

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA
AGROECOTURÍSTICA EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

TESIS

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

BETTY PAULINA AUCANCELA ILBAY

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA-ECUADOR

2010

HOJA DE CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA AGROECOTURÍSTICA EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA , PROVINCIA DE CHIMBORAZO”** de responsabilidad de la señorita Egresada Betty Paulina Aucancela Ilbay, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS

Eco. Flor Quinchuela

DIRECTOR

Ing. Luis Quevedo

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

Riobamba, noviembre del 2010

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Dios, y familia en especial a mi hermano de quien he recibido apoyo y confianza incondicional; y a la persona quién hizo tuyas mis alegrías y tristezas en las aulas de clase o sea tú.

AGRADECIMIENTO

Expreso un sincero sentimiento de gratitud a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Recursos Naturales, a la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo, por su compromiso de forjar profesionales con excelencia académica. Un efusivo agradecimiento a la Economista Flor Quinchuela y al Ingeniero Luis Quevedo por su paciencia, disponibilidad y generosidad para compartir su experiencia y amplios conocimientos.

TABLA DE CONTENIDOS

I.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA AGROECOTURÍSTICA EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.....	1
II.	INTRODUCCIÓN.....	1
A.	JUSTIFICACIÓN.....	3
B.	OBJETIVOS.....	4
III.	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	5
A.	TURISMO SOSTENIBLE Y ECOTURISMO.....	5
B.	ACTIVIDADES DE TURISMO SOSTENIBLE.....	5
C.	EL AGROECOTURISMO ¿UNA ALTERNATIVA?	6
D.	HOSTERÍA	8
E.	NUEVAS MOTIVACIONES DE LA DEMANDA TURÍSTICA.....	8
F.	SOSTENIBILIDAD EN HOTELES RURALES.....	9
G.	POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	10
H.	ANÁLISIS F.O.D.A.....	10
I.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE PROYECTOS ECOTURISTICOS.....	11
J.	ESTUDIO DE MERCADO	13
K.	ESTUDIO TÉCNICO	15
L.	MATRIZ DE LEOPOLD	17
M.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	17
N.	ESTUDIO FINANCIERO	18
O.	ESTUDIO ECONÓMICO	19
IV.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	20
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	20

B. METODOLOGÍA	22
V. RESULTADOS	26
A. ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA	26
B. ESTUDIO DE MERCADO	58
C. ESTUDIO TÉCNICO	108
D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	148
E. ESTUDIO AMBIENTAL	161
F. ESTUDIO EVALUACIÓN Y EVALUACIÓN FINANCIERA	170
VI. CONCLUSIONES	185
VII. RECOMENDACIONES	187
VIII. RESUMEN	189
IX. SUMMARY	190
X. BIBLIOGRAFÍA	191
XI. ANEXOS	193

LISTA DE CUADROS

N°	NOMBRE	PÁG.
1	Flora característica del la zona.....	27
2	Fauna existente en la comunidad.....	28
3	Ficha de inventario - Reserva de Producción Faunística Chimborazo.....	30
4	Productos que se siembra en la zona.....	49
5	Análisis FODA de la comunidad Santa Teresita de Guabug.....	55
	Turistas nacionales	
6	Género	60
7	Edad	61
8	Ciudad de residencia	62
9	Estado laboral	63
10	Nivel educativo.....	64
11	Nivel de ingresos económicos mensuales	65
12	Tamaño del grupo	66
13	Organización del viaje	67
14	Aceptación de la idea del proyecto	68
15	Servicios demandados	69
16	Actividades preferidas	70
17	Tiempo de permanencia.....	71

18	Medio de información	72
19	Tipo de comida preferida	73
20	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos.....	74
21	Forma de pago.....	75
	Turistas extranjeros	
22	Género.....	76
23	Edad	77
24	País de residencia	78
25	Estado laboral	80
26	Nivel educativo	81
27	Nivel de ingresos económicos mensuales	82
28	Tamaño del grupo	83
29	Organización del viaje.....	84
30	Aceptación de la idea del proyecto	85
31	Servicios demandados.....	86
32	Actividades preferidas	87
33	Tiempo de permanencia	88
34	Medio de información	89
35	Tipo de comida preferida	90
36	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos	91

37	Forma de pago	92
38	Proyección de la demanda nacional para los próximos 10 años	96
39	Características de la Hostería Abraspungo	97
40	Características de la Hostería El Troje	98
41	Características de la Hostería El Toril	98
42	Características de la Hostería Andaluza	99
43	Características de la Hostería Bambú	99
44	Proyección de la oferta para los próximos 10 años	102
45	Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 10 años.....	102
46	Proyección de la demanda objetivo para los próximos 10 años.....	103
47	Manual de funciones Recepcionista.....	105
48	Políticas de remuneración para el área comercial.....	106
49	Activos fijos del área comercial	106
50	Gastos del área comercial	107
51	Número de clientes proyectado.....	108
52	Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados.	108
53	Proyección de los consumidores con respecto al servicio alimentación.....	109
54	Derivación y determinación del mercado por producto comida típica de la zona	109
55	Derivación y determinación del mercado por producto comida ecuatoriana	110
56	Derivación y determinación del mercado por producto comida internacional	110
57	Derivación y determinación del mercado por producto comida vegetariana	111

58	Derivación y determinación del mercado por servicio alojamiento.....	111
59	Proyección de los consumidores con respecto a los servicio recreación y entretenimiento	112
60	Derivación y determinación del mercado de la actividad observación de labores agropecuarias y participación en labores agropecuarias.....	113
61	Derivación y determinación del mercado de la actividad observación de sala de exhibición de artesanía local	113
62	Derivación y determinación del mercado de la actividad recorridos hacia atractivos turísticos	114
63	Derivación y determinación del mercado de la actividad cabalgatas y ciclismo	114
64	Derivación y determinación del mercado de la opción integral.....	115
65	Derivación y determinación del mercado de la opción otras actividades ...	115
66	Definición y organización del espacio	122
67	Necesidades de construcción	123
68	Presupuesto de construcción cabaña tipo 1- 4 habitaciones	124
69	Presupuesto de construcción cabaña tipo 2- 3 habitaciones	125
70	Presupuesto de construcción Área de Operación Turística	126
71	Presupuesto de construcción del establo	127
72	Requerimiento de mano de obra para el área productiva	127
73	Determinación de la materia prima para el plato papas con cuy	128
74	Determinación de la materia prima para el plato locro de cuy	128
75	Determinación de la materia prima para el plato locro de gallina	129
76	Determinación de la materia prima para el plato locro de papa	129

77	Determinación de la materia prima para el plato fritada	130
78	Determinación de la materia prima para el plato milanesa	130
79	Determinación de la materia prima para el plato filet mignon	131
80	Determinación de la materia prima para el plato puré de papas	131
81	Cuadro resumen de los costos de la materia prima	132
82	Insumos para el restaurante	133
83	Determinación del costo del refrigerio	134
84	Costo de la materia prima para el refrigerio en función de las actividades.	134
85	Costos para la producción de vicia	135
86	Costos para la producción de avena.....	135
87	Costo de la dieta alimenticia caballar.....	136
88	Costo de la dieta alimenticia de ganado	137
89	Costo de la dieta alimenticia de especies menores	137
90	Requerimiento medicamentos para animales	138
91	Insumos de limpieza	138
92	Insumos para el servicio de alojamiento	139
93	Requerimiento equipos	139
94	Requerimientos muebles y enseres	140
95	Requerimiento de menaje	141
96	Requerimiento de menaje para aseo y limpieza	143
97	Requerimiento de adquisición de animales	144

98	Requerimiento de adquisición de artesanías	144
99	Requerimiento de adquisición de plantas	145
100	Requerimiento de combustible	146
101	Consumo mensual aparente de energía eléctrica	146
102	Consumo aparente de Servicios Básicos	147
103	.Manual de funciones del Administrador	148
104	Remuneración del personal administrativo	149
105	Manual de funciones cocinero	149
106	Manual de funciones mesero	150
107	Manual de funciones auxiliar general	150
108	Manual de funciones guía turístico	151
109	Remuneración del área productiva	151
110	Requisitos legales para la constitución	158
111	Obligaciones por única vez	159
112	Obligaciones anuales	160
113	Parámetros de evaluación ambiental matriz de Leopold	162
114	Matriz de Leopold- Proyecto Hostería Agroecoturística	163
115	Rango del porcentaje de afectación	164
116	Porcentaje de afectación al medio producido por las acciones del proyecto	165
117	Afectación al medio en porcentajes por factor ambiental	166
118	Inversiones del Proyecto	170

119	Fuentes y Usos del Proyecto	171
120	Inversiones en Activos Fijos	172
121	Inversiones en Activos Fijos	173
122	Capital de Trabajo	173
123	Total de la inversión	173
124	Financiamiento del Proyecto	174
125	Depreciación de Activos Fijos	174
126	Depreciación de Activos Diferidos	175
127	Calculo de la Amortización del Préstamo	175
128	Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto	176
129	Estructura de Ingresos	177
130	Estado de Resultados	178
131	Balance General	179
132	Flujo de Caja	180
133	Costos fijos y costos variables del primero, segundo y tercer año	181
134	Costos fijos y costos variables del cuarto, quinto y sexto año	181
135	Costos fijos y costos variables del séptimo, octavo, noveno y décimo año..	182
136	Totalidad de costos fijos y costos variables del proyecto	183
137	Flujo de efectivo	183
138	Cálculo del valor actual neto	184
139	Relación Costo Beneficio	185

LISTA DE GRÁFICOS

N°	NOMBRE	PÁG.
1	Género	60
2	Edad	61
3	Ciudad de Residencia	62
4	Estado laboral	63
5	Nivel educativo	64
6	Nivel de ingresos económicos mensuales	65
7	Tamaño del grupo	66
8	Organización del viaje	67
9	Aceptación de la idea del proyecto	68
10	Servicios demandados	69
11	Actividades preferidas	70
12	Tiempo de permanencia	71
13	Medio de información	72
14	Tipo de comida preferida	73
15	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos	74
16	Forma de pago	75
	Extranjeros	
17	Género	76
18	Edad	77
19	País de residencia	79

20	Estado laboral	80
21	Nivel educativo	81
22	Nivel de ingresos económicos mensuales	82
23	Tamaño del grupo	83
24	Organización del viaje	84
25	Aceptación de la idea del proyecto	85
26	Aceptación de la idea del proyecto	86
27	Actividades preferidas	87
28	Tiempo de permanencia	88
29	Medios de información	89
30	Tipo de comida preferida	90
31	Estimación de gasto diario por los servicios turísticos	91
32	Forma de pago	92
33	Logotipo de la empresa	104
34	Macrolocalización	116
35	Microlocalización	117
36	Flujograma general de producción de servicios turísticos	118
37	Flujograma del servicio de alojamiento	119
38	Flujograma del servicio de alimentación	120
39	Flujograma del servicio de recreación y entretenimiento	121
40	Organigrama de la empresa	152

LISTA DE ANEXOS

N°	NOMBRE	
1	Mapa de la comunidad elaborado por un poblador	i
2	Instrumento utilizado para el estudio de mercado	ii
3	Catastro de la ciudad de Riobamba	iii
4	Estatutos	iv
5	Planos Arquitectónicos	v
6	Fotografías	vi

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA AGROECOTURÍSTICA EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTON RIOBAMBA , PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en un fenómeno mundial que ha generado, y genera, una fuerza económica importante. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) En el 2008 las llegadas internacionales de turistas crecieron 2%, alcanzando 924 millones, 16 millones más que en el año 2007, por lo que se estima que esta actividad será la primera fuerza económica de este siglo. Esta industria, según la OMT, se encuentra en un momento de un gran crecimiento, el cual promete más, a la vez de estar acompañada de un gran cambio de modalidad.

De acuerdo al portal de opiniones de viajeros Tripadvisor, el cual abarca más de 5 millones de usuarios registrados, 10 millones de opiniones, 270.000 hoteles comentados, 25 millones de visitantes mensuales de todo el planeta; trata sobre las nuevas las tendencias del turismo para el 2008 según los propios viajeros de Tripadvisor: dos son las preocupaciones, por un lado la limpieza y desinfección, y por otro, la preocupación por el medioambiente. Por tanto para nuestros clientes potenciales, la conservación del entorno y una filosofía sostenible del alojamiento son aspectos fundamentales.

“Los viajeros están deseosos de pagar más, por ser respetuosos con el medioambiente.” (Michele Perry.)

En nuestro país el turismo ha experimentado un crecimiento en el orden del 6,7 por ciento durante el primer semestre del 2008, lo que significó además un ingreso de 585.234 visitantes extranjeros.

El cambio de los gustos de los consumidores, orientados hacia ofertas diferenciadas nos muestra un horizonte en donde la oferta debe acoplarse a las necesidades de la demanda, por cuanto, el desarrollo de proyectos renovadores que incorporen corrientes de sostenibilidad como el agroecoturismo, turismo responsable, ecoturismo, turismo rural, son unas de las tantas alternativas, que se encuentra en contraparte con el consumo turístico con mayor educación y conciencia sobre la problemática ambiental de nuestro planeta.

Las características innatas de la parroquia San Juan, la calidez de la gente, el inigualable entorno natural, su cultura, así como la presencia de uno de los atractivos más importantes con que cuenta nuestro país como el nevado Chimborazo, han logrado que el sector turístico sea más creciente, junto al apareamiento de consumidores más exigentes lo cual obliga a las empresas turísticas a mejorar sus niveles de competitividad.

Bajo estas reflexiones, se propone la implementación de un proyecto sostenible y responsable, que a más de satisfacer las necesidades de los turistas a través de la prestación de servicios de calidad, constituya un espacio en donde el turista aprenda y se lleve consigo algo de nuestra riqueza cultural.

A. JUSTIFICACIÓN

Numerosos estudios han desarrollado el concepto de calidad de servicio en la industria turística, los cuales han demostrado, una relación positiva entre calidad de servicio, satisfacción del consumidor, intencionalidad de compra y recomendación posterior, justificando de esta manera la necesidad de imponer políticas de calidad en los establecimientos hoteleros, dentro de un marco de sostenibilidad con respecto al ámbito ambiental, económico y social.

La implementación del presente proyecto responde a la iniciativa privada, con ánimos de crear un espacio en donde el turista pueda disfrutar de los atractivos naturales y culturales, al tiempo que conozca insitu las técnicas y saberes ancestrales de agricultura y artesanía de las comunidades aledañas, dentro de un marco de respeto al ambiente y la cultura local.

Socialmente el proyecto promoverá fuentes de trabajo permanentes y constituirá una alternativa complementaria para la reactivación de la economía local.

La presente investigación proporciona información fiable y veraz sobre la posibilidad de éxito del proyecto de hospedaje.

B. OBJETIVOS

1. General

- a. Elaborar el estudio de factibilidad para la implementación de una hostería agroturística en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

2. Específicos

- a. Identificar la potencialidad turística.
- b. Realizar el estudio de mercado.
- c. Elaborar el estudio técnico.
- d. Realizar el estudio administrativo legal.
- e. Efectuar el análisis ambiental.
- f. Ejecutar el estudio financiero - económico.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

A. TURISMO SOSTENIBLE Y ECOTURISMO

El turismo sostenible es “concebido como aquel que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida.”(Organización Mundial del Turismo, 1998).

“El ecoturismo es una modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas, o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y/o la historia natural del ambiente que le rodea, tomando las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local, generando a la vez oportunidades económicas.”(WALLIS, B.).

B. ACTIVIDADES DE TURISMO SOSTENIBLE

Según (AMOS, B. 2003): “Cuando hablamos de actividades “sostenibles”, normalmente esto significa que podemos realizar la actividad en la misma forma o en forma parecida por un tiempo indefinido (sostenible en el tiempo) en tres aspectos principales:

- **Ambiental.**- la actividad minimiza cualquier daño al ambiente (flora, fauna, agua, suelos, uso de energía, contaminación, etc.) e idealmente trata de beneficiar el ambiente en forma positiva (mediante la protección y la conservación).
- **Social y cultural** – la actividad no perjudica, y más bien puede revitalizar la estructura social o la cultura de la comunidad donde se ubica.

- **Económico** – la actividad no solo empieza y luego muere rápidamente debido a malas prácticas empresariales; continúa contribuyendo al bienestar económico de la comunidad local. Una empresa sostenible debe beneficiar a sus dueños, a sus empleados y a sus vecinos.

Cuando tomamos en cuenta estos tres aspectos en nuestras actividades, esto se llama “**triple rentabilidad**”.

Triple rentabilidad “Donde una compañía analiza los efectos sociales, ambientales y económicos de su desempeño sobre el entorno más amplio, comienza a mejorar su desempeño e informa públicamente sobre su progreso.” (ELKINGTON, J.1997).

“No existe un factor determinante para la sostenibilidad, es la confluencia de un conjunto de requisitos interrelacionados lo que garantiza este proceso. Si un factor falla, la sostenibilidad se pone en riesgo.” (OFIS. 2003.).

C. EL AGROECOTURISMO ¿UNA ALTERNATIVA?

Según (ARRIETA. 2009): “Para analizar esta interrogante, es necesario formularse otras preguntas y buscar las respuestas en el acontecer turístico y el desarrollo de las comunidades rurales de hoy en día. En primera instancia es necesario analizar qué se entiende como agroecoturismo y cuáles son sus implicaciones.

El “**agroecoturismo**” es un término nuevo dentro de la categorización de tipos de turismo, que nació en Costa Rica 1991, en el marco de un convenio entre dos instituciones públicas, el Instituto de Desarrollo Agrario - IDA y el Instituto Costarricense de Turismo - ICT.

Nació bajo las reflexiones técnicas de búsqueda de opciones para una mayor productividad de las tierras campesinas, que estaban siendo cortejadas por la actividad turística, ya que en sus alrededores giraban movimientos turísticos, más específicamente “ecoturístico”. El término

“agroturismo”, si bien refleja una parte importante de esta modalidad, no se adaptaba totalmente a la proyección concebida para las áreas campesinas apuntadas.

Pero tal y como suele suceder, las innovaciones en las sociedades y en la producción, se basan en las problemáticas mas allá de los estrechos límites de esas sociedades y obedecen muchas veces a las necesidades de intercambios y a las megatendencias del hombre como consumidor. Es así como, posteriormente, nos encontramos con que nuestro término “agroecoturismo”, era utilizado por otros estudiosos actuales, para plantearse la necesidad de diversificar la producción turística por medio de la utilización de recursos naturales y culturales, que antes no se concebían como recursos productivos para “fabricar” turismo.

Nuestra sorpresa fue mayor cuando en un encuentro internacional, conocimos el término gemelo: ***Eco-agroturismo***. Utilizado en Holanda y basado en filosofías similares: importancia y expansión del consumo turístico, tendencias del hombre hacia ambientes sanos y “más a nivel humano” y la búsqueda del involucramiento directo de las sociedades rurales en el desarrollo, como principio para la sostenibilidad ambiental.

Como definición de agroecoturismo, hemos señalado la siguiente:

“Conjunto de relaciones humanas resultantes de la visita de turista a comunidades campesinas y su ambiente, para el aprovechamiento y disfrute de sus valores naturales, culturales y socioprodutivos” (D.A.M.)

Este tipo de oferta turística corresponde entonces a la corriente de sostenibilidad, que encuentra su contraparte en el consumo turístico con mayor educación y conciencia sobre la problemática ambiental de nuestro planeta”.

D. HOSTERÍA

“Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.” (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2002).

E. NUEVAS MOTIVACIONES DE LA DEMANDA TURÍSTICA

“Las investigaciones y el trabajo documental previo a la realización del artículo me han llevado a la comunidad de viajeros más grande del planeta. Se trata del portal de opiniones de viajeros www.tripadvisor.com (más de 5 millones de usuarios registrados – 10 millones de opiniones – 270.000 hoteles comentados – 25 millones de visitantes mensuales de todo el planeta). Dos documentos que destacan respecto a las nuevas motivaciones de la demanda, a la hora de seleccionar un alojamiento.” (GOMEZ.2008).

“El primer documento es una encuesta realizada el 17 de abril del 2007 a más de 1.000 viajeros en todo el mundo. 11% de los encuestados ya habían realizado un viaje relacionado con el turismo verde y una cuarta parte están considerando la posibilidad de hacerlo. 38% de los encuestados dijo que la preocupación medioambiental es una consideración a la hora de viajar. El 9% buscaron específicamente por hoteles sostenibles con medidas específicas en el ahorro de energía, del agua y del uso de papel reciclado en sus instalaciones. El 78% de los viajeros declaró que rehusaron a que les cambiasen las toallas y las sábanas todos los días. El 66% apuntó que las medidas medioambientales tomadas por un hotel pueden suponer la diferencia. El 34% pagarían más por alojarse en un hotel con políticas medioambientales. El 25% pagarían entre un 5-10% más y el 12% pagaría entre el 10-20% más. En cuanto al transporte aéreo 24% responde que cree que el transporte aéreo debería evitarse cuando sea posible, para preservar el medio ambiente. El 38% pagarían mas por el uso de vuelos medioambientalmente adaptados y un 26% pagaría un 5-

10% como extra .El 26% de los encuestados dijo que será más consciente del medio ambiente en sus decisiones de viaje en el próximo año. Esta tendencia puede ser evidenciada en la elección de medios de transporte. El 22 % dice que van a elegir como medio de transporte, en sus vacaciones la bici, en comparación con el 13 por ciento del año pasado. 47% de los viajeros planea realizar grandes caminatas o excursiones andando, frente al 43 por ciento, del año pasado”. (GOMEZ.2008).

“Por último, en una “radiografía del turista rural”, para una muestra de unas 1500 personas aproximadamente, aparece el segundo aspecto más importante a la hora de contratar un alojamiento de turismo rural, por detrás de la limpieza y por delante del precio, el atractivo del entorno natural. Por tanto para nuestros clientes potenciales, la conservación del entorno y una filosofía sostenible del alojamiento son aspectos fundamentales. Cada vez más surgen portales especializados en los eco-viajeros. Se trata de un segmento de clientes completamente en auge. (<http://eco-indextourism.org/es/>).”(GOMEZ.2008).

F. SOSTENIBILIDAD EN HOTELES RURALES

“El concepto de sostenibilidad creo que se conoce, por eso pasaré rápido y a modo de introducción diciendo que el concepto “sostenibilidad” es acuñado por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea de las Naciones Unidas en 1983. La definición dice algo así como: *El progreso, al Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, no debe comprometer las posibilidades de las del futuro, para atender sus propias necesidades.* El ámbito del desarrollo sostenible puede dividirse conceptualmente en tres partes que configuran un todo: ambiental, económica y social.” (GOMEZ.2008)

Últimamente la tendencia ya no es únicamente hacia la sostenibilidad, sino hacia la **responsabilidad**, se habla más de una arquitectura responsable o de un turismo responsable, hay

corrientes un poco más “avanzadas” respecto al conservacionismo que nos hablan del concepto de “Permacultura” aplicado a la construcción. La Permacultura cubre la producción de alimentos, la vivienda, la tecnología, el desarrollo comunitario y los sistemas legales y financieros para cumplir con un criterio de autosuficiencia. (GOMEZ.2008).

G. POTENCIALIDAD TURÍSTICA

Un análisis del potencial turístico de cualquier área donde se pretenda desarrollar la actividad turística, deberá contener:

- Un inventario de atractivos turísticos naturales y culturales.
- Declaratoria de la imagen turística de la zona. (TIERRA.2008).

H. ANÁLISIS F.O.D.A.

El análisis FODA es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora. (Instituto Politécnico Nacional, 2002).

“Las Debilidades (D) y las Fortalezas (F) son asunto internos; las oportunidades (O) y las amenazas (A) son características externas. Internos en el sentido de quien realiza el análisis o el diagnóstico; es decir, si es un diagnóstico personal se trata de identificar en que soy débil y en que soy fuerte y si se trata de una institución (una empresa o una organización) como un Área Protegida, debemos reconocer en que es débil o en que es fuerte toda la institución como un ente particular.”(CEVALLOS.2001).

“En otras palabras se debe saber que está bien o que está mal a mi interior o el de mi organización. Lo externo hace alusión al contexto en el cual se mueve o al cual pertenece uno o la institución objeto de análisis. Que Oportunidades (O) me (nos) ofrece o tiene el medio y que Amenazas (A) representa para mí o la institución a la que pertenezco” (CEVALLOS.2001).

“Igualmente se trata de identificar las relaciones entre lo uno y lo otro: si existe tal Fortaleza (F), tal Oportunidad (O) es la que debemos elegir, o tal Amenaza (A), no representa mucho riesgo. Igual entre las relaciones entre las Debilidades (D) y las Oportunidades (O) y las Amenazas (A) y los componentes internos y externos entre si.” (CEVALLOS.2001).

“En realidad no existe un orden único para identificar estos elementos. Se puede comenzar con las Fortalezas o con las Debilidades y seguir con las Oportunidades y Amenazas o viceversa. Lo importante es identificar adecuadamente el mayor número de ellas y luego jerarquizar las y seleccionar las más representativas. De lo contrario las listas se pueden volver enormes y no podremos actuar sobre todas ellas en el mismo momento.” (CEVALLOS.2001).

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE PROYECTOS ECOTURÍSTICOS

1. Definición de un estudio de factibilidad

Según (LUNA; CHAVES.2001): “El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

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

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

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

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

Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad. Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.”

2. Objetivos de un estudio de factibilidad

“El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias.” (LUNA; CHAVES.2001).

J. ESTUDIO DE MERCADO

1. Concepto

“En un análisis de mercado se conocen cuatro variables fundamentales: demanda, oferta, precios y comercialización. Este estudio busca diferentes datos que van a ayudar a identificar el mercado y debe asegurar que realmente exista el mercado potencial, el que se pueda aprovechar para lograr los objetivos planteados. Se puede realizar de diferentes formas: encuestas, información de cámaras o entidades relacionadas al producto; datos estadísticos de consumo o prestación, etc.” (HERNANDEZ, J).

2. **Para qué sirve un estudio de mercado**

“Para definir claramente la demanda.

Para conocer la oferta actual y potencial.

Para establecer qué podemos vender.

Para saber a quién podemos venderlo.

Para conocer cómo podemos venderlo.

Para conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.

Para conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.

Para evaluar resultados de estrategias de comercialización.

Para conocer los precios a los que se venden los servicios

El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto turístico.” (LUNA; CHAVES.2001).

3. **Estructura del análisis de mercado**

Debe incluir una breve descripción de las características del mercado incluyendo el área, volúmenes manejados, canales de distribución, proveedores, precios, competencia así como las prácticas generales del comercio de la región. Se debe analizar datos históricos actuales y pasados

de la oferta y demanda y analizar las variaciones de estos elementos en función del tiempo. Como en todo proyecto de inversión se debe analizar el futuro en base a la información que se tiene, para crear un ambiente en que se pueda dar una imagen de lo que será la demanda futura del bien o servicio. Se debe considerar que participación en el mercado tendrá el proyecto, en base a la oferta y demanda y asimismo, estructurar el programa de marketing a utilizar. La investigación debe proporcionar la información necesaria y suficiente, para la toma de decisiones del o los inversores” (HERNANDEZ, J).

K. ESTUDIO TÉCNICO

“Son todos aquellos recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien o servicio.” (HERNANDEZ, J).

1. Concepto

“Consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto/servicio deseado.” (HERNANDEZ, J).

2. Objetivos

“Verificar la disponibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende crear.

Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción.” (HERNANDEZ, J).

3. Elementos del estudio técnico

“Los elementos constituyentes del estudio técnico son los siguientes:

Descripción del producto.

Descripción del proceso de manufactura elegido.

Determinación del tamaño de planta y programa de producción.

Selección de maquinaria y equipo.

Localización de la planta.

Distribución de planta.

Disponibilidad de materiales e instalaciones.

Requerimientos de mano de obra.

Estimación del costo de inversión y producción de la planta.

El suministro de insumos y servicios es un aspecto vital en el desarrollo del proceso, ya que de esto depende la calidad del producto, la entrega, la imagen que los consumidores tengan del producto. Existen ciertos procesos o técnicas de producción que conllevan tecnología y equipos que exigen una escala mínima de aplicación, ya que por debajo de ella los costos serían demasiado altos. Está claro que sin financiación suficiente para establecer una planta de tamaño mínimo es imposible la realización del proyecto.” (HERNANDEZ, J).

4. Proceso de producción y selección del proceso

“Es necesario describir sistemáticamente la secuencia de las operaciones a que se someten los insumos en su estado inicial para llegar a obtener los productos en su estado final.” (HERNANDEZ, J).

5. Localización de la planta

“La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. La macrolocalización consiste en la ubicación de la organización en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región. La microlocalización es la determinación del punto preciso donde se ubicará la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.” (HERNANDEZ, J).

6. Ingeniería básica

“Consiste en definir y especificar técnicamente los factores fijos (edificios, equipos, etc.) y los variables (mano de obra, materias primas, etc.) que componen el sistema.” (HERNANDEZ, J).

L. MATRIZ DE LEOPOLD

“La matriz fue diseñada para la evaluación de impactos asociados con casi cualquier tipo de proyecto de construcción. Su utilidad principal es como lista de chequeo que incorpora información cualitativa sobre relaciones causa y efecto, pero también es de gran utilidad para la presentación ordenada de los resultados de la evaluación.” (GOMEZ. 1988).

M. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Concepto

“Se refiere a la actividad ejecutiva de su administración: organización; procedimientos administrativos; aspectos legales y reglamentaciones ambientales.” (HERNANDEZ, J).

2. Objetivo del estudio

Definir los criterios para enfrentar el análisis de la organización, aspectos legales, ambientales, fiscales, así como las consecuencias económicas en los resultados de la evaluación.” (HERNANDEZ, J).

N. ESTUDIO FINANCIERO

“En este estudio se empieza a jugar con los números, los egresos e ingresos que se proyectan, en un período dado, arrojando un resultado sobre el cual el inversionista fundamentará su decisión.

Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. Cuál será el costo total de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica, la que es muy importante para la toma de decisiones sobre la vida del proyecto” (HERNANDEZ, J).

O. ESTUDIO ECONÓMICO

“Una inversión es el desembolso de recursos financieros, destinados a la adquisición de otros activos que proporcionan rentas y/o servicios, durante un tiempo. Un proyecto de inversión es un plan, que asignado a un determinado capital, producirá un bien o servicio de utilidad para una persona, clientes o la sociedad. La evaluación económica y financiera de un proyecto de inversión, es el análisis de la información proveniente de la etapa anterior, con miras a tomar la decisión correcta.” (HERNANDEZ, J).

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La presente investigación se realizó en la comunidad Santa Teresita de Guabug, perteneciente a la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

2. Ubicación Geográfica

Latitud: 01°38'' sur

Longitud: 78°47'' oeste

Altitud: 3200 m.s.n.m.

3. Características climáticas

Temperatura: 12 a 16 °C

Precipitación: 500 a 1000 mm.

Humedad Relativa: 70%

4. Clasificación Ecológica

Según Sierra (1999), la parroquia San Juan pertenece a la siguiente clasificación vegetal: Bosque siempre verde montano alto.

5. Características del Suelo

De acuerdo al Plan de Desarrollo Local realizado por PRODEPINE (1999) en la parroquia de San Juan encontramos diferentes tipos de suelos con las siguientes características:

Suelos derivados de cenizas volcánicas, de textura franco – limoso o arenoso, fino, negro, con profundidad entre 0 a 35 cm., buen contenido de materia orgánica, alta retención de humedad. Suelos ligeramente ácidos, no existen capas duras en el perfil, con un contenido de materia orgánica entre 2 y 5% de fertilidad moderada. Suelos ricos en materia orgánica, más del 30% con material mineral, suelos saturados con agua y pantanosos que se encuentran en áreas aplanadas y ligeramente cóncavas. Existen también suelos que se encuentran sobre una capa dura llamada “cancagua”, cuya textura es arenosa fina y limosa de color negro pardo oscuro y constituye serias limitaciones para los cultivos, estos suelos los podemos observar en las pendientes.

6. Materiales y equipos

a. Materiales

- 1) Esferográficos, marcadores, lápices
- 2) Libreta de campo
- 3) Resma de papel bond A4.

b. Equipos

- 1) Computador
- 2) Cámara fotográfica digital (batería y pilas)
- 3) Memory flash
- 4) Impresora
- 5) Cartuchos para impresora.

B. METODOLOGÍA

1. Identificar la potencialidad turística

Para realizar el estudio de potencialidad turística de la zona se siguieron los siguientes pasos:

- a. Se compiló, se revisó y se analizó fuentes bibliográficas secundarias y se realizó trabajo de campo para complementar la información. El análisis se basó en la Guía etnográfica propuesta por Patricio Guerrero, y contempla los siguientes aspectos adaptados para el presente estudio: Espacialidad, Diagnóstico y Sentido; determinando las características sobresalientes y los atractivos naturales y culturales con potencial turístico.
- b. En función del cumplimiento de las actividades anteriores se realizó el análisis F.O.D. A. del área, identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para el desarrollo del turismo sostenible.
- c. Finalmente, se determinó el potencial turístico de la zona a través de la declaratoria de la imagen turística.

2. Realizar el estudio de mercado

Para el cumplimiento del segundo objetivo se siguieron los siguientes pasos:

- a. Análisis de la demanda
 - 1) Determinación del universo y la muestra de estudio, mediante la siguiente fórmula.

$$n = \frac{(P \times Q)(N)}{(N - 1) \frac{e^2}{k^2} + P \times Q}$$

N = Universo de estudio.

P = 0,5 probabilidad de ocurrencia de un evento.

Q = 0,5 probabilidad de no ocurrencia de un evento.

e = Margen de error – 8%.

k = Margen de confiabilidad – 1.75.

n = Muestra

2) Elaboración y aplicación de encuestas tomando en cuenta las variables psicográficas y sociodemográficas de los turistas (Ver: anexo N°02 y anexo N°03).

3) Análisis de la demanda.

4) Determinar el perfil del turista.

b. Proyección de la demanda: se utilizó la fórmula del incremento compuesto

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

Donde:

C_n = Incremento Compuesto

C_o = Número turistas potenciales

i = Índice de crecimiento turístico (6.8% según el Ministerio de Turismo año 2009)

n = Años a proyectar

c. Análisis de la oferta complementaria y sustitutiva, para lo cual se utilizó la fórmula del interés compuesto.

- d. Confrontación de la demanda Vs. oferta
- e. Análisis mercadotécnico.

3. **Elaborar el estudio técnico**

Para el cumplimiento del tercer objetivo se siguieron los siguientes pasos:

- a. Determinación del tamaño del proyecto.
- b. Localización del proyecto
- c. Descripción del proyecto (Ubicación, tamaño de la planta, flujo de servicio, diseño arquitectónico, requerimiento de instalaciones, requerimiento de materia prima, maquinaria y equipos, y mobiliario, se realizó el diseño de la infraestructura necesaria en función de las necesidades de construcción, a partir de los datos obtenidos en el estudio de mercado y con la ayuda de un profesional en el área de arquitectura considerando prácticas sostenibles y responsables.

4. **Realizar el estudio administrativo legal**

Para realizar el cuarto objetivo se procedió a la revisión de la Ley de turismo, Código Civil, y Reglamento de actividades turísticas, para identificar la figura legal y la conformación de la empresa mediante la elaboración del contenido del estatuto legal, permisos de funcionamiento, y demás requisitos vigentes que proporcionen un adecuado funcionamiento adecuado del proyecto, conjuntamente con la elaboración de la estructura orgánica y manual funcional.

5. Efectuar el análisis ambiental

Para realizar el estudio ambiental se utilizó la Matriz de Leopold, mediante la cual se identificó los posibles impactos y así proponer medidas de corrección o mitigación de acuerdo al caso. Para el efecto se procedió de la siguiente manera:

- a. Delimitación el área.
- b. Determinación las acciones que ejercerá el proyecto
- c. Determinación de los elementos que se verán afectado por cada acción.
- d. Calificación de cada interacción utilizando la escala del 1 al 5 propuesta por Leopold.
- e. Realización de la valoración de los impactos.
- f. Interpretación de resultados.

6. Elaborar el estudio financiero-económico

Para determinar el estudio financiero se determinaron los indicadores económicos referentes a: inversión del proyecto, gastos administrativos, depreciación de activos, estructuración de ingresos y estado de resultados.

Para la evaluación económica se realizó la elaboración del Flujo de caja, cálculo del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Costo Beneficio, Período de recuperación de la Inversión y Punto de Equilibrio, y de esta manera se determinó la rentabilidad del proyecto propuesto.

V. RESULTADOS

A. POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LA ZONA

1. Espacialidad

a. Diagnóstico del espacio

1) Ubicación geográfica

La presente investigación se realizó en la comunidad Santa Teresita de Guabug, ubicada al oeste de la ciudad de Riobamba, pertenece a la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. (Ver anexo N° 06).

2) Características ecológicas

Actualmente la mayoría de las tierras altas de los Andes no tienen cobertura boscosa natural, en su lugar diversas especies exóticas han sido cultivadas y los pocos remanentes de bosque primario soportan una enorme presión por la conversión a pastos para ganadería extensiva y no planificada.

Según Sierra (1999), la parroquia San Juan pertenece a la siguiente clasificación vegetal: Bosque siempre verde montano alto.

3) Orografía

La comunidad se encuentra rodeada de varias colinas como: Shobol Urco, Guabug Urco, Guerra Loma.

4) Hidrografía

El río principal que abastece y atraviesa la comunidad se llama Río Chimborazo. (Ver Anexo N°06)

5) Flora

Cuadro # 1: Flora característica del la zona

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	USO
Allcu micuna tsilij	<i>Bromus catharticus</i>	Graminácea	Pasto, medicinal
Allpa atsera	<i>Lepidium bipinnatifidum</i>	Cruciferácea	Medicinal
Gramma	<i>Pennisetum clandestinum</i>	Poáceas	Medicinal
Pino	<i>Pinus radiata</i>	Pinácea	Forestal
Eucalipto	<i>Eucaliptus globulus</i>	Mirtácea	Forestal
Caballo chupa	<i>Equisetum bogotenses</i>	Equisetácea	Medicinal
Menta	<i>Mentha piperita</i>	Lamiácea	Medicinal
Diente de león	<i>Taraxacum officinale</i>	Asterácea	Medicinal
Sigze	<i>Costadeira radiumscola</i>	Poáceas	Artesanal
Valeriana	<i>Valeriana rigida R.</i>	Valerianáceas	Medicinal
Hierba buena	<i>Mentha veris L.</i>	Lamiácea	Medicinal
Kikuyo	<i>Pennisetum claudistinum</i>	Poáceas	Forrajera
Gramma	<i>Agrotis tenuis</i>	Poáceas	Forrajera
Llantén	<i>Plantago major</i>	Plantaginácea	Medicinal
Malva	<i>Malva parviflora</i>	Malvácea	Medicinal
Lengua de vaca	<i>Rumex obtusifolius</i>	Poligonácea	Forrajera
Verbena	<i>Verbena litoralis</i>	Verbenácea	Medicinal
Almohadillas	<i>Azorella peduncularis</i>	Apiáceae	Medicinal
Santa maría	<i>Tanacetum parthenium</i>	Asterácea	Ornamental
Payco	<i>Chenopodium ambrosioides</i>	Quenopodiácea	Medicinal
Hierba mora	<i>Solanum nigrum</i>	Solanácea	Forrajera

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	USO
Marco	<i>Ambrosia arborenses</i>	Asteráceas	Medicinal
Ñachag	<i>Bidens andicola</i>	Asteráceas	Medicinal
Ortiga negra	<i>Urtica dioica</i>	Urticáceas	Medicinal
Ortiga blanca	<i>Urtica urens</i>	Urticáceas	Medicinal
Paja	<i>Calamagrostis sp.</i>	Poáceas	Artesanal
Berro	<i>Cordamine nasturtioides</i>	Brassicaceae	Alimenticio
Nabo	<i>Brassica napus</i>	Brassicaceae	Alimenticio
Trébol	<i>Trifolium repens</i>	Fabáceas	Ornamental
Manzanilla	<i>Matricaria chamomilla</i>	Asteráceas	Medicinal
Chilca	<i>Baccharis sp.</i>	Asteráceas	Forrajera
Avena	<i>Avena sativa</i>	Gramináceas	Pasto, forraje
Maradilla de monte	<i>Rubus ciacus</i>	Asteráceas	Medicinal
Pino	<i>Pinus radiata</i>	Pináceas	Industrial
Eucalipto	<i>Eucaliptus globulus</i>	Mirtáceas	Medicinal

6) Fauna

Cuadro # 2: Fauna existente en la comunidad

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Fauna doméstica		
Conejo	<i>Oryctolagus cuniculus</i>	Leporidae
Cuy	<i>Cavia porcellus</i>	Caviinae
Cerdo	<i>Sus domesticus</i>	Suidae
Vaca	<i>Bos taurus</i>	Bovidae
Oveja	<i>Ovis aries</i>	Bovidae
Perro	<i>Canis familiaris</i>	Canidae
Gato	<i>Felis catus</i>	Felidae
Gallo	<i>Gallus gallus</i>	Gallidae
Burro	<i>Equus asinus</i>	Equidos
Fauna silvestre		
Raposa	<i>Marmosa robinsoni</i>	Didelphidae
Avi- fauna		
Tórtola	<i>Zenaida auriculata</i>	Columbidae
Curiquingue	<i>Phalcoboenus carunculatus</i>	Falconidae
Gorrión	<i>Zonotrichia capensis</i>	Emberizidae
Mirlo café	<i>Turdus chiguanco</i>	Turdidae

7) Geografía Humana

Según el último censo realizado en noviembre del año 2001, por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos la parroquia de San Juan posee un total de 6.863 habitantes de los cuales 3.283 pertenecen al sexo masculino y 3.580 al sexo femenino.

