilidad económica y financiera se consideró los siguientes parámetros:

a. Inversiones del proyecto

Tabla No 119. Inversiones del proyecto

TIPO DE INVERSIÓN	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIONES POR REALIZAR
Activos fijos		
Terreno	40000,00	
Construcciones y edificaciones		82433,19
Maquinaria y equipo		9053,00
Muebles y enseres		13337,00
Menaje		5351,5
Decoración		706,25
Equipo de computación/oficina		920,00
Subtotal		111800,94
Activos diferidos o nominales		
Capacitación personal (productiva)		580
Gastos de promoción		920
Gastos de constitución / Permisos		2583,69
Estudios (mitigación de impactos)		1510
Subtotal		5593,69
Capital de trabajo		
Materia prima		440,5
Materiales e insumos		496,3
Mano de obra directa		20090,06
Mano de obra indirecta		20939,89
Servicios básicos		750
Subtotal	40000,00	42716,75
Total	40000,00	42716,75

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

b. Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Tabla No 120. Fuentes de financiamiento y uso de fondos

INVERSIÓN	USOS	FUENTES	
		REC. PROPIO	PRÉSTAMO BANCARIO
Activos fijos			
Terreno	40000,00	40000,00	
Construcciones y edificaciones	82433,19		82433,19
Maquinaria y equipo	9053,00		9053,00
Muebles y enseres	13337,00		13337,00
Menaje	5351,50		5351,50
Accesorios decoración	706,25		706,25
Equipo de computación/oficina	920,00		920,00
Subtotal			111800,94
Activos diferidos o nominales			
Capacitación personal (productiva)	580,00		580,00
Gastos de promoción	920,00		920,00
Gastos de constitución / Permisos	2583,69		2583,69
Estudios	1510,00		1510,00
Subtotal			5593,69
Capital de trabajo			
Materia prima	440,50		440,50
Materiales e insumos	496,30		496,30
Mano de obra directa	20090,06		20090,06
Mano de obra indirecta	20939,89		20939,89
Servicios básicos	750,00		750,00
Total	200111,38	40000,00	160111,38

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

El préstamo se lo realizará con el Ministerio de Turismo mediante el programa “Negocios Turísticos Productivos” conjuntamente con el Banco Nacional de Fomento con un plazo máximo de 10 años, con una tasa de interés del 10%

c. Depreciación de activos

Tabla No 121. Depreciación de activos

Detalle	Valor del bien	% Depreciación	Duración del proyecto.	Años por ley	Depre. anual	Valor salvamento	Valor depreciación
Edificaciones y construcciones	\$ 82.433,19	5	5	20	\$ 4.121,66	\$ 61.824,89	\$ 20.608,30
Máquinas y equipos	\$ 9.053,00	10	5	10	\$ 905,30	\$ 4.526,50	\$ 4.526,50
Equipos de computación	\$ 920,00	33	5	3	\$ 306,67	\$ 0,00	\$ 1.533,33
Muebles y enseres	\$ 13.337,00	10	5	10	\$ 1.333,70	\$ 6.668,50	\$ 6.668,50
Utensilios y Accesorios	\$ 6.057,75	10	5	10	\$ 605,78	\$ 3.028,88	\$ 3.028,88
Total					\$ 7.273,10	\$ 76.048,77	\$ 36.365,51

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

d. Amortizaciones de activos diferidos

Tabla No 122. Amortizaciones de activos diferidos

Diferido	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución	\$ 2.583,69	\$ 516,74	\$ 516,74	\$ 516,74	\$ 516,74	\$ 516,74
Gastos de promoción	\$ 920,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00
capacitación personal	\$ 580,00	\$ 116,00	\$ 116,00	\$ 116,00	\$ 116,00	\$ 116,00
Estudio ambiental	\$ 1.510,00	\$ 302,00	\$ 302,00	\$ 302,00	\$ 302,00	\$ 302,00
Total	\$ 5.593,69	\$ 1.118,74	\$ 1.118,74	\$ 1.118,74	\$ 1.118,74	\$ 1.118,74

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

e. Pago de la deuda

Para el cálculo de la deuda se tomaran en consideración los siguientes datos:

- a) **Préstamo:** 160111,38
- b) **Plazo:** 5 años
- c) **Interés:** 10%

Tabla No 123. Pago de la deuda

Periodo	Capital prestado	Interés	Capital pago	Cuota pago	Saldo
1	160111,38	16011,14	32022,28	48033,41	128089,10
2	128089,10	12808,91	32022,28	44831,19	96066,83
3	96066,83	9606,68	32022,28	41628,96	64044,55
4	64044,55	6404,46	32022,28	38426,73	32022,28
5	32022,28	3202,228	32022,276	35224,504	0
Total		48033,41	160111,38	208144,79	

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

f. Estructura de gastos y costos

Tabla No 124. Estructura de gastos y costos

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO DE PRODUCCION					
Materia Prima	\$ 440,50	\$ 461,86	\$ 484,26	\$ 507,75	\$ 532,38
Insumos	\$ 496,30	\$ 520,37	\$ 545,61	\$ 572,07	\$ 599,82
Mano de obra directa	\$ 20.090,06	\$ 21.898,17	\$ 23.869,00	\$ 26.017,21	\$ 28.358,76
Imprevistos 10%	\$ 2.102,69	\$ 2.204,67	\$ 2.311,59	\$ 2.423,70	\$ 2.541,25
Subtotal	\$ 23.129,55	\$ 25.085,07	\$ 27.210,47	\$ 29.520,74	\$ 32.032,21
COSTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios	\$ 20.939,89	\$ 22.824,48	\$ 24.878,68	\$ 27.117,76	\$ 29.558,36
Servicios Básicos	\$ 750,00	\$ 786,38	\$ 824,51	\$ 864,50	\$ 906,43
Estudio Ambiental	\$ 1.510,00	\$ 1.583,24	\$ 1.725,73	\$ 1.809,42	\$ 1.897,18
Gasto constitución	\$ 2.583,69	\$ 2.709,00	\$ 2.840,39	\$ 2.978,14	\$ 3.122,58
Capacitaciones	\$ 580,00	\$ 608,13	\$ 637,62	668,55	700,97
Depreciaciones	\$ 7.273,10	\$ 7.273,10	\$ 7.273,10	\$ 6.966,43	\$ 6.966,43
Subtotal	\$ 35.784,32	\$ 38.180,03	\$ 40.404,81	\$ 43.151,96	

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	33.636,68				
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses	\$ 16.011,14	\$ 12.808,91	\$ 9.606,68	\$ 6.404,46	\$ 3.202,23
Subtotal	\$ 16.011,14	\$ 12.808,91	\$ 9.606,68	\$ 6.404,46	\$ 3.202,23
COSTOS DE VENTA					
Promoción	\$ 920,00	\$ 964,62	\$ 1.011,40	\$ 1.060,46	\$ 1.111,89
Subtotal	\$ 920,00	\$ 964,62	\$ 1.011,40	\$ 1.060,46	\$ 1.111,89
Total	\$73.697,37	\$74.642,92	\$76.008,58	\$77.390,47	\$79.498,29

Elaborado por: María Belén cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

g. Estructura de ingresos

Tabla No 125. Estructura de ingresos

Ingresos por año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hospedaje	75690,00	84082,51	93405,58	103762,39	115267,56
Alimentación	7572,00	8411,58	9344,26	10380,35	11531,32
TOTAL	83262,00	92494,09	102749,84	114142,74	126798,88

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

Para estructurar los ingresos de la hostería se calculó el gasto promedio de los resultados obtenidos de la pregunta número 9, de las encuestas realizadas para turistas nacionales e internacionales, mediante el cálculo se obtuvo un solo resultado, tomando en cuenta el código tético de turismo para el desarrollo equitativo del turismo. Que indica que no debe existir discriminación a los turistas tanto nacionales como internacionales, en el artículo 2 literal 2 menciona que todas las actividades turísticas económicas deben respetar la igualdad. Encaminando a promover los derechos humanos.

h. Estado de resultado

Tabla No 126. Estado de resultado

RUBROS	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas netas	83262,00	92494,09	102749,84	114142,74	126798,88
- Costos de producción	23129,55	25085,07	27210,47	29520,74	32032,21
(=) Utilidad Bruta	60132,45	67409,02	75539,37	84622,00	94766,68
-Costos de administración	33636,68	7273,10	7273,10	6966,43	6966,43
-Costos de ventas	920,00	964,62	1011,40	1060,46	1111,89
(=) Utilidad operativa	25575,77	59171,30	67254,87	76595,11	86688,36
-Costo financiero	16011,14	12808,91	9606,68	6404,46	3202,23
(=) Utilidad neta antes de rep de utilidades	9564,63	46362,39	57648,19	70190,65	83486,13
- Reparto de utilidades 15%	1434,70	6954,36	8647,23	10528,60	12522,92
(=) Utilidad neta antes de impuestos	8129,94	39408,03	49000,96	59662,05	70963,21
- Impuestos 25%	2032,48	9852,01	12250,24	14915,51	17740,80
(=) Utilidad neta	6097,45	29556,03	36750,72	44746,54	53222,41