8) Toponimia

Algunos nombre en lengua materna con los que la comunidad denomina a sus sitios sagrados son los siguientes: Cuartel Waico, quebrada que antes fue el cuartel de los incas; Pachamama, madre tierra; Taita San Juan, imagen de San Juan; Yacu, agua; Chacras, sembríos; Taita Chimborazo, Padre Chimborazo. Los campesinos de la zona de San Juan afirman que Chimborazo nace de dos expresiones: Chimba que quiere decir trenza, y Razu, nieve; por tanto el nombre significaría “La Trenza de nieve. Otros indígenas afirman que Chimborazo nace de dos palabras de la lengua Kichwa, así Chinpa, del Frente, al frente, y Razu nieve. Por lo mismo este nevado debería denominarse la nieve que se halla al frente.

b. Diagnóstico de infraestructura y de servicios

1) Servicio de educación

En la comunidad existe: guardería, jardín de infantes, escuela, y colegio que pertenecen a la Unidad Intercultural Bilingüe Interandina.

2) Servicio de salud

Centro de Salud del Seguro Social Campesino que pertenece al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

3) Servicio de transporte

Existe servicio permanente de transporte realizado por la Cooperativa de 2 de Octubre con la estación ubicada en la Av. Unidad Nacional frente al Centro Agrícola en la ciudad de Riobamba, con la ruta Riobamba - comunidad Chimborazo. Frecuencias de salida, cada hora de lunes a domingo. Adicionalmente se puede acceder a la comunidad tomando buses interprovinciales como: Flota Bolívar, Atenas, 10 de Noviembre, Patria (Ruta Babahoyo), en un tiempo aproximado de 45 minutos.

4) Servicio turístico

a) Infraestructura turística

En la comunidad específicamente no existe infraestructura turística.

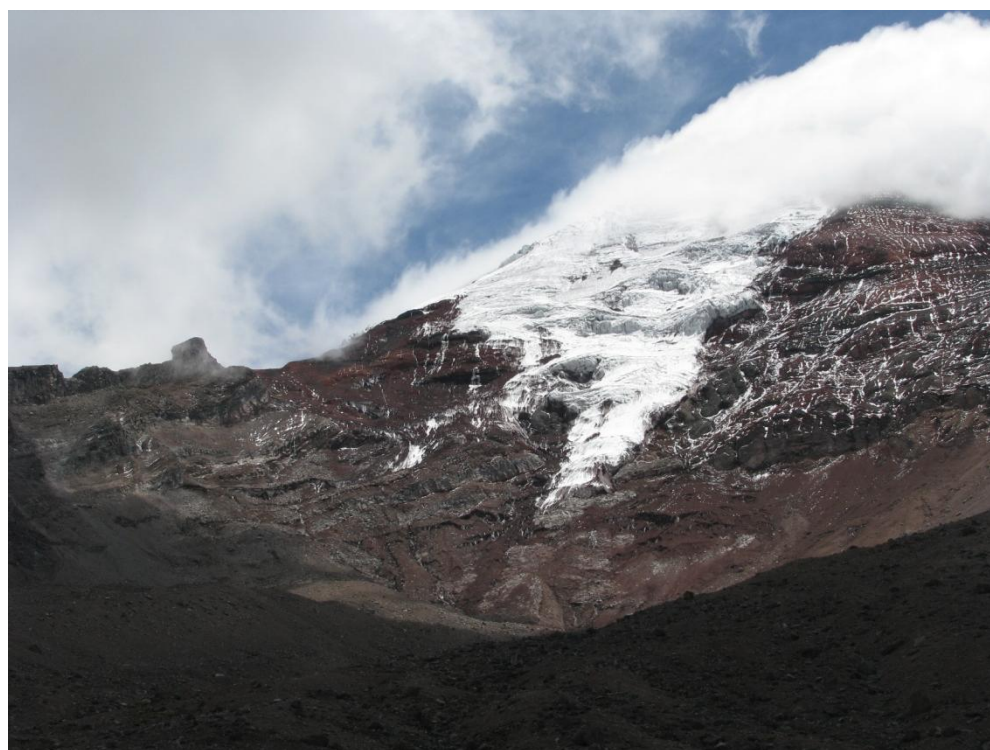
b) Atractivos turísticos

1) Atractivos turísticos naturales

a) Reserva de Producción Faunística Chimborazo

Cuadro # 3: Ficha de inventario - Reserva de Producción Faunística Chimborazo

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Paulina Aucancela	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Eco. Flor Quinchuela	1.4 Fecha: 09/03/2010
1.5 Nombre del Atractivo: Nevado Chimborazo	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Sistema de Áreas Protegidas	
1.8 Subtipo: Reserva de Producción Faunística	



Fotografía # 1 Nevado Chimborazo

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Cantón: Riobamba

2.3 Parroquia: San Andrés

2.4 Localidad: San Andrés

2.5 Latitud: 740463

2.6 Longitud: 9837094

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: Riobamba

3.2 Distancia: 30 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 3.800 - 6.310 msnm

4.2 Temperatura: 0 y 10 grados centígrados

4.3 Precipitación: 500 y 1000 mm

4.4 Ubicación del Atractivo: De acuerdo al acuerdo de creación la reserva se ubica en los páramos de los nevados: Chimborazo y Carihuayrazo y páramos contiguos en todos sus contornos de los cantones Ambato y Mocha de la provincia de Tungurahua, cantones Guano

y Riobamba de la provincia de Chimborazo y cantón Guaranda de la provincia de Bolívar.

4.5 Descripción del atractivo:

La reserva de producción de Fauna Chimborazo fue creada el 22 de octubre de 1987, cuenta con una extensión aproximada de 58.560 hectáreas, un ecosistema netamente de altura que constituye un reservorio de agua en donde la frescura y belleza que irradian los páramos muestran un ecosistema único e incomparable, que sirve de hábitat de una gran biodiversidad, en lo que se refiere a flora se puede encontrar: chuquiraguas (*chuquiraga aurea*), sigze (*Costadeira radiumscola*) y, ocasionalmente, quishuar (*Buddleja incana*), pumamaqui (*oreopanax sp.*), piquile (*Gynoxys buxifolia*), especies propias de los Andes.

La fauna sobresaliente está representada principalmente por venados (*Odocoileus virginianus*), lobos (*Dusicyon culpaeus*), conejos (*Sylvilagus brasiliensis*); esporádicamente, se hallan algunas llamas silvestres que aún deambulan por la zona, cuya población se ha podido recuperar a través de proyectos específicos en la reserva. El grupo más importante dentro de la reserva es el de los camélidos con las siguientes especies: llamas (*Lama glama*) y vicuñas (*Vicugna vicugna*).

La avifauna tiene entre sus representantes al cóndor de los Andes (*Vultur gryphus*), y el colibrí estrella ecuatoriana (*Oreotrochilus stella*), que son especies muy difíciles de observar. Mucho más frecuente se puede observar curiquingue (*Phalcoboenus carunculatus*), cuya forma de vuelo, según la tradición, augura la fortuna de las comunidades locales, representado siempre en las fiestas indígenas.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Cuenta con dos refugios a disponibilidad de los andinistas. El primero se encuentra a 4.800 m.s.n.m. al que se llega en vehículo, el segundo a 5.000 msnm y solamente se puede llegar caminando.

El atractivo que más llama la atención de los turistas es si es sin duda el volcán Chimborazo (6.310 msnm), la montaña más alta del Ecuador.

Bosque de Polilepis (árbol de papel), es una superficie de aproximadamente 3.5 ha., que constituye un rincón de meditación y paz.

Aguas termales en el sector denominado Cunugyacu.

Recorridos por los senderos autoguiados al árbol solitario y Templo Machay ubicado en la comunidad de la Chorrera con una longitud de 9 Km. se puede realizar a pie o con animales, y observar el hermoso paisaje.

Hieleros, sitio de explotación de los hielos milenarios, actividad que es realizada por los campesinos del sector y que luego son comercializados en los mercados de la ciudad de Riobamba.

En el área de la reserva existen muchas comunidades indígenas como la de San Pablo de Totorillas, Santa Teresita de Guabug y Chorrera Mirador, interesantes por sus costumbres ancestrales.

4.7 Permisos y Restricciones

Para acceder a la reserva se debe cancelar la tarifa de 5 dólares para turistas nacionales y 10 dólares los turistas extranjeros, fondos que son administrados por el Ministerio del Ambiente en pro de la Reserva.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales:

Programas de manejo de vida silvestre (manejo de camélidos).

Programa de Turismo.

Conservación del páramo.

Apoyo a las comunidades campesinas introduciendo grupos de alpacas como una alternativa de conservación del páramo.

4.8.2 Usos Potenciales

Educar insitu a los niños acerca de la importancia de los recursos naturales y especialmente del páramo.

Crear una red de empresas, organizaciones campesinas, etc. que se dediquen a la elaboración de artesanías elaboradas con una de las fibras más finas del mundo como es de la vicuña, con miras a lograr una calidad de vida de los pobladores.

Mejoramiento de actividades agrícolas y apoyo mediante capacitación en temas de cultivos andinos.

<p>4.8.3 Necesidades turísticas:</p> <p>Actualmente los refugios se encuentran a cargo del Ministerio de Turismo, pero se requiere de equipamiento para el bienestar de los turistas.</p> <p>Mejor organización en cuanto al registro, control y vigilancia del ingreso y salida de turistas.</p> <p>Se requiere de un trabajo coordinado entre el Ministerio de Turismo y el ministerio del Ambiente.</p> <p>Control de Desechos en el camino de acceso al primero y segundo refugio.</p> <p>Establecer un plan de educación ambiental didáctico para los turistas.</p>	
<p>4.9 Impactos</p>	
<p>4.9.1 Impactos positivos:</p> <p>Actualmente la Reserva cuenta con un Plan Gerencial, el cuál abarca aspectos muy importantes en beneficio tanto de los recursos naturales, culturales así como también de las comunidades locales.</p>	
<p>4.9.2 Impactos negativos:</p> <p>Presencia de basura en el camino.</p>	
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p>	
<p>5.1 Estado: Conservado</p>	
<p>5.2 Causas: Están en marcha planes y programas impulsados por el Ministerio del Ambiente.</p>	
<p>6. ENTORNO</p>	
<p>6.1 Entorno: En proceso de deterioro</p>	
<p>6.2 Causas: Sobrepastoreo, quema de pajonales, siembra excesiva de pino y eucalipto.</p>	
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>	
<p>7.1 Tipo: Terrestre</p>	<p>7.2 Subtipo: Asfaltado vía a Guaranda</p>
<p>7.3 Estado de Vías: Bueno</p>	<p>7.4 Transporte: Automóvil, bus, 4x4, motocicleta.</p>
<p>7.5 Frecuencias: Diaria</p>	<p>7.6 Temporalidad de acceso: todo el año</p>
<p>7.7 Ruta de buses: Flota Bolívar, Cooperativa de transportes 11 de Noviembre.</p>	
<p>7.7 Observaciones: Los buses se deben tomar en el Terminal Terrestre de la ciudad de Riobamba.</p>	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Servicio de hospedaje, alimentación y guianza.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Entubada	9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado	
9.3 Alcantarillado: Red pública		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1 Nombre del atractivo: Riobamba	10.2 Distancia: 30km.	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1 Difusión: Internacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	15
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación	9
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	12
TOTAL		81
13. JERARQUIZACIÓN		
13.1 JERARQUIA IV:		
Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.		

Elaborado por: Paulina Aucancela

Fuente: Investigación de campo y revisión bibliográfica.

5) Servicios básicos

a) Energía eléctrica

Sistema interconectado.

b) Agua

Para el consumo de la comunidad existe un tanque que almacena el agua proveniente de vertientes del Chimborazo, que es distribuida a través de un sistema entubado.

Para el riego existe un canal mediano que abastece parte de los terrenos que pertenecen a la comunidad. En la comunidad no existen medidores de agua, se realiza una contribución económica mensual mediante recibos.

c) Vivienda

En la comunidad Santa Teresita de Guabug, existen cinco casas que han sobrevivido en el tiempo, construidas a base de adobe y paja que datan de los años de 1.990, las cuales lamentablemente se encuentran en proceso de deterioro. Esta arquitectura antigua ha sido sustituida por modernos procesos de construcción en base a hormigón armado, bloque y ladrillo en algunos casos. (Ver anexo N°06).

d) Telecomunicaciones

En la tenencia política de la comunidad existe una línea telefónica (2933108) del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, que es utilizada por toda la comunidad. La señal de las operadoras Porta y Movistar en el sector es deficiente, se obtiene señal óptima hasta la parroquia

San Juan. Al interior de la comunidad existen dos locales que prestan el servicio de cabinas, de donde se puede realizar llamadas a celulares.

e) Alcantarillado

Red pública - Empresa Municipal de Agua Potable de Riobamba.

f) Eliminación de basura

Los desechos orgánicos son utilizados como alimento para los cerdos y como abono de los terrenos, el problema se genera con los desechos inorgánicos como latas ,plásticos, papel, botellas ya que al no existir un recolector de basura son arrojados al río, y en algunos casos cuando se trata únicamente de papel y plásticos son incinerados.

g) Acceso vial

La comunidad se encuentra a 30 Km. de la cabecera cantonal, para acceder a la misma se debe seguir por la carretera principal vía a Guaranda, la cuál es de primer orden.

h) Servicios para la recreación

La comunidad cuenta con una cancha deportiva de fútbol y básquet con graderío o cerramiento, ubicada en el centro de la comunidad. (Ver anexo N°06).

c. Construcción de un mapa

Nadie mejor conoce la comunidad que sus propios habitantes, por esta razón en primera instancia se realizó un mapa con la colaboración de un poblador. (Ver anexo N°01).

2. Temporalidad

a. Análisis diacrónico

1) Historia de la comunidad

La historia de la comunidad se remota a varios cientos de años atrás, esto es, a la prehistoria nacional, pues de acuerdo con varios apellidos de los actuales moradores tales como: Ati, Guamushi, Tacurí, Paucar, Caguana, Socag, Malca, Gavín, Pingos, Yumbo, que no son de origen kichwa es su totalidad, responden a lenguas preincaicas como el caso del puruhá, cayapa, colorado y otros.

Los apellidos: Paucar, Caguana, poseen significado de enorme valía lingüística, son de raigante kichwa. Se dan apellidos como Remache, Espinoza, Machado, Guzmán, Orozco, Argos y otros más que son de origen español. Posteriormente aparecen nuevos apellidos, los más conocidos son: Tenesaca, Criollo, Quito que provienen de comunidades vecinas como en el caso de Rumipamba, Pisi, Nitiluisa, Calera y más lugares aledaños.

Aparentemente los apellidos no son elementos determinantes de la historia de Guabug, sin embargo permiten algunas reflexiones. Los Ati, por ejemplo son personas que se han destacado en tiempos organizativos y de formación social, destacándose como eminentes guerreros, todos ellos vencedores y gloriosos. En caso de los Paucar que significa ramo de flores y Caguana como balcón, observatorio mirador hablan de la influencia inca, en cambio los Ati de la influencia Puruhá. Los Remache y demás apellidos españoles dan idea de una fuerte presión española posiblemente descendientes indirectos de los oligarcas y terratenientes que asaltaron las tierras de los Ati, Guamushi, Tacuri, etc.

Estas apreciaciones que no son totalmente científicas y abren un camino que permite ver que este pueblo guabeño, tiene su base originaria muy remota, esto es que asoman en estas tierras formando una hermosa familia denominada “Los de Guabug”.

Los Guabeños, dueños de grandes y hermosas tierras que integraban las actuales haciendas vivían en comunidad y compartiendo con sus ayllues (vecinos) como: Shobol, Rumipamba, Chimborazo, y Pisi, que tienen semejantes características en varios sentidos como: vestimenta, lengua, costumbres, hábitos, formas de trabajo, habilidades, destrezas, y más manifestaciones y representaciones culturales.

Con el arribo inca, los guabeños sufren algunas alteraciones en su forma de vida, aprenden por obligación la lengua quichwa, asimilan nuevas formas de trabajo sobre todo en cuanto se refiere al cultivo de papas, la crianza de llamas (llama corral), cuyes mejorados, animales de cerros a los que anualmente se daba casería con el nombre de Chacu, el uso de la llama para la confección de prendas de vestir como: anacos, bayetas, etc.

Los incas pese a respetar la adoración al Chimborazo como Dios de los Wapukuna (guabeños), y de las demás tribus, imponen la adoración al sol y a la luna mediante la construcción de un templo en las faldas del nevado de trenzas (chima - razu).

El arribo español y el arrebato de las tierras, la reducción de la gente a esclavitud toma un nuevo giro, los patrones al adueñarse de los bienes indios dividen a la población en reducciones o pequeñas comunidades como Tambohuasha, Delicia, Santa Cecilia.

Con la independencia las cosas se empeoran, la gran hacienda se divide en cuatro y cada heredero toma a sus indios y cada uno con mayor imposición, así: un día de trabajo para tener acceso a la paja, otro día para usar el agua, otro día para derecho a pasto, derecho de paso, etc.

La comunidad de Guabug, no se somete al dominio de los García (hacendados), se mantiene libre con el calificativo de “Guacchas” pero debían trabajar en las haciendas por la paja, leña, pasto, chala de papas, y cebada.

Al inicio del siglo XX, aparece una nueva generación que inicia su lucha por la educación, la religión católica, los servicios básicos, la adquisición de tierras, y más beneficios del siglo a través de la Misión Andina, Seguro Social, entre otros.

2) Principales acontecimientos

a) Relato de una masacre en la comunidad de Guabug

Transcurría el año de 1.920 cuando ocurrió un hecho por demás reprochable sucedido en la década de los años veinte del siglo 20 en la comunidad de Guabug, parroquia San Juan, cantón Riobamba provincia de Chimborazo, cuando los detentadores del poder económico y político amparados en el falso conservadurismo, consiguieron como siempre del gobierno que miembros del ejército masacren a varios indígenas de esta localidad por el pecado de protestar por las injusticias cometidas por los terratenientes, mayordomos y mayores de las haciendas vecinas, así como por el anuncio de cobro de mayores impuestos a la propiedad rural y la realización de un censo de la población, ya que un censo para los indígenas no fue más que un símbolo más de explotación.

Días antes la comunidad fue visitada por Tayta Pedro Morocho, uno de los líderes indígenas de la parroquia Licto, a quien lo conocían como coronel por sus ejecutorias a favor de los hermanos de raza .Tayta Pedro constituía en una especie de enlace entre todos los indígenas de la provincia.

Adoctrinados por Taita Morocho, algunos representantes de la comunidad Guabug se trasladaron a una reunión en la parroquia Quimiag, para informarse y coordinar los hechos; pues, la situación se presentó caótica y confusa en toda la provincia y existía serio malestar en la ciudad y en los pueblos ya que se hablaba con mucha insistencia de un levantamiento general de los indígenas por causas antes señaladas. Los cabecillas representantes de la comunidad fueron: Tayta Manuel Guzmán, mama María Tzocag y Tayta Doroteo Caguana.

La comunidad de Luisa, parroquia Calpi, también se hallaba alerta a todo movimiento que ocurría en la provincia, los delegados a la reunión de Quimiag fueron: Espíritu Sisa (líder, Silvestre Sisa, Nicolás Yuquilema, Cipriano Sisa y Jesús Pilco, los demás seguían atentos a los hechos de aquellos días.

Lo que más impulsaba el movimiento indígena fue la noticia, verdadera o falsa de que el propietario de las hacienda circunvecinas pretendía anexar algunos predios de los anejas Guabug y Shobol a sus patrimonios, tal como hicieron con los bienes de los Llangoma de Shobol que de manera sucesiva habían cercado años atrás, pese a que Shobol tenía legalizados todos los derechos. Actualmente los descendientes de doña Baltazara Llangoma deben poseer los títulos de propiedad y los expedientes pertinentes debido a la larga trayectoria de litigio sostenida con decisión y valentía de mama Baltazara Llangoma en favor de la comunidad, reclamando justicia para ella y los suyos. Se vivió un ambiente muy tenso lleno de intranquilidad, zozobra, desesperación y llanto de muerte.

El señor Jorge Dávalos, hijo político del terrateniente Reinaldo García, propietario de las haciendas: Shobol, Santa Lucía y Chimborazo, administraba estos predios por aquellos días, dedicándose especialmente de la hacienda Santa Lucía, este hombre en previsión de cualquier hecho por parte de los guabeños, había solicitado a las autoridades de la provincia un piquete de la fuerza pública.

Este grupo militar se hizo presente en el anejo Guabug justo cuando reinaba un ambiente de paz y tranquilidad el pique avanzó hasta santa Lucía, y dando la vuelta por el sector de las Cuatro Esquinas de Luisa, retornaron a la ciudad de Riobamba, excepto dos soldados que por orden superior quedaron vigilantes en el lugar. La presencia de estos militares precipitó la situación; pues, como los ánimos estuvieron caldeados, solo esperaban un mínimo pretexto para la rebelión.

El día jueves 27 de mayo de 1.920 los soldados antes indicados se hallaban tranquilamente cazando curiquingues, justamente en el sector donde los trabajadores de la hacienda se hallaban en cabe de papas y donde la conversación principal se refería al supuesto cobro de impuestos, al censo de población y el arrebato de terrenos comunales.

En un momento determinado, los trabajadores junto a chaladoras (personas quienes cosechan papas) y más personas allí presentes atacaron a los dos soldados, no fueron precisamente los varones, sino las chaladoras, quienes los arrebataron los fusiles, los maltrataron despiadadamente y considerándolos muertos los enterraron superficialmente. El hecho fue inmediatamente conocido por el señor Jorge Dávalos, quien en forma clandestina envió un mensajero a la ciudad

solicitando auxilio, porque los indios se habían sublevado y los dos soldados habían muerto. En verdad no se produjo el fallecimiento de los soldados, pese las agresiones sufridas en el cabe de papas.

Ante esta noticia, las fuerzas armadas se distribuyeron desde el día jueves 27 de mayo en las cabeceras cantonales de Cajabamba, Guano, así como en las parroquias San Juan y Calpi, dirigidas por el Comandante Miguel Yépez, Jefe del Primer grupo del Regimiento de Artillería Calderón.

La versión del periódico Los Andes de Riobamba fue totalmente diferente, en él se afirmaba que “un piquete de tropa al mando del sargento Merizalde fue atacado por los indios, trabándose la consiguiente lucha entre agresores y soldados, dando por resultado la rendición de los últimos que solo fueron diez, mientras que los indios pasaban de mil. Los soldados se defendieron bravamente causando cuatro bajas a los insurrectos, pero al fin fueron desarmados y llevados prisioneros a las alturas...”

El día viernes 28 de mayo de 1.920, estuvo en Guabug el ejército al mando del comandante Miguel Yépez, para aplastar a los sublevados; estos valerosos defensores del poder, apenas llegaron a la comunidad cometieron una serie de atropellos; por ejemplo, a una pobre y humilde mujer casada que pastoreaba tranquila por el sector, diez soldados la violaron desvergonzadamente.

Los guabeños, la noche anterior, en previsión de lo que podía ocurrir pusieron a buen recaudo las pocas e insignificantes prendas y animales; luego organizaron una estrategia para defenderse y luchar al siguiente día, todos los varones debían participar en la defensa, las mujeres y los niños debían permanecer en sus chozas o en una casa que se determinó para el efecto, esa casa estuvo localizada en la ladera frente a la que fue la morada de Tayta Isidro Machado.

Los guabeños llenos de astucia buscaron buenas defensas ubicándose aquel 28 de mayo en la parte más alta de la comuna desde la actual acequia de Calpi, colindando con las lomas de Luisa.

Ellos pensaron que, al ser atacados, podían refugiarse con facilidad a las lomas vecinas; pero algo más grave e ingenua quizá fue que para defenderse de las balas solo debían ponerse dos o tres

ponchos “gualotos” como si fueran corazas. Como armas de guerra llevaban: palos, aciales, garrochas, piedras y uno que otro puñal.

También disponía de dos fusiles, los que fueron arrebatados la víspera a los dos soldados en el cabe de papas; estos fusiles fueron llevados por una joven mujer llamada Ignacia de la comuna Shobol, quien había logrado esconder las armas dentro de unos matorrales de los linderos y a la noche fue a retirarlos, desgraciadamente los comuneros no sabían manejar las armas. Mama Ignacia increpaba a los varones por su indecisión y flojera, los que estaban en posesión de los fusiles fueron: Isidro Machado, Esteban Cutiupala y Espíritu Remache.

El griterío fue aterrador, niños desgarrados del dolor lloraban y gemían, mujeres con furia y coraje incitaban a los varones enfrentar con valentía y coraje, amenazas, insultos y más expresiones surcaban el aire, el estallido de las balas asustaban a cada segundo; más de doscientos varones de Guabug hacían frente a las armas.

Por su parte el periódico Los Andes en su edición del día 29 de mayo decía: “más de mil indios enfrentaron a soldados de la Patria” En el censo realizado por el profesor Yumi en 1.941, la comunidad apenas contaba con 360 personas entre varones, mujeres y niños. Cabe destacar los ecos de bocinas convocando a la defensa de los derechos y a encontrarse con la muerte, según los destinos de Dios.

La primera matanza ocurrió a las 11 de la mañana de ese cruel día viernes del 28 de mayo de 1.920; la segunda matanzas se da a las cuatro de la tarde del mismo día. La ubicación de los indígenas en la parte más alta del caserío, vino a constituir en el blanco perfecto para las balas de los soldados. Muchas víctimas ofrendaron sus vidas, entre ellos constan los nombres de: Lauro Caguana, Pedro Guamán, Emilio Gavín, Apolinario Paucar, Luis Gavín, Doroteo Caguana, entre otros.

Al ver caer a sus compañeros, los demás huyeron por la cima de las colinas de Luisa, precipitándose por las quebradas, barrancos y desfiladeros; los soldados los persiguieron sin ninguna piedad ni misericordia, descendieron por la Moya para llegar a la estación del ferrocarril de Luisa, retornando hasta Riobamba por este medio de transporte.

Mientras unos soldados perseguían por las colinas hasta los llanos de Luisa, los demás que quedaron en el lugar cometieron toda clase de abusos y atropellos, sin importarles absolutamente nada. Al siguiente día, el 29 de mayo, los soldados avanzaron hasta el anejo Chimborazo, ahí se dedicaron al saqueo de casas y chozas; retornan por las lomas del actual caserío Guadalupe, portando consigo los trofeos de guerra consistentes en: ponchos, bayetas, zamarros, betas, estribos, monturas y todo lo que encontraron en el camino, llegan con aquellas prendas a la hacienda Shobol donde el propietario les proporciona descanso, abundante comida, licores y otros presentes.

El día 29 de mayo, se hicieron presentes en la comunidad de Guabug, el párroco del pueblo Dr. Luis Rodríguez, el teniente político Heleodoro Jara y Patricio Naranjo, quienes después de lamentar por los dolorosos acontecimientos, pidieron a los guabeños la devolución de los dos fusiles arrebatados a los soldados el día 27 ya que así se lograría la tranquilidad del caserío. La actitud del cura párroco fue conmovedora, dicen que lloró amargamente antes el despojos humano de las víctimas allí presentes. Los cadáveres de los fallecidos fueron recogidos por los familiares en una choza existente en la colina la misma que desde esa fecha nefasta lleva el nombre de “Guerra Loma”.

Posteriormente y por orden superior, los cuerpos inertes fueron trasladados a la cabecera parroquial de San Juan, para darles cristiana sepultura. Las afligidas esposas, acompañadas solo de mujeres, algunos familiares, vecinas y niños llorosos, historias de la vida en un terrible confusión de angustia, miedo, desesperación cargaron los despojos mortales de sus esposos y familiares; pues, ningún varón se presentó para la lúgubre faena, todos ellos habían huido por temor a masacres y represalias.

Así, en forma por demás inhumana, las esposas e hijas cansadas, sudorosas, desmayadas, sin ánimo y doloridas llegaron a la plaza de la parroquia, donde los soldados en doble fila controlaban agresivos el desfile de los cadáveres conducidos por las inconsolables esposas e hijas.

La desgracia no queda allí, ellas tuvieron que cavar las fosas en el cementerio, para depositar los despojos sangrientos de que esposos, quizá dándoles el beso del adiós, caya cama (hasta pronto).

Esos jóvenes esposos que lucharon por la vida, ayer no más protestaron por las injusticias, los atropellos, los engaños y la explotación de que fueron víctimas.

Luego vino la escena final, cubrir con tierra la tumba de sus seres queridos, cubrir la fosa que con esfuerzo sobrehumano ellas solas las hicieron, sin ayuda alguna, porque así es la miseria a la que someten los detentadores del poder.

Allí quedaron ellos, sin aliento, sin vida pero con una elevada alegría de haber luchado por la vida de sus warmis (mujeres), sus hijos, hijas, nietos, que algún día serían libres como el viento, con la frente altiva y orgullosa de ser hijos de Guabug. Y en este campo santo, donde todos somos iguales, allí la tierra los recibió con amor, allí en esa ladera reposan las víctimas que ofrendaron sus vidas en Guerra Loma, pero ahora ya sin opresiones, sin injusticias, sin odios ni venganzas.

Y después no pasó nada; sin embargo hasta el día de hoy los comuneros parecen escuchar la bocina de tayta “oso”, en las tardes escuchan el triste gemido de la tierna tortolita. Las noches, en medio de la oscuridad de la luna allá arriba en Guerra Loma observan miles de sombras en actitud guerrera, las manos alzadas gritando jatarimuychic (levántense), jacuchic (vámonos), alzarichic (levántense). Allá arriba en Guerra Loma siguen las mujeres gritando mushuc puncna guaguacunapac (nuevo día para los niños).

Allá arriba en Guerra Loma están los héroes, runas por excelencia, con sus zamarros, mirando a los, hijos de los hijos en una nueva lucha que no tendrá final, allá están los abuelos de los abuelos en actitud defensora, porque todavía no hay libertad.

b) El agua del pueblo

Aproximadamente en el año 1920 los pobladores de la parroquia San Juan, ante la necesidad imperiosa de disponer de agua de riego para los fértiles campos, luego de realizar algunas gestiones ante el terrateniente de apellido García, quien se había negado rotundamente conceder el derecho al líquido, debido a la vanidad y egoísmo propio del poder económico, con mucha

cautela lograron construir una acequia que partiendo desde el río Chimborazo, a la altura de la hacienda Santa Lucía conduciría el agua necesaria para las tierras de la localidad.

En este trabajo participaron con mucho entusiasmo los moradores de la comunidad Guabug, quienes a la convocatoria de la minga se levantaron con azadones, palas, picos, lampas, carretillas a sabiendas de que serían los primeros beneficiarios de esta gran obra de salvación.

c) **Él llama corral**

Posiblemente los moradores de Guabug, desconocen una parte muy interesante de la historia del lugar, se trata de la existencia de un hermoso lugar denominado “Llama corral”, el mismo que hace más de 500 años existía en las faldas del cerro Guabug loma, al Sur - este del caserío, en la parte superior de la actual granja experimental de la Unidad Educativa, colindando con los cerros de Nitiluisa y Cunuhuachay.

Hasta el año 1.940 aproximadamente se podía observar restos de paredes de aquellos corrales, los que medían aproximadamente 50 metros por cada lado. Desgraciadamente estos testigos de la historia fueron borrados, no por el tiempo, sino por los terratenientes que se apoderaron de las tierras comunales indígenas.

Cuentas la historia que hace cientos de años todos los terrenos que hoy son haciendas y fincas, pertenecían a los indígenas de los ayllus (caseríos): Guabug, Shobol y Chimborazo, tres grandes ayllus con iguales características étnicas y sociales, divididos posteriormente por los usurpadores.

Como las tierras fueron comunales, los indígenas de Guabug pastaban los rebaños de llamas en aquellos espacios amplios cubiertos de toda clase de yerbas y pajonales y por las tardes los reunían en los corrales para que pasen la noche sin ninguna clase de peligro y porque se requería de su abono para las tierras de cultivo.

Contaban los más viejitos, uno de ellos Tayta Lasho, que anualmente la comuna hacia el tiacu o chacu, consistente en esquila, selección de machos para la procreación, las mejores hembras para madres ,los viejos y viejas para carne y a los más débiles se los sacrificaba para mantener una

especie sana, robusta y selecta. Con la lana, luego de lavarla con cabuya y guarango se hilaba para confeccionar anacos, ponchos y cobijas finas.

Naturalmente que ya se conocía a los borregos españoles, quizá por esta invasión haya desaparecido la llama y el llama corral. La historia pasa pero los recuerdos quedan.

3) Significado del nombre de la comunidad

Durante muchos años se ha conocido a esta comunidad con el nombre de Guabug, así está reconocido en los mapas Geográficos, en las instituciones religiosas, públicas y privadas.

Un estudio bastante ligero de varios documentos, diccionarios, ideas de los mayores, así como algunas relaciones de carácter geográfico, permite tratar de identificar y relacionar unos nombres con otros; por ejemplo: Guano, Guanando, Guaranda, Guanujo, Guamote, Guayaquil, Guayas, Guabug, etc. todos estos lugares geográficos están ubicados junto a ríos; además estos lugares tienen una configuración plana o semiplano que se lo denomina. Por otro lado los lugares ya indicados, así como es Guabug poseen tierras con bastante humedad debido a los ríos que los bañan, hay abundante vegetación siempre verde, y lo que más observable todos están rodeados por elevaciones altas o bajas, así Guaranda está en una meseta rodeada de siete colinas, Guanujo tiene la misma configuración, lo mismo ocurre con Guamote, Guayaquil y otros.

Por estos hechos geográficos tan reales y tan similares a los de esta comunidad, Guabug significaría sin duda alguna Meseta alta y hermosa.

El nombre Guabug tiene una larga tradición lingüística, geográfica y étnica, las que unidas entre sí permite sostener que Guabug significa, meseta hermosa en las alturas donde viven hombres valientes, aguerridos, cultos, elegantes amantes de la libertad, la solidaridad y el trabajo.

Propuesto el significado de la palabra Guabug, cabe destacar el añadido Santa Teresita, claro está que como pueblo católico, a más del nombre originario, se buscara el amparo y la protección de un ser superior.

El primer profesor de esta comunidad, el señor José Manuel Yumi Caguana (1.938 - 1.941), en su diario e historia de la escuela de Guabug menciona que en el año 1.937 los moradores recibieron por una semana las misiones cristianas de los Padres Redentoristas de San Alfonso de la ciudad de Riobamba y ellos propusieron que a más de Guabug se añadiera el nombre de Santa Teresita.

El 8 de noviembre de 1.938 anota el señor Yumi que en esa semana llega a la escuela el sacerdote Redentorista José María Boidín, quien obsequió un cuadro de Santa Teresita del Niño Jesús. Este es el origen religioso del nombre Guabug; Santa Teresita o Santa Teresita de Guabug.

3. Sentido

a. Organización sociopolítica

El organismo que representa oficialmente a la comunidad, es el Cabildo que está conformado de cinco miembros: Presidente, Vicepresidente, Tesorero, Síndico y Secretario, que fueron elegidas en Asamblea Pública en presencia del Teniente Político de la parroquia San Juan.

Los deberes y obligaciones del Cabildo están regidos en el reglamento de la Ley de Comunas y el Reglamento interno que existe en la comunidad, cabe recalcar que la Asamblea es la máxima autoridad en la comunidad.

b. Organización económica

Los habitantes se dedican el 70% a la ganadería (ganado lechera, borregos) y la agricultura, y en un 30% son empleados públicos y privados en diferentes instituciones como: Magisterio, Cemento Chimborazo, Policía Nacional, Brigada Galápagos, Municipio, etc.

Entre los productos que producen tenemos:

Cuadro # 4: Productos que se siembra en la zona

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Habas	<i>Vicia faba</i>	Papilionacea
Alfalfa	<i>Medicago sativa</i>	Papilionaceae
Arveja	<i>Pisum sativum</i>	Fabaceae
Apio	<i>Apium graveolens</i>	Apiaceae
Culantro	<i>Coriandrum sativum</i>	Apiaceae
Zanahoria amarilla	<i>Daucus carota</i>	Apiaceae
Perejil	<i>Petroselinum sativum</i>	Apiaceae
Papas	<i>Solanum tuberosum</i>	Solanáceae
Cebolla colorada	<i>Allium cepa</i>	Liliáceae
Cebolla blanca	<i>Allium sp.</i>	Liliácea
Mashua	<i>Tropaeolum tuberosum</i>	Tropeolácea
Avena	<i>Avena sativa</i>	Poaceae

La producción es para autoconsumo. Por el sistema de herencia las familias tienen poco terreno, razón por la cual un alto porcentaje de los hombres de las comunidades han salido a trabajar en las ciudades.

c. Sistema de Representaciones

1) Sistema mítico

a) Conocimiento lunar

La influencia de los astros sin lugar fue y continua siendo un factor importante para el desarrollo y sobrevivencia de los pueblos. Los antepasados, los “taitas y las “mamas” fueron astrólogos, puesto que poseían el pleno conocimiento sobre el sistema lunar, que se basa en el movimiento y posición de la luna frente a la tierra.

b) Rituales en la agricultura

Antiguamente, se realizaba un proceso de ritualidad en la agricultura, denominados ritos o ceremonias como es la cosecha, en donde existe un personaje principal denominado “Paki” (responsable del canto), quien dirige al grupo que está cosechando desde el inicio hasta la culminación. Por medio de la canción denominada “Haway” que en español quiere decir agradecimiento a la Pachamama (tierra), se agradece a la madre tierra, al padre sol al viento y después de cada estrofa todos cantan repitiendo Haway, Haway, Haway..., todos gritan silban, y de esta manera despertar a los cerros y montañas y así ser escuchados. En este tipo de ceremonias no puede faltar la chicha (bebida tradicional de los pueblos, basada en maíz), y como instrumento musical, la bocina.