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

i. Balance general

Tabla No 127. Balance general

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo corriente (capital de trabajo)	42.716,75	38.049,63	44.289,60	50.632,86	57.081,23	63.641,94
Activo fijo	111.800,94	115.818,00	115.818,00	115.818,00	115.818,00	115.818,00
Depreciación acumulada	0	7.273,10	7.273,10	7.273,10	6.966,43	6.966,43
Ac. diferi (valor anual de amort)	516,74	516,74	516,74	516,74	516,74	0,00
Total de activos	155.034,43	147.111,27	153.351,24	159.694,50	166.449,53	172.493,51
Pasiv. corr (intereses)		16.011,14	9.606,68	6.404,46	3.202,23	0,00
Pasiv. Largo p. (préstamo)	32.022,28	32.022,28	32.022,28	32.022,28	32.022,28	0,00
Patrimonio	40.000,00	72.022,28	104.044,55	136.066,83	168.089,10	168.089,10
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		7.281,93	12.397,17	17.859,26	23.860,28	30.390,34
Total pasivo + patrimonio	72.022,28	127.337,62	158.070,68	192.352,82	227.173,89	198.479,44

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

j. Cálculo de flujo de caja (Cash flow)

Tabla No128. Cálculo de flujo de caja (Cash flow)

	RUBROS	Año0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
+	VENTAS		83.262,00	92.494,09	102.749,84	114.142,74	126.798,88
+	VALOR SALVAMENTO						76.048,77
-	COST. PRODUCC.		23.129,55	25.085,07	27.210,47	29.520,74	32.032,21
-	COSTOS. ADMINIS.		33.636,68	7.273,10	7.273,10	6.966,43	6.966,43
-	COSTOS VENTAS		920,00	964,62	1.011,40	1.060,46	1.111,89
-	COSTOS FINANCIEROS		16.011,14	12.808,91	9.606,68	6.404,46	3.202,23
-	AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ)		4.474,95	3.356,21	2.237,47	1.118,73	0,00
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		5.089,68	43.006,18	55.410,72	69.071,92	83.486,13
-	REPARTO UTILIDADES		763,45	6.450,93	8.311,61	10.360,79	12.522,92
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		4.326,23	36.555,26	47.099,11	58.711,13	70.963,21
-	IMPUESTO		1.081,56	9.138,81	11.774,78	14.677,78	17.740,80
=	UTILIDAD NETA		3.244,67	27.416,44	35.324,33	44.033,35	53.222,41
+	DEPRECIACIONES		7.273,10	14.546,20	21.819,30	29.092,40	36.365,50
	AMORTIZACION DE ATIVO NOMINAL		4.474,95	3.356,21	2.237,47	1.118,74	0,00
-	INVERSIONEN MAQ. Y EQ.	9.053,00					
-	INV. TERRENO Y OBRA FISICA	15.108,00					
-	OTROS ACTIVOS	20.314,75					
-	INV. ACT. DIFERIDO	5.593,69					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO	42.716,75					
-	AMORT. PRESTAMO		32.022,28	32.022,28	32.022,28	32.022,28	32.022,28
	FLUJO DE CAJA	92.786,19	42.540,05	73.984,92	89.165,91	105.148,03	121.610,19

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

k. Punto de equilibrio

Tabla No 129. Punto de equilibrio

Rubro	Precio de punto de equilibrio	Costos fijos	Depreciación	Unidad en punto de equilibrio	Ingresos en punto de equilibrio
Hospedaje	\$ 30,00	34.556,68	\$ 7.273,10	3.486	\$ 104.574,45
Alimentación	\$ 6,00	34.556,68	7273.10	17.429	104.574,45

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

2. Evaluación financiera

a. Evaluación Financiera

Tabla No 130. Evaluación Financiera

CAPITAL INICIAL	200111.38
PRÉSTAMO	160111.38
VAN	155.962,53
TIR	15,5%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	3 años 3 meses
RELACIÓN BENEFICIO-COSTO	2,27

Elaborado por: María Belén Cuzco

Nota: Investigación de campo 2016

El resultado del Valor Actual Neto es positivo, con una cantidad de \$ 155.962,53 lo que demuestra la condición favorable del proyecto con la generación de ingresos.

La tasa interna de retorno es mayor de la tasa pasiva de los bancos representada por el 5%, el resultado obtenido es de 15,5%, es decir que el proyecto generará más del triple de ganancias que el banco.

La relación beneficio costo es de \$2,27 centavos, resultado positivo que indica que por cada 2 dólares invertidos se obtiene una ganancia de 1.27 centavos.

El periodo de recuperación del capital será de 3 años y 3 meses

VIII. CONCLUSIONES

1. La Nariz del Diablo es uno de los atractivos más reconocido a nivel nacional y mundial que posee el cantón Alausí, de esta manera siendo un lugar turísticamente potencial, además cuenta con una gran variedad de atractivos naturales y culturales de jerarquía II y III, que permite el desarrollo de las actividades turísticas.
2. El proyecto comercialmente es viable por la aceptación del 87% por turistas extranjeras y con el 74% de aceptación de los turistas nacionales, creando una oportunidad de ofertar servicios de alojamiento y alimentación en el ámbito turístico, a la vez creando plazas de trabajo para el desarrollo local.
3. Técnicamente es viable la creación de una hostería en el cantón ya que cuenta con un diseño que dispondrá principalmente los servicios de alojamiento y alimentación con una capacidad para 25 personas por día, además cuenta con servicios adicionales como actividades recreativas y venta de artesanías que serán ofertados mediante la estrategia del marketing mix a los turistas nacionales y extranjeros de esta manera dinamizando la economía local y nacional.
4. Se determinó que el proyecto es factible social y ambientalmente debido a que existirá un impacto negativo categorizado como “no significativo”, es decir habrá un equilibrio entre los impactos como la construcción que sin duda modificará el entorno y el aporte al socio economía que compensará los impactos negativos ocasionados.
5. La organización de los aspectos administrativos y legales estableció la necesidad de contratar a personas, quienes serán dependientes de la hostería, se determinó además el tipo de empresa la cual corresponde a una entidad privada de responsabilidad limitada, finalmente se establecieron los derechos y obligaciones necesarias para el desarrollo de la actividad turística.
6. El estudio financiero determina que la hostería es viable económicamente y financieramente, ya que el proyecto presenta un VAN positivo de \$ 155.962,53 una TIR de 15.5% y la relación de beneficio costo de 2.27. dando como resultado que por cada 2 dólares invertidos se ganará 1,27 centavos.