2) Religiosidad y religión

La religión dominante es la católica, existe una iglesia en donde se dicta la misa dominical.

3) Ritualidad, festividades y celebraciones

Según sus pobladores sus antepasados realizaban numerosas fiestas tales como: Pacha Pucuy (humedad de la tierra), Inca Raymi Quilla (festejo del inca), Cuzqui Quilla (mes de búsqueda), Chacra Yapuy Quilla (mes de romper la tierra), Aya Marcay Quilla (mes de llevar los difuntos), Capac Inti Raymi (festejo del señor sol), que hoy en día han sido remplazadas por manifestaciones religiosas y culturales.

Actualmente en la comunidad de Guabug se realizan: danzas, juegos pirotécnicos, corridas de toros populares, festivales artísticos, entre las principales son: mes de octubre festividades por Santa Teresita se organizan campeonatos de pelota, atletismo misas, etc. ; mes de febrero carnaval, los miembros de la comunidad se organizan y salen a cantar las coplas carnalescas en cada casa, comparten agua ardiente., a más de ello preparan comida, juegan con polvo, agua y huevo; mes de noviembre día de los difuntos, las familias acuden a la parroquia San Juan en

donde está ubicado el cementerio general, llevan alimentos para compartir junto a sus seres queridos y rezan por el descanso de sus almas.

d. Idioma

El idioma nativo utilizado es el quichwa, dialecto que con el pasar de los años ha venido paulatinamente rezagándose debido a que parte de la población especialmente la juventud han emigrado a las ciudades principales del país. Por tanto el idioma nativo comúnmente es usado por la población perteneciente a la tercera edad y en algunos casos por la gente adulta. De manera general, los habitantes del sector son bilingües, es decir, están en capacidad de comprender y hablar adecuadamente el idioma quichwa y el español.

e. Artes

Utilizando la lana del borrego ancestralmente se ha venido realizando el siguiente proceso: trasquilan el borrego, clasifican la lana, lavan con agua caliente y detergente, escarminan y realizan el wanku que quiere decir proceso de envolver la lana en un wanku caspi (palito adecuado para realizar esta actividad), seguidamente comienzan a hilar, es decir a transformar la lana en hilo, utilizando la motricidad con la ayuda de un sigze (planta) y un piruro (por lo general son semillas pequeñas insertadas en el sigze), el cuál posteriormente será utilizado para la elaboración de tejidos, este trabajo es realizado como una actividad cotidiana, para la elaboración de prendas pequeñas como shigras (bolsos) o bufandas, en tanto que la elaboración de prendas grandes como anacos o bayetas son confeccionadas en telares. (Ver anexo N°06).

f. Sistema de salud

En el sector lamentablemente la mayoría de las personas conocidas como “Yachakuna” (limpiadores, consejeros, parteras, fregadores, limpiadores), han fallecido por la edad, pero gracias a la transmisión del conocimiento de generación en generación todavía existen pocas

personas que han venido practicando este tipo de medicina, que utiliza como medios de diagnóstico elementos vivos como plantas, animales como el cuy.

Privilegiadamente en el sector se da una gran variedad de plantas medicinales que sirven para curar o aliviar enfermedades y dolencias, cuidar el cuerpo o simplemente mantenerlos sanos y con buenas energías.

g. Vestimenta

La tradición indígena se denota en la presencia de colores fuertes, y la vestimenta ancestral del sector de San Juan no es la excepción, las mujeres visten anaco, sombrero blanco, washcas (collares), tupo, bayeta que puede ser de varios colores como: verde, roja, azul, morada realizada de lana de borrego, manillas, cinta de amarrar el pelo y zapatos o botas. En tanto que los varones utilizan poncho de lana, sombrero, camisa, y pantalón. (Ver anexo N°06).

h. Alimentación

En el sector se preparan los siguientes platos típicos:

1) Papas con cuy

Este plato se sirve con lechuga, una buena porción de papas, salsa de maní, pedazo de cuy o cuy entero, se prepara en ocasiones especiales o fiestas, sin faltar el ají.

2) Fanesca

Este plato se prepara en Semana Santa y contiene todo tipo de granos como lenteja, arveja, fréjol, chocho, choclo y con pescado seco. Para adornar el plato se coloca encima rodajas de huevo, plátano frito, o empanadillas.

3) Colada morada

La colada Morada es preparada el día de los difuntos, y se la realiza con harina de maíz negro, condimentada con canela, ishpingo, pimienta de dulce, anís, hierba luisa, arrayán y fruta picada como piña, frutilla. Se sirve con pan en forma de “wawa” (bebé)

4) Chigüiles

Son hechos en harina de maíz y envueltos en hojas de la misma planta y preparados a vapor se sirve especialmente domingo de ramos y pascua.

5) Cariuchi

Compuesto de papas, habas, mellocos, ocas y mashua.

6) Buñuelos

Se prepara en época navideña, el ingrediente principal es la harina de maíz, son en forma de bola se prepara al horno o fritas y se sirve con miel de panela.

7) Papas con achiote

“papa rumiyashka”, se prepara de la siguiente manera: se muele el achiote en la piedra de moler ají, en una olla pequeña de barro se cocina la cebolla blanca y la cebolla colorada con condimentos, se cierne el agua y se mezcla con manteca de chancho y se cocina hasta el punto de pintar la papa

Cabe indicar que existe una marcada diferencia entre la dieta actual con la del pasado, puesto antes se alimentaban de coladas hechas de diferentes tipos de harinas, papas, mashua, ocas y

paulatinamente se han venido imponiendo patrones alimentarios de las corporaciones transnacionales con insumos que son fáciles de cocinar a diferencia de los que provienen de las chacras, los cuales necesitan de procedimientos previos que demandan tiempo.

i. Actividades lúdicas

En la comunidad ha imperado tras el tiempo la participación deportiva en carreras organizadas por instituciones públicas o privadas. En cuanto a la realización de actividades recreativas existe un equipo organizado de fútbol y vóley, que participa en campeonatos con otras comunidades.

B. ANALISIS F.O.D.A.

Cuadro #5 : Análisis FODA de la comunidad Santa Teresita de Guabug

Asuntos internos		Asuntos externos	
Debilidades	Fortalezas	Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Débil coordinación comunitaria. • Señalización de acceso y Señalética interna deficiente. • Introducción de árboles como el pino y el eucalipto. • Disminución del páramo. • Monocultivos. • Aplicación excesiva de abono químico. • Carencia de plantas nativas o de páramo en la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • La comunidad cuenta con atractivos culturales relevantes siendo uno de ellos el tesoro histórico junto con las manifestaciones y representaciones. • La población ha visto en el turismo una alternativa de cambio y paulatinamente se esta incorporando en temas turísticos. • La comunidad cuenta con los servicios básicos indispensables. • La localidad es poseedora de una belleza incomparable junto al nevado Chimborazo, las colinas y vegetación. • Existe Unidad Educativa. • Memoria Colectiva definida. • Características climáticas y del suelo apropiadas para cultivos andinos. • Visión positiva de sus pobladores. • Frecuencia diaria de acceso a la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cerca a la comunidad se encuentra un atractivo focal como es el nevado Chimborazo. • La UCASAJ (Unión de Organizaciones Campesinas de la Parroquia San Juan y la CORDTUCH (Corporación para el desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo), son instituciones que efectivamente apoyan y fortalecen las actividades de desarrollo comunitario. • Idea de implementación de proyectos de turísticos públicos o privados que incorporen en sus objetivos principales la participación activa de la población local. • Las actuales tendencias del turista que se inclina por visitar lugares naturales y comunitarios. • PLANDETUR 2020, abarca ejes de actuación en áreas como: ordenamiento para el turismo sostenible, facilitación turística, turismo sostenible, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desastres naturales. • Sequías • Erupciones volcánicas. • Cambios dramáticos de clima.

C. DECLARATORIA DE LA IMAGEN TURÍSTICA DEL SECTOR

Sin duda el atractivo focal más cercano a la comunidad lo constituye el nevado Chimborazo que está ubicado a 20 km de la comunidad Santa Teresita de Guabug, este atractivo natural posee jerarquía IV que lo califica como excepcional de gran significado para el mercado turístico internacional, capaz de motivar por sí solo una importante corriente de visitantes actual o potencial, el mismo que está siendo conservado a través de programas de mejoramiento agrícola, turístico, ambiental etc. dirigidos por el Ministerio del Ambiente.

Una vez realizado el diagnóstico turístico utilizando la metodología propuesta por Patricio Guerrero Arias, se determinó el parámetro espacialidad que identifica las características relevantes de la comunidad como son: pertenece a una zona de vida denominada bosque siempre verde montano alto, rodeada de hermosas colinas y el Río Chimborazo que es la principal fuente de agua de la parroquia. El clima característico frío y la composición del suelo es uno de los factores importante para el desarrollo de plantas andinas y de páramo. Actualmente específicamente en la localidad no existe fauna nativa, en la proximidad de los páramos se puede apreciar conejos salvajes y aves del sector.

El segundo parámetro definido lo constituye el diagnóstico, mediante el cual se determinó que la comunidad ha sido participe de un arduo trabajo y esfuerzo comunitario que se refleja en el desarrollo de la zona en cuanto a educación, salud y acceso.

En el tercer parámetro estudiado que es la temporalidad que definió; que la comunidad está compuesta en su mayoría de atractivos culturales que fueron identificados mediante el análisis diacrónico el cuál demuestra los orígenes y la memoria colectiva del pueblo cuyos testigos de lucha en contra de la esclavitud y el abuso de aquella época son las colinas de la comunidad. El tanto que la visión sincrónica demuestra que las actuales formas de organización social que parte en la familia, la minga comunitaria, y las reuniones convocadas por el presidente de la comunidad que es la máxima autoridad.

La problemática actual es la carencia de un grupo organizado de la comunidad que incentive, fomente y ejecute proyectos turísticos como una alternativa de mejoramiento de la calidad de la población local, aprovechando los atractivos turísticos.

Por lo tanto, la imagen turística de la comunidad Santa Teresita de Guabug está dado como: un encuentro con la naturaleza junto al nevado Chimborazo, las manifestaciones y representaciones culturales de un pueblo que ha luchado tras las injusticias sociales y se ha mantenido en el tiempo como una comunidad descendiente de pobladores valientes, cultos, y heroicos que cuya herencia para las actuales generaciones constituye la educación, la tierra y los saberes.

“Comunidad Santa Teresita de Guabug tierra fecunda, poseedora de una belleza natural inigualable, forjadora de hombres heroicos y cultos.”

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Universo

El número de visitantes que ingresaron durante el año 2009 a la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, según las estadísticas del Ministerio del Ambiente; es 19.459 turistas de los cuales 11.127 son nacionales y 8.332 son extranjeros, cifras que representan en este caso el universo de estudio.

b. Muestra

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula de Canavos.

1) Tamaño de la muestra de turistas nacionales

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot (p \cdot q)}{(Z - 1) \cdot \frac{Z^2}{n} + (p \cdot q)}$$

$$n = \frac{11.127 \cdot (0.5 \cdot 0.5)}{(11127 - 1) \cdot \frac{0.08}{1.75} + (0.5 \cdot 0.5)}$$

$$n = 118$$

2) Tamaño de la muestra de turistas extranjeros

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot (p \cdot q)}{(n - 1) \cdot \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{n} + (Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

$$n = \frac{8.332 \cdot (0.5 \cdot 0.5)}{(8332 - 1) \cdot \frac{0.08}{1.75} + (0.5 \cdot 0.5)}$$

$$n = 117,9 - 118$$

c. Instrumento

La técnica utilizada para la investigación de campo fue la encuesta y se elaboró un cuestionario como instrumento (anexo N°02)

d. Caracterización de la demanda

Las encuestas se realizaron los meses de diciembre, enero y febrero en el refugio de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, ya que éste constituye el atractivo principal de la zona en donde se pretende implementar el proyecto.

1) **Turistas Nacionales**

a) **Género**

Cuadro # 6: Género

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	65	55%
Femenino	53	45%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

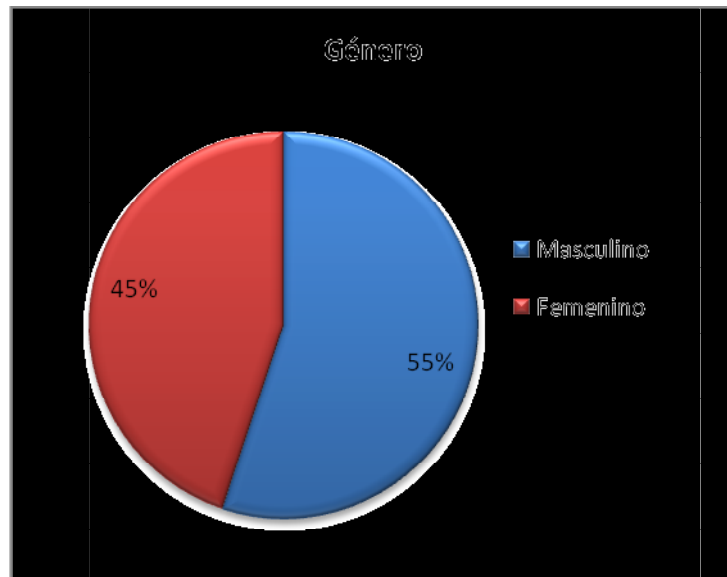


Gráfico No 1. Género

El 55% pertenece al sexo masculino y el 45% al sexo femenino.

b) **Edad**

Cuadro # 7. Edad

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
18 - 26	27	23%
27- 35	25	21%
36 - 44	33	28%
45 - 53	21	18%
54 - 62	12	10%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

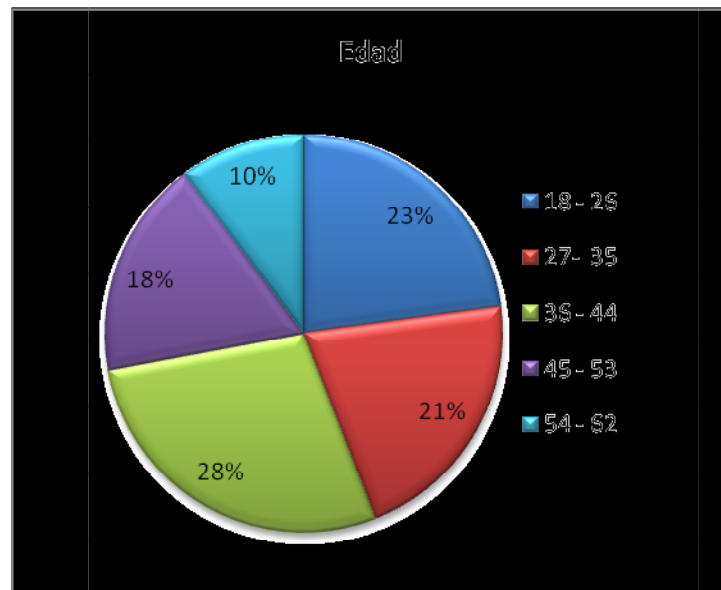


Gráfico No 2. Edad

La edad del 28% de los encuestados comprende entre los 36 y 44 años, el 23% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años, el 21% posee entre 27 y 35 años, el 18% se incluye entre los 45 y 53 años, y el 10% oscilan entre los 54 y 62 años de edad.

c) **Ciudad de residencia**

Cuadro # 8. Ciudad de residencia

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Loja	3	2%
Riobamba	25	21%
Ambato	8	7%
Baños	2	2%
Santo Domingo	7	4%
Cuenca	6	6%
Quito	6	6%
Guayaquil	27	23%
Manta	18	15%
Manabí	16	14%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

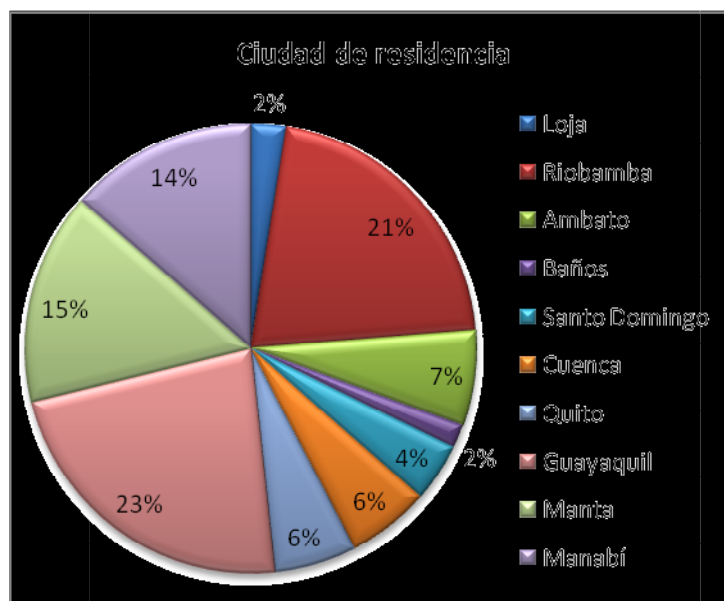


Gráfico No 3. Ciudad de Residencia

El 23% de los encuestados son de la ciudad de Guayaquil; el 21% procede de la ciudad de Riobamba; el 15% es de la ciudad de Manta; el 14% vienen de la ciudad de Manabí; el 7% pertenecen a la ciudad de Ambato; similar porcentaje de 6% son de la ciudad de Cuenca y Quito;

el 4% residen en la ciudad de Santo Domingo y el mismo porcentaje de 2% son de la ciudad de Loja y Baños.

d) Estado laboral

Cuadro # 9. Estado laboral

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Estudiante	21	18%
Trabaja	82	69%
Desempleado	6	5%
Jubilado	9	8%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

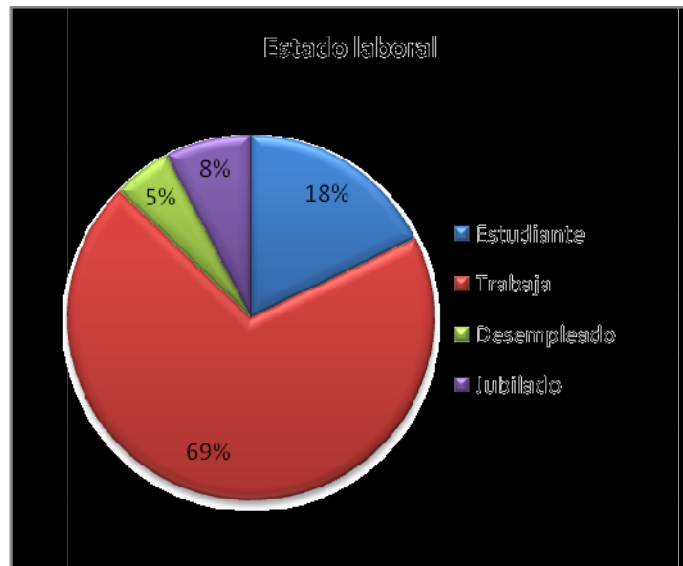


Gráfico No 4. Estado laboral

El 69% de los encuestados trabaja, el 18% son estudiantes, el 8% se han jubilado y el 5% son desempleados.

e) Nivel educativo

Cuadro # 10. Nivel educativo

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	7	6%
Secundaria	15	13%
Universitaria	87	74%
Otros	9	7%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

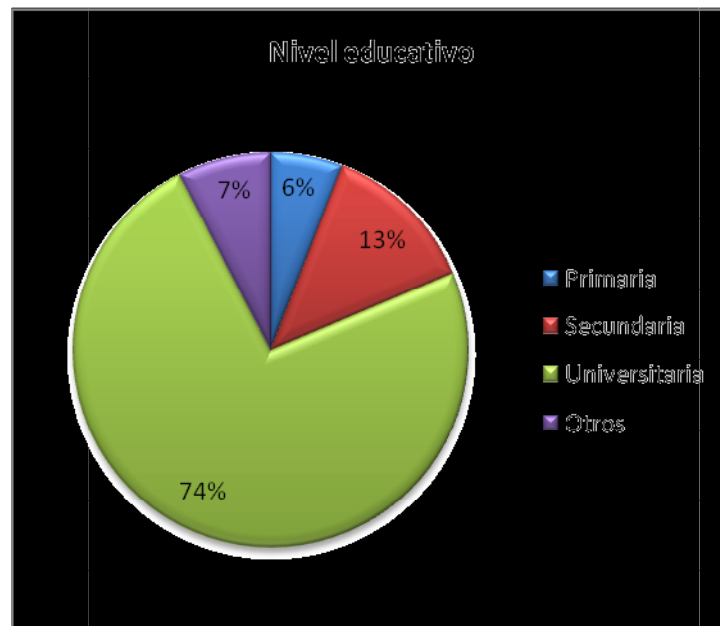


Gráfico No 5. Nivel educativo

El 74% de los encuestados han adquirido estudios universitarios, el 13% cuenta con instrucción secundaria, el 7% posee estudios de cuarto nivel y el 6% tiene educación primaria.

f) Nivel de ingresos económicos mensuales

Cuadro # 11. Nivel de ingresos económicos mensuales

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
< 200 usd	17	14%
201 a 400 usd	19	16%
401 a 600 usd	35	30%
601 a 800 usd	32	27%
> 800 usd	15	13%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

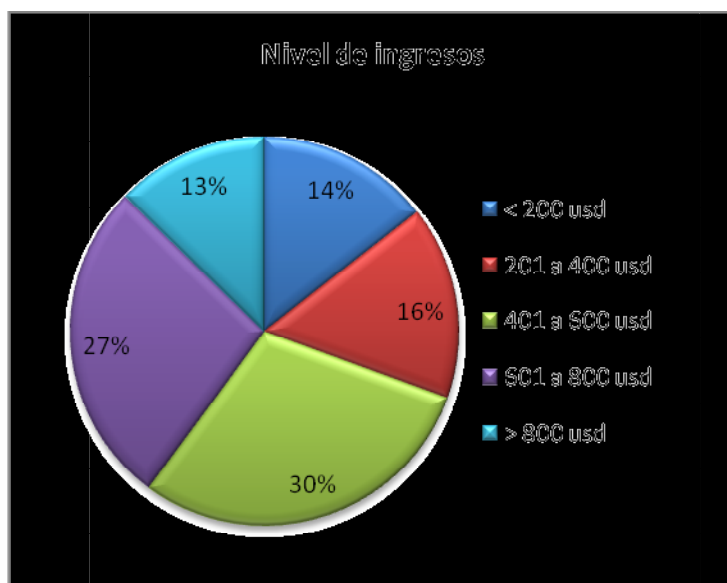


Gráfico No 6. Nivel de ingresos económicos mensuales

El 30% de los encuestados tiene ingresos económicos entre 401 a 600 dólares mensuales, el 27% posee como ingresos económicos entre 601 a 800 dólares mensuales, el 16% recibe de ingresos económicos entre 201 a 400 dólares mensuales, el 14% percibe de ingresos económicos menos de 200 dólares mensuales y el 13% produce como ingresos económicos más de 800 dólares mensuales.

g) **Tamaño del grupo**

Cuadro # 12. Tamaño del grupo

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Solo	9	8%
Dos	20	17%
Tres	26	22%
Cuatro	29	24%
Más de 4	34	29%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

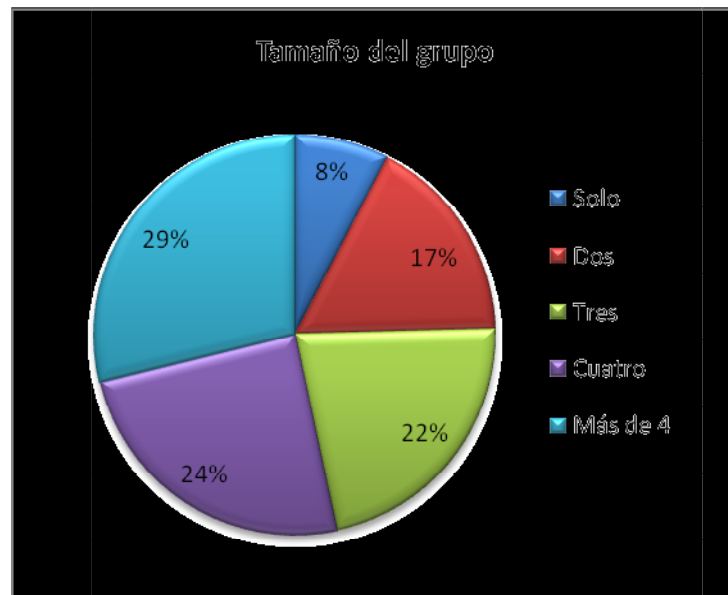


Gráfico No 7. Tamaño del grupo

El 29% de los encuestados visitan el nevado Chimborazo en compañía de más de 4 personas, el 24% lo hacen junto a 4 personas, el 22% llegan con 3 personas, el 17% acuden con 2 personas y el 8% solos.

h) Organización del viaje

Cuadro # 13. Organización del viaje

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Agencia de viajes	32	27%
Independiente	86	73%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

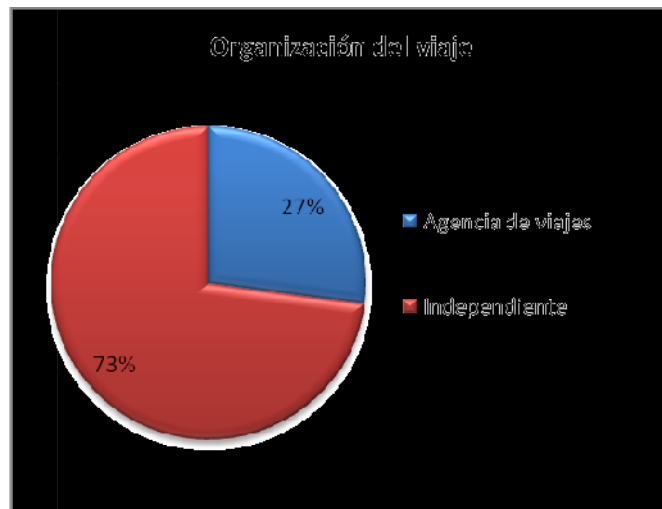


Gráfico No 8. Organización del viaje

El 73% de los encuestados organizan su viaje de forma independiente y el 27% prefiere hacerlo a través de una agencia de viajes.

i) **Aceptación de la idea del proyecto**

Cuadro # 14. Aceptación de la idea del proyecto

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	111	94%
No	7	6%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

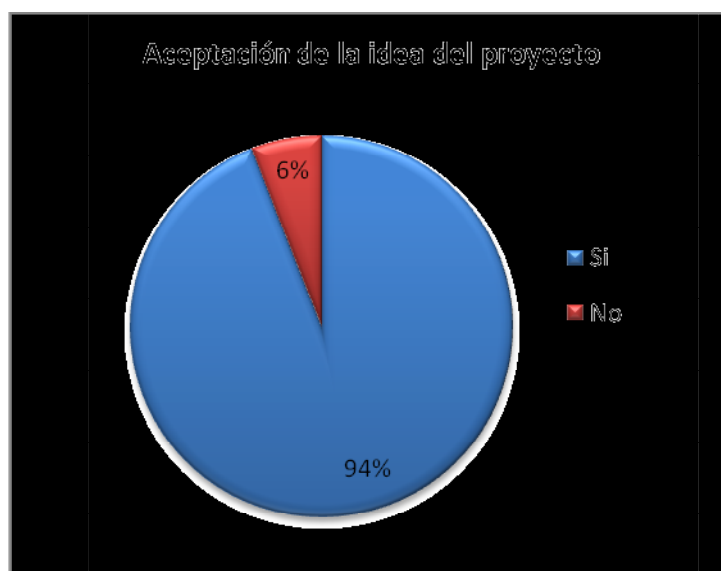


Gráfico No 9. Aceptación de la idea del proyecto

El 94% de los encuestados expresa que le gustaría que cerca al nevado Chimborazo exista una Hostería Agroecoturística y el 6% no está de acuerdo.

j) **Servicios demandados**

Cuadro # 15. Servicios demandados

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Servicio de Hospedaje	78	32%
Servicio de Alimentación	92	38%
Servicio de Recreación	71	30%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta

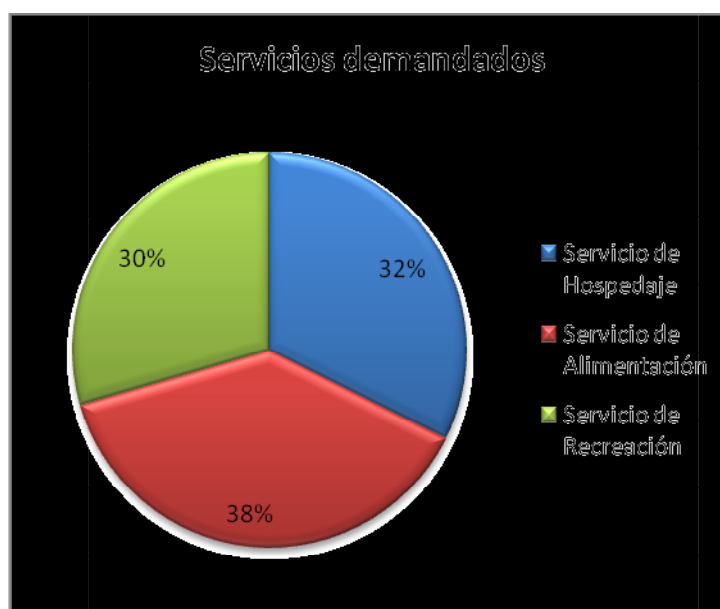


Gráfico No 10. Servicios demandados

El 38% de los encuestados utilizaría el servicio de Alimentación, el 32% harían uso del servicio de hospedaje y el 30% prefieren realizar actividades de recreación y entretenimiento.

k) Actividades preferidas

Cuadro # 16. Actividades preferidas

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Participación el labores agropecuarias	26	8%
Observación de labores agropecuarias	37	12%
Observación sala de exhibición de artesanía local	48	15%
Recorrido hacia atractivos turísticos	62	20%
Cabalgatas	51	16%
Ciclismo de montaña	46	14%
Integral (de todo un poco)	38	12%
Otros	9	3%
TOTAL	318	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico No 11. Actividades preferidas

El 20% de los encuestados prefiere realizar recorridos hacia atractivos turísticos, al 16% le gustaría cabalgar en el campo, el 15% se interesa por la observación de una sala de artesanías de la localidad, al 14% le agradaría practicar ciclismo de montaña, el mismo porcentaje de 12% expresa que prefiere realizar las actividades de forma integral y elige observación de labores

agropecuarias, el 8% escoge participación en labores agropecuarias y el 3% opina que adicionalmente a las actividades antes mencionadas le gustaría visitar lugares especiales para fotografías, realizar escaladas o andinismo.

l) Tiempo de permanencia

Cuadro # 17. Tiempo de permanencia

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Un día	19	16%
Dos días	38	32%
Tres días	35	30%
Más de tres días	26	22%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

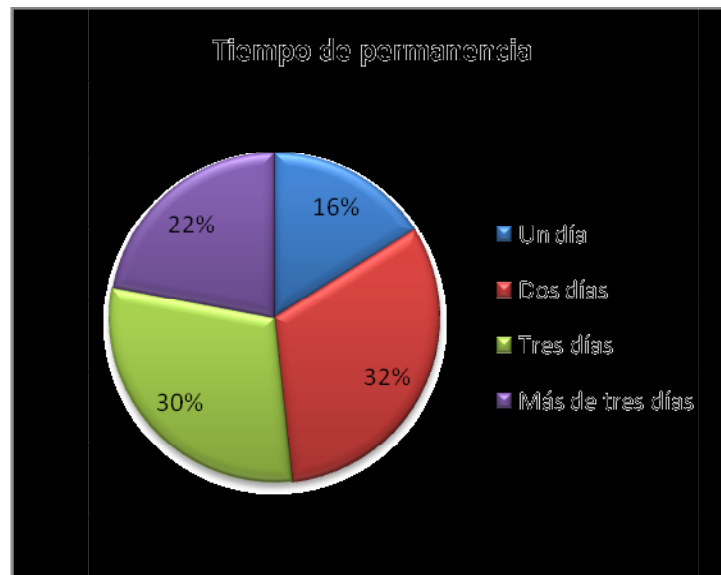


Gráfico No 12. Tiempo de permanencia

El 32% de los encuestados estaría dispuesto a hospedarse 2 días en la Hostería Agroecoturística, al 30% le gustaría permanecer 3 días, el 22% se alojaría más de 3 días y el 16% pasaría 1 día.

m) Medio de información

Cuadro # 18. Medio de información

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Internet	97	33%
Prensa	37	13%
Guías turísticas	23	8%
Radio	28	10%
Televisión	45	15%
Amigos / familiares	54	19%
Otros	5	2%
TOTAL	289	100%

Fuente: Encuesta

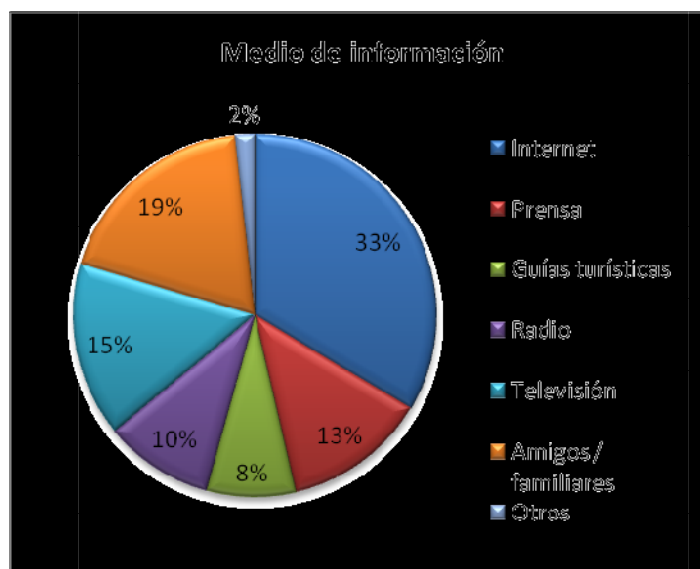


Gráfico No 13. Medio de información

El 33% de los encuestados utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos, el 19% lo hace por medio de amigos o familiares, el 15% a través de la televisión, el 13% a través de la prensa, el 10% con la ayuda de guías turísticas, el 8% se informa por la radio y el 2% usan otros medios de comunicación.

n) **Tipo de comida preferida**

Cuadro # 19. Tipo de comida preferida

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Típica de la zona	75	64%
Ecuatoriana	31	26%
Internacional	8	7%
Vegetariana	4	3%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico No 14. Tipo de comida preferida

Al 64% de los encuestados le gustaría degustar comida típica de la zona, el 26% prefiere comida ecuatoriana, el 7% se inclina por la comida internacional y al 3% le agradaría comida vegetariana.

o) **Estimación de gasto diario por los servicios turísticos**

Cuadro # 20. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
< 10 usd	4	3%
11 a 20 usd	75	64%
21 a 30 usd	29	25%
Más de 31 usd	10	8%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

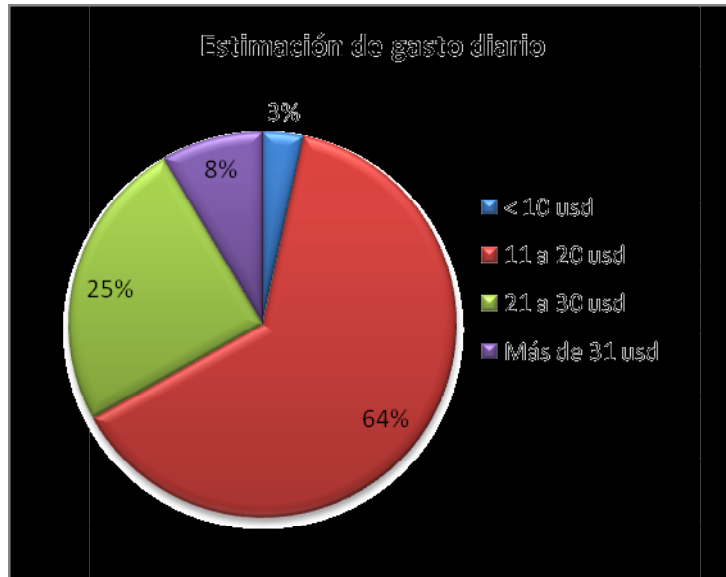


Gráfico No 15. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

El 64% de los encuestados estaría dispuesto a gastar por día y por persona entre 11 a 20 dólares por los servicios turísticos, el 25% estima que pagaría entre 21 a 30 dólares, el 8% considera que pagaría más de 31 dólares y el 3% pagaría menos de 10 dólares.

p) **Forma de pago**

Cuadro # 21. Forma de pago

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Efectivo	84	71%
Tarjeta de crédito	31	26%
Cheque	3	3%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

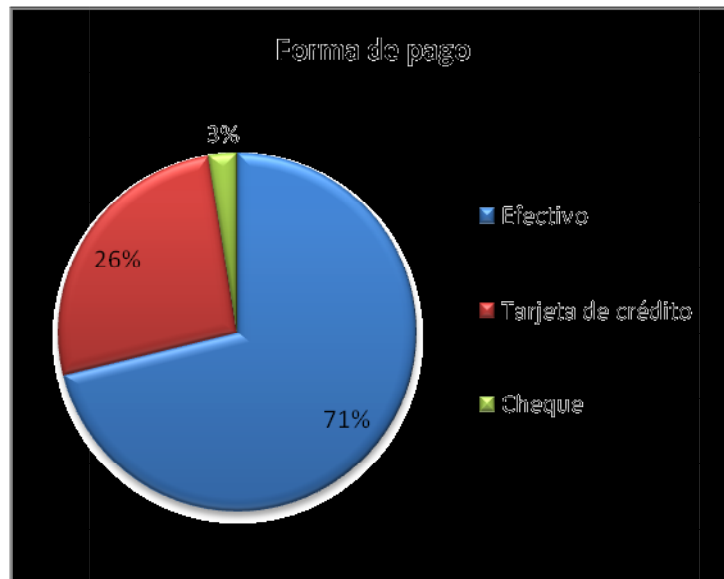


Gráfico No 16. Forma de pago

El 71% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo, el 26% utiliza tarjeta de crédito y el 3% cancela sus consumos por medio de cheques.