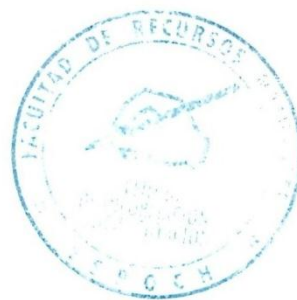
IX. RECOMENDACIONES

- 1** El potencial de atractivos turístico del cantón es muy alta y variada, por lo que es importante que exista más promoción de los atractivos turísticos que aún no se conoce y no se desarrollan actividades turísticas y den un control de cuidado técnico a los atractivos.
- 2** La actualización del estudio de mercado se debería realizar a partir del quinto año por los valores y tasas que se encuentran en constante cambio. para poder también desarrollar cambios en el desarrollo de las actividades y ofertar cada vez con calidad los servicios
- 3** Realizar el control de obra de acuerdo a las especificaciones técnicas, para medir tiempos y el uso adecuado de los materiales con las que se construirá la hostería.
- 4** Considerar las medidas expuestas en el plan de mitigación para controlar los impactos negativos que serán provocados en el inicio y finalización de la obra, de igual manera en la operación turística.
- 5** Poseer todos los requerimientos y permisos necesarios para la operación turística. El momento de la contratación tomar en consideración el manual de cargos y exponer al postulante el reglamento interno de la empresa, además estar al pendiente de los cambios que se pueden realizar en los sueldos y salarios del país.
- 6** Realizar el financiamiento del proyecto por medio del Ministerio de Turismo aportando de esta manera a las iniciativas que se están vinculando en esta prestigiosa institución y sin duda al Ecuador.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: determinación de estudio de factibilidad para la creación de una hostería en el cantón Alausí, provincia de Chimborazo; se realizó a través de análisis de información secundaria y un proceso participativo se recopiló información primaria con salidas de campo. Mediante el diagnóstico situacional se analizó la situación actual de este cantón, se determinó el perfil de turistas nacionales y extranjeros y necesidades aplicando las encuestas. Se analizó la oferta complementaria y sustitutiva. Se identificó como potenciales clientes a turistas nacionales e internacionales que visitan el cantón. En el estudio técnico se estableció la implantación y equipamiento de la hostería, la misma que contará con una capacidad para 25 personas diarias en los servicios de hospedaje y alimentación con servicios complementarios, además se definió los flujogramas por procesos, recetas y preparaciones para servicios de alimentación y hospedaje y todos los requerimientos para el funcionamiento. Se elaboró el estudio de mercadotecnia utilizando las 4Cs. Se estructuró el funcionamiento organizativo de la empresa con su manual de funciones y reglamentos; el extracto legal del proyecto se encuentra sustentado por las leyes ecuatorianas vigentes. En el estudio ambiental se aplicó la matriz de Leopold y se elaboró un plan de mitigación. El estudio económico determinó la inversión total del proyecto de \$ 200111.38, se calcularon: costos e ingresos, estado de resultados, balance general, flujo de caja y punto de equilibrio. En la evaluación financiera se calculó el VAN: \$155962.53, la relación B/C: \$2,27, el PRC: 3 años, 3 meses y el TIR: 15,5%. Se concluye que el proyecto es ambiental, social y económicamente factible.

Palabras claves: estudio de factibilidad, impacto ambiental, atractivos turísticos.



XI. ABSTRACT

The purpose of the present research is to determine a feasibility study for the creation of a lodge for Alausí County - Chimborazo Province. The research was conducted through the analysis of secondary information, participatory process and primary information collected with field trips. At the same time, the current situation of this county was analyzed through a situational diagnosis determining the profile of domestic and foreign tourists and needs by applying surveys. On the other hand, it identified domestic and foreign tourists as potential customers who visit the county. Besides the technical study established the implementation and equipping of the lodge, which will have a capacity for 25 people daily for lodging and feeding services with complementary services. In addition flow charts by processes, recipes and preparations for feeding services, lodging and all requirements for operation were defined. It made the marketing study using the 4Cs. Also it structured the organizational functioning of the company with its functions manual and regulations, taking into account that the project is supported by Ecuadorian laws. Besides the environmental study was applied through the Leopold matrix and made a mitigation plan, then the economic study determined that the total investment of the project is \$ 200111.38, and then calculated cost-revenue, income statement, general balance, cash flow and balance point. In the financial evaluation calculated the VAN \$ 155962.53; the relation B/C: \$ 2.27; the PRC: 3 years; 3 months and the TIR: 15.5%. Finally, it concludes that the project is environmentally, socially and economically feasible.

Keywords: feasibility study, environmental impact, tourist attractions.



XII. BIBLIOGRAFÍA

1. Aldana, A. (2012). *Análisis crítico de la evaluación de impacto ambiental*. Colombia - Bogotá: Universidad Nacional de Colombia pp. 28-31.
2. Asociación Hotelero del Ecuador. AHOTEC. (2013). *Reglamento de establecimientos de hospedaje*. Consultado el 26 de febrero del 2015. Disponible en línea: http://www.mincetur.gob.pe/turismo/proyectos/antep_hospedaje04.htm.
3. Asteguieta, W. (2010). *Análisis de la demanda y oferta del producto*. Consultado el 11 de diciembre del 2014. Disponible en: <http://es.slideshare.net/esmeraldapeguero/analisis-de-la-demanda-y-la-oferta>.
4. Baca, G. (2010). *Evaluación de proyecto. Elementos conceptuales y preparación para la evaluación*. Sexta Edición. México: Mc Graw Hill. p. 7, 42.
5. Beech, J., & Chadwick, S. (2009). *Modernización y calidad en la administración del turismo, impacto económico*. Segunda Edición. Madrid – España: SINTESIS. pp. 20-21.
6. Camelo, J., & Ceballos, Luz. (2012). *Desarrollo sustentabilidad y turismo: una visión multidisciplinaria. Turismo y globalización*. Primera Edición. México: Nayarit. pp. 129-131.
7. Cabarcos, N. (2010). *Promoción y ventas de servicios turísticos*. Primera Edición. La Habana – Cuba: S.L. p. 67,72
8. Ceballos, M. (2010). *Derechos de las actividades turísticas*. Primera Edición. Barcelona – España: UOC. p:15
9. Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Segunda Edición. Cuba: ECO editorial. p. 106, 107, 112, 121
10. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. CNCA (2010). *Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sostenible*. Gobierno de Chile. Chile: CNCA. p.69

11. Collazos, J. (2012). *Manual de proyectos de inversión pública y privada*. San Marcos - Lima. p. 505
12. Cohen, R. (2009). *Evaluación de proyectos, análisis financiero*. Quinta Edición. Coyoacan – México: Siglo veintiuno. p.4
13. Cuartas, F. (2009). *Evaluación económica y financiera de los proyectos*. Consultado el 26 de febrero del 2015. Disponible en línea: www.gacetafinanciera.com
14. Chaves, D. (2010). *Preparación y evaluación de proyectos*. Tercera Edición. Quito - Ecuador. p. 215
15. Dalessio, F. (2012). *Administración de las operaciones productivas*. Gestión de la Producción. México. p:73
16. Fernández, R. (2009). *Segmentación del mercado*. Primera Edición. México: Mc Gram Hill. p. 11,12
17. Fernández, S. (2009). *Los proyectos de Inversión*. Primera Edición. Costa Rica: Tecnológica. p. 43
18. Fontaine, E. (2009). *Evaluación social de proyectos*. Undécima Edición. Chile: Universidad Católica de Chile. p.32, 33
19. Garmendia, A. Salvador, A. Crespo, C., & Garmendia, L. (2009). *Evaluación de impacto ambiental*. Madrid – España: Pearson Prentice Hall. p. 216, 219, 220.
20. Gutiérrez Torres, A. Mareleño Flores, S. Bojorques Serrano, I., & Mesa Ramos, E. (2013) *Análisis del sector turístico como clave para la definición de estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático en la costa de Nayarit. Los grandes debates del turismo y el cambio climático*. Edición Academia sin lucro, México. p. 19,20.

21. Hernández, G., & Aubert, C. (2009). *Fundamentos de marketing. naturaleza, administración, y ambiente del marketing*. Juárez – México: Cámara Nacional de la Industria, Naucalpan. p. 26.
22. Hertline, M. (2012). *Estrategias de marketing, segmentación de mercado*. Quinta Edición. México: Cengage Learning,. p.152
23. Ibis, A. (2012). *Definición de paquetes turísticos y características*. Consultado 13 de diciembre del 2014. Disponible en:[http://clubensayos.com/Negocios/Definición de paquetes turísticos.html](http://clubensayos.com/Negocios/Definición%20de%20paquetes%20turísticos.html)
24. Instituto Meteorológico Nacional. IMN. (2014). *Área Administrativa y de aplicación*. Consultado el 12 enero del 2015. Disponible en: http://www.imn.ac.cr/sobreimn/area_administrativa.html
25. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing. definición del marketing y el proceso del marketing*. Decimocuarta Edición. Naucalpan de Juárez – México: Mc Graw Hill. pp:10-11.
26. Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Dirección de marketing*. Duodécima Edición. Naucalpan de Juárez – México: Pearson Prentice Hall. p.347
27. Lara, B. (2011). *Cómo elaborar proyectos de inversión pasó a paso*. Quito - Ecuador. p. 29, 82, 83.
28. Lacalle, G. (2013). *Gestión logística comercial*. Tercera Edición. Córdoba: EDITEX. p. 67
29. Lira, P. (2013). *Evaluación de proyectos de inversión*. Lima: Universidad de Ciencias Aplicadas UPE. p:74.
30. Luna, S. (2014) *Naturaleza cultura y desarrollo endógeno, un nuevo paradigma del turismo sustentable*. Una experiencia con el grupo teenek en la Huasteca potosina, Edición Academia sin lucro, México. p. 35, 36, 37.
31. Luna, R. (2010). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos eco turísticos*. Guatemala. p.33