2) **Turistas Extranjeros**

a) **Género**

Cuadro # 22. Género

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	58	49%
Femenino	60	51%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

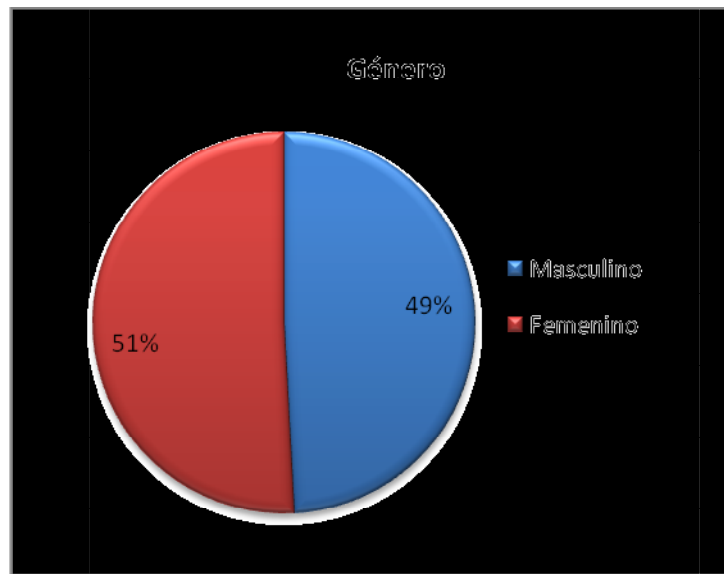


Gráfico No 17. Género

El 51% de los encuestados pertenece al sexo femenino y el 49% al sexo masculino.

b) **Edad**

Cuadro # 23. Edad

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
18 - 26	27	23%
27- 35	30	26%
36 - 44	25	21%
45 - 53	19	16%
54 - 62	17	14%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

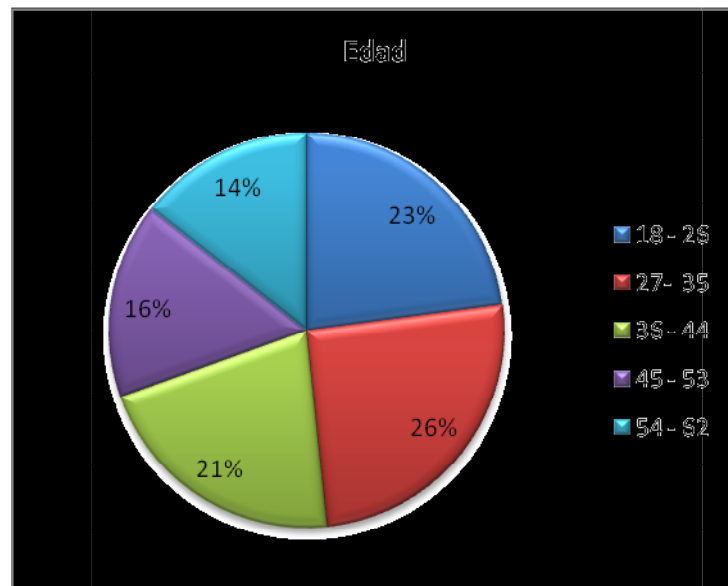


Gráfico No 18. Edad

La edad del 26% de los encuestados comprende entre los 27 y 35 años, el 23% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años, el 21% posee entre 36 y 44 años, el 16% se incluye entre los 45 y 53 años, y el 14% oscila entre los 54 y 62 años de edad.

c) País de residencia

Cuadro # 24. País de residencia

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Colombia	4	3%
Argentina	4	3%
Costa Rica	6	5%
Polonia	8	7%
Nueva Zelanda	6	5%
Suiza	3	3%
Alemania	10	8%
Estados Unidos	15	13%
Canadá	8	7%
Londres	6	5%
Checoslovaquia	5	4%
Holanda	8	7%
Netherlans	7	6%
Italia	6	5%
Austria	5	4%
España	6	5%
Francia	11	9%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico No 19. País de residencia

El 13% de los encuestados son de Estados Unidos; el 9% procede de Francia; el 8% son de Alemania; similar porcentaje de 7% pertenecen a Polonia, Canadá, Holanda; el 6% llegan desde Netherlans; igual porcentaje de 5% vienen de costa Rica, Nueva Zelanda, Londres, Italia y España; el mismo porcentaje de 4% viajan desde Checoslovaquia y Austria y semejante porcentaje de 3% provienen de Argentina, Colombia y Suiza.

d) Estado laboral

Cuadro # 25. Estado laboral

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Estudiante	30	26%
Trabaja	78	66%
Desempleado	4	3%
Jubilado	6	5%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

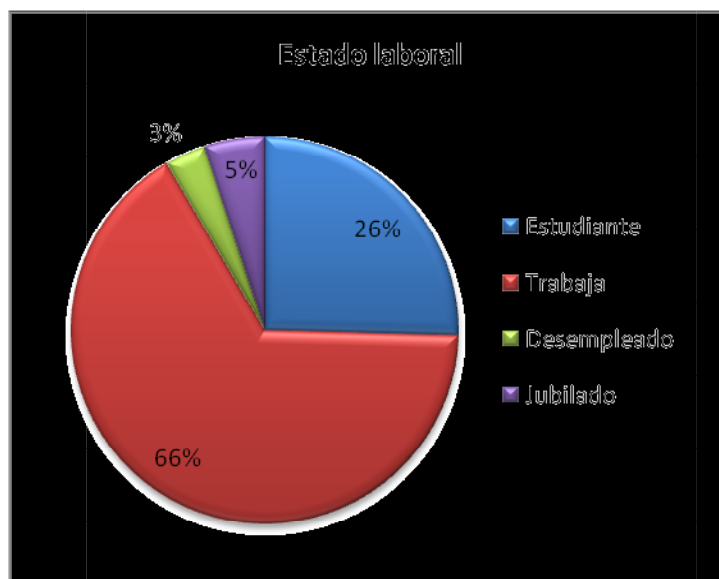


Gráfico No 20. Estado laboral

El 66% de los encuestados trabaja, el 26% son estudiantes, el 5% están jubilados y el 3% son desempleados.

e) **Pregunta No 5. Nivel educativo**

Cuadro # 26. Nivel educativo

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	2	2%
Secundaria	16	14%
Universitaria	76	64%
Otros	24	20%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

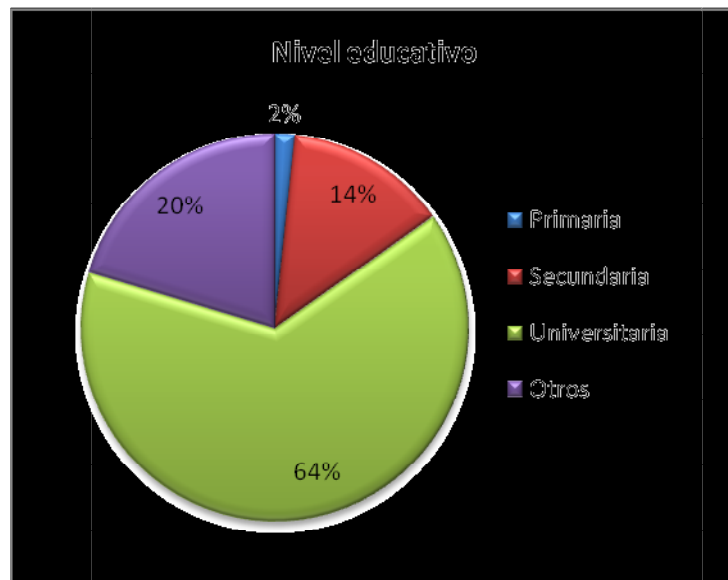


Gráfico No 21. Nivel educativo

El 64% de los encuestados han adquirido estudios universitarios, el 20% posee estudios de cuarto nivel, el 14% cuenta con instrucción secundaria y el 2% tiene educación primaria.

f) Nivel de ingresos económicos mensuales

Cuadro # 27. Nivel de ingresos económicos mensuales

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
< 200 usd	2	2%
201 a 400 usd	7	6%
401 a 600 usd	10	8%
601 a 800 usd	62	53%
> 800 usd	37	31%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

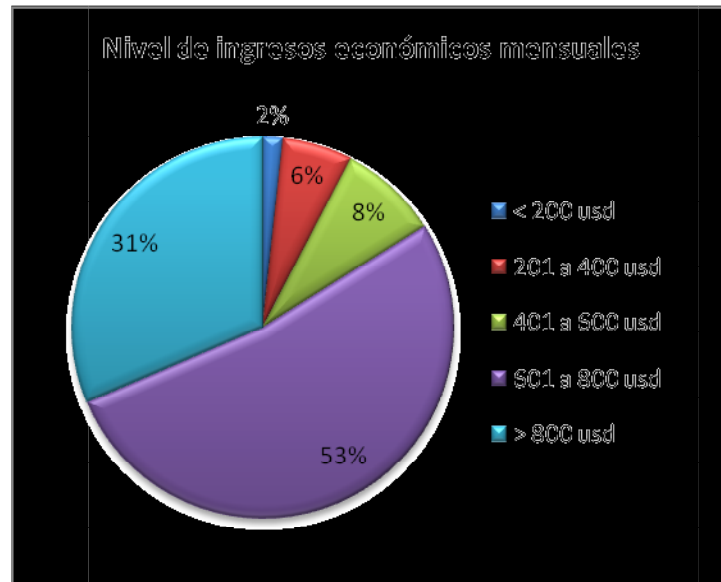


Gráfico No 22. Nivel de ingresos económicos mensuales

El 53% de los encuestados posee como ingresos económicos entre 601 a 800 dólares mensuales, del 31% el ingreso económico es mayor a 800 dólares mensuales, el 8% recibe de ingresos económicos entre 401 a 600 dólares mensuales, el 6% percibe como ingresos económicos entre 201 a 400 dólares mensuales y el 2% adquiere como ingresos económicos menos de 200 dólares mensuales.

g) **Tamaño del grupo**

Cuadro # 28. Tamaño del grupo

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Solo	12	10%
Dos	21	18%
Tres	27	23%
Cuatro	23	19%
Más de cuatro	35	30%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico No 23. Tamaño del grupo

El 30% de los encuestados visitan el nevado Chimborazo en compañía de más de 4 personas, el 23% junto a 3 personas, el 19% llegan con 4 personas, el 18% con 2 personas y el 10% solos.

h) Organización del viaje

Cuadro # 29. Organización del viaje

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Agencia de viajes	62	53%
Independiente	56	47%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

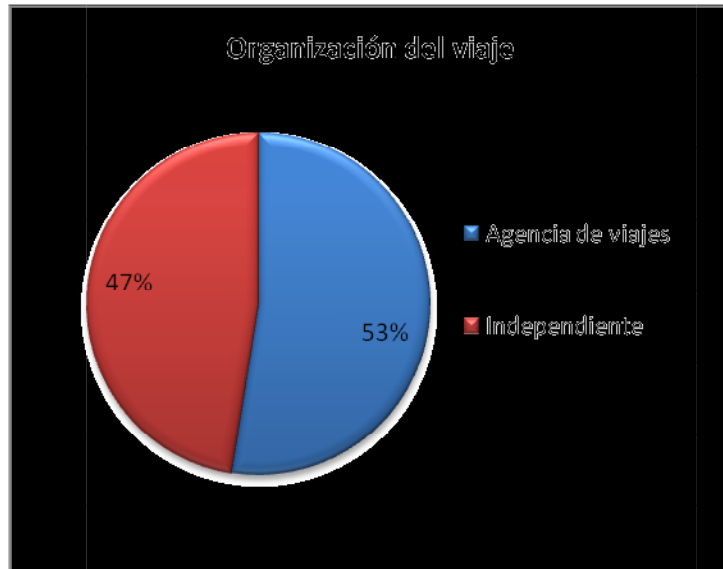


Gráfico No 24. Organización del viaje

El 53% de los encuestados viaja por medio de una operadora turística y el 47% prefiere hacerlo independientemente.

i) **Aceptación de la idea del proyecto**

Cuadro # 30. Aceptación de la idea del proyecto

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	114	97%
No	4	3%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

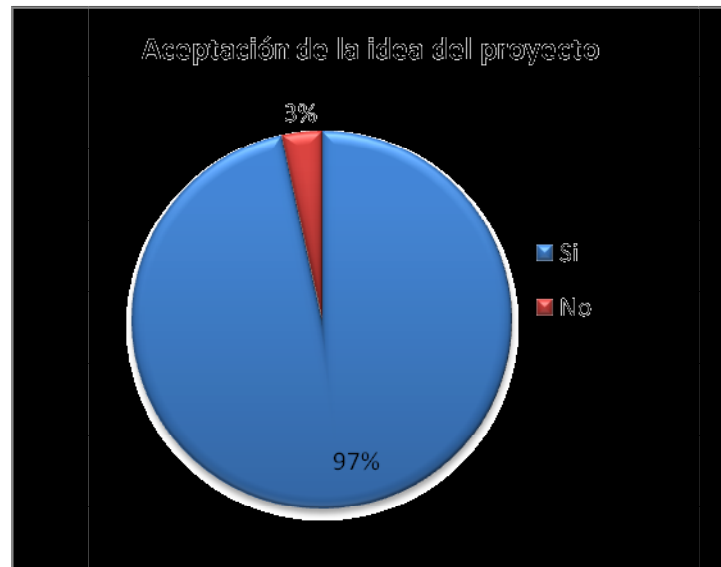


Gráfico No 25. Aceptación de la idea del proyecto

El 98% de los encuestados expresa que le gustaría que cerca al nevado Chimborazo exista una Hostería Agroecoturística y el 2% no está de acuerdo.

j) **Servicios demandados**

Cuadro # 31. Servicios demandados

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Servicio de Hospedaje	101	35%
Servicio de Alimentación	91	31%
Servicio de Recreación	99	34%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

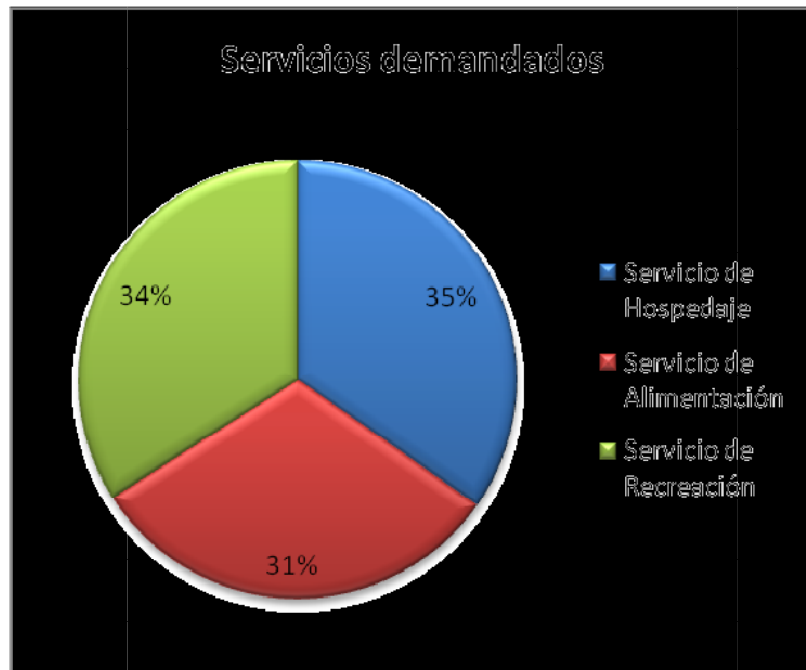


Gráfico No 26. Aceptación de la idea del proyecto

El 35% de los encuestados utilizaría el servicio de Hospedaje, el 34% prefieren el servicio de recreación y entretenimiento y el 31% el servicio de alimentación.

k) **Actividades preferidas**

Cuadro # 32. Actividades preferidas

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Participación el labores agropecuarias	43	13%
Observación de labores agrícolas	32	10%
Observación sala de exhibición de artesanía local	42	13%
Recorrido hacia atractivos turísticos	60	18%
Cabalgatas	44	14%
Ciclismo de montaña	48	15%
Integral (de todo un poco)	51	16%
Otros	4	1%
TOTAL	324	100%

Fuente: Encuesta

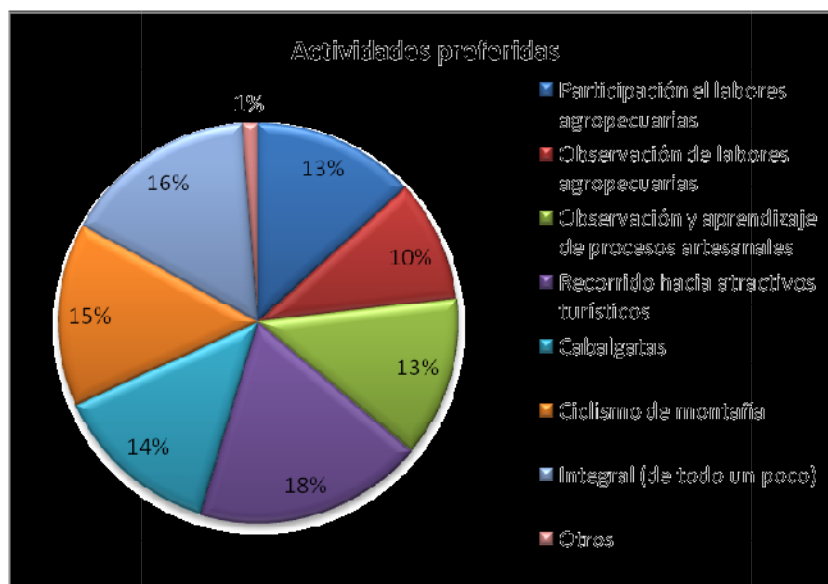


Gráfico No 27. Actividades preferidas

El 18% de los encuestados prefiere realizar recorridos hacia atractivos turísticos, el 16% se inclina por realizar las actividades de forma integral, al 15% le agradaría practicar ciclismo de montaña, el 14% le gustaría cabalgar en el campo, similar porcentaje de 13% opta por participar el labores agropecuarias y Observación sala de exhibición de artesanía local, el 10% elige

observación de labores agropecuarias y el 1% opina que adicionalmente a las actividades antes mencionadas le gustaría realizar escaladas.

l) Tiempo de permanencia

Cuadro # 33. Tiempo de permanencia

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Un día	21	18%
Dos días	30	25%
Tres días	42	36%
Más de tres días	25	21%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

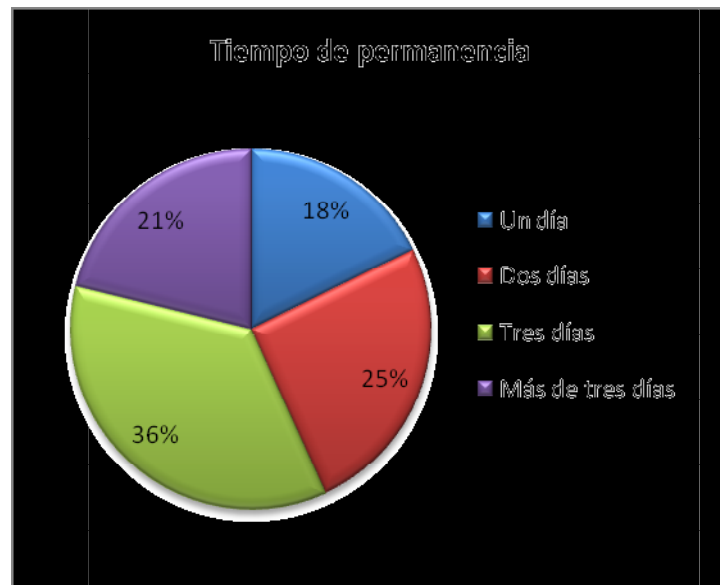


Gráfico No 28. Tiempo de permanencia

El 36% de los encuestados estaría dispuesto a hospedarse 3 días en la Hostería Agroecoturística, al 25% le gustaría permanecer 2 días, el 21% se alojaría más de 3 días y el 18% pasaría 1 día.

m) Medio de información

Cuadro # 34. Medio de información

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Internet	98	44%
Prensa	0	0%
Guías turísticas	56	25%
Radio	0	0%
Televisión	0	0%
Amigos / familiares	52	24%
Otros	16	7%
TOTAL	197	100%

Fuente: Encuesta

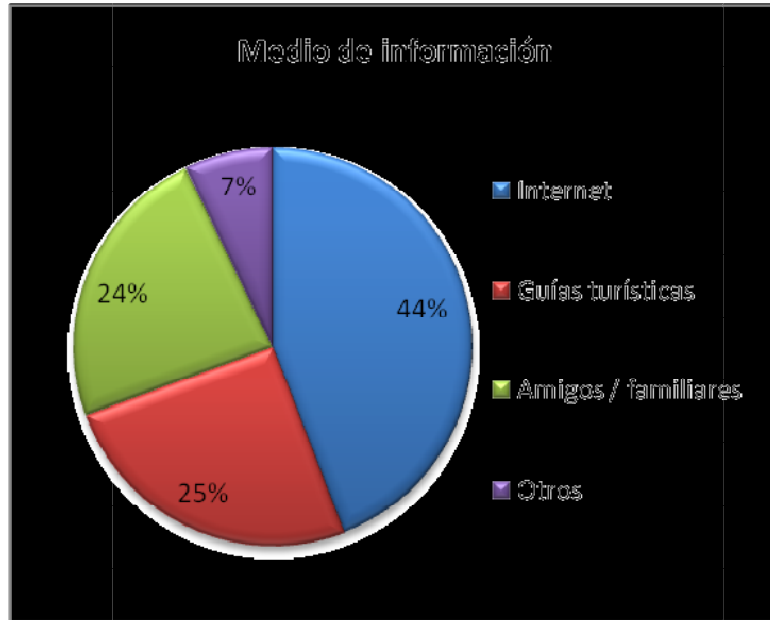


Gráfico No 29. Medios de información

El 44% de los encuestados utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos, el 25% lo hace a través de guías turísticas, el 24% por medio de amigos o familiares y el 7% se informa con la ayuda de libros de guía (guide books).

n) **Tipo de comida preferida**

Cuadro # 35. Tipo de comida preferida

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Típica de la zona	63	46%
Ecuatoriana	49	36%
Internacional	18	13%
Vegetariana	6	5%
TOTAL	136	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico No 30. Tipo de comida preferida

Al 46% de los encuestados le gustaría degustar comida típica de la zona, el 36% prefiere comida ecuatoriana, el 13% se inclina por la comida internacional y al 5% le agradaría comida vegetariana.

o) **Estimación de gasto diario por los servicios turísticos**

Cuadro # 36. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
< 10 usd	0	0%
11 a 20 usd	21	18%
21 a 30 usd	57	48%
Más de 31 usd	40	34%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

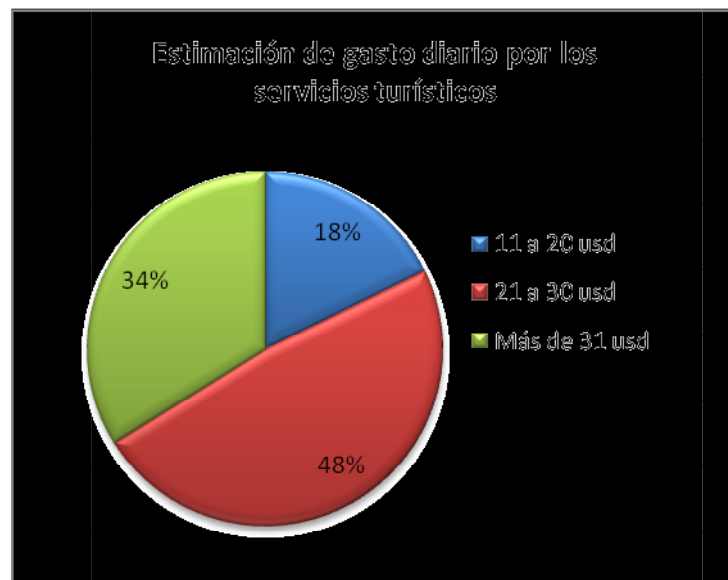


Gráfico No 31. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

El 48% de los encuestados estima que pagaría diariamente entre 21 a 30 dólares por los servicios turísticos, el 34% estaría dispuesto a gastar más de 31 dólares y el 18% gastaría entre 11 a 20 dólares.

p) **Forma de pago**

Cuadro # 37. Forma de pago

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Efectivo	67	57%
Tarjeta de crédito	51	43%
Cheque	0	0%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

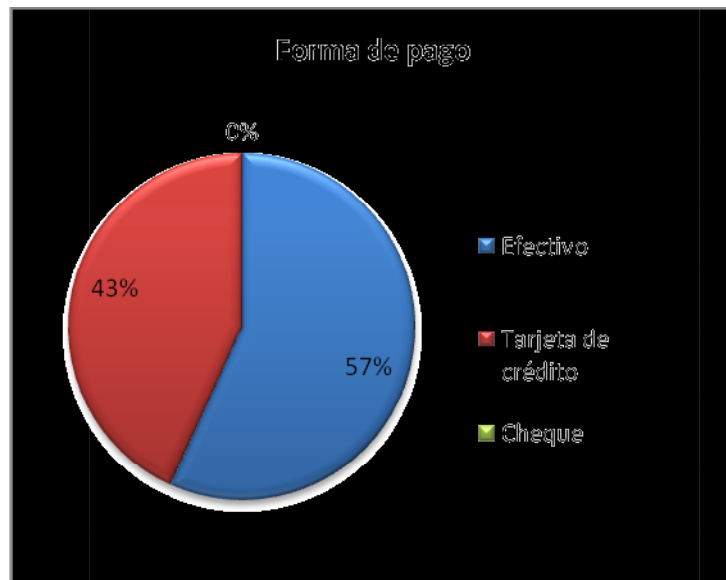


Gráfico No 32. Forma de pago

El 52% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo y el 48% utiliza tarjeta de crédito.

e. Perfil de la demanda

1) Turistas nacionales

El 55% de los encuestados pertenecen al sexo masculino y el 45% al sexo femenino.

El 72% de los encuestados posee entre 18 y 44 años de edad y el 28% oscila entre los 45 y 62 años de edad.

El 52% de los encuestados proceden de la región Costa y el 42% pertenecen a la región Sierra.

El 69% de los encuestados trabaja y el 18% son estudiantes.

El 74% de los encuestados poseen estudios universitarios y el 13% cuenta con instrucción secundaria.

El 46% de los encuestados tienen como ingresos económicos entre 201 a 600 dólares mensuales y el 40% más de 600 dólares.

En promedio, cada turista visita el nevado Chimborazo acompañado de 3 personas, es decir forman un grupo de 4 personas incluido el encuestado.

El 73% de los encuestados viajan independientemente y el 27% lo hace a través de una agencia de viajes.

Al 94% de los encuestados le gustaría que existiera una Hostería Agroecoturística cerca al nevado Chimborazo.

El 20% de los encuestados prefieren realizar recorridos hacia atractivos turísticos, al 16% le gustaría cabalgar en el campo, el 15% se interesa por observación y apreciación de artesanías propios de la zona, al 14% le agradaría practicar ciclismo de montaña, el mismo porcentaje de 12% expresa que prefiere realizar las actividades de forma integral y elige observación de labores agropecuarias, el 8% escoge participación en labores agropecuarias.

En promedio cada turista le gustaría permanecer 3 días en la hostería.

El 32% de los encuestados opina que usaría el servicio de hospedaje el 38% prefiere el servicio de alimentación y el 30% el servicio de recreación.

El 33% de los encuestados utilizan internet para informarse, el 19% lo hace por amigos y familiares.

Al 64% de los encuestados le agrada degustar comida típica de la zona y el 26% prefiere comida ecuatoriana.

El 64% de los encuestados estarían dispuestos a gastar diariamente y por persona entre 11 a 20 dólares por los servicios turísticos y el 33% estima que pagarían más de 21 dólares.

El 71% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo y el 26% utiliza tarjeta de crédito.

2) Turistas extranjeros

El 51% de los encuestados pertenece al sexo femenino y el 49% al sexo masculino.

El 49% de los encuestados posee entre 18 y 35 años de edad y el 37% oscila entre los 36 y 53 años de edad.

El 13% de los encuestados son de Estados Unidos; el 9% procede de Francia; el 8% son de Alemania; similar porcentaje de 7% pertenecen a Polonia, Canadá, Holanda; el 6% llegan desde Netherlands; igual porcentaje de 5% vienen de Costa Rica, Nueva Zelanda, Londres, Italia y España; el mismo porcentaje de 4% viajan desde Checoslovaquia y Austria y semejante porcentaje de 3% provienen de Argentina, Colombia y Suiza.

El 66% de los encuestados trabaja y el 26% son estudiantes.

El 64% de los encuestados poseen estudios universitarios y el 20% posee estudios de cuarto nivel.

El 53% de los encuestados tiene como ingresos económicos entre 601 a 800 dólares mensuales y el 31% más de 800 dólares.

En promedio, cada turista visita el nevado Chimborazo acompañado de 3 personas, es decir forman un grupo de 4 personas incluido el encuestado.

El 53% de los encuestados viajan a través de una operadora turística y el 47% independientemente.

Al 97% de los encuestados le gustaría que existiera una Hostería Agroecoturística cerca al nevado Chimborazo.

El 35% de los encuestados utilizarían el servicio de hospedaje, el 31% se elige el servicio de alimentación y el 34% prefiere el servicio de recreación.

El 18% de los encuestados prefieren realizar recorridos hacia atractivos turísticos, el 16% se inclina por realizar las actividades de forma integral, al 15% le agradaría practicar ciclismo de montaña, el 14% le gustaría cabalgar en el campo, similar porcentaje de 13% opta por participar en labores agropecuarias y observación de procesos artesanales, el 10% elige observación de labores agropecuarias.

En promedio, a cada turista le gustaría permanecer 3 días en la hostería.

El 44% de los encuestados utiliza internet para informarse, el 25% lo hace a través de guías turísticas y el 24% por medio de amigos y familiares.

Al 46% de los encuestados le agradaría degustar comida típica de la zona y el 36% prefiere comida ecuatoriana.

El 48% de los encuestados estaría dispuesto a gastar diariamente y por persona entre 21 a 30 dólares por los servicios turísticos y el 34% estima que pagaría más de 31 dólares.

El 52% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo y el 48% utiliza tarjeta de crédito.

f. Proyección de la demanda

Se realizó la proyección de la demanda para los próximos 10 años tomando como referencia los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas. De los 19.459 (11.127 nacionales y 8.332 extranjeros) turistas que ingresaron a la Reserva de Producción Faunística Chimborazo en el año 2009 según las estadísticas del Ministerio del Ambiente: el 94% correspondiente a 10.459 turistas nacionales y el 97% equivalente a 8.082 turistas extranjeros manifestaron que les gustaría que existiera una hostería Agroecoturística cerca al nevado Chimborazo en donde puedan hospedarse y realizar actividades turísticas. Es decir un total de 18.541 serían nuestros clientes potenciales.

Cuadro # 38. Proyección de la demanda nacional para los próximos 10 años

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA		
AÑO	TURISTAS	EXTRANJEROS
2010 (0)	10459	8082
2011 (1)	11170	8632
2012 (2)	11930	9219
2013 (3)	12741	9845
2014 (4)	13607	10515
2015 (5)	14533	11230
2016 (6)	15521	11994
2017 (7)	16576	12809
2018 (8)	17704	13680
2013 (9)	18907	14610
2014 (10)	20193	15604

Fuente: Encuesta

2. Análisis de la oferta

a. Oferta sustitutiva

Para determinar la oferta sustitutiva se han considerado aquellos establecimientos turísticos con características semejantes, donde el entorno natural sea el aspecto prioritario.

1) Características de Hosterías

Existen 5 hosterías en la ciudad de Riobamba que son las siguientes:

Cuadro # 39. Características de la Hostería Abraspungo

Razón Social: HOSTERIA ABRASPUNGO	
Ubicación	Km. 3/2 vía a Guano
Categoría	Primera
# Habitaciones	42
#Plazas	52
Servicios ofertados	Fax y teléfono Internet inalámbrico Restaurante de comida nacional e internacional Servicio de bar Servicio de lavandería Parqueadero Jardines Sala de conferencias para 50 personas City tours para grupos (bajo pedido) Áreas verdes Masajes y terapias naturales Cuarto de juegos de mesa
Precio habitación	Sencilla: 78,74 - Doble: 109 - Suit: 150 Precios incluyen desayuno e impuestos
Clientes anuales	4200 (afluencia alta julio, agosto y septiembre)

Fuente: Entrevista e información secundaria

Cuadro # 40. Características de la Hostería El Troje

Razón Social: HOSTERIA EL TROJE	
Ubicación	Km. 4/2 vía a Chambo
Categoría	Primera
# Habitaciones	40
#Plazas	234
Servicios ofertados	Baño Privado Televisión (TV Satelital) Alfombradas de pared a pared Ducha con agua caliente Chimeneas (A excepción de 16 habitaciones) Teléfono
Precio habitación	Sencilla: 46 Doble: 55 Triple:66 Incluido desayuno continental
Clientes anuales	3252 (temporada alta julio y agosto)

Fuente: Entrevista e información secundaria

Cuadro # 41. Características de la Hostería El Toril

Razón Social: HOSTERÍA EL TORIL	
Ubicación	Vía a baños km 1
Categoría	Primera
# Habitaciones	33
#Plazas	120
Servicios ofertados	Habitaciones: alfombras, tv cable, baño privado Restaurante, bar – cafetería con capacidad para 100 personas Sala de entretenimiento - Salón de eventos con capacidad para 280 personas - Salón auditorio con capacidad para 100 personas Servicio de internet banda ancha - TV - Cable Piscinas cubiertas, sauna, 2 turco, 3 hidromasaje, polar y Spa Cancha deportivas múltiples futbol – vóley y áreas verdes Plaza de toros Javier Erazo Basantes y Parqueaderos Área de asaderos
Precio habitación	Sencilla: 15 Cabaña: 15 pp.
Clientes anuales	1200 (afluencia alta feriados excepto año nuevo). Básicamente esta hostería es sede de congresos y seminarios

Fuente: Entrevista e información secundaria

Cuadro # 42. Características de la Hostería Andaluza

Razón Social: HOSTERIA ANDALUZA	
Ubicación	Panamericana norte km 16, vía Ambato, Guano
Categoría	Primera
# Habitaciones #Plazas	55 140
Servicios ofertados	TV - Cable Baño privado (agua caliente 24h) Restaurante, bar cafetería ,karaoke Canchas, áreas verdes, salón para eventos, juegos de mesa Garaje
Precio habitación	Sencilla: 61 Doble: 73,20
Clientes anuales	2364 aproximadamente

Fuente: Entrevista e información secundaria

Cuadro # 43. Características de la Hostería Bambú

Razón Social: HOSTERÍA BAMBÚ	
Ubicación:	Av. Pedro Vicente Maldonado Km. 1 y Av. Saint Ammand Montrond, Panamericana Sur
Categoría:	Primera
# Habitaciones #Plazas	19 32
Servicios ofertados	Piscina temperada, sauna, turco ,hidromasaje y baños de cajón 3 Salones de recepción Cancha de fulbito Parqueadero Restaurant con platos de comida nacional e internacional Direc tv, internet inalámbrico Baño privado (agua caliente 24h) Restaurante, bar cafetería ,karaoke Canchas, áreas verdes, salón para eventos, juegos de mesa Garaje
Precio habitación	20 en promedio
Clientes anuales	3360 aprox. (variable todos los meses del año – no existe una estacionalidad marcada)

Fuente: Entrevista e información secundaria

b. Oferta complementaria

1) Características de centros turísticos ubicados en la vía al Chimborazo

a) Casa Cóndor Chimborazo

La Comunidad Pulinguí San Pablo, y su Centro de Turismo Comunitario Casa Cóndor, están ubicados al noroeste de la ciudad de Riobamba, a 37 km en la vía a los refugios del nevado Chimborazo, parroquia de San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Realizan tours de uno, dos, tres, cuatro y cinco días, en los que se realiza las siguientes actividades y servicios: caminatas y cabalgatas, recorridos turísticos se ofrece el servicio de alimentación y hospedaje a través de campamentos comunitarios, existe capacidad para albergar a 40 personas. La alimentación se basa en productos de la zona y los guías son de la comunidad.

b) Centro turístico que pertenece a La Unión de Organizaciones Campesinas de la Parroquia San Juan (UCASAJ)

Ofrecen el servicio de alojamiento a través de 4 habitaciones que cuentan con agua caliente. Servicio de restaurante.

La Unión de Organizaciones Campesinas de la Parroquia San Juan (UCASAJ) está formada por 23 comunidades indígenas de esa región ubicada en el Cantón Riobamba, en la provincia de Chimborazo. La sede está a 18 km de la ciudad de Riobamba, vía a los refugios Chimborazo. Las comunidades que la componen están en la zona de amortiguamiento de la Reserva de Fauna Chimborazo. Realizan las siguientes actividades turísticas: actividades espirituales- religiosas, de aventura, cabalgatas, ciclismo, ecología, naturaleza, educación, investigación, voluntariado, giras, montañismo, paseos.

Las tarifas generales van desde los 50 dólares hasta 100 dólares.

c) Centro Turístico Pulinguí Santa Ana

Este destino comunitario se ubica en el cantón Guano, provincia del Chimborazo, a una distancia de 14 km de la ciudad de Riobamba. A él se accede en vehículo privado, por la carretera Panamericana, hasta llegar a un desvío en la antigua vía a Quito, desde allí se recorre 3 km y se atraviesa cinco comunidades hasta llegar a la de Pulinguí Santa Ana.

La comunidad ofrece servicio de guiado, alojamiento en casas comunales y alimentación a base de productos locales de gran valor nutritivo.

No existen paquetes organizados, pues la comunidad guarda flexibilidad para que el visitante elija las actividades de su preferencia y según el tiempo de que disponga. La duración de un paquete básico puede ser de 1 a 4 días, cuya tarifa es de unos 35 USD por día y por persona, incluyendo alimentación, hospedaje, transporte interno y guiado.

2) Hoteles y Restaurantes de la ciudad de Riobamba

Se tomó en cuenta los establecimientos turísticos que constan en el Catastro del Ministerio de Turismo (2009). (Ver anexo N°05).

c. Proyección de la oferta

Se realizó la proyección de la oferta para los próximos 10 años, en base a la demanda de las cinco hosterías existentes en la ciudad de Riobamba. Luego de realizar la respectiva investigación de campo se obtuvo un total de 14376 turistas consumen la oferta existente, que los cuales el 57% son nacionales y el 43% extranjeros.

Para la proyección de la oferta se utilizó la fórmula del incremento compuesto.

Cuadro # 44. Proyección de la oferta para los próximos 10 años

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2010 (0)	8194	6182	14376
2011 (1)	8751	6602	15354
2012 (2)	9346	7051	16398
2013 (3)	9982	7531	17513
2014 (4)	10661	8043	18704
2015 (5)	11386	8590	19975
2016 (6)	12160	9174	21334
2017 (7)	12987	9798	22784
2018 (8)	13870	10464	24334
2013 (9)	14813	11176	25988
2014 (10)	15820	11936	27756

Fuente: Investigación primaria y secundaria

3. Confrontación oferta- demanda

a. **Proyección de la demanda insatisfecha**

Cuadro # 45. Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 10 años

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2010 (0)	2265	1900	4165
2011 (1)	2419	2029	4448
2012 (2)	2584	2167	4751
2013 (3)	2759	2315	5074
2014 (4)	2947	2472	5419
2015 (5)	3147	2640	5787
2016 (6)	3361	2820	6181
2017 (7)	3590	3011	6601
2018 (8)	3834	3216	7050
2013 (9)	4095	3435	7529
2014 (10)	4373	3668	8041

Fuente: Investigación primaria y secundaria

b. Proyección demanda objetivo

En este proyecto se trabajará estimando captar el 90% de la demanda insatisfecha.

Cuadro # 46. Proyección de la demanda objetivo para los próximos 10 años

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2010 (0)	2039	1710	3749
2011 (1)	2177	1826	4003
2012 (2)	2325	1950	4276
2013 (3)	2483	2083	4566
2014 (4)	2652	2225	4877
2015 (5)	2832	2376	5209
2016 (6)	3025	2538	5563
2017 (7)	3231	2710	5941
2018 (8)	3450	2894	6345
2013 (9)	3685	3091	6776
2014 (10)	3936	3301	7237

Fuente: Investigación primaria y secundaria

4. Análisis Mercadotécnico

a. Canales de Distribución

Para llegar a los consumidores se utilizarán dos canales de distribución: canal directo y canal detallista.

Canal directo es decir, del productor al consumidor se utilizará debido a que el 60% de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el Chimborazo lo hacen de forma independiente es decir sin intermediarios.

Canal detallista, puesto que se pretende llegar a una parte del mercado a través de operadoras turísticas a nivel nacional constituyéndose así en intermediarias.

b. Estrategias de promoción y publicidad

1) Medios publicitarios para la empresa

Debido a que la mayoría de turistas nacionales y extranjeros utilizan internet como medio para conocer acerca de nuevos lugares turísticos se diseñará una página web.

Se diseñarán tarjetas de presentación de la empresa, las cuales serán coloradas en las unidades de turismo a nivel nacional. En días de feriados nacionales se realizarán cuñas publicitarias en radios a nivel nacional. Se participará en ferias de turismo.

2) Slogan

Delirio natural, testigo de una cultura ancestral y heroica.

3) Logotipo



Gráfico No 33. Logotipo de la empresa

4) Colores que identificarán a la empresa

Verde: características paisajísticas y representación de la naturaleza.

Café. Demostración de la calidad del suelo y la fertilidad de la tierra.

Azul: Pureza de aire y agua que nace en el nevado Chimborazo.

c. Cargos y responsabilidades del área comercial

1) Cargos y funciones del área comercial

Cuadro # 47. Manual de funciones Recepcionista

Título del puesto	Recepcionista – Cajero
Áreas de responsabilidad	Caja – Recepción
Tareas inherentes al puesto: <ul style="list-style-type: none">• Presentar facturas de compra de insumos al gerente.• Coordinar el trabajo con el personal.• Supervisar el horario de trabajo.• Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir.• Análisis de los problemas y soluciones.• Coordinar y dirigir el trabajo con el personal.• Dar la bienvenida a los turistas y explicarle sobre los servicios.	

2) **Políticas de remuneración para el área comercial**

Cuadro # 48. Políticas de remuneración para el área comercial

CARGO	N°	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cajero - Recepcionista	1	370	5180

3) **Determinación de inversiones y gastos del área comercial**

a) **Activos fijos del área comercial**

Cuadro # 49. Activos fijos del área comercial

RUBRO	CANTIDAD (u)	COSTO UNITARIO (usd)	COSTO TOTAL (usd)
Área de recepción			
Equipos de oficina			
Equipos de computo (computador e impresora)	1	900	900
Teléfono Panasonic	2	45	90
Calculadora	1	20	20
Sub total 1			1010
Muebles y enseres			
Counter de recepción (2m x1,18)	1	285	285
Decoración	1	200	200
Silla	1	55	55
			540
Sub total 2			1550
Imprevistos 10%			155
TOTAL			1705

b) **Gastos del área comercial**

Cuadro # 50. Gastos del área comercial

RUBRO	CANTIDAD (u)	COSTO ANUAL (usd)
Página web	1	290
Trípticos papel cauché tamaño A5	1000	90
Tarjetas de presentación papel cauche de 300g	1000	60
TOTAL		440

Página web (cubre el posicionamiento derecho de su dominio personal, conexiones en internet y motores de búsquedas en los sitios webs más populares).

C. ESTUDIO DE MERCADO

5. Análisis de la demanda

g. Universo

El número de visitantes que ingresaron durante el año 2009 a la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, según las estadísticas del Ministerio del Ambiente; es 19.459 turistas de los cuales 11.127 son nacionales y 8.332 son extranjeros, cifras que representan en este caso el universo de estudio.

h. Muestra

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula de Canavos.

3) Tamaño de la muestra de turistas nacionales

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot (p \cdot q)}{(Z - 1) \cdot \frac{Z^2}{n} + (p \cdot q)}$$

$$n = \frac{11.127 \cdot (0.5 \cdot 0.5)}{(11127 - 1) \cdot \frac{0.08}{1.75} + (0.5 \cdot 0.5)}$$

$$n = 118$$

4) Tamaño de la muestra de turistas extranjeros

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot (p \cdot q)}{(n - 1) \cdot \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{n} + (Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

$$n = \frac{8.332 \cdot (0.5 \cdot 0.5)}{(8332 - 1) \cdot \frac{0.08}{1.75} + (0.5 \cdot 0.5)}$$

$$n = 117,9 - 118$$

i. Instrumento

La técnica utilizada para la investigación de campo fue la encuesta y se elaboró un cuestionario como instrumento (anexo N°02)

j. Caracterización de la demanda

Las encuestas se realizaron los meses de diciembre, enero y febrero en el refugio de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, ya que éste constituye el atractivo principal de la zona en donde se pretende implementar el proyecto.

3) **Turistas Nacionales**

q) **Género**

Cuadro # 6: Género

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	65	55%
Femenino	53	45%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

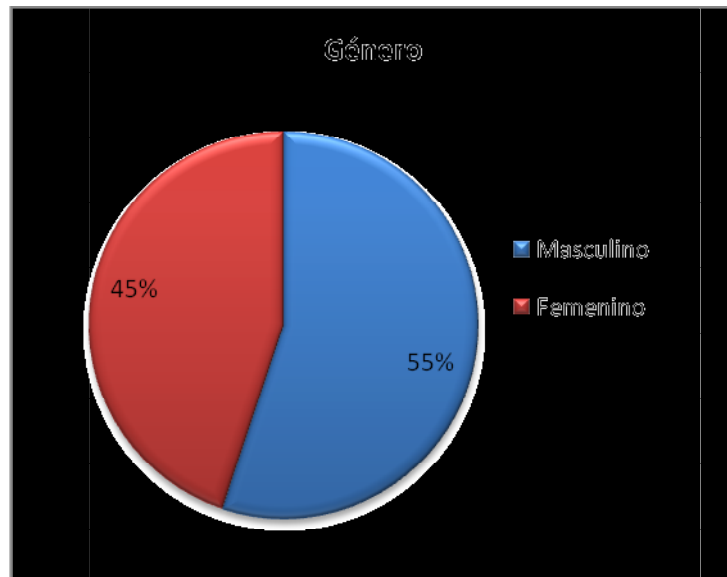


Gráfico No 1. Género

El 55% pertenece al sexo masculino y el 45% al sexo femenino.

r) **Edad**

Cuadro # 7. Edad

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
18 - 26	27	23%
27- 35	25	21%
36 - 44	33	28%
45 - 53	21	18%
54 - 62	12	10%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

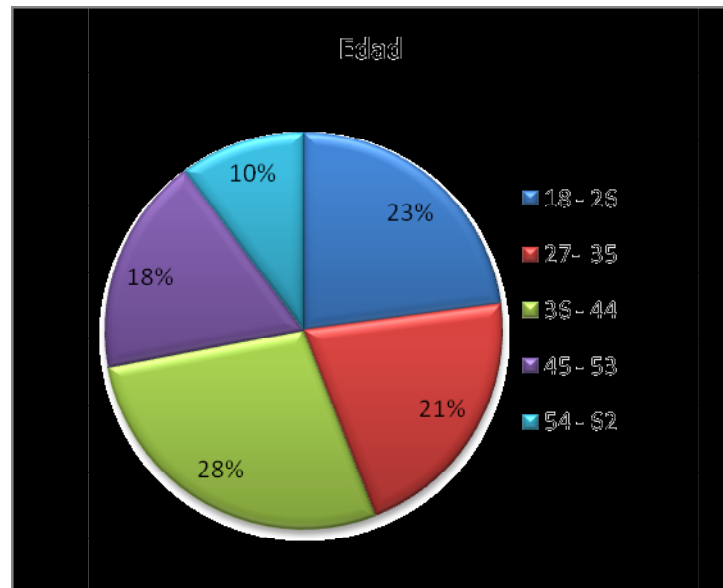


Gráfico No 2. Edad

La edad del 28% de los encuestados comprende entre los 36 y 44 años, el 23% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años, el 21% posee entre 27 y 35 años, el 18% se incluye entre los 45 y 53 años, y el 10% oscilan entre los 54 y 62 años de edad.

s) Ciudad de residencia

Cuadro # 8. Ciudad de residencia

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Loja	3	2%
Riobamba	25	21%
Ambato	8	7%
Baños	2	2%
Santo Domingo	7	4%
Cuenca	6	6%
Quito	6	6%
Guayaquil	27	23%
Manta	18	15%
Manabí	16	14%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

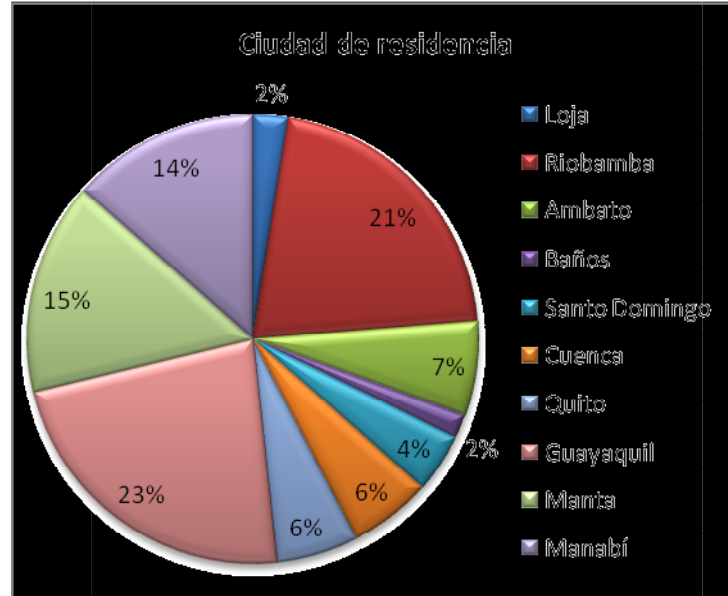


Gráfico No 3. Ciudad de Residencia

El 23% de los encuestados son de la ciudad de Guayaquil; el 21% procede de la ciudad de Riobamba; el 15% es de la ciudad de Manta; el 14% vienen de la ciudad de Manabí; el 7% pertenecen a la ciudad de Ambato; similar porcentaje de 6% son de la ciudad de Cuenca y Quito;

el 4% residen en la ciudad de Santo Domingo y el mismo porcentaje de 2% son de la ciudad de Loja y Baños.

t) **Estado laboral**

Cuadro # 9. Estado laboral

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Estudiante	21	18%
Trabaja	82	69%
Desempleado	6	5%
Jubilado	9	8%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

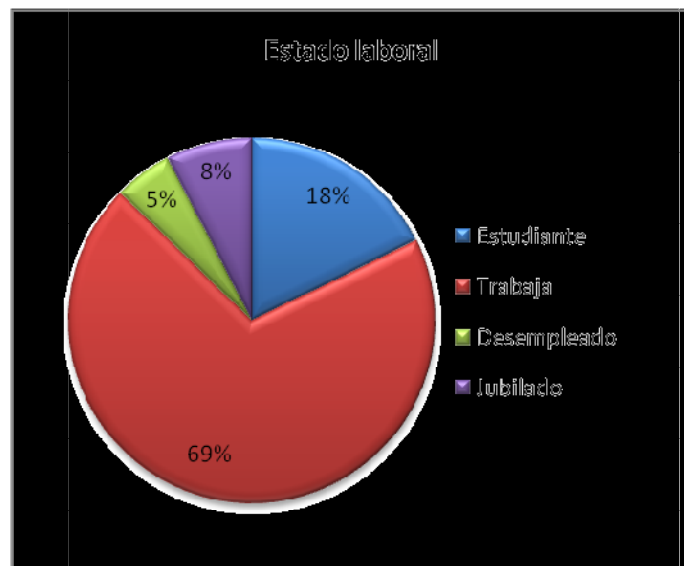


Gráfico No 4. Estado laboral

El 69% de los encuestados trabaja, el 18% son estudiantes, el 8% se han jubilado y el 5% son desempleados.

u) Nivel educativo

Cuadro # 10. Nivel educativo

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	7	6%
Secundaria	15	13%
Universitaria	87	74%
Otros	9	7%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

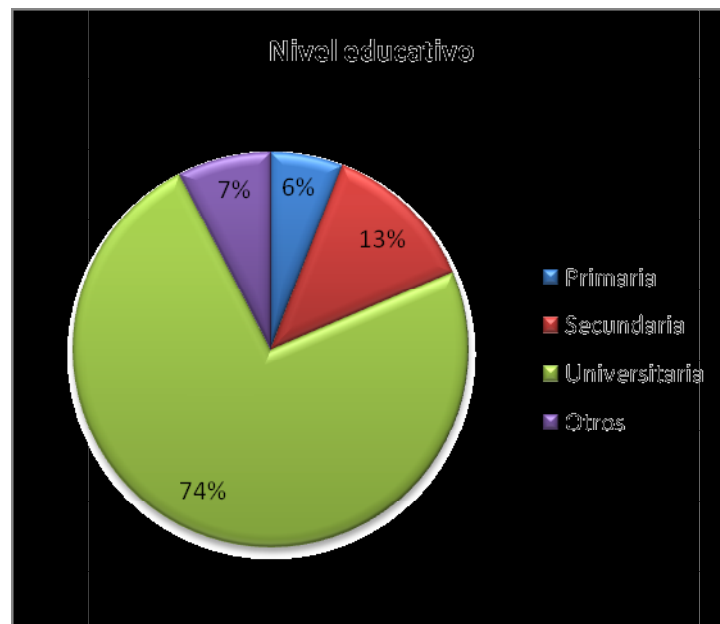


Gráfico No 5. Nivel educativo

El 74% de los encuestados han adquirido estudios universitarios, el 13% cuenta con instrucción secundaria, el 7% posee estudios de cuarto nivel y el 6% tiene educación primaria.

v) Nivel de ingresos económicos mensuales

Cuadro # 11. Nivel de ingresos económicos mensuales

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
< 200 usd	17	14%
201 a 400 usd	19	16%
401 a 600 usd	35	30%
601 a 800 usd	32	27%
> 800 usd	15	13%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

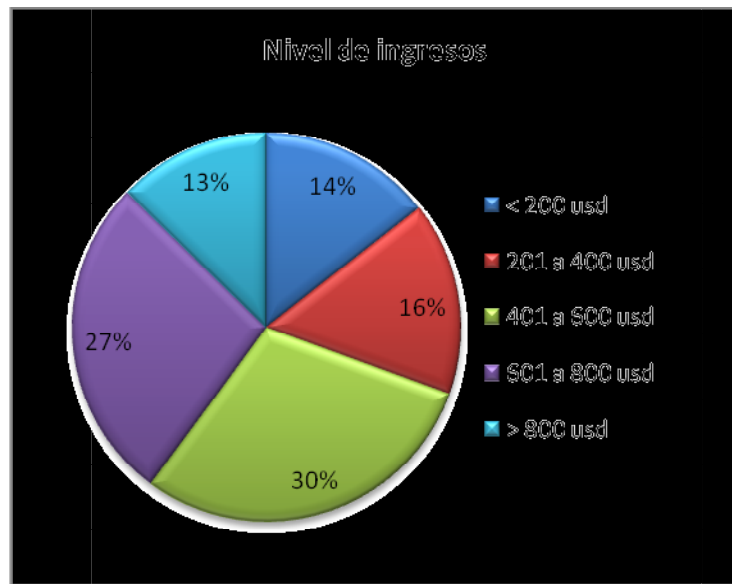


Gráfico No 6. Nivel de ingresos económicos mensuales

El 30% de los encuestados tiene ingresos económicos entre 401 a 600 dólares mensuales, el 27% posee como ingresos económicos entre 601 a 800 dólares mensuales, el 16% recibe de ingresos económicos entre 201 a 400 dólares mensuales, el 14% percibe de ingresos económicos menos de 200 dólares mensuales y el 13% produce como ingresos económicos más de 800 dólares mensuales.

w) **Tamaño del grupo**

Cuadro # 12. Tamaño del grupo

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Solo	9	8%
Dos	20	17%
Tres	26	22%
Cuatro	29	24%
Más de 4	34	29%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

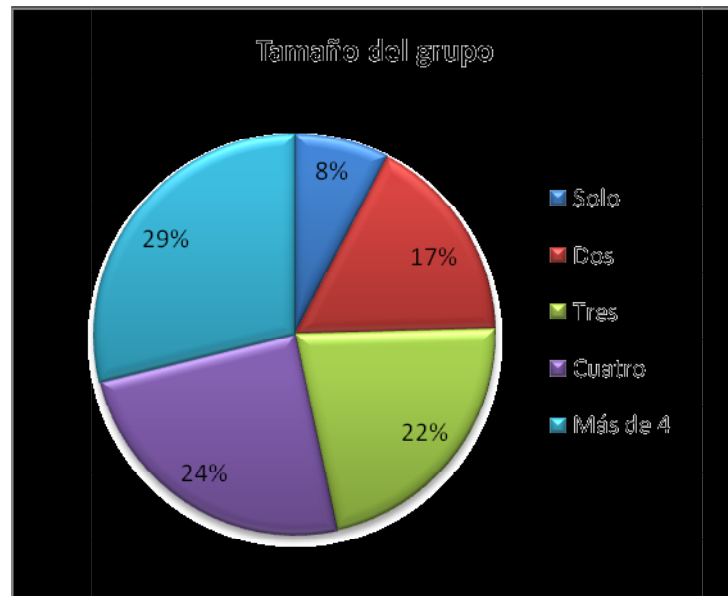


Gráfico No 7. Tamaño del grupo

El 29% de los encuestados visitan el nevado Chimborazo en compañía de más de 4 personas, el 24% lo hacen junto a 4 personas, el 22% llegan con 3 personas, el 17% acuden con 2 personas y el 8% solos.

x) **Organización del viaje**

Cuadro # 13. Organización del viaje

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Agencia de viajes	32	27%
Independiente	86	73%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

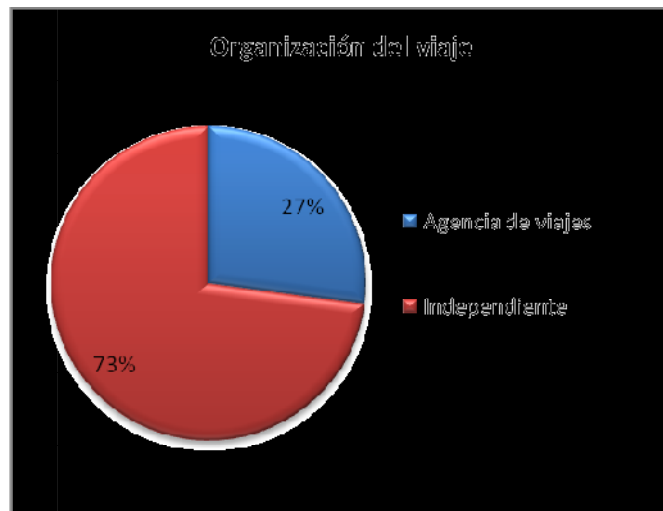


Gráfico No 8. Organización del viaje

El 73% de los encuestados organizan su viaje de forma independiente y el 27% prefiere hacerlo a través de una agencia de viajes.

y) **Aceptación de la idea del proyecto**

Cuadro # 14. Aceptación de la idea del proyecto

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	111	94%
No	7	6%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

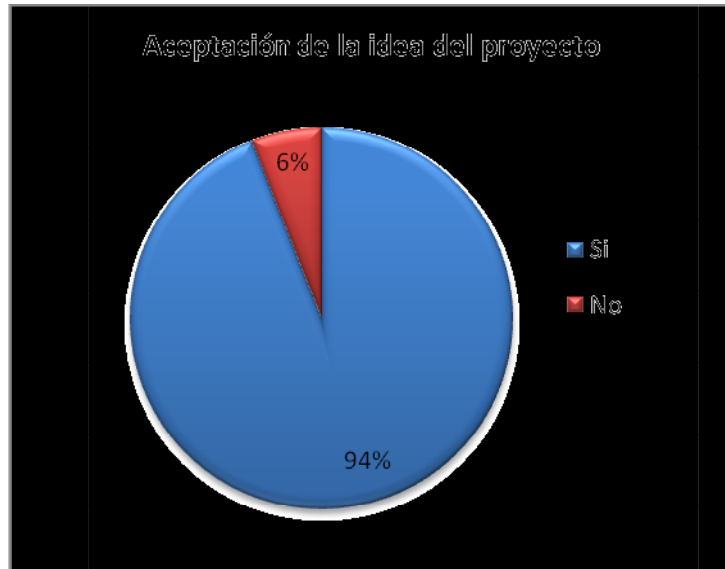


Gráfico No 9. Aceptación de la idea del proyecto

El 94% de los encuestados expresa que le gustaría que cerca al nevado Chimborazo exista una Hostería Agroecoturística y el 6% no está de acuerdo.

z) Servicios demandados

Cuadro # 15. Servicios demandados

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Servicio de Hospedaje	78	32%
Servicio de Alimentación	92	38%
Servicio de Recreación	71	30%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta

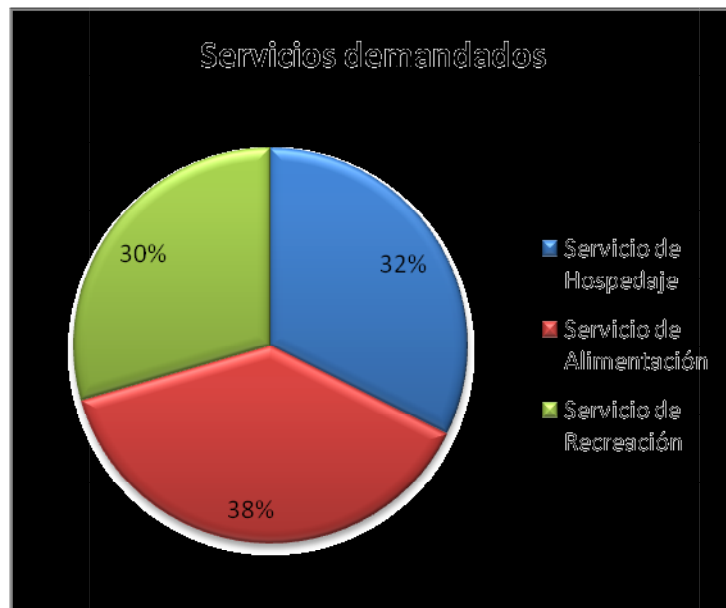


Gráfico No 10. Servicios demandados

El 38% de los encuestados utilizaría el servicio de Alimentación, el 32% harían uso del servicio de hospedaje y el 30% prefieren realizar actividades de recreación y entretenimiento.

aa) **Actividades preferidas**

Cuadro # 16. Actividades preferidas

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Participación el labores agropecuarias	26	8%
Observación de labores agropecuarias	37	12%
Observación sala de exhibición de artesanía local	48	15%
Recorrido hacia atractivos turísticos	62	20%
Cabalgatas	51	16%
Ciclismo de montaña	46	14%
Integral (de todo un poco)	38	12%
Otros	9	3%
TOTAL	318	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico No 11. Actividades preferidas

El 20% de los encuestados prefiere realizar recorridos hacia atractivos turísticos, al 16% le gustaría cabalgar en el campo, el 15% se interesa por la observación de una sala de artesanías de la localidad, al 14% le agradaría practicar ciclismo de montaña, el mismo porcentaje de 12% expresa que prefiere realizar las actividades de forma integral y elige observación de labores

agropecuarias, el 8% escoge participación en labores agropecuarias y el 3% opina que adicionalmente a las actividades antes mencionadas le gustaría visitar lugares especiales para fotografías, realizar escaladas o andinismo.

bb) Tiempo de permanencia

Cuadro # 17. Tiempo de permanencia

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Un día	19	16%
Dos días	38	32%
Tres días	35	30%
Más de tres días	26	22%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico No 12. Tiempo de permanencia

El 32% de los encuestados estaría dispuesto a hospedarse 2 días en la Hostería Agroecoturística, al 30% le gustaría permanecer 3 días, el 22% se alojaría más de 3 días y el 16% pasaría 1 día.

cc) Medio de información

Cuadro # 18. Medio de información

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Internet	97	33%
Prensa	37	13%
Guías turísticas	23	8%
Radio	28	10%
Televisión	45	15%
Amigos / familiares	54	19%
Otros	5	2%
TOTAL	289	100%

Fuente: Encuesta

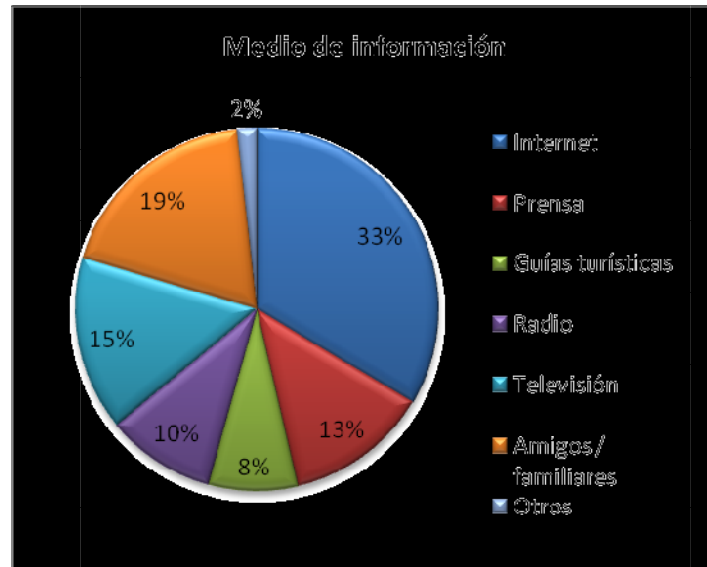


Gráfico No 13. Medio de información

El 33% de los encuestados utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos, el 19% lo hace por medio de amigos o familiares, el 15% a través de la televisión, el 13% a través de la prensa, el 10% con la ayuda de guías turísticas, el 8% se informa por la radio y el 2% usan otros medios de comunicación.

dd) Tipo de comida preferida

Cuadro # 19. Tipo de comida preferida

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Típica de la zona	75	64%
Ecuatoriana	31	26%
Internacional	8	7%
Vegetariana	4	3%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

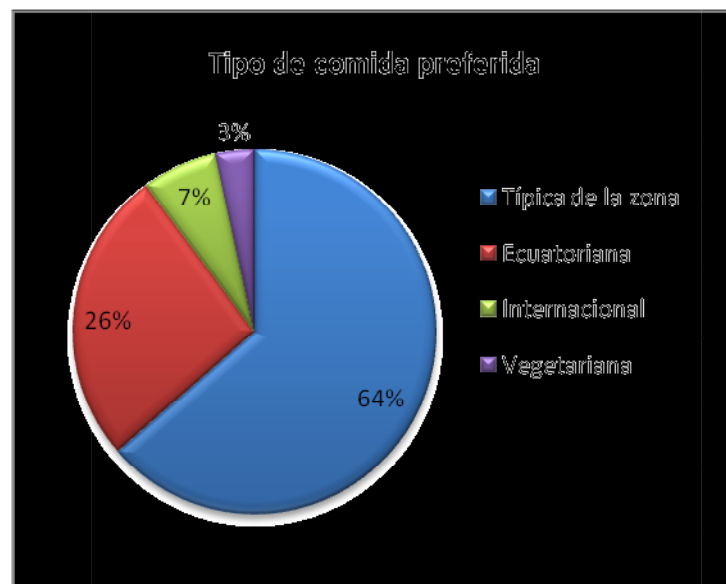


Gráfico No 14. Tipo de comida preferida

Al 64% de los encuestados le gustaría degustar comida típica de la zona, el 26% prefiere comida ecuatoriana, el 7% se inclina por la comida internacional y al 3% le agradaría comida vegetariana.

ee) **Estimación de gasto diario por los servicios turísticos**

Cuadro # 20. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
< 10 usd	4	3%
11 a 20 usd	75	64%
21 a 30 usd	29	25%
Más de 31 usd	10	8%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

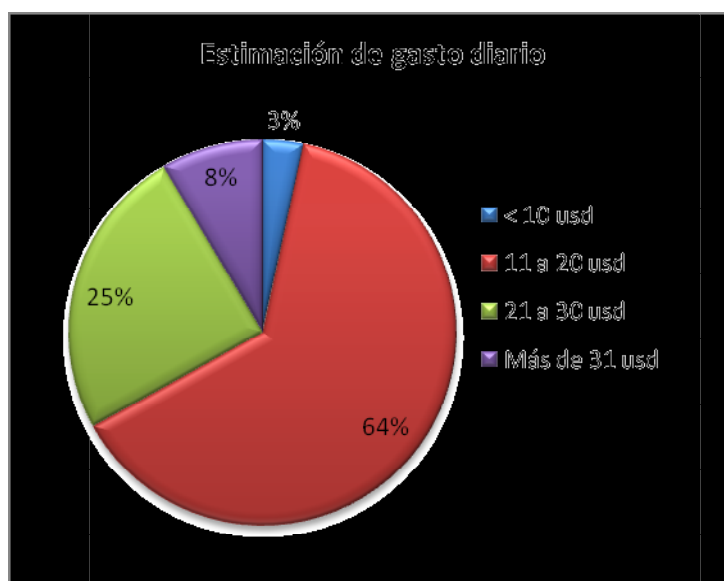


Gráfico No 15. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

El 64% de los encuestados estaría dispuesto a gastar por día y por persona entre 11 a 20 dólares por los servicios turísticos, el 25% estima que pagaría entre 21 a 30 dólares, el 8% considera que pagaría más de 31 dólares y el 3% pagaría menos de 10 dólares.

ff) Forma de pago

Cuadro # 21. Forma de pago

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Efectivo	84	71%
Tarjeta de crédito	31	26%
Cheque	3	3%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

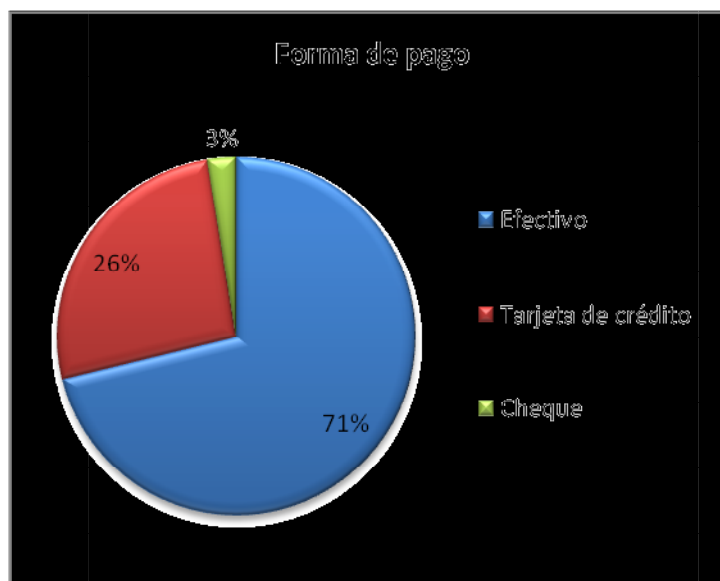


Gráfico No 16. Forma de pago

El 71% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo, el 26% utiliza tarjeta de crédito y el 3% cancela sus consumos por medio de cheques.

4) **Turistas Extranjeros**

q) **Género**

Cuadro # 22. Género

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	58	49%
Femenino	60	51%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

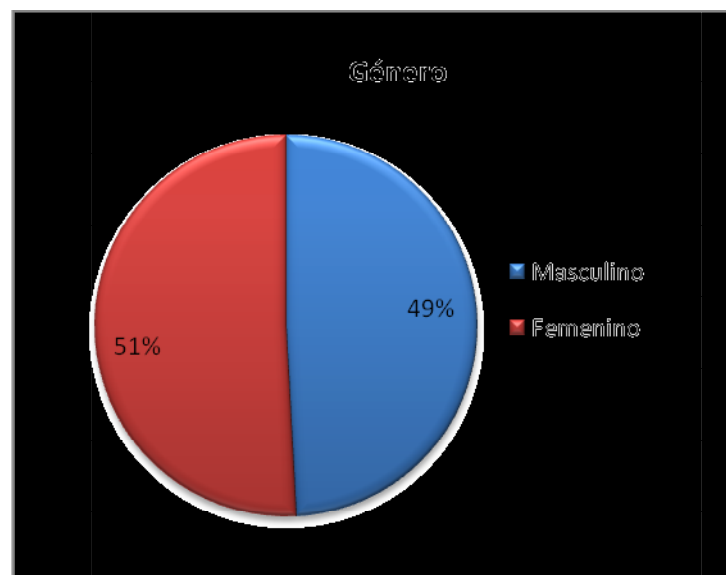


Gráfico No 17. Género

El 51% de los encuestados pertenece al sexo femenino y el 49% al sexo masculino.

r) **Edad**

Cuadro # 23. Edad

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
18 - 26	27	23%
27- 35	30	26%
36 - 44	25	21%
45 - 53	19	16%
54 - 62	17	14%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

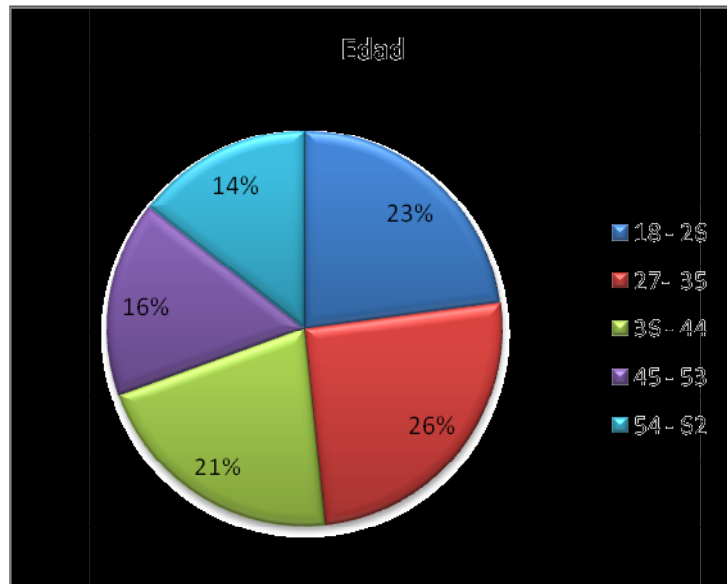


Gráfico No 18. Edad

La edad del 26% de los encuestados comprende entre los 27 y 35 años, el 23% pertenecen a un rango de edad entre los 18 y 26 años, el 21% posee entre 36 y 44 años, el 16% se incluye entre los 45 y 53 años, y el 14% oscila entre los 54 y 62 años de edad.

s) País de residencia

Cuadro # 24. País de residencia

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Colombia	4	3%
Argentina	4	3%
Costa Rica	6	5%
Polonia	8	7%
Nueva Zelanda	6	5%
Suiza	3	3%
Alemania	10	8%
Estados Unidos	15	13%
Canadá	8	7%
Londres	6	5%
Checoslovaquia	5	4%
Holanda	8	7%
Netherlans	7	6%
Italia	6	5%
Austria	5	4%
España	6	5%
Francia	11	9%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico No 19. País de residencia

El 13% de los encuestados son de Estados Unidos; el 9% procede de Francia; el 8% son de Alemania; similar porcentaje de 7% pertenecen a Polonia, Canadá, Holanda; el 6% llegan desde Netherlans; igual porcentaje de 5% vienen de costa Rica, Nueva Zelanda, Londres, Italia y España; el mismo porcentaje de 4% viajan desde Checoslovaquia y Austria y semejante porcentaje de 3% provienen de Argentina, Colombia y Suiza.

t) Estado laboral

Cuadro # 25. Estado laboral

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Estudiante	30	26%
Trabaja	78	66%
Desempleado	4	3%
Jubilado	6	5%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

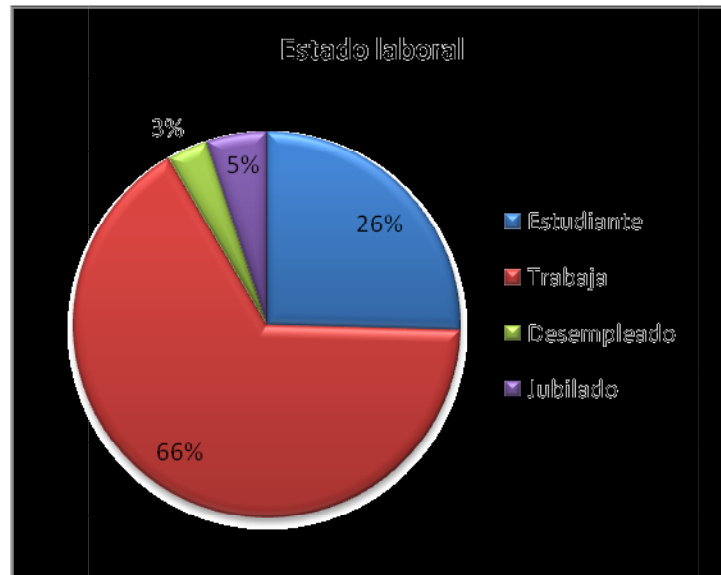


Gráfico No 20. Estado laboral

El 66% de los encuestados trabaja, el 26% son estudiantes, el 5% están jubilados y el 3% son desempleados.

u) **Pregunta No 5. Nivel educativo**

Cuadro # 26. Nivel educativo

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	2	2%
Secundaria	16	14%
Universitaria	76	64%
Otros	24	20%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

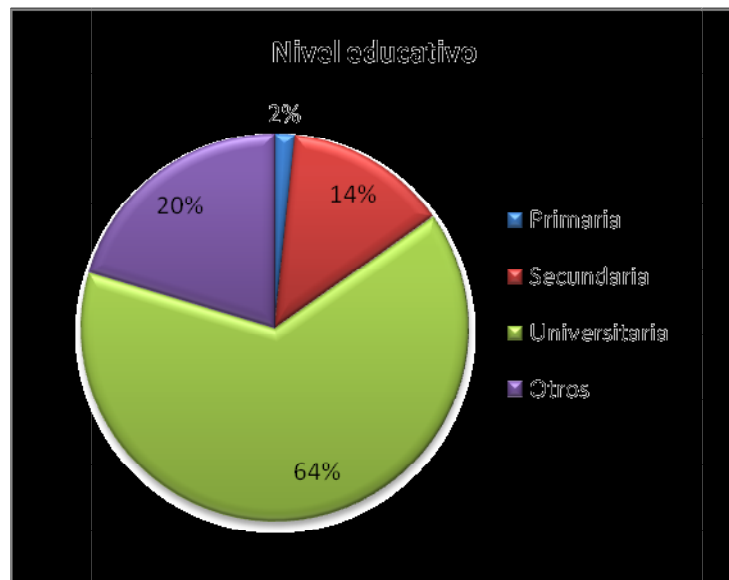


Gráfico No 21. Nivel educativo

El 64% de los encuestados han adquirido estudios universitarios, el 20% posee estudios de cuarto nivel, el 14% cuenta con instrucción secundaria y el 2% tiene educación primaria.

v) Nivel de ingresos económicos mensuales

Cuadro # 27. Nivel de ingresos económicos mensuales

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
< 200 usd	2	2%
201 a 400 usd	7	6%
401 a 600 usd	10	8%
601 a 800 usd	62	53%
> 800 usd	37	31%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