32. Llamas, A. (2009). *Marketing y gestión de la calidad turística*. Primera Edición. México: Liber Factory. p.11,12
33. Ministerio del Ambiente. MAE. (2012). *Metodología para evaluación del impacto ambiental de plantaciones forestales*. Quito – Ecuador: MAE. p. 3, 4
34. Mantilla, S. (2013). *Estándares/ normas internacionales de información financiera*. Cuarta Edición. Bogotá – Colombia: ECOEDICIONES. p.22.
35. Medina, U., & Correa, A. (2009). *Cómo evaluar un proyecto empresarial. Una visión práctica*. Barcelona - España. p.296.
36. Meza, J. (2012). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ediciones ECOE. p.149.
37. Ministerio de turismo MINTUR. (2011). *Reglamento general de actividades turísticas. Título I de la actividad turística, capítulo I del alojamiento*. Quito - Ecuador: MINTUIR.
38. Miranda, J. (2012). *Evaluación ambiental del proyecto*. Consultado el 13 de enero del 2015. Disponible en: antioquia.gov.co/antioquia...proyectos/.../11_evaluacion_ambiental.pdf
39. Miranda, J. (2010). *Gestión de proyectos, identificación formulación evaluación financiera, económica, ambiental, social*. Cuarta Edición. Lima – Perú. p. 185, 186
40. Morales, A., & Morales J. (2009). *Proyectos de inversión, evaluación y formulación*. México: Mac Gram Hill. p.181.
41. Morales, C. (2010). *Gerencia de proyectos, formulación y evaluación de proyectos, estudio organizacional y legal*. Consultado el 15 de enero del 2015. Disponible en: https://fyedeproyectos2.files.wordpress.com/2010/07/notas-de-clase_1.pdf
42. Murcia, J. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. México: Alfa Omega. p.301.
43. Paredes, D. (2012). *La evaluación de los proyectos y los principales estados financieros*. Consultado o el 26 de febrero del 2015. Disponible en: www.monografias.com > Administración y Finanzas > Finanzas

44. Pro Ecuador. (2012). *Inteligencia comercial e inversiones, análisis sectorial del turismo*. Consultado 10 de diciembre del 2014. Disponible en: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf
45. Ministerio de Salud Pública, (2013). *Requisitos para permisos de funcionamiento, hoteles –apartamentos-residencias-hosterías-refugios y cabañas- hostales-pensiones*. Consultado el 26 de febrero del 2015. Disponible en: <http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/requisitos-para-permisos-de-funcionamiento.pdf>
46. Rivera, M., & Rodríguez, L. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario: la necesidad de modelos turísticos sostenibles en espacios naturales y rurales: acerca del concepto de sostenibilidad, cátedra intercultural*. Córdoba: Universidad de Córdoba. Pp. 99-103.
47. Rivas, H. (2010). *Los impactos ambientales en áreas turísticas rurales y propuestas para la sustentabilidad*. Consultado el 13 de enero del 2015. Disponible en: mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n3/art04.pdf
48. Sandoval, G. (2010). *La 4 Cs en mercadeo*. Consultado el 09 de febrero del 2015. Disponible en: <http://www.mercadeo.com/blog/2010/01/las-4-c-en-mercadeo/>
49. Santana A., Rodríguez, A., & Díaz, P. (2012). *Responsabilidad y turismo*. Décima Edición. El Sauzal – España: ACA y PASOS. pp. 54- 57.
50. Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Quinta Edición. México: McGraw- Hill Internacional. pp.30 – 31.
51. Secretaria de turismo. SECTUR. (2011). *Definición de servicios turísticos*. Consultado 11 de diciembre del 2014. Disponible en: <http://www.administracion.realmexico.info/2014/.../definicion-de-servicio-turistico>.
52. Sierra, R. (Ed.). (1999). *Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador Continental*. Proyecto INEFAN/GEF-BIRF y Eco Ciencia. Quito - Ecuador. p. 53.

53. Tinoco, O. (2012). *Impactos del turismo*. Sexta Edición. Perú: Industrial DATA, p. 48.
54. Thompson, J. (2009). *Todo sobre proyectos, tipo de evaluación*. Consultado el 26 de febrero del 2015. Disponible en: <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/01/tipos-de-evaluacion.html>
55. Valbuena, R. (2009). *Evaluación del proyecto en la decisión del empresario*. Primera Edición. México. Universidad Autónoma de México. p.17, 18, 19, 20.
56. Vázquez, I. (2011). *Investigaciones turísticas una perspectiva multidisciplinaria*. Sevilla – España: S.L. p.17, 18, 20
57. Orozco, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos, generalidades de proyectos de inversión*. Tercera Edición. Bogotá – Colombia: Ecoediciones.