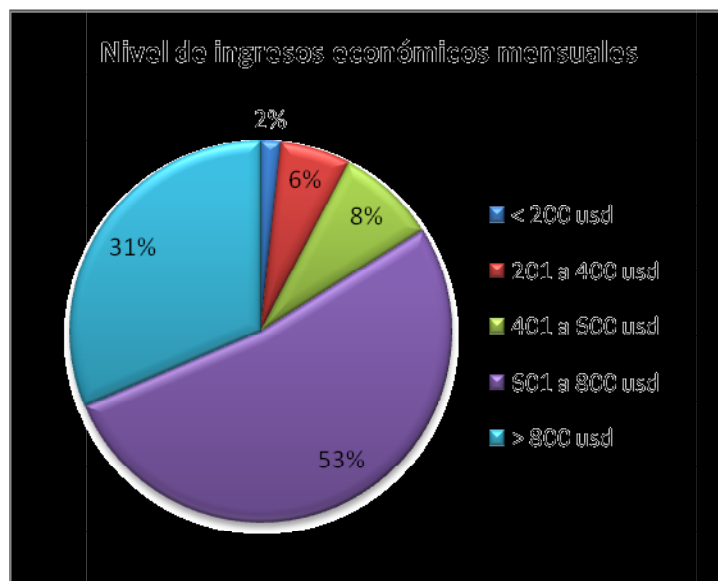


Gráfico No 22. Nivel de ingresos económicos mensuales

El 53% de los encuestados posee como ingresos económicos entre 601 a 800 dólares mensuales, del 31% el ingreso económico es mayor a 800 dólares mensuales, el 8% recibe de ingresos económicos entre 401 a 600 dólares mensuales, el 6% percibe como ingresos económicos entre 201 a 400 dólares mensuales y el 2% adquiere como ingresos económicos menos de 200 dólares mensuales.

w) **Tamaño del grupo**

Cuadro # 28. Tamaño del grupo

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Solo	12	10%
Dos	21	18%
Tres	27	23%
Cuatro	23	19%
Más de cuatro	35	30%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico No 23. Tamaño del grupo

El 30% de los encuestados visitan el nevado Chimborazo en compañía de más de 4 personas, el 23% junto a 3 personas, el 19% llegan con 4 personas, el 18% con 2 personas y el 10% solos.

x) **Organización del viaje**

Cuadro # 29. Organización del viaje

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Agencia de viajes	62	53%
Independiente	56	47%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

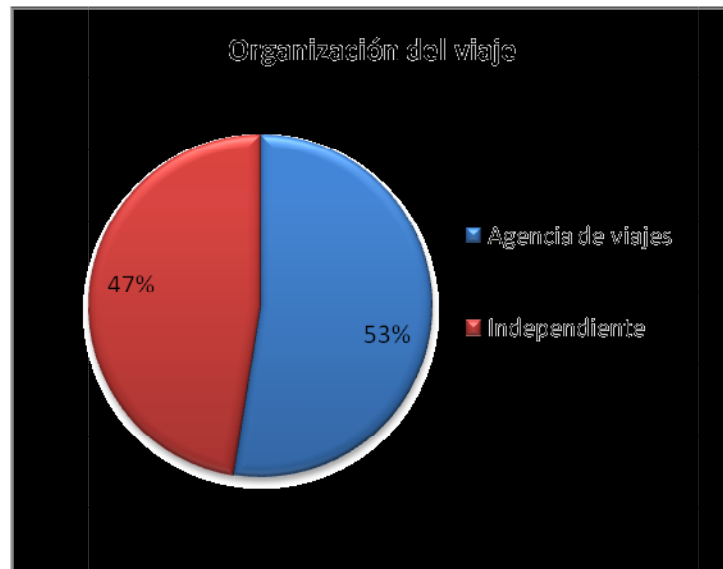


Gráfico No 24. Organización del viaje

El 53% de los encuestados viaja por medio de una operadora turística y el 47% prefiere hacerlo independientemente.

y) **Aceptación de la idea del proyecto**

Cuadro # 30. Aceptación de la idea del proyecto

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	114	97%
No	4	3%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

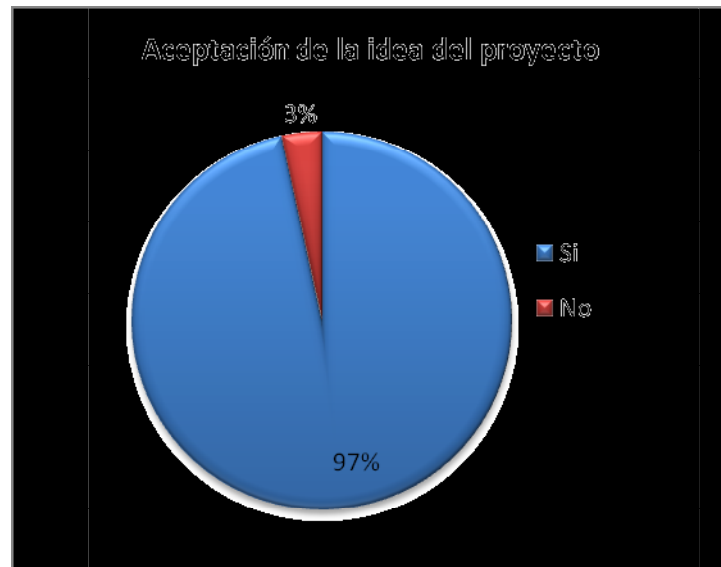


Gráfico No 25. Aceptación de la idea del proyecto

El 98% de los encuestados expresa que le gustaría que cerca al nevado Chimborazo exista una Hostería Agroecoturística y el 2% no está de acuerdo.

z) **Servicios demandados**

Cuadro # 31. Servicios demandados

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Servicio de Hospedaje	101	35%
Servicio de Alimentación	91	31%
Servicio de Recreación	99	34%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

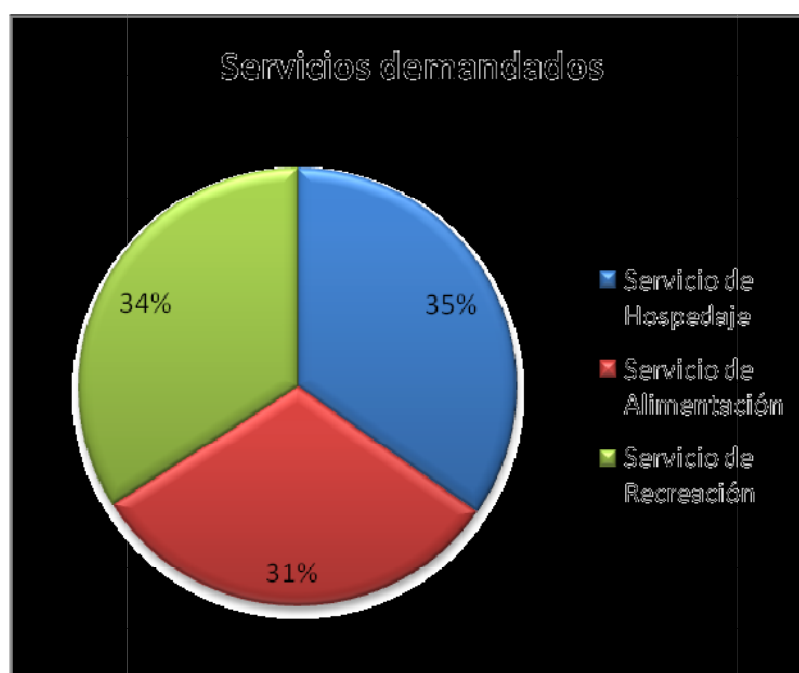


Gráfico No 26. Aceptación de la idea del proyecto

El 35% de los encuestados utilizaría el servicio de Hospedaje, el 34% prefieren el servicio de recreación y entretenimiento y el 31% el servicio de alimentación.

aa) Actividades preferidas

Cuadro # 32. Actividades preferidas

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Participación el labores agropecuarias	43	13%
Observación de labores agrícolas	32	10%
Observación sala de exhibición de artesanía local	42	13%
Recorrido hacia atractivos turísticos	60	18%
Cabalgatas	44	14%
Ciclismo de montaña	48	15%
Integral (de todo un poco)	51	16%
Otros	4	1%
TOTAL	324	100%

Fuente: Encuesta

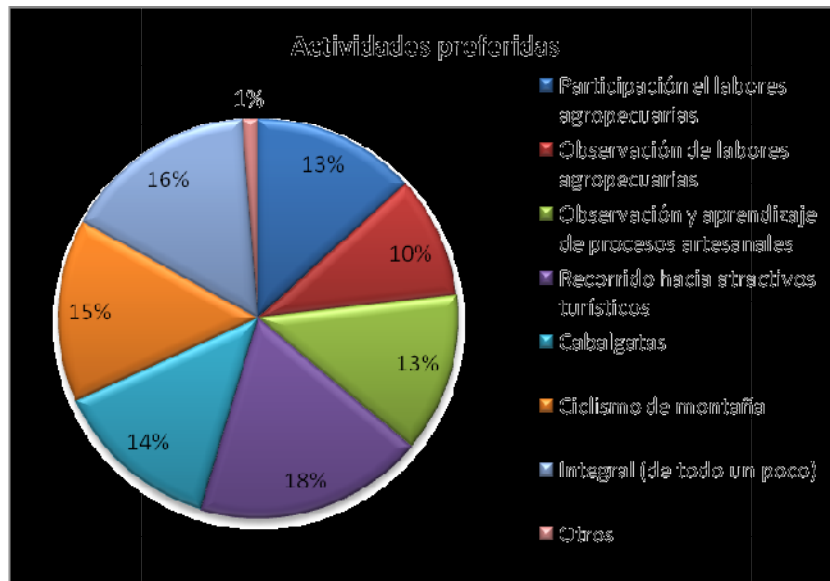


Gráfico No 27. Actividades preferidas

El 18% de los encuestados prefiere realizar recorridos hacia atractivos turísticos, el 16% se inclina por realizar las actividades de forma integral, al 15% le agrada practicar ciclismo de montaña, el 14% le gustaría cabalgar en el campo, similar porcentaje de 13% opta por participar el labores agropecuarias y Observación sala de exhibición de artesanía local, el 10% elige

observación de labores agropecuarias y el 1% opina que adicionalmente a las actividades antes mencionadas le gustaría realizar escaladas.

bb) Tiempo de permanencia

Cuadro # 33. Tiempo de permanencia

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Un día	21	18%
Dos días	30	25%
Tres días	42	36%
Más de tres días	25	21%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

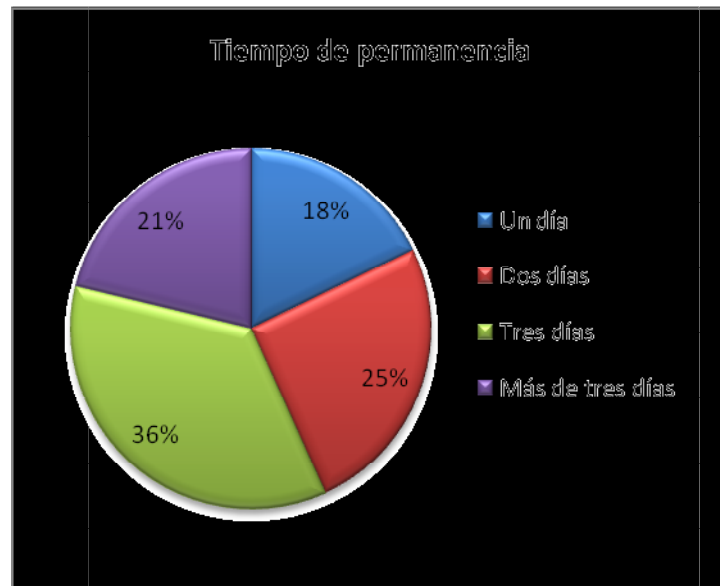


Gráfico No 28. Tiempo de permanencia

El 36% de los encuestados estaría dispuesto a hospedarse 3 días en la Hostería Agroecoturística, al 25% le gustaría permanecer 2 días, el 21% se alojaría más de 3 días y el 18% pasaría 1 día.

cc) Medio de información

Cuadro # 34. Medio de información

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Internet	98	44%
Prensa	0	0%
Guías turísticas	56	25%
Radio	0	0%
Televisión	0	0%
Amigos / familiares	52	24%
Otros	16	7%
TOTAL	197	100%

Fuente: Encuesta

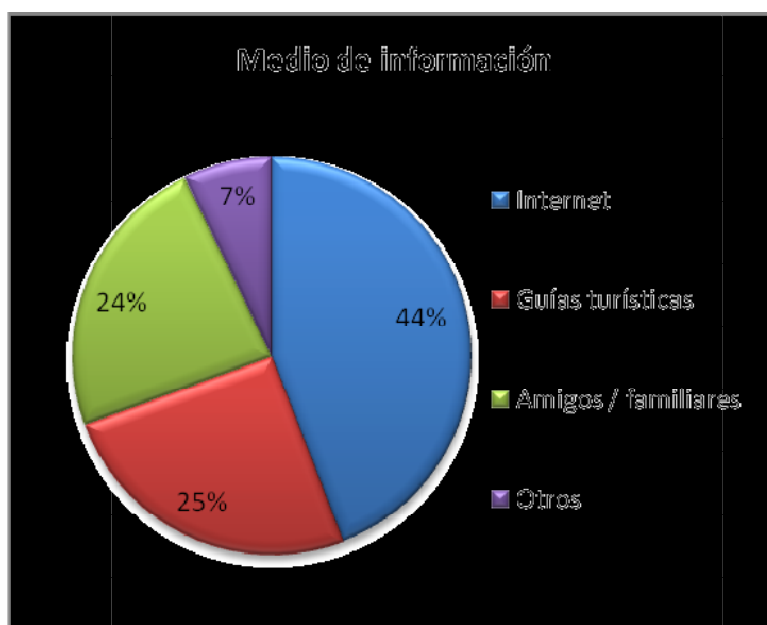


Gráfico No 29. Medios de información

El 44% de los encuestados utiliza internet para informarse acerca de nuevos sitios turísticos, el 25% lo hace a través de guías turísticas, el 24% por medio de amigos o familiares y el 7% se informa con la ayuda de libros de guía (guide books).

dd) Tipo de comida preferida

Cuadro # 35. Tipo de comida preferida

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Típica de la zona	63	46%
Ecuatoriana	49	36%
Internacional	18	13%
Vegetariana	6	5%
TOTAL	136	100%

Fuente: Encuesta

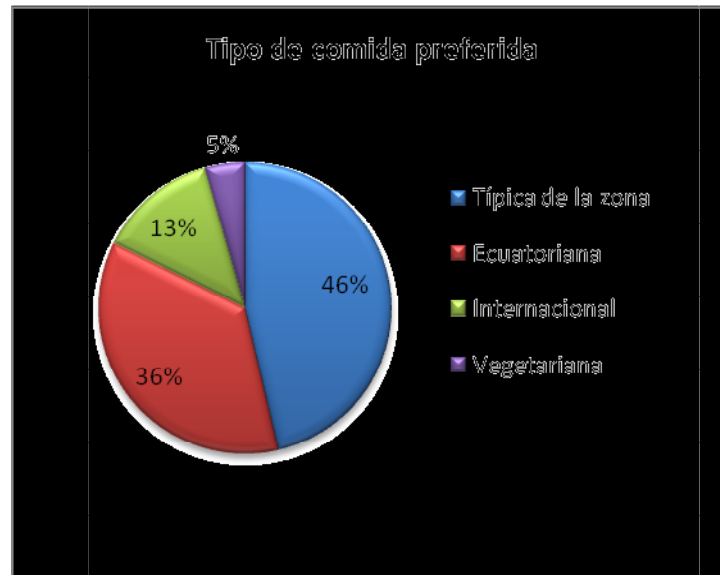


Gráfico No 30. Tipo de comida preferida

Al 46% de los encuestados le gustaría degustar comida típica de la zona, el 36% prefiere comida ecuatoriana, el 13% se inclina por la comida internacional y al 5% le agradaría comida vegetariana.

ee) Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

Cuadro # 36. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
< 10 usd	0	0%
11 a 20 usd	21	18%
21 a 30 usd	57	48%
Más de 31 usd	40	34%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico No 31. Estimación de gasto diario por los servicios turísticos

El 48% de los encuestados estima que pagaría diariamente entre 21 a 30 dólares por los servicios turísticos, el 34% estaría dispuesto a gastar más de 31 dólares y el 18% gastaría entre 11 a 20 dólares.

ff) Forma de pago

Cuadro # 37. Forma de pago

Variable	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Efectivo	67	57%
Tarjeta de crédito	51	43%
Cheque	0	0%
TOTAL	118	100%

Fuente: Encuesta

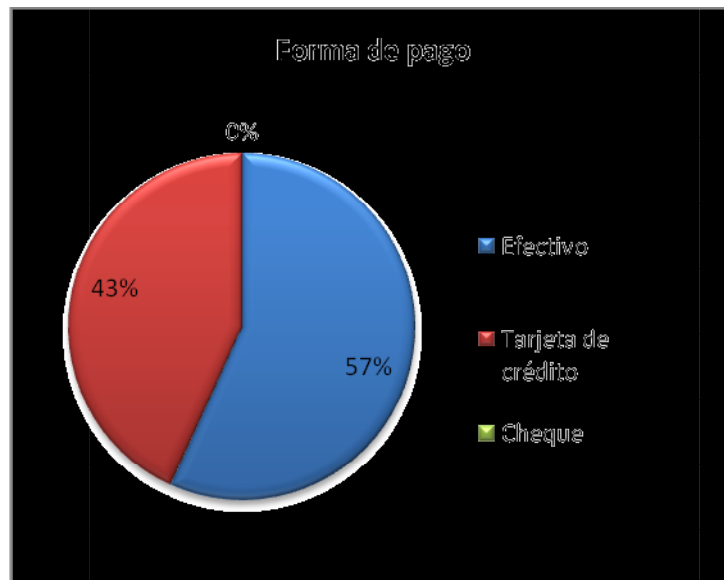


Gráfico No 32. Forma de pago

El 52% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo y el 48% utiliza tarjeta de crédito.

k. Perfil de la demanda

3) Turistas nacionales

El 55% de los encuestados pertenecen al sexo masculino y el 45% al sexo femenino.

El 72% de los encuestados posee entre 18 y 44 años de edad y el 28% oscila entre los 45 y 62 años de edad.

El 52% de los encuestados proceden de la región Costa y el 42% pertenecen a la región Sierra.

El 69% de los encuestados trabaja y el 18% son estudiantes.

El 74% de los encuestados poseen estudios universitarios y el 13% cuenta con instrucción secundaria.

El 46% de los encuestados tienen como ingresos económicos entre 201 a 600 dólares mensuales y el 40% más de 600 dólares.

En promedio, cada turista visita el nevado Chimborazo acompañado de 3 personas, es decir forman un grupo de 4 personas incluido el encuestado.

El 73% de los encuestados viajan independientemente y el 27% lo hace a través de una agencia de viajes.

Al 94% de los encuestados le gustaría que existiera una Hostería Agroecoturística cerca al nevado Chimborazo.

El 20% de los encuestados prefieren realizar recorridos hacia atractivos turísticos, al 16% le gustaría cabalgar en el campo, el 15% se interesa por observación y apreciación de artesanías propios de la zona, al 14% le agradaría practicar ciclismo de montaña, el mismo porcentaje de 12% expresa que prefiere realizar las actividades de forma integral y elige observación de labores agropecuarias, el 8% escoge participación en labores agropecuarias.

En promedio cada turista le gustaría permanecer 3 días en la hostería.

El 32% de los encuestados opina que usaría el servicio de hospedaje el 38% prefiere el servicio de alimentación y el 30% el servicio de recreación.

El 33% de los encuestados utilizan internet para informarse, el 19% lo hace por amigos y familiares.

Al 64% de los encuestados le agradaría degustar comida típica de la zona y el 26% prefiere comida ecuatoriana.

El 64% de los encuestados estarían dispuestos a gastar diariamente y por persona entre 11 a 20 dólares por los servicios turísticos y el 33% estima que pagarían más de 21 dólares.

El 71% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo y el 26% utiliza tarjeta de crédito.

4) Turistas extranjeros

El 51% de los encuestados pertenece al sexo femenino y el 49% al sexo masculino.

El 49% de los encuestados posee entre 18 y 35 años de edad y el 37% oscila entre los 36 y 53 años de edad.

El 13% de los encuestados son de Estados Unidos; el 9% procede de Francia; el 8% son de Alemania; similar porcentaje de 7% pertenecen a Polonia, Canadá, Holanda; el 6% llegan desde Netherlands; igual porcentaje de 5% vienen de Costa Rica, Nueva Zelanda, Londres, Italia y España; el mismo porcentaje de 4% viajan desde Checoslovaquia y Austria y semejante porcentaje de 3% provienen de Argentina, Colombia y Suiza.

El 66% de los encuestados trabaja y el 26% son estudiantes.

El 64% de los encuestados poseen estudios universitarios y el 20% posee estudios de cuarto nivel.

El 53% de los encuestados tiene como ingresos económicos entre 601 a 800 dólares mensuales y el 31% más de 800 dólares.

En promedio, cada turista visita el nevado Chimborazo acompañado de 3 personas, es decir forman un grupo de 4 personas incluido el encuestado.

El 53% de los encuestados viajan a través de una operadora turística y el 47% independientemente.

Al 97% de los encuestados le gustaría que existiera una Hostería Agroecoturística cerca al nevado Chimborazo.

El 35% de los encuestados utilizarían el servicio de hospedaje, el 31% se elige el servicio de alimentación y el 34% prefiere el servicio de recreación.

El 18% de los encuestados prefieren realizar recorridos hacia atractivos turísticos, el 16% se inclina por realizar las actividades de forma integral, al 15% le agradaría practicar ciclismo de montaña, el 14% le gustaría cabalgar en el campo, similar porcentaje de 13% opta por participar en labores agropecuarias y observación de procesos artesanales, el 10% elige observación de labores agropecuarias.

En promedio, a cada turista le gustaría permanecer 3 días en la hostería.

El 44% de los encuestados utiliza internet para informarse, el 25% lo hace a través de guías turísticas y el 24% por medio de amigos y familiares.

Al 46% de los encuestados le agradaría degustar comida típica de la zona y el 36% prefiere comida ecuatoriana.

El 48% de los encuestados estaría dispuesto a gastar diariamente y por persona entre 21 a 30 dólares por los servicios turísticos y el 34% estima que pagaría más de 31 dólares.

El 52% de los encuestados realiza sus pagos en efectivo y el 48% utiliza tarjeta de crédito.

I. Proyección de la demanda

Se realizó la proyección de la demanda para los próximos 10 años tomando como referencia los datos obtenidos en la aplicación de las encuestas. De los 19.459 (11.127 nacionales y 8.332 extranjeros) turistas que ingresaron a la Reserva de Producción Faunística Chimborazo en el año 2009 según las estadísticas del Ministerio del Ambiente: el 94% correspondiente a 10.459 turistas nacionales y el 97% equivalente a 8.082 turistas extranjeros manifestaron que les gustaría que existiera una hostería Agroecoturística cerca al nevado Chimborazo en donde puedan hospedarse y realizar actividades turísticas. Es decir un total de 18.541 serían nuestros clientes potenciales.

Cuadro # 38. Proyección de la demanda nacional para los próximos 10 años

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA		
AÑO	TURISTAS	EXTRANJEROS
2010 (0)	10459	8082
2011 (1)	11170	8632
2012 (2)	11930	9219
2013 (3)	12741	9845
2014 (4)	13607	10515
2015 (5)	14533	11230
2016 (6)	15521	11994
2017 (7)	16576	12809
2018 (8)	17704	13680
2013 (9)	18907	14610
2014 (10)	20193	15604

Fuente: Encuesta

6. Análisis de la oferta

d. Oferta sustitutiva

Para determinar la oferta sustitutiva se han considerado aquellos establecimientos turísticos con características semejantes, donde el entorno natural sea el aspecto prioritario.

2) Características de Hosterías

Existen 5 hosterías en la ciudad de Riobamba que son las siguientes:

Cuadro # 39. Características de la Hostería Abraspungo

Razón Social: HOSTERIA ABRASPUNGO	
Ubicación	Km. 3/2 vía a Guano
Categoría	Primera
# Habitaciones	42
#Plazas	52
Servicios ofertados	Fax y teléfono Internet inalámbrico Restaurante de comida nacional e internacional Servicio de bar Servicio de lavandería Parqueadero Jardines Sala de conferencias para 50 personas City tours para grupos (bajo pedido) Áreas verdes Masajes y terapias naturales Cuarto de juegos de mesa
Precio habitación	Sencilla: 78,74 - Doble: 109 - Suit: 150 Precios incluyen desayuno e impuestos
Clientes anuales	4200 (afluencia alta julio, agosto y septiembre)

Fuente: Entrevista e información secundaria

Cuadro # 40. Características de la Hostería El Troje

Razón Social: HOSTERIA EL TROJE	
Ubicación	Km. 4/2 vía a Chambo
Categoría	Primera
# Habitaciones #Plazas	40 234
Servicios ofertados	Baño Privado Televisión (TV Satelital) Alfombradas de pared a pared Ducha con agua caliente Chimeneas (A excepción de 16 habitaciones) Teléfono
Precio habitación	Sencilla: 46 Doble: 55 Triple:66 Incluido desayuno continental
Clientes anuales	3252 (temporada alta julio y agosto)

Fuente: Entrevista e información secundaria

Cuadro # 41. Características de la Hostería El Toril

Razón Social: HOSTERÍA EL TORIL	
Ubicación	Vía a baños km 1
Categoría	Primera
# Habitaciones #Plazas	33 120
Servicios ofertados	Habitaciones: alfombras, tv cable, baño privado Restaurante, bar – cafetería con capacidad para 100 personas Sala de entretenimiento - Salón de eventos con capacidad para 280 personas - Salón auditorio con capacidad para 100 personas Servicio de internet banda ancha - TV - Cable Piscinas cubiertas, sauna, 2 turco, 3 hidromasaje, polar y Spa Cancha deportivas múltiples futbol – vóley y áreas verdes Plaza de toros Javier Erazo Basantes y Parqueaderos Área de asaderos
Precio habitación	Sencilla: 15 Cabaña: 15 pp.
Clientes anuales	1200 (afluencia alta feriados excepto año nuevo). Básicamente esta

	hostería es sede de congresos y seminarios
--	--

Fuente: Entrevista e información secundaria

Cuadro # 42. Características de la Hostería Andaluza

Razón Social: HOSTERIA ANDALUZA	
Ubicación	Panamericana norte km 16, vía Ambato, Guano
Categoría	Primera
# Habitaciones #Plazas	55 140
Servicios ofertados	TV - Cable Baño privado (agua caliente 24h) Restaurante, bar cafetería ,karaoke Canchas, áreas verdes, salón para eventos, juegos de mesa Garaje
Precio habitación	Sencilla: 61 Doble: 73,20
Clientes anuales	2364 aproximadamente

Fuente: Entrevista e información secundaria

Cuadro # 43. Características de la Hostería Bambú

Razón Social: HOSTERÍA BAMBÚ	
Ubicación:	Av. Pedro Vicente Maldonado Km. 1 y Av. Saint Ammand Montrond, Panamericana Sur
Categoría:	Primera
# Habitaciones #Plazas	19 32
Servicios ofertados	Piscina temperada, sauna, turco ,hidromasaje y baños de cajón 3 Salones de recepción Cancha de fulbito Parqueadero Restaurant con platos de comida nacional e internacional Direc tv, internet inalámbrico Baño privado (agua caliente 24h) Restaurante, bar cafetería ,karaoke Canchas, áreas verdes, salón para eventos, juegos de mesa Garaje
Precio habitación	20 en promedio

Clientes anuales	3360 aprox. (variable todos los meses del año – no existe una estacionalidad marcada)
-------------------------	--

Fuente: Entrevista e información secundaria

e. Oferta complementaria

3) Características de centros turísticos ubicados en la vía al Chimborazo

d) Casa Cóndor Chimborazo

La Comunidad Pulinguí San Pablo, y su Centro de Turismo Comunitario Casa Cóndor, están ubicados al noroeste de la ciudad de Riobamba, a 37 km en la vía a los refugios del nevado Chimborazo, parroquia de San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Realizan tours de uno, dos, tres, cuatro y cinco días, en los que se realiza las siguientes actividades y servicios: caminatas y cabalgatas, recorridos turísticos se ofrece el servicio de alimentación y hospedaje a través de campamentos comunitarios, existe capacidad para albergar a 40 personas. La alimentación se basa en productos de la zona y los guías son de la comunidad.

e) Centro turístico que pertenece a La Unión de Organizaciones Campesinas de la Parroquia San Juan (UCASAJ)

Ofrecen el servicio de alojamiento a través de 4 habitaciones que cuentan con agua caliente. Servicio de restaurante.

La Unión de Organizaciones Campesinas de la Parroquia San Juan (UCASAJ) está formada por 23 comunidades indígenas de esa región ubicada en el Cantón Riobamba, en la provincia de Chimborazo. La sede está a 18 km de la ciudad de Riobamba, vía a los refugios Chimborazo. Las

comunidades que la componen están en la zona de amortiguamiento de la Reserva de Fauna Chimborazo. Realizan las siguientes actividades turísticas: actividades espirituales- religiosas, de aventura, cabalgatas, ciclismo, ecología, naturaleza, educación, investigación, voluntariado, giras, montañismo, paseos.

Las tarifas generales van desde los 50 dólares hasta 100 dólares.

f) Centro Turístico Pulinguí Santa Ana

Este destino comunitario se ubica en el cantón Guano, provincia del Chimborazo, a una distancia de 14 km de la ciudad de Riobamba. A él se accede en vehículo privado, por la carretera Panamericana, hasta llegar a un desvío en la antigua vía a Quito, desde allí se recorre 3 km y se atraviesa cinco comunidades hasta llegar a la de Pulinguí Santa Ana.

La comunidad ofrece servicio de guiado, alojamiento en casas comunales y alimentación a base de productos locales de gran valor nutritivo.

No existen paquetes organizados, pues la comunidad guarda flexibilidad para que el visitante elija las actividades de su preferencia y según el tiempo de que disponga. La duración de un paquete básico puede ser de 1 a 4 días, cuya tarifa es de unos 35 USD por día y por persona, incluyendo alimentación, hospedaje, transporte interno y guiado.

4) Hoteles y Restaurantes de la ciudad de Riobamba

Se tomó en cuenta los establecimientos turísticos que constan en el Catastro del Ministerio de Turismo (2009). (Ver anexo N°05).

f. Proyección de la oferta

Se realizó la proyección de la oferta para los próximos 10 años, en base a la demanda de las cinco hosterías existentes en la ciudad de Riobamba. Luego de realizar la respectiva investigación de campo se obtuvo un total de 14376 turistas consumen la oferta existente, que los cuales el 57% son nacionales y el 43% extranjeros.

Para la proyección de la oferta se utilizó la fórmula del incremento compuesto.

Cuadro # 44. Proyección de la oferta para los próximos 10 años

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2010 (0)	8194	6182	14376
2011 (1)	8751	6602	15354
2012 (2)	9346	7051	16398
2013 (3)	9982	7531	17513
2014 (4)	10661	8043	18704
2015 (5)	11386	8590	19975
2016 (6)	12160	9174	21334
2017 (7)	12987	9798	22784
2018 (8)	13870	10464	24334
2013 (9)	14813	11176	25988
2014 (10)	15820	11936	27756

Fuente: Investigación primaria y secundaria

7. Confrontación oferta- demanda

c. Proyección de la demanda insatisfecha

Cuadro # 45. Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 10 años

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2010 (0)	2265	1900	4165

2011 (1)	2419	2029	4448
2012 (2)	2584	2167	4751
2013 (3)	2759	2315	5074
2014 (4)	2947	2472	5419
2015 (5)	3147	2640	5787
2016 (6)	3361	2820	6181
2017 (7)	3590	3011	6601
2018 (8)	3834	3216	7050
2013 (9)	4095	3435	7529
2014 (10)	4373	3668	8041

Fuente: Investigación primaria y secundaria

d. Proyección demanda objetivo

En este proyecto se trabajará estimando captar el 90% de la demanda insatisfecha.

Cuadro # 46. Proyección de la demanda objetivo para los próximos 10 años

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2010 (0)	2039	1710	3749
2011 (1)	2177	1826	4003
2012 (2)	2325	1950	4276
2013 (3)	2483	2083	4566
2014 (4)	2652	2225	4877
2015 (5)	2832	2376	5209
2016 (6)	3025	2538	5563
2017 (7)	3231	2710	5941
2018 (8)	3450	2894	6345
2013 (9)	3685	3091	6776
2014 (10)	3936	3301	7237

Fuente: Investigación primaria y secundaria

8. Análisis Mercadotécnico

d. Canales de Distribución

Para llegar a los consumidores se utilizarán dos canales de distribución: canal directo y canal detallista.

Canal directo es decir, del productor al consumidor se utilizará debido a que el 60% de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el Chimborazo lo hacen de forma independiente es decir sin intermediarios.

Canal detallista, puesto que se pretende llegar a una parte del mercado a través de operadoras turísticas a nivel nacional constituyéndose así en intermediarias.

e. Estrategias de promoción y publicidad

5) Medios publicitarios para la empresa

Debido a que la mayoría de turistas nacionales y extranjeros utilizan internet como medio para conocer acerca de nuevos lugares turísticos se diseñará una página web.

Se diseñarán tarjetas de presentación de la empresa, las cuales serán coloradas en las unidades de turismo a nivel nacional. En días de feriados nacionales se realizarán cuñas publicitarias en radios a nivel nacional. Se participará en ferias de turismo.

6) Slogan

Delirio natural, testigo de una cultura ancestral y heroica.

7) Logotipo



Gráfico No 33. Logotipo de la empresa

8) Colores que identificarán a la empresa

Verde: características paisajísticas y representación de la naturaleza.

Café. Demostración de la calidad del suelo y la fertilidad de la tierra.

Azul: Pureza de aire y agua que nace en el nevado Chimborazo.

f. Cargos y responsabilidades del área comercial

4) Cargos y funciones del área comercial

Cuadro # 47. Manual de funciones Recepcionista

Título del puesto	Recepcionista – Cajero
Áreas de responsabilidad	Caja – Recepción
Tareas inherentes al puesto:	

- Presentar facturas de compra de insumos al gerente.
- Coordinar el trabajo con el personal.
- Supervisar el horario de trabajo.
- Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir.
- Análisis de los problemas y soluciones.
- Coordinar y dirigir el trabajo con el personal.
- Dar la bienvenida a los turistas y explicarle sobre los servicios.

5) **Políticas de remuneración para el área comercial**

Cuadro # 48. Políticas de remuneración para el área comercial

CARGO	N°	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cajero - Recepcionista	1	370	5180

6) **Determinación de inversiones y gastos del área comercial**

c) **Activos fijos del área comercial**

Cuadro # 49. Activos fijos del área comercial

RUBRO	CANTIDAD (u)	COSTO UNITARIO (usd)	COSTO TOTAL (usd)
Área de recepción			
Equipos de oficina			
Equipos de computo (computador e	1	900	900

impresora)			
Teléfono Panasonic	2	45	90
Calculadora	1	20	20
Sub total 1			1010
Muebles y enseres			
Counter de recepción (2m x1,18)	1	285	285
Decoración	1	200	200
Silla	1	55	55
			540
Sub total 2			1550
Imprevistos 10%			155
TOTAL			1705

d) **Gastos del área comercial**

Cuadro # 50. Gastos del área comercial

RUBRO	CANTIDAD (u)	COSTO ANUAL (usd)
Página web	1	290
Trípticos papel cauché tamaño A5	1000	90
Tarjetas de presentación papel cauche de 300g	1000	60
TOTAL		440

Página web (cubre el posicionamiento derecho de su dominio personal, conexiones en internet y motores de búsquedas en los sitios webs más populares).