XIII. ANEXOS

A. ANEXO 1: ENCUESTA

1. Turistas Nacionales

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ING. EN ECOTURISMO**

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información que ayude a la determinación de un estudio de factibilidad para la creación de una hostería en el cantón Alausí, provincia de Chimborazo. Señale con una x una sola respuesta de cada pregunta.

Edad..... Género: F () M ()

Lugar de procedencia:.....

Ocupación: a) Empleado () b) Estudiante () c) Otro ()

mencione.....

Nivel de educación: a) Primario () b) Secundario () c) Superior () d) Post grado ()

1) ¿Cuál es el principal motivo de su viaje al cantón Alausí

a) Trabajo() b) Turismo() c) Negocio() d) Visitas familiares () e) Compras () f) Otro ()

mencione.....

2) ¿Cuántos días permanecería en el cantón Alausí?

a) 1 día () b) 2-3 días () c) más de 3 días()

3) ¿A usted le gusta viajar en?

a) Familia() b) Grupo de amigos() c) Solo()

4) ¿Con cuántas personas viaja?

a) 1 a 4 () b) 5 a 8 () c) 9 a 12 () d) más de doce()

5) ¿Si se creará una nueva hostería en el cantón Alausi, que satisfaga sus necesidades de descanso y recreación, estaría dispuesto a visitarla?

a) Si() b) No()

6) ¿Qué servicios además de hospedaje y alimentación le gustaría que oferte la hostería?

a) Salón de eventos() b) Canchas deportivas () c) Juegos recreativos () d) venta de artesanías ()

7) ¿Qué tipo de comida le gustaría que oferte la hostería?

- a) Comida nacional() b) Comida internacional() c) Comida internacional () d) Todas las anteriores ()

8) ¿En qué temporada viaja?

- a) Fines de semana() b) Feriados y vacaciones() c) Días festivos()

9) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por los servicios que presta la hostería?

- a) 10 a 20() b) 20 a 30 () c) más de 30 ()

10) ¿Cuándo viaja lo hace a través de?

- a) Agencias de viaje() b) Independiente ()

11) ¿Cómo prefiere pagar los servicios?

- a) Efectivo () b) Tarjeta de crédito ()

12) ¿A través de qué medios se informa sobre los servicios turísticos?

- a) Radio() b) Televisión() c) Internet() d) Periódico () d) Folletos() e) Amigos ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

B. ANEXO2. ENCUESTA

1. Turistas extranjeros

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ING.EN ECOTURISMO**

This survey aims to obtain information that would assist the determination of a feasibility study for the creation of an inn canton Alausí, Chimborazo province. Please selection one answer in each of the question.

Age.....Gender: F () M ()

Where are you from.....

Occupation: a) Employee () b) Student () c) Other () refer

Level of education: a) Primary () b) Secondary () c) Superior () d) Post graduated ()

1) What is the main reason for your trip to the Alausí country?

a) Work () b) Tourism () c) Business () d) Family visits () e) Purchases () d) Other ()

2) How many days are you going to star Alausí?

a) 1 day () b) 2- 3 days () c) Over 3 days ()

3) How do you like to travel with?

a) Family () b) Friends group () c) Alone ()

4) How many people travel with you?

a) to four () b) four to eight () c) eight-twelve() d) more than twelve ()

5) If a new lodge is created in Alausi, that meets your needs for rest and recreation, would you be willing to visit?

a) Yes () b) No ()

6) What services would you like the Inn offer?

a) Hall events () b) Sports fields () c) Recreational games () d) selling crafts ()

7) What kinds of food do you like the Inn offer?

a) National Food () b) International Food () c) International Food () d) All of the above ()

8) What season do you travel?

a) Weekends () b) Holidays and vacations () c) Holidays ()

9) How much would you willing to pay per person for the services provided by the Inn?

a) 10 to 20 () b) 20 to 30() c) more than 30 ()

10) How do you travel with?

a) Travel Agencies () b) Independent ()

11) How do you prefer to pay for the services offered in the lodge?

a) Cash () b) Credit Card ()

12) Through what media would you like to know about tourism services?

a) Radio () b) TV () c) Internet () d) Newspaper () e) Brochures () f) Friends ()