C. ESTUDIO TÉCNICO

9. Tamaño de la empresa

a. Número de clientes proyectado

Cuadro # 51. Número de clientes proyectado

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010 (0)	3749	1874	312	156	78	10
2011 (1)	4003	2002	334	167	83	11
2012 (2)	4276	2138	356	178	89	12
2013 (3)	4566	2283	381	190	95	13
2014 (4)	4877	2438	406	203	102	14
2015 (5)	5209	2604	434	217	109	14
2016 (6)	5563	2781	464	232	116	15
2017 (7)	5941	2652	495	248	124	17
2018 (8)	6345	3172	529	264	132	18
2013 (9)	6776	3388	565	282	141	19
2014 (10)	7237	3619	603	302	151	20

b. Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

Cuadro # 52. Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados

Año	Demanda objetivo	Índices		
		Servicio Alimentación 34%	Servicio Hospedaje 34%	Servicio Recreación 32%
2010 (0)	3749	1274	1274	1200
2011 (1)	4003	1361	1361	1281
2012 (2)	4276	1454	1454	1368
2013 (3)	4566	1553	1553	1461
2014 (4)	4877	1658	1658	1561
2015 (5)	5209	1771	1771	1667
2016 (6)	5563	1891	1891	1780
2017 (7)	5941	2020	2020	1901
2018 (8)	6345	2157	2157	2030
2019 (9)	6776	2304	2304	2168
2020 (10)	7237	2461	2461	2316

c. Consumo aparente del servicio alimentación

1) Proyección de los consumidores con respecto al servicio alimentación

Cuadro # 53. Proyección de los consumidores con respecto al servicio alimentación

Año	Demanda objetivo	Índices			
		Típica de la zona 54%	Ecuatoriana 32%	Internacional 10%	Vegetariana 4%
2010 (0)	1274	688	408	127	51
2011 (1)	1361	735	436	136	54
2012 (2)	1454	785	465	145	58
2013 (3)	1553	838	497	155	62
2014 (4)	1658	895	531	166	66
2015 (5)	1771	956	567	177	71
2016 (6)	1891	1021	605	189	76
2017 (7)	2020	1091	646	202	81
2018 (8)	2157	1165	690	216	86
2019 (9)	2304	1244	737	230	92
2020 (10)	2461	1329	787	246	98

2) Derivación y determinación del tamaño de mercado por productos del servicio alimentación

a) Producto comida típica de la zona

Cuadro # 54. Derivación y determinación del mercado por producto comida típica de la zona

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	688	344	57	29	14	2
2011	735	368	61	31	15	2
2012	785	393	65	33	16	2
2013	838	419	70	35	17	2
2014	895	448	75	37	19	2
2015	956	478	80	40	20	3
2016	1021	511	85	43	21	3
2017	1091	545	91	45	23	3
2018	1165	582	97	49	24	3
2019	1244	622	104	52	26	3
2020	1329	664	111	55	28	4

b) **Producto comida ecuatoriana****Cuadro # 55. Derivación y determinación del mercado por producto comida ecuatoriana**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	408	204	34	17	8	1
2011	436	218	36	18	9	1
2012	465	233	39	19	10	1
2013	497	248	41	21	10	1
2014	531	265	44	22	11	1
2015	567	283	47	24	12	2
2016	605	303	50	25	13	2
2017	646	323	54	27	13	2
2018	690	345	58	29	14	2
2019	737	369	61	31	15	2
2020	787	394	66	33	16	2

c) **Producto comida internacional****Cuadro #56. Derivación y determinación del mercado por producto comida internacional**

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	127	64	11	5	3	0
2011	136	68	11	6	3	0
2012	145	73	12	6	3	0
2013	155	78	13	6	3	0
2014	166	83	14	7	3	0
2015	177	89	15	7	4	0
2016	189	95	16	8	4	1
2017	202	101	17	8	4	1
2018	216	108	18	9	4	1
2019	230	115	19	10	5	1
2020	246	123	21	10	5	1

d) Producto comida vegetariana

Cuadro # 57. Derivación y determinación del mercado por producto comida vegetariana

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	51	25	4	2	1	0
2011	54	27	5	2	1	0
2012	58	29	5	2	1	0
2013	62	31	5	3	1	0
2014	66	33	6	3	1	0
2015	71	35	6	3	1	0
2016	76	38	6	3	2	0
2017	81	40	7	3	2	0
2018	86	43	7	4	2	0
2019	92	46	8	4	2	0
2020	98	49	8	4	2	0

d. Consumo aparente del servicio alojamiento

1) Derivación y determinación del tamaño de mercado por producto del servicio alojamiento

Cuadro # 58. Derivación y determinación del mercado por servicio alojamiento

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	1274	637	106	53	27	4
2011	1361	681	113	57	28	4
2012	1454	727	121	61	30	4
2013	1553	776	129	65	32	4
2014	1658	829	138	69	35	5
2015	1771	885	148	74	37	5
2016	1891	946	158	79	39	5
2017	2020	1010	168	84	42	6
2018	2157	1079	180	90	45	6
2019	2304	1152	192	96	48	6
2020	2461	1230	205	103	51	7

e. Consumo aparente del servicio recreación y entretenimiento

1) Proyección de los consumidores con respecto a los servicio recreación y entretenimiento

Cuadro # 59. Proyección de los consumidores con respecto a los servicio recreación y entretenimiento

Año	Demanda objetivo	Índices							
		Participación en labores agropecuarias 11%	Observación de labores agropecuarias 11%	Observación sala de exhibición de artesanía local 13%	Recorridos hacia atractivos turísticos 19%	Cabalgatas 15%	Ciclismo de montaña 15%	Integral 14%	Otros 2%
2010 (0)	1200	132	132	156	228	180	180	168	24
2011 (1)	1281	141	141	179	243	192	192	179	26
2012 (2)	1368	151	151	192	260	205	205	192	27
2013 (3)	1461	161	161	205	278	219	219	205	29
2014 (4)	1561	172	172	218	297	234	234	218	31
2015 (5)	1667	183	183	233	317	250	250	233	33
2016 (6)	1780	196	196	249	338	267	267	249	36
2017 (7)	1901	209	209	266	361	285	285	266	38
2018 (8)	2030	223	223	284	386	305	305	284	41
2019 (9)	2168	239	239	304	412	325	325	304	43
2020 (10)	2316	255	255	324	440	347	347	324	46

2) **Derivación y determinación del tamaño de mercado por productos del servicio recreación y entretenimiento**

a) **Observación de labores agropecuarias y participación en labores agropecuarias**

Cuadro # 60. Derivación y determinación del mercado de la actividad observación de labores agropecuarias y participación en labores agropecuarias

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	132	66	11	5	3	0
2011	141	70	12	6	3	0
2012	151	75	13	6	3	0
2013	161	80	13	7	3	0
2014	172	86	14	7	4	0
2015	183	92	15	8	4	1
2016	196	98	16	8	4	1
2017	209	105	17	9	4	1
2018	223	112	19	9	5	1
2019	239	119	20	10	5	1
2020	255	127	21	11	5	1

b) **Observación sala de exhibición de artesanía local**

Cuadro # 61. Derivación y determinación del mercado de la actividad observación de sala de exhibición de artesanía local

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	156	78	13	6	3	0
2011	179	90	15	7	4	0
2012	192	96	16	8	4	1
2013	205	102	17	9	4	1
2014	218	109	18	9	5	1
2015	233	117	19	10	5	1
2016	249	125	21	10	5	1
2017	266	133	22	11	6	1
2018	284	142	24	12	6	1
2019	304	152	25	13	6	1
2020	324	162	27	14	7	1

c) **Recorridos hacia atractivos turísticos**

Cuadro # 62. Derivación y determinación del mercado de la actividad recorridos hacia atractivos turísticos

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	228	114	19	9	5	1
2011	243	122	20	10	5	1
2012	260	130	22	11	5	1
2013	278	139	23	12	6	1
2014	297	148	25	12	6	1
2015	317	158	26	13	7	1
2016	338	169	28	14	7	1
2017	361	181	30	15	8	1
2018	386	193	32	16	8	1
2019	412	206	34	17	9	1
2020	440	220	37	18	9	1

d) **Cabalgatas y ciclismo de montaña**

Cuadro # 63. Derivación y determinación del mercado de la actividad cabalgatas y ciclismo

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	180	90	15	7	4	0
2011	192	96	16	8	4	1
2012	205	103	17	9	4	1
2013	219	110	18	9	5	1
2014	234	117	20	10	5	1
2015	250	125	21	10	5	1
2016	267	134	22	11	6	1
2017	285	143	24	12	6	1
2018	305	152	25	13	6	1
2019	325	163	27	14	7	1
2020	347	174	29	14	7	1

e) **Integral**

Cuadro # 64. Derivación y determinación del mercado de la opción integral

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	168	84	14	7	3	0
2011	179	90	15	7	4	0
2012	192	96	16	8	4	1
2013	205	102	17	9	4	1
2014	218	109	18	9	5	1
2015	233	117	19	10	5	1
2016	249	125	21	10	5	1
2017	266	133	22	11	6	1
2018	284	142	24	12	6	1
2019	304	152	25	13	6	1
2020	324	162	27	14	7	1

f) **Otras actividades**

Cuadro # 65. Derivación y determinación del mercado de la opción otras actividades

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2010	24	12	2	1	0	0
2011	26	13	2	1	1	0
2012	27	14	2	1	1	0
2013	29	15	2	1	1	0
2014	31	16	3	1	1	0
2015	33	17	3	1	1	0
2016	36	18	3	1	1	0
2017	38	19	3	2	1	0
2018	41	20	3	2	1	0
2019	43	22	4	2	1	0
2020	46	23	4	2	1	0

2. Localización del proyecto

a. **Macrolocalización**

El proyecto estará ubicado en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, República de Ecuador.

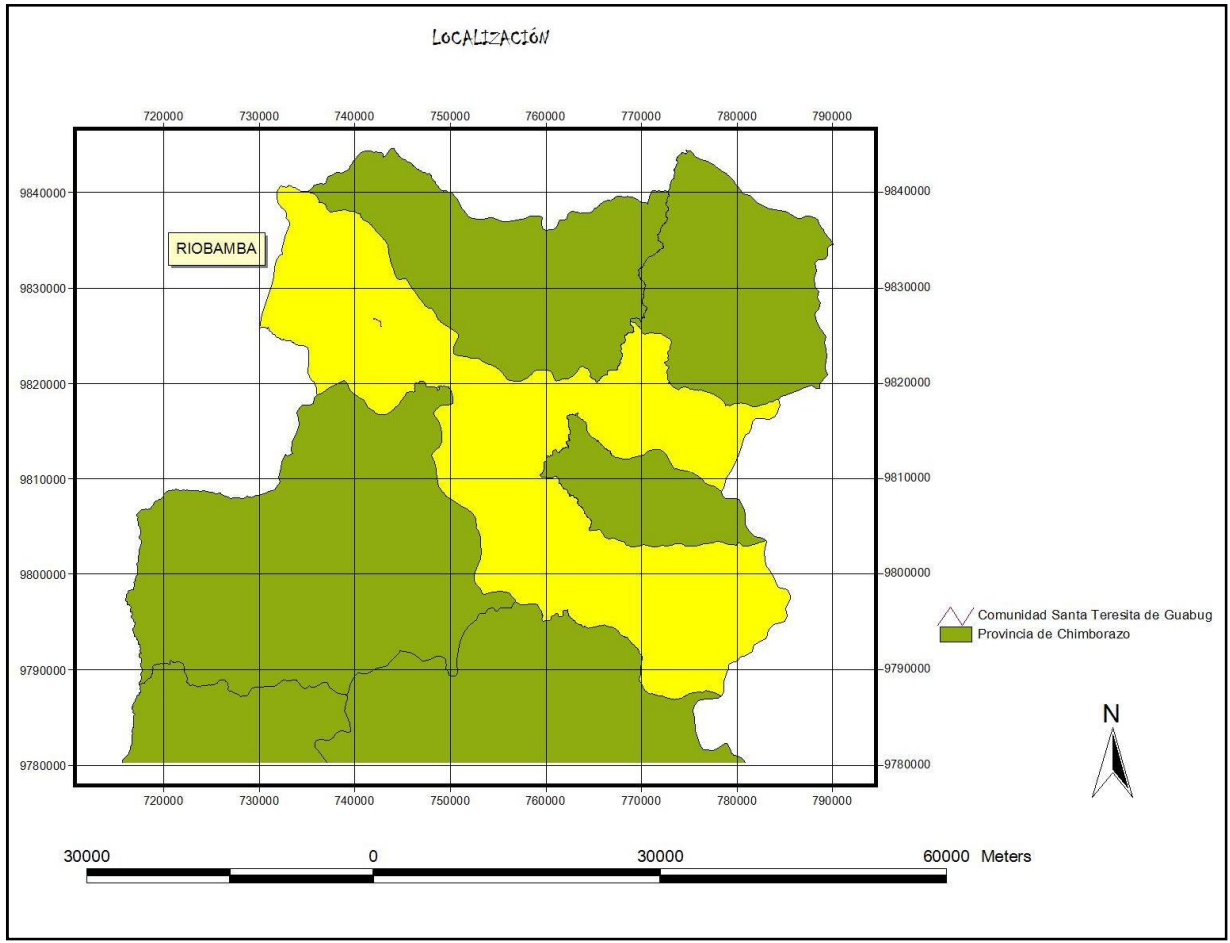


Gráfico No 34. Macrolocalización

b. Microlocalización

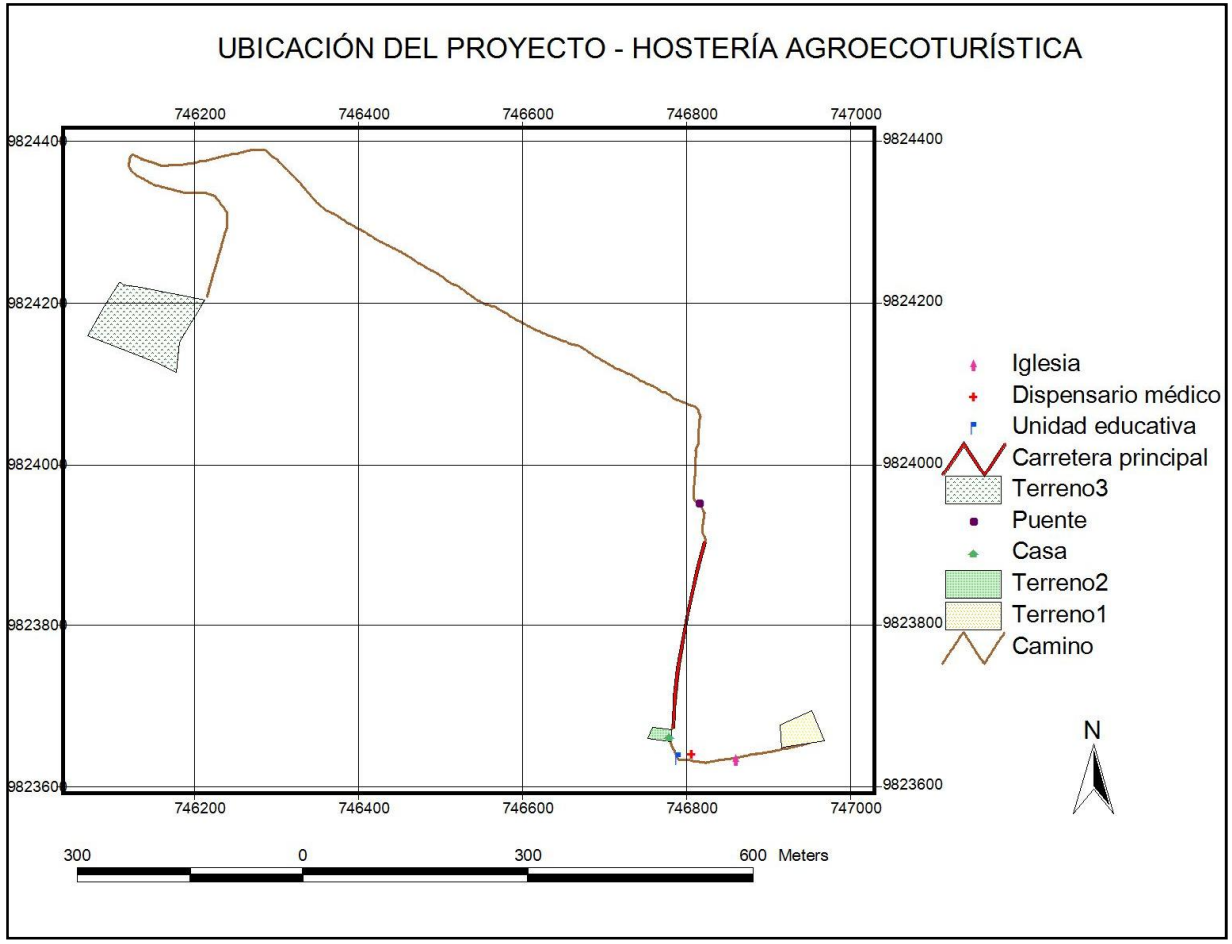


Gráfico No 35. Microlocalización

Los 3 terrenos que se utilizará para el proyecto se encuentran dentro de los límites de la comunidad Santa Teresita de Guabug. En el terreno 1 se construirá el centro de operación turística y las cabañas; en el terreno 2 se construirá el establo y el terreno 3 se destinará a la agricultura.

3. Proceso de producción

a. **Flujograma del proceso productivo general de los servicios del proyecto turístico**

El presente proyecto por ser una empresa turística se basa en la producción de tres servicios principales: alimentación, hospedaje y recreación o entretenimiento cuyas características principales son las siguientes: flexibilidad, pues deben ser adaptados rápidamente al deseo del cliente; importancia del factor humano, debido a que los servicios los prestan los trabajadores por cuanto la capacitación, estado de ánimo, etc. son clave para asegurar el éxito de la prestación del servicio.

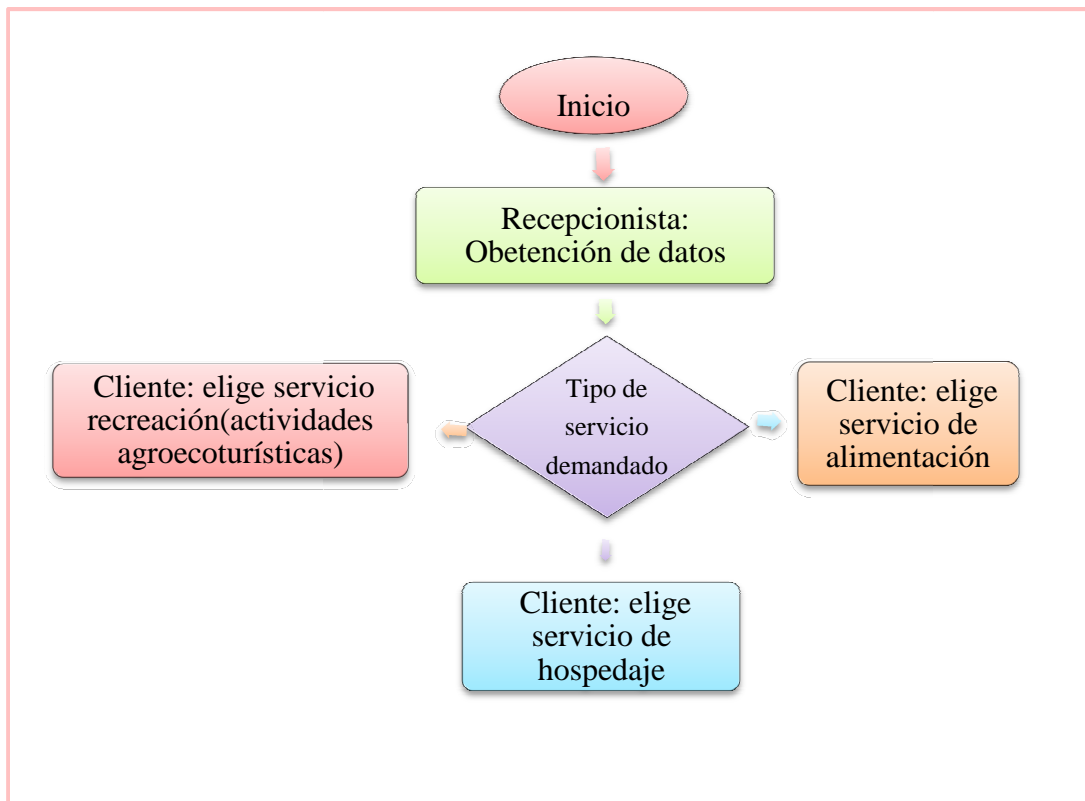


Gráfico No 36. Flujograma general de producción de servicios turísticos

1) **Servicio de alojamiento**

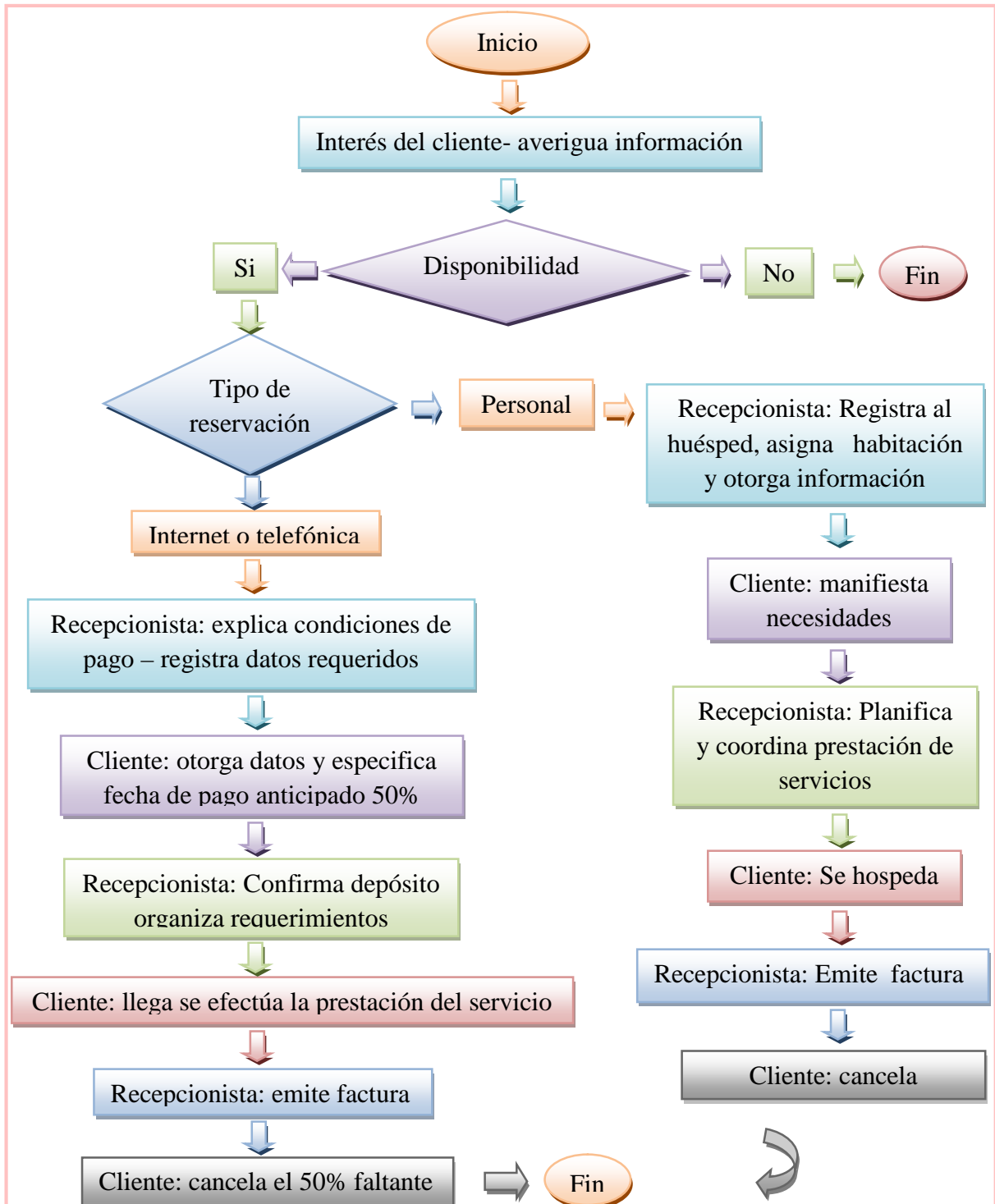


Gráfico No 37. Flujograma del servicio de alojamiento

2) Servicio de alimentación

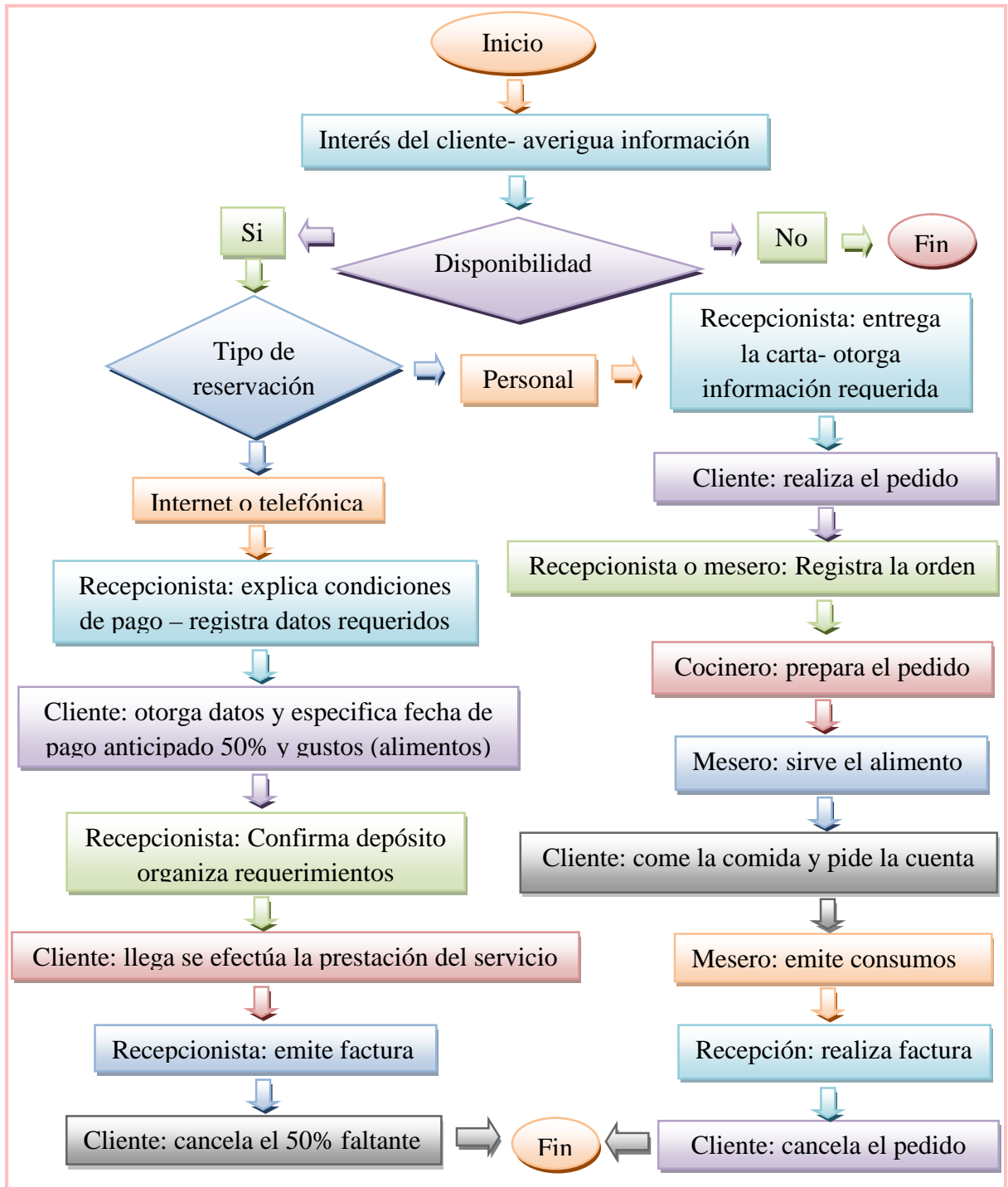


Gráfico No 38. Flujograma del servicio de alimentación

3) Servicio de recreación y entretenimiento

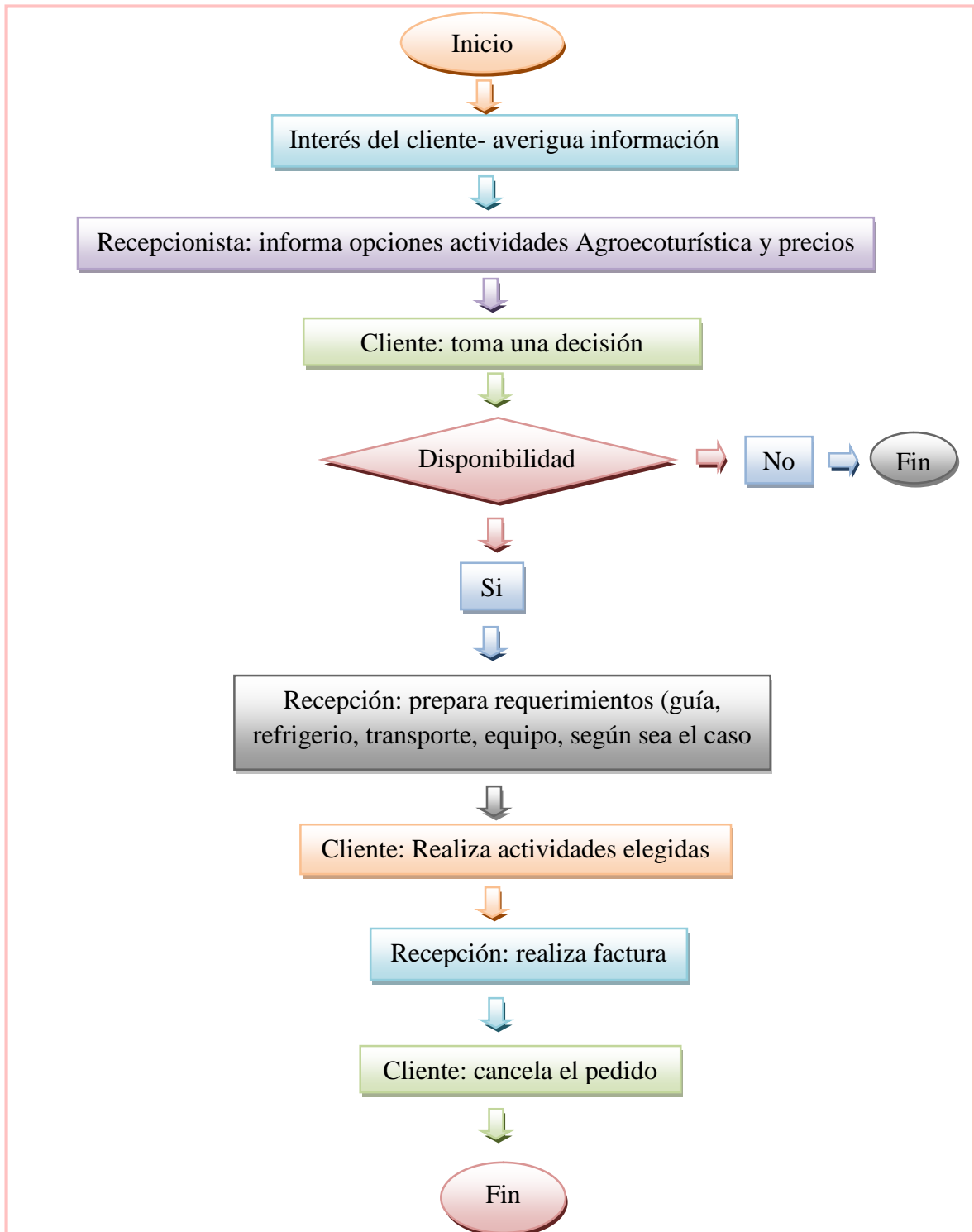


Gráfico No 39. Flujograma del servicio de recreación y entretenimiento

b. Requerimiento de instalaciones

1) Definición y organización del espacio

Cuadro # 66. Definición y organización del espacio

ESTACIONES AGROECOTURÍSTICAS	ÁREA TOTAL(m²)	DESCRIPCIÓN	
Terreno 1 Sueña con el Chimborazo	1876,71	Parqueadero	100 m ²
		Cabaña tipo 1-4 habitaciones Planta baja 47,52m ² Planta alta 24,42	63,06m ²
		Cabaña tipo 2- 3 habitaciones	47,52m ²
		Área de operación turística	218m ²
Terreno 2 Apreciando animales comunales	442,62	Establo para ganado y caballos	54,64 m ²
Terreno 4 Mirador natural	10.395,83	Agricultura demostrativa	10.295,83m ²
		Área de descanso	100m ²

Tomando en consideración ciertos parámetros identificados en el perfil del turista, se logró determinar las necesidades de instalaciones que permitan ofrecer adecuadamente los tres servicios principales de este proyecto que son: alimentación, hospedaje y recreación.

2) Necesidades de construcción

Se identificaron las necesidades de construcción en función de los requerimientos básicos que nos permitan brindar los servicios demandados y de las características dimensionales de los recursos físicos que se pretenden colocar en las construcciones.

Cuadro # 67. Necesidades de construcción

<p>Terreno 1</p>	<p>Construcciones Generales:</p> <p>Área de Hospedaje 7 habitaciones – 1 doble y 6 cuádruples con baño privado cada una En cada habitación cuádruple: 1 camas de 2 plazas (medidas 1,90cm. x1,35 cm.) 1 litera 1 velador pequeño (35cmx40cm) 1 ropero pequeño 1 mesa pequeña (redonda de 40cm de diámetro) 2 sillas 7 baños (uno en cada habitación)</p> <p>1 área de recepción: un juego de muebles 1 counter (2m x 1,18cm.)</p> <p>1 dormitorio privado</p> <p>Área de Restaurante 1 área de restaurante donde quepan: 10 mesas de 0.70 cm x 0.70cm 40 sillas de 0,35cm x0,37</p> <p>1 cocina mediana 1 baño</p> <p>Área de Recreación 1 salón de conferencias 1 área de Exposiciones artesanales permanentes 1 baño adicional (trabajadores)</p>
<p>Terreno 2</p>	<p>Establo para 3 caballo y 1 vaca Medidas aproximadas de una vaca 1,5 de altura y 2.5 de largo Medidas aproximadas de un caballo 1,70 m de altura y de largo 2,5m</p> <p>Galpón de cuyes y conejos con fines turísticos demostrativos</p>

3) Presupuesto de instalaciones

a) Construcción cabaña tipo 1- 4 habitaciones

Cuadro # 68. Presupuesto de construcción cabaña tipo 1- 4 habitaciones

PRESUPUESTO DE OBRA					
PROYECTO: CONSTRUCCION DE CABAÑA TIPO 1, 4 HABITACIONES					
UBICACIÓN: PARROQUIA SAN JUAN, CANTON RIOBAMBA					
ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	SUB
				UNITARIO	TOTAL
1	EXCABACION MANUAL DE CIMIENTOS	M3	15,10	5,20	78,52
2	RELLENO COMPACTADO	M3	8,02	4,80	38,50
3	DESALOJO MATERIAL RESTANTE	M3	8,50	6,00	50,98
4	REPLANTILLO H. SIMPLE	M3	0,45	95,00	42,75
5	PLINTOS H. SIMPLE	M3	2,70	165,00	445,50
6	HORMIGON CICLOPEO	M3	3,40	125,00	425,00
7	COLUMNAS H. SIMPLE	M3	0,53	185,00	98,86
8	CADENAS H. SIMPLE	M3	1,51	175,00	264,60
9	LOSETA H. ARMADO e=0,10mm	M2	2,26	75,00	169,13
10	ACERO DE REFUERZO	KG	375,52	2,00	751,05
11	COLUMNAS DE MADERA 0,15x0,15	ML	36,90	15,00	553,50
12	VIGAS DE MADERA 0,06x0,15	ML	195,15	8,00	1561,20
13	CUBIERTA DE MADERA	M2	70,98	45,00	3194,10
14	PISO DE DUELA DE EUCALIPTO	M2	53,86	18,00	969,45
15	ESCALERA	ML	1,50	55,00	82,50
16	CONTRAPISO H.SIMPLE	M2	39,60	14,00	554,40
17	MAMPOSTERIA DE LADRILLO	M2	136,03	11,00	636,90
18	CERAMICA DE PARED	M2	28,08	12,00	336,96
19	CERAMICA PARA PISO	M2	9,02	15,00	135,30
20	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 110mm	PTO	4,00	23,50	94,00
21	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 75mm	PTO	14,00	21,00	294,00
22	CAJA DE REVISION	U	5,00	45,00	225,00
23	TUBERIA PVC Ø 150mm	ML	24,00	9,00	216,00
24	PUNTOS AGUA POTABLE	PTO	14,00	25,00	350,00
25	INODORO TANQUE BAJO	U	4,00	80,00	320,00
26	LAVAMANOS	U	4,00	40,00	160,00
27	ACCESORIOS DE BAÑO Y LLAVES	U	4,00	25,00	100,00
28	INSTALACION LUMINARIAS	PTO	11,00	26,00	286,00
29	TOMACORRIENTE DOBLE	PTO	9,00	28,00	252,00
30	CAJA TERMICA 4 BRK	U	1,00	65,00	65,00
31	VENTANAS DE MADERA EUCALIPTO	M2	9,62	45,00	432,90
32	VIDRIO 3mm	M2	9,62	12,00	115,44
33	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO (0,90x2,10)	U	14,62	180,00	2631,60
34	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO (0,70x2,10)	U	18,62	145,00	2699,90
35	ENTECHADO DE TEJA DE ARCILLA	M2	70,98	7,80	553,64
36	VEREDA PAVIMENTADA	M2	18,00	14,00	252,00
				TOTAL	19.436,67
SON: DIESINUEVE MIL CUATROCIENTOS TREINTA Y SEIS DOLARES CON 67/100					

Fuente: Arq. Fabían Trujillo

b) Construcción cabaña tipo 2- 3 habitaciones

Cuadro # 69. Presupuesto de construcción cabaña tipo 2- 3 habitaciones

PRESUPUESTO DE OBRA					
PROYECTO: CONSTRUCCION DE CABAÑA TIPO 2, 3 HABITACIONES					
UBICACIÓN: PARROQUIA SAN JUAN, CANTON RIOBAMBA					
ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	SUB
				UNITARIO	TOTAL
1	EXCABACION MANUAL DE CIMIENTOS	M3	15,10	5,20	78,52
2	RELLENO COMPACTADO	M3	8,02	4,80	38,50
3	DESALOJO MATERIAL RESTANTE	M3	8,50	6,00	50,98
4	REPLANTILLO H. SIMPLE	M3	0,45	95,00	42,75
5	PLINTOS H. SIMPLE	M3	2,70	165,00	445,50
6	HORMIGON CICLOPEO	M3	3,40	125,00	425,00
7	COLUMNAS H. SIMPLE	M3	0,53	185,00	98,86
8	CADENAS H. SIMPLE	M3	1,51	175,00	264,60
9	ACERO DE REFUERZO	KG	375,52	2,00	751,05
10	COLUMNAS DE MADERA 0,15x0,15	ML	22,50	15,00	337,50
11	VIGAS DE MADERA 0,06x0,15	ML	82,80	8,00	662,40
12	CUBIERTA DE MADERA	M2	67,55	45,00	3039,66
13	PISO DE DUELA DE EUCALIPTO	M2	34,82	18,00	626,72
14	CONTRAPISO H.SIMPLE	M2	39,60	14,00	554,40
15	MAMPOSTERIA DE LADRILLO	M2	100,50	11,00	554,40
16	CERAMICA DE PARED	M2	21,06	12,00	252,72
17	CERAMICA PARA PISO	M2	6,77	15,00	101,48
18	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 110mm	PTO	3,00	23,50	70,50
19	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 75mm	PTO	9,00	21,00	189,00
20	CAJA DE REVISION	U	5,00	45,00	225,00
21	TUBERIA PVC Ø 150mm	ML	24,00	9,00	216,00
22	PUNTOS AGUA POTABLE	PTO	9,00	25,00	225,00
23	INODORO TANQUE BAJO	U	3,00	80,00	240,00
24	LAVAMANOS	U	3,00	40,00	120,00
25	ACCESORIOS DE BAÑO Y LLAVES	U	3,00	25,00	75,00
26	INSTALACION LUMINARIAS	PTO	8,00	26,00	208,00
27	TOMACORRIENTE DOBLE	PTO	7,00	28,00	196,00
28	CAJA TERMICA 4 BRK	U	1,00	65,00	65,00
29	VENTANAS DE MADERA EUCALIPTO	M2	7,22	45,00	324,68
30	VIDRIO 3mm	M2	7,22	12,00	86,58
31	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO (0,90x2,10)	U	11,22	180,00	2018,70
32	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO (0,70x2,10)	U	14,22	145,00	2061,18
33	ENTECHADO DE TEJA DE ARCILLA	M2	67,55	7,80	526,87
34	VEREDA PAVIMENTADA	M2	18,00	14,00	252,00
				TOTAL	15.424,52
SON: DIESINUEVE MIL DOSCIENTOS SIETE MIL DOLARES CON 43/100					

Fuente: Arq. Fabían Trujillo

c) **Construcción Área de Operación Turística**

Cuadro # 70. Presupuesto de construcción Área de Operación Turística

PRESUPUESTO DE OBRA					
PROYECTO: CONSTRUCCION AREA DE OPERACIÓN TURISTICA					
UBICACIÓN: PARROQUIA SAN JUAN, CANTON RIOBAMBA					
ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	SUB
				UNITARIO	TOTAL
1	EXCABACION MANUAL DE CIMIENTOS	M3	34,97	5,20	181,84
2	RELLENO COMPACTADO	M3	19,59	4,80	94,03
3	DESALOJO MATERIAL RESTANTE	M3	18,46	6,00	110,74
4	REPLANTILLO H. SIMPLE	M3	1,10	95,00	104,50
5	PLINTOS H. SIMPLE	M3	6,60	165,00	1089,00
6	HORMIGON CICLOPEO	M3	6,37	125,00	796,25
7	COLUMNAS H. SIMPLE	M3	1,31	185,00	241,66
8	CADENAS H. SIMPLE	M3	2,83	175,00	495,60
9	LOSETA H. ARMADO e=0,10mm	M2	2,73	75,00	204,75
10	ACERO DE REFUERZO	KG	1066,07	2,00	2132,14
11	COLUMNAS DE MADERA 0,15x0,15	ML	70,40	15,00	1056,00
12	VIGAS DE MADERA 0,06x0,15	ML	250,40	8,00	2003,20
13	CUBIERTA DE MADERA	M2	237,36	45,00	10681,20
14	PISO DE DUELA DE EUCALIPTO	M2	13,90	18,00	250,20
15	CONTRAPISO H. SIMPLE	ML	153,80	55,00	8459,00
16	MAMPOSTERIA DE LADRILLO	M2	198,22	11,00	8459,00
17	CERAMICA DE PARED	M2	52,53	12,00	630,35
18	CERAMICA PARA PISO	M2	144,76	15,00	2171,33
19	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 110mm	PTO	4,00	23,50	94,00
20	PUNTO AGUAS SERVIDAS Ø 75mm	PTO	6,00	21,00	126,00
21	CAJA DE REVISION	U	3,00	45,00	135,00
22	TUBERIA PVC Ø 150mm	ML	12,00	9,00	108,00
23	PUNTOS AGUA POTABLE	PTO	7,00	25,00	175,00
24	INODORO TANQUE BAJO	U	4,00	80,00	320,00
25	LAVAMANOS	U	2,00	40,00	80,00
26	ACCESORIOS DE BAÑO Y LLAVES	U	4,00	25,00	100,00
27	INSTALACION LUMINARIAS	PTO	36,00	26,00	936,00
28	TOMACORRIENTE DOBLE	PTO	17,00	28,00	476,00
29	CAJA TERMICA 4 BRK	U	2,00	65,00	130,00
30	VENTANAS DE MADERA EUCALIPTO	M2	46,30	45,00	2083,32
31	VIDRIO 3mm	M2	46,30	12,00	555,55
32	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO (0,90x2,10)	U	2,00	180,00	360,00
33	PUERTAS DE MADERA EUCALIPTO TIPO MAMPARA CON VIDRIO	M2	15,24	90,00	1371,60
34	ENTECHADO DE TEJA DE ARCILLA	M2	237,36	7,80	1851,41
35	VEREDA PAVIMENTADA	M2	45,12	14,00	631,68
36	DIVISIONES DE METAL Y ACRILICO	M2	13,36	80,00	1068,40
				TOTAL	49.762,74
SON: CUARENTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS SESENTA Y DOS DOLARES CON 74/100					

Fuente: Arq. Fabían Trujillo

d) Construcción estable

La construcción del establo se realizará tipo rustico con ladrillo visto, cubierta eurolit P-7 una caída.

Cuadro # 71. Presupuesto de construcción del establo

Rubro	Dimensiones	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total
Construcción establo	10,10m x 5,40m	m ²	54,64	80	4.363,20
TOTAL					4.363,20
SON CUATRO MIL TRESIENTOS SESENTA Y TRES DÓLARES CON 20/100					

Fuente: Arq. Fabían Trujillo

c. Requerimiento de mano de obra para el área productiva

Cuadro # 72. Requerimiento de mano de obra para el área productiva

CARGO	N°	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cocinero	1	300	4200
Mesero	1	270	3780
Auxiliar	1	250	3500
Guía	1	270	3780
TOTAL			15260

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

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

a) **Recetas comida típica de la zona**

Cuadro # 73. Determinación de la materia prima para el plato papas con cuy

Papas con cuy (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Cuy	2	u	5	10,00
Papas	7	libras	0,20	1,40
Lechuga	1	u	0,15	0,15
Cebolla paiteña	4	u	0,04	0,16
Tomate	4	u	0,10	0,40
Cilandro	4	ramita	0,01	0,04
Limón	2	u	0,05	0,10
Costo total de materia prima				12,25
Costo total				1,53

Cuadro # 74. Determinación de la materia prima para el plato locro de cuy

Locro de cuy (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costototal (usd)
Cuy	2	u	5	10
Papas	5	libras	0,20	1
Cilandro	3	ramita	0,01	0,03
Cebolla blanca	2	u	0,04	0,08
Orégano de sal	1	ramita	0,01	0,01
Tomate riñón	3	u	0,10	0,3
Pimiento	1	u	0,04	0,04
Costo total de materia prima				11,46
Costo total de materia prima por plato				1,43

Cuadro # 75. Determinación de la materia prima para el plato loco de gallina

Locro de gallina (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Gallina	1	u	6	6
Arvejas	5	onza	0,30	1,5
zanahoria	2	u	0,04	0,08
Tomate riñón	1	u	0,10	0,1
Arroz	0,40	libra	0,18	0,072
Cilandro	2	ramita	0,02	0,04
Cebolla blanca	4	u	0,04	0,16
Ajo	4	u	0,02	0,08
Apio	1	ramita	0,01	0,01
Papas	3	libra	0,20	0,6
Costo total de materia prima				8,64
Costo total de materia prima por plato				1,08

b) **Recetas comida ecuatoriana****Cuadro # 76. Determinación de la materia prima para el plato loco de papa**

Locro de papa (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costototal (usd)
Aguacate	2	u	0,40	0,8
Cilandro	3	ramita	0,03	0,09
Cebolla blanca	4	u	0,04	0,16
Ajo	4	u	0,02	0,08
Leche	0,5	litro	0,20	0,1
Queso	0,25	fracción	0,30	0,075
Papas	6	libra	0,20	1,2
Costo total de materia prima				2,51
Costo total de materia prima por plato				0,31

Cuadro # 77. Determinación de la materia prima para el plato fritada

Fritada (8 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costototal (usd)
Carne de cerdo	6	libra	1,20	7,2
Maduro	3	u	0,5	1,5
Ajo	10	u	0,02	0,2
Cebolla paitaña	5	u	0,04	0,2
Pimiento	1	u	0,06	0,06
limón	2	u	0,05	0,1
Cebolla blanca	3	u	0,04	0,12
Cilandro	2	ramita	0,01	0,02
Choclo	8	u	0,10	0,8
Maíz	1	libra	0,20	0,2
Mote	3	libra	0,17	0,51
Costo total de materia prima				10,91
Costo total de materia prima por plato				1,36

c) **Recetas comida internacional****Cuadro # 78. Determinación de la materia prima para el plato milanesa**

Milanesa (4 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Lomo de res de grosor de 1/2cm.	3	libra	1,75	5,25
Huevos	2	u	0,2	0,4
Papa	3	libra	0,2	0,6
Pan	1	u	0,1	0,1
Ajo	3	u	0,02	0,06
Arveja	0,5	libra	0,5	0,25
Zanahoria	4	u	0,04	0,16
Lechuga	1	u	0,15	0,15
Costo total de materia prima				6,97
Costo total de materia prima por plato				1,74

Cuadro # 79. Determinación de la materia prima para el plato filet mignon

Filet Mignon (4 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costototal (usd)
Lomo fino cortado en medallones	2	libra	2	4
Papa	3	libra	0,2	0,6
Arveja	0,5	libra	0,5	0,25
Zanahoria	4	u	0,04	0,16
Rábano	1	u	0,3	0,3
Coliflor	1	u	0,25	0,25
Costo total de materia prima				5,56
Costo total de materia prima por plato				1,39

d) **Recetas comida vegetariana****Cuadro # 80. Determinación de la materia prima para el plato puré de papas**

Puré de verduras (4 porciones)				
Ingredientes	Cantidad		Costo unitario (usd)	Costototal (usd)
zanahorias	2	u	0,04	0,08
cebolla blanca	1	u	0,04	0,04
dientes de ajo	2	u	0,02	0,04
hoja de laurel	1	u	0,02	0,02
papa	1	libra	0,2	0,2
tomates maduros	2	u	0,05	0,1
Queso	0,25	fracción	0,3	0,08
Costo total de materia prima				0,56
Costo total de materia prima por plato				0,14

a) Cuadro resumen de los costos de la materia prima

Cuadro # 81. Cuadro resumen de los costos de la materia prima

Denominación	Porcentaje aparente de consumo	# clientes al año	Costo materia prima/por plato	Costo anual clientes/plato
Típica de la zona	688			
Paras con cuy	34%	234	1,53	358,31
Locro de cuy	33%	227	1,43	325,34
Locro de gallina criolla	33%	227	1,08	245,34
Sub total 1				928,99
Ecuatoriana	408			
Locro de papas	50%	204	0,31	63,85
Fritada	50%	204	1,36	278,09
Sub total 2				341,95
Internacional	127			
Milanesa	50%	64	1,74	111,04
Filet Mignon	50%	64	1,39	88,58
Sub total 3				199,62
Vegetariana	51			
Puré de verduras	100%	51	0,14	7,07
Sub total 4				7,07
Sub total				1477,62
10% imprevistos				147,76
TOTAL				1625,39

b) Insumos para el restaurante

Cuadro # 82. Insumos para el restaurante

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Insumo especiales para platos vegetarianos				
Jerez fino (al año 2 botellas)	2	25	-	50
Salsa de soya 250 ml (al año 2 botellas)	2	15	-	30
Sub total				80
Insumos generales para el restaurante				
Fósforos el sol paquete de diez cajas	5	0,60	-	3,00
Aceite alesol 1lt - fda	2	1,85	3,70	44,40
Achiote en grano el sabor 40g	1	0,45	0,45	5,40
Chocolate en polvo universal 180g	5	0,89	-	4,45
Aliño condimensa 380 g	5	0,89	-	4,45
Anís estrellado el sabor 12g	6	0,65	-	3,90
Café nescafé	4	4	-	16,00
Canela en rama el sabor 30 G	6	0,79	-	4,74
Hierbas aromáticas hormimans 25 sobres	4	1,09	-	4,36
Sal pacífico yodada 1 k	1	0,6	0,60	7,20
Pimienta molida 500 g	1	0,45	0,45	5,40
Margarina Bonella 1 k	6	2,99	-	17,94
Cerveza	2	2,5	5,00	60,00
Vinagre blanco guayas 500 cc	6	0,85	-	5,10
Harina de trigo ya 1 kg	1	2,45	2,45	29,40
Pimienta negra	1	0,6	0,60	7,20
Pasta de maní condimensa 200g	6	1,19	-	7,14
Coñac 1 botella	1	2,6	2,60	31,20
Arroz multiahorro 20 libras	1	8	8,00	96,00
Azúcar multiahorro 4 libras	5	1,4	7,00	84,00
Champiñones enteros Snob 380 g	6	1,99	-	11,94
sub total				453,22
Sub total (insumos especiales+ insumos generales)				533,22
10% Imprevistos				53,322
COSTO TOTAL				586,54

2) Requerimiento refrigerios para el servicio recreación

a) **Costo del refrigerio**

Cuadro # 83. Determinación del costo del refrigerio

Refrigerio (sándwich de pollo con una fruta y una bebida) 15 personas			
Detalle	Cantidad	Costo unitario (usd)	Costo total (usd)
Manzana	15	0,20	3
Pan	15	0,10	1,50
Pollo	1	6,00	6,00
Huevos	4	0,20	0,80
Bebida Gatorade	15	1,00	15,00
Sub total			26,30
Costo por persona			1,75

b) **Costo de la materia prima para el refrigerio en función de las actividades**

El costo total de los refrigerios se determinó en función del número de turistas que eligieron la opción servicio de recreación y dentro de ella la opción visita atractivos naturales, cabalgatas y ciclismo que son las actividades turísticas que incluye refrigerio y serán fusionadas con las demás actividades de acuerdo a las preferencias del turista.

Cuadro # 84. Costo de la materia prima para el refrigerio en función de las actividades

Opciones	# clientes al año	Costo materia prima/por refrigerio	Costo anual clientes/ refrigerio
Visita atractivos naturales	704	1,75	1231,51
Cabalgatas	236	1,75	412,83
Ciclismo	236	1,75	412,83
Sub total			2057,18
10% imprevistos			205,71768
TOTAL			2262,89

e. **Requerimientos agropecuarios**

1) Costo Producción agrícolas

En el terreno N° 3 se sembrará al año 2 cosechas de Avena (*Avena sativa*) y 1 cosecha de Vicia (*Vicia sativa*). Ciclo del cultivo de la avena y vicia: 4 meses. En ambos casos se siembra al voleo.

En 10.000 m² se requiere 250kg de semilla de vicia.

Cuadro # 85. Costos para la producción de vicia

Producción de vicia (<i>Vicia sativa</i>)- Familia: leguminosae			
Superficie: 10.295,83m²			
Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Semilla de vicia 257,40kg	5,7 quintales	55,00	313,50
Fertilizantes: urea	3,2 quintales	22,00	70,40
Tractor	5 horas	12,00	60,00
Jornales	6	7,00	42,00
Total (1 cosecha de vicia al año)			485,90

En 10.000m² se requiere de 150 kg. de semilla de avena.

Cuadro # 86. Costos para la producción de avena

Producción de avena (<i>Avena sativa</i>)- Familia: graminaceae			
Superficie: 10.295,83m²			
Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Semilla de avena 154kg	3,4 quintales	65,00	221,00
Fertilizantes: urea	4 quintales	22,00	88,00
Control de plagas y enfermedades (2 aplicaciones)	Canor plus	400ml	9,00
	Mancocelo	400ml	14,00
Tractor	5 horas	12,00	60,00
Jornales	6	7,00	42,00
Total			457,00
Costo total (2 cosechas de avena al año)			914,00

2) Requerimiento alimentación animal

a) Caballos

Los caballos que se pretenden comprar para el presente proyecto con de raza pinto y palomino, de 5 años aproximadamente, miden 1,39 m. y pesan aproximadamente 420 kg. La Dieta de un caballo destinado a realizar trabajo ligero es de 70% de forraje (alfalfa o avena) y 30% de cereales, los mismos que consumen hasta 2,5% de su peso vivo. En función de estos datos generales se calculó el consumo anual, obteniendo como resultado los siguientes datos:

Al día un caballo requiere de 10,5 kg de dieta, 7,35 Kg. de forraje y 3,15 Kg. de cereal.

Cuadro # 87. Costo de la dieta alimenticia caballar

DIETA KG/DÍA	CONSUMO MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Alfalfa 7,35kg	220kg 7 cargas de hierba	3,00 la carga	21,00	252,00
Cebada 3,15kg	94,5kg 2 quintales + 10 lbs.	30,00 el quintal 0,40 libra	64,00	768,00
Sub total consumo por caballo			81,50	978,00
COSTO TOTAL (3 caballos)				1.020

b) Vaca

La vaca que se pretende comprar para el presente estudio posee las siguientes características: 1,5 m. de altura y 2,5 de largo, peso aproximado de 400 kg. Se conoce que una vaca en promedio se alimenta del 10% de su peso vivo.

Cuadro # 88. Costo de la dieta alimenticia de ganado

DIETA KG/DÍA	CONSUMO MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Alfalfa 40kg.	1200kg 33 cargas de hierba	3,00 la carga	99,00	1180,00
COSTO TOTAL (1 vaca)				870

c) Especies menores

Un conejo de raza Rex posee las siguientes características: longitud del cuerpo 45 cm., longitud de la cola 5cm., longitud de las orejas 8cm. Pesa 1,8kg. (4 libras), y se conoce que un conejo normalmente come aproximadamente el 15% de su peso.

La carga de heno (alfalfa) pesa aproximadamente 36,28 kg. Un cuy de 1,10kg (2,5 libras) de peso consume en forraje verde hasta el 30% de su peso vivo.

Cuadro # 89. Costo de la dieta alimenticia de especies menores

DIETA KG/DÍA	CONSUMO MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Conejos (4 conejos)				
0,27kg.	8,1kg *4 conejos= 32,4 kg carga	3,00 la carga	3,00	36,00
Cuyes (4 cuyes)				
0,33kg.	9,9kg. * 4 cuyes = 39,6kg. carga y media	4,50	4,50	54,00
COSTO TOTAL				90,00

3) **Requerimiento medicamentos para animales**

Cuadro # 90. Requerimiento medicamentos para animales

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Mensual	Costo Anual
Vacunas				
Vitaminas Browni Vit- 1 pastilla al mes				
Ganado (1 vaca)-	1	2	2	24,00
Caballo (3 caballos)	3	2	6	72,00
Desparasitario – Libamisol – cada 6 meses				
Caballo: para 3 caballos 2 frascos	4	2	-	8,00
Ganado: 1 vaca 1 frasco	1	2	-	2,00
Desparasitario Especies menores (cada 4 meses)	3	1,60	-	4,80
COSTO TOTAL				110,80

f. **Insumos de limpieza**

Cuadro # 91. Insumos de limpieza

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Esponja mixta estrella salvaunas 10g	1	0,59	0,59	7,08
Estropajo de alambre estrella x 3 unds.	1	0,79	0,79	9,48
Cloro ajax 1000 cc clásico	2	1,55	3,1	37,2
Limpiador pato tanque purificante pastilla 48 g	7	2,79	19,53	234,36
Desinfectante fresklin 1000cc floral	1	2,51	2,51	30,12
Detergente deja 1000 g floral	2	2,49	4,98	59,76
Jabón de lavar lava todo 6 250 g x 2 unds.	4	1,04	4,16	49,92
Lavavajilla en crema axion 900 g limón	1	2,79	2,79	33,48
Sub Total				461,4
10% imprevistos				46,14
COSTO ANUAL				507,54

g. Insumos para el servicio de alojamiento

Cuadro # 92. Insumos para el servicio de alojamiento

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel higiénico multiahorro x 12 rollos	5,00	2,99	14,95	179,40
Shampoo en sachet	60,00	0,10	6,00	72,00
sub Total				251,40
10% imprevistos				25,14
COSTO ANUAL				276,54

h. Requerimiento activos fijo

1) Requerimiento equipos

Cuadro # 93. Requerimiento equipos

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Área de Restaurante			
Congelador Horizontal Luxor	1	530,77	530,77
Refrigeradora blanco Durex	1	886	886
Cocina industrial de tres quemadores	1	300	300
Horno industrial	1	400	400
Tostador Imaco	1	17,78	17,78
Licuadaora 14 velocidades Oster	2	66,13	132,26
Sanduchera Tostadora Imaco	1	20,16	20,16
Mini componente LG	1	321,3	321,3
Batidora extreme 2ltr. Con base y recipiente	1	20	20
Sub total 1			2628,27
Área de Hospedaje			
Secador de cabello Oster	4	26,97	107,88
plancha Oster	2	34	68
Sub total 2			175,88
Área de Recreación			
Bicicleta Mujer Shimano Aluminio Suspensión	2	300	600
Bicicleta Shimano Aluminio Suspensión	2	300	600

Sub total 3	1200
TOTAL	4004,15
10% Imprevistos	400,415
COSTO TOTAL	4404,57

2) **Requerimientos muebles y enseres**

Cuadro # 94. Requerimientos muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Área de Restaurante			
Mesas de madera lacadas (0,70cm X0,70 cm)	10	21	210
Sillas de madera con espaldar	40	23	920
Mesas para niños	1	36	36
Alacenas para la cocina (2metros)	2	78	156
Sub Total			1322
Área de Hospedaje			
Camas de 2 plazas 1,90 X1,35	8	120	960
Literas de madera de 1 plaza	8	250	2000
Roperos de madera	7	15	105
Peinadores (repisa de madera y marco para espejo)	7	18	126
Mesas redondas (40 cm de diámetro)	8	24	192
Veladores de madera (35cmx40cm)	15	37	555
Sillas de madera (para las habitaciones)	14	25	350
Colchones de 2 plazas chaide chaide 27cm. (1,35X1,90)	8	110	880
15 colchones de 1 y media plaza (1,05X1,90)	15	93	1395
Sub Total			6563
Área de Recreación			
Mostrador de madera	2	130	260
kit de ciclista(ropa rompe vientos, casco, guantes)	5	200	1000
Monturas completas (pellón, alfombra, estribos, correaje y riendas)	3	450	1350
Galpones	2	60	120
Sub total			2730
TOTAL			10615
10% Imprevistos			1061,5
COSTO TOTAL			11676,50

3) **Requerimiento de menaje**

Cuadro # 95. Requerimiento de menaje

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Área de Restaurante			
Textil			
Gorras de mesero	3	2,3	6,90
Manteles de mesa	14	4	56,00
Cubre mantel	15	2	30,00
Servilletas de tela	20	1,5	30,00
Sub total 1			122,90
Menaje de cocina			
Achiotero de aluminio indalum con tapa	1	2,99	2,99
Aislante de calor grande aluminio fundido	1	6,95	6,95
Balde plástico 10lts s tapa 901206	1	3,59	3,59
Balde plástico 12lts	1	1,59	1,59
Balde plástico 8l	1	1,59	1,59
Banco plástico	3	2,99	8,97
Cesto plástico calado	1	2,59	2,59
Colador de hierro	1	3,2	3,20
Ensaladera de acero inoxidable	2	1,59	3,18
Escurreidor plástico multiuso 27cms	1	1,59	1,59
Espátula de madera mediana espátula mediana	2	1,49	2,98
Exprimidor de limón de aluminio fundido	1	4,59	4,59
Canasta plástico	1	3,99	3,99
Basureros de metal	2	5	10,00
Tacho plástico megafuerte	5	6,87	34,35
Tanque de gas	3	35	105,00
Jarra plástica 1 litro	4	0,99	3,96
Jarra plástica 2 litro	4	2,99	11,96
Sartén mediado de teflón	2	5,45	10,90
Sartén asador Umco 28 cm	1	27	27,00
Juego de 2 sartenes Umco de 20 y 24 cm	1	22	22,00
Cuchillos medianos Tramontina	2	9	18,00
Cuchillos grandes Tramontina	2	12	24,00
Set de toallas de cocina 3 unidades 30x30	1	7,99	7,99
Paila gruesa	2	19,1	38,20

Olla marca Umco número 32	1	38,8	38,80
Olla marca Umco número 36	1	52,2	52,20
Olla marca Umco número 40	1	64,25	64,25
Set de cuchillos mas tabla	1	8	8,00
Sub total 2			524,41
Cristalería			
Vasos de vidrio liso 14 onzas	24	0,42	10,08
Jarra de vidrio	10	2,87	28,70
Copas de cristal	24	0,53	12,72
Sub total 3			51,50
Menaje de mesa			
Servilletero	10	1,29	12,90
Salero y pimentero	10	2	20,00
Sub total 4			32,90
Cubertería			
Tenedores docena	2	10,5	21,00
Cuchillos docena	2	13,5	27,00
Cuchara docena	2	10,5	21,00
Cuchara pequeña docena	2	6	12,00
Sub total 5			81,00
Vajilla			
Plato base de 30cm. de diámetro	40	6,5	260,00
Plato llano de 27cm. de diámetro	40	4,8	192,00
Plato medio de 25 cm. de diámetro	15	4	60,00
Plato medio de 17,5 cm de diámetro	20	2	40,00
Plato hondo de 18,7 cm. de diámetro	40	2,1	84,00
Plato para pan de 16cm. de diámetro	10	1,8	18,00
Plato de 8 cm de diámetro	10	1,5	15,00
Plato para 16cm. de diámetro	10	1,9	19,00
Tasa	30	2,25	67,50
Plato base de tasa	30	1,5	45,00
Sub total 6			800,50
Área de Hospedaje			
Basureros pequeños de plástico	8	2	16,00
Alfombra	9	4	36,00
Cortinas para el baño	9	5	45,00
Cortinas habitaciones de 2 m.	12	14	168,00
Almohadas de plumón	32	2,2	70,40
Cobijas	64	12	768,00
Colchas	32	18	576,00

Sábanas el juego de 2 plazas	8	15	120,00
Sábanas el juego de 1 plaza y media	15	12	180,00
Toallas	35	4	140,00
Espejos para las peinadoras (60 cm. x 50xm.)	8	3,8	30,40
Espejos redondos (40cm de diámetro)	9	6	54,00
Armadores (paquete de 10 unidades)	4	2	8,00
lámparas	7	12,47	87,29
Sub total 7			2299,09
Área de Recreación			
Herramientas agrícolas			
Manguera 20m	1	16	16
Azadón mediano	1	10,87	10,87
Fumigadora	1	27	27
Corta césped	1	4,8	4,8
Rastrillo	2	4,1	8,2
Podadera	1	5	5
Totas de caucho	2	12	24
Sub total 8			95,87
TOTAL			4008,17
10% Imprevistos			400,817
COSTO TOTAL			4408,99

4) **Requerimiento de menaje para aseo y limpieza**

Cuadro # 96. Requerimiento de menaje para aseo y limpieza

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Botella con atomizador	2	0,99	1,98
Cepillo para lavar ropa	2	1	2,00
Trapeadores	4	2,89	11,56
Guantes de caucho negro	6	1,39	8,34
Pala para basura pica	2	0,99	1,98
Destapa cañerías	2	2	4,00
Escobas	6	2,54	15,24
Escobillas	3	2	6,00
Kit de aseo animales (cepillos, rasquetas,etc.)	2	10	20,00
TOTAL			71,10
10% Imprevistos			7,11
COSTO TOTAL			78,21

i. Requerimiento de adquisición de animales

Cuadro # 97. Requerimiento de adquisición de animales

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Caballos	3	700	2100
Vaca lechera	1	500	500
Conejos raza Rex (2 machos y 2 hembras)	4	10	40
Cuy Peruano	1	12	12
Cuy peruano de pelo largo	2	25	50
Cuy de raza mejorada y grande	1	10	10
TOTAL			2712
10% Imprevistos			271,2
COSTO TOTAL			2983,20

j. Requerimiento adecuación de la sala de exhibición de artesanías

Cuadro # 98. Requerimiento de adquisición de artesanías

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Prendas típicas	9	20	180
Herramientas típicas de tejido	2	5	10
Fotografías de la comunidad	20	2	40
Material demostrativo	1	80	80
Artesanías	10	8	80
TOTAL			390
10% Imprevistos			39
COSTO TOTAL			429,00

k. Requerimiento adquisición de plantas

El número de plantas se calculó en función de las necesidades demostrativas de cada terreno, y tomando en cuenta la densidad de siembra que para especies arbóreas es de 16m², para especies arbustivas es de 9m² y para especies herbáceas es de 1m².

En este proyecto agro-ecoturístico las especies arbóreas y arbustivas se sembrarán aleatoriamente en los tres terrenos que forman parte del mismo, en tanto que para las especies herbáceas especialmente las plantas medicinales se sembrarán en un área de 120m².

Cuadro # 99. Requerimiento de adquisición de plantas

PLANTA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Plantas arbóreas y arbustivas			
Quishuar (<i>Buddleia incana</i>)	9	0,30	2,70
Tilo (<i>Sambucus nigra</i>)	2	0,25	0,50
Romerillo (<i>Podocarpus oleifolius</i>)	5	0,30	1,50
Higueron (<i>Ficus sp</i>)	2	0,30	0,60
Yagual (<i>Polylepis racemosa</i>)	10	0,40	4,00
Pumamaqui(<i>Coreopanax ecuadorensis</i>)	5	0,60	3,00
Aliso (<i>Alnus acuminata</i>)	5	0,40	2,00
Lupina(<i>Lupinus sp.</i>)	30	0,20	6,00
Perrito (<i>Bistropogon mollis</i>)	7	0,30	2,10
Sub total 1			22,40
Plantas herbáceas			
Menta (<i>Mentha piperita</i>)	10	0,10	1,00
Manzanilla (<i>Matricaria chamonilla</i>)	10	0,20	2,00
Yerba luisa (<i>Lippia citriodora</i>)	10	0,20	2,00
Cabuya negro (<i>Agave americana</i>)	10	0,50	5,00
Orégano (<i>Origanum vulgare</i>)	10	0,30	3,00
Sábila (<i>aloe vera</i>)	10	0,40	4,00
Marco (<i>ambrosia arborescens</i>)	10	0,10	1,00
Toronjil (<i>melisa officinalis</i>)	10	0,20	2,00
Caballo chupa (<i>equisetum bogotensis</i>)	10	0,30	3,00
Ñachac (<i>Bidens andicola</i>)	10	0,30	3,00
Ortiga blanca (<i>Urtica urens</i>)	10	0,20	2,00
Santa maría (<i>Tanacetum parthenium</i>)	10	0,10	1,00
Tipo (<i>Bistropogon mollis</i>)	10	0,25	2,50
Lengua de vaca (<i>Rumex crispus</i>)	10	0,10	1,00
Diente de León (<i>Taraxacum officinale</i>)	10	0,10	1,00
sub total 2			33,50
TOTAL			55,90
Imprevistos 10%			5,59
TOTAL			61,49

I. Requerimiento de combustible

Este requerimiento se determinó en base al consumo de combustible que será utilizado para la adquisición de productos, movilización administrativa, etc. El precio de la gasolina extra es 1,48 el galón.

Cuadro # 100. Requerimiento de combustible

COMBUSTIBLE	CANTIDAD	CONTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gasolina Extra	20 galones (al mes)	1,48	29,60	355,20

m. Servicios Básicos

Actualmente la tarifa del kilovatio/hora se ubica en 0,0868 ctv.

Cuadro # 101. Consumo mensual aparente de energía eléctrica

Carga	Potencia	tiempo/uso (horas/día)	tiempo uso Horas/sema.	consumo mensual (Kwh)	consumo (usd)
foco Ahorrador (13 focos)	20	6		46,80	4,06
Computador	300	5		45,00	3,91
Ducha	3000	0,6		54,00	4,69
Refrigerador	300	8		72,00	6,25
Congelador	300	8		72,00	6,25
Plancha	1000		3	12,00	1,04
Secadora	700	0,6		12,60	1,09
Licuadaora	200	0,3		1,80	0,16
Mini componente	100	6		18,00	1,56
Batidora	100	0,3		0,90	0,08
Costo Total Mensual					29,09

Cuadro # 102. Costo Mensual de Servicios Básicos

SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía eléctrica	29,09	349,04
Agua	10	120,00
Consumo gas	6	72,00
Teléfono celular	10	120,00
COSTO TOTAL		661,04

n. Diseño Técnico

El diseño técnico (Ver anexo N°07. Planos arquitectónicos) se realizó con la colaboración del arquitecto Fabián Trujillo, en función de la planificación constructiva (determinación de necesidades de construcción y dimensión de objetos que serán colocados en cada área del proyecto).

D. ESTUDIO DE ADMINISTRATIVO LEGAL

10. Estructura organizativa de la empresa

a Manual de funciones y políticas de remuneración

1) Área administrativa

Cuadro # 103. Manual de funciones del Administrador

Título del puesto	Administrador
Áreas de responsabilidad	Administrativa
Tiempo de trabajo	Ocho horas al día
Tareas inherentes al puesto:	
<ul style="list-style-type: none"> . Administrar la operación de la empresa desde el punto de vista de planeación, dirección, organización y funcionamiento. . Administrar el área financiera del establecimiento con el fin maximizar los beneficios y la rentabilidad de la empresa. . Preparar, revisar y aprobar presupuestos de las diferentes áreas y secciones con el fin de garantizar el uso, seguimiento y control de ingresos y egresos. . Promover políticas de mercadeo y venta local, nacional e internacionalmente. . Ejecutar y apoyar políticas de manejo del recurso humano y selección de personal. . Ejercer control y seguimiento a las demás áreas que conforman la empresa. . Presentar propuestas generales variadas con el objetivo de mejorar la gestión y el funcionamiento de la empresa ante la junta directiva. . Propender y promover políticas de gestión de calidad en todas las áreas del establecimiento y especialmente en servicio al cliente y huéspedes que permitan el fortalecimiento de la imagen empresarial. . Fomentar el equilibrio de los procesos productivos y comerciales que suceden en la operación hotelera con el cuidado del entorno ecológico y la responsabilidad social que de la actividad se genera, acorde con las normas de sostenibilidad. 	
Otras ocasionales:	
Colaborar en el área de reservación en caso de ser requerido.	
Dependencia:	
Área administrativa.	

Cuadro # 104. Remuneración del personal administrativo

CARGO	N°	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Administrador	1	450	6300
TOTAL			6300

2) Área comercial

El manual de funciones y las políticas de remuneración del área comercial ver cuadro # 47 y cuadro #48.

3) Área productiva

Cuadro # 105. Manual de funciones cocinero

Título del puesto	Cocinero
Áreas de responsabilidad	Alimentación
Tiempo de trabajo	8 horas al día
Tareas inherentes al puesto:	<ul style="list-style-type: none">. Preparación y elaboración de platillos.. Preparación de Alimentos, siguiendo estándares de calidad. Coordinar el trabajo con el ayudante de cocina. Manejo higiénico de alimentos. Llevar un control e inventario del menaje, herramientas, materia prima, etc.
Otras ocasionales:	Colaborar en el Área de recepción en caso de ser requerido.
Dependencia:	Área Productiva

Cuadro # 106. Manual de funciones mesero

Título del puesto	Mesero
Áreas de responsabilidad	Alimentación
Tiempo de trabajo	8 horas al día
Tareas inherentes al puesto:	
<ul style="list-style-type: none"> - Atender la mesa y a los clientes. - Servir los alimentos y llevar la cuenta. - Mantener en orden las mesas. 	
Otras ocasionales:	
Colaborar en las demás áreas en caso de ser requerido.	
Dependencia:	
Área Productiva	

Cuadro # 107. Manual de funciones auxiliar general

Título del puesto	Auxiliar general
Áreas de responsabilidad	Alimentación- Alojamiento (ocasional)
Tiempo de trabajo	8 horas al día
Tareas inherentes al puesto:	
<ul style="list-style-type: none"> - Colaborar en la preparación de los platos - Colaborar en el área de hospedaje en la limpieza y organización de las habitaciones - Mantener las plantas y las siembras adecuadamente - Cuidado de los animales (alimentación, desparasitación, etc.) - Responsable de los establos. - Limpieza general de bodegas. - Responsable de los equipos y equipamiento del área recreativa. 	
Otras ocasionales:	
Colaborar en las demás áreas abiertamente en caso de requerirlo.	
Dependencia:	
Área productiva.	

Cuadro # 108. Manual de funciones guía turístico

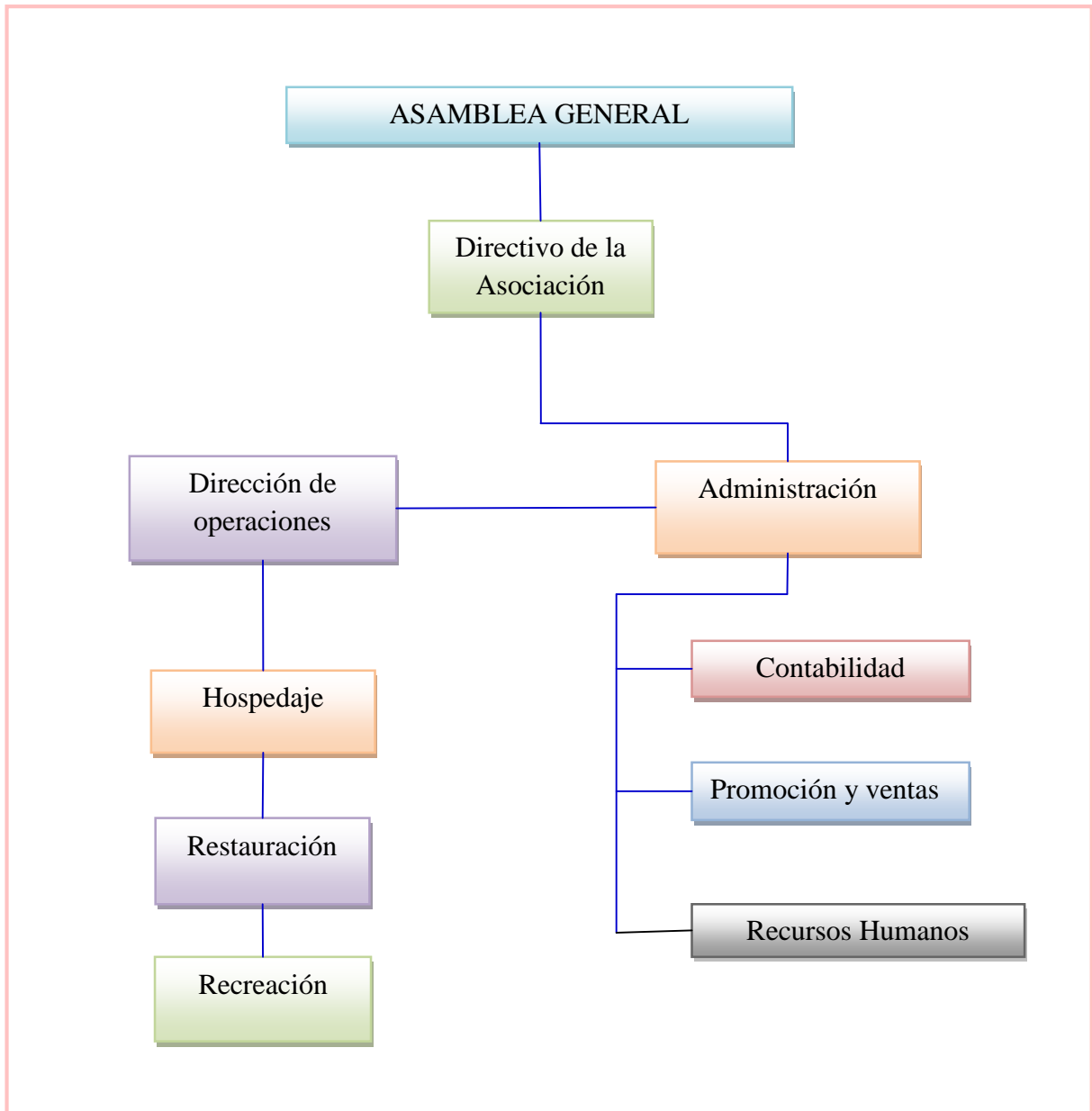
Título del puesto	Guía turístico
Áreas de responsabilidad	Área de Recreación
Tiempo de trabajo	8 horas al día
Tareas inherentes al puesto:	
<ul style="list-style-type: none"> - Supervisar la unidad de transporte a utilizar, si este fuera el caso - Elaborar informe al finalizar los itinerarios. - Acompañar a los turistas en sus compras, paseos y visitas. - Controlar periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad. - Tomar decisiones en situaciones especiales que afectan al turista. - Asistir al turista en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios. - Distribuir el tiempo adecuadamente. - Lograr fomentar una buena imagen de la empresa en el turista. - Brindar información en palabras sencillas y en un lenguaje común sobre la cultura local. 	
Otras ocasionales:	
Colaborar abiertamente en caso de ser requerido en las demás áreas de la empresa.	
Dependencia:	
Área Productiva.	

Cuadro # 109. Remuneración del área productiva

CARGO	N°	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cocinero	1	300	4200
Mesero	1	250	3500
Auxiliar	1	250	3500
Guía	1	270	3780
TOTAL			14980

11. Organigrama de la empresa

Gráfico No 40. Organigrama de la empresa



12. Viabilidad legal

a. Extractos de ley que abalicen la creación de la empresa y leyes requeridas

1) Constitución política de la República del Ecuador

a) Art. 66, numeral 13: El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria

b) Art. 66, Numeral 15: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

c) Art. 66, Numeral 25: derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

d) Art 83, literal 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

e) 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.

2) Ley de turismo

a) Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

b) 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.

c) Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

d) Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento.

3) Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo

a) 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.

b) Del registro único de turismo

i) 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.

ii) Art. 48.- Pago por concepto de Registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el siguiente detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

c) De la licencia única anual de funcionamiento

i) 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.

ii) 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.

iii) 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.

4) Reglamento General de actividades turísticas

a) Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

b) Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

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;

Botiquín de primeros auxilios.

c) Art. 28.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

De recepción las veinticuatro horas del día atendido, por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará atendido por el personal de la recepción;

Botiquín de primeros auxilios.

d) Art. 29.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios:

De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes y mensajero que dependerá de la recepción;

Teléfono público en la recepción;

Botiquín de primeros auxilios.

e) 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.

5) Reglamento General de Microempresa Asociativas

Mediante Acuerdo N° 0014, publicado en el Registro Oficial N° 524 de febrero 15 del 2005, se expide el Reglamento de Aprobación de Microempresas Asociativas, este reglamento regula la aprobación y concesión de personería jurídica, a las corporaciones, previstas en el Título XXIX del Libro del Código Civil, que para los fines del mismo, se denomina “Microempresas Asociativas”

Microempresa es una unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho formales o informales que se dedican a la producción, servicio y/o comercio, en los subsectores de alimentos, cerámica, confecciones – textil, cuero y calzado, electrónico – radio – tv, gráfico, hotelería- restaurantes – turismo, químico – plástico, materiales de construcción, maderero,

metalmecánica, servicios profesionales, transporte de servicio público y cuidado de carreteras y otros.

13. Reglamento de la empresa

Se realizaron los Estatutos de la Microempresa Asociativa con la asesoría de un abogado, y en base al Código Civil Ecuatoriano y el Reglamento General de Microempresas Asociativas. Este documento se encuentra en el (Anexo N° 04)

1. Requisitos legales para la constitución

Cuadro # 110. Requisitos legales para la constitución

Registro Único de Turismo
Este pago se realizará una sola vez
Solicitud dirigida al Ministerio de Turismo (Director)
Constitución legal de la empresa
Representación legal de la entidad
Acta de Constitución
Licencia Única Anual de Funcionamiento de Establecimientos Turísticos
Solicitud dirigida al Señor Alcalde del Cantón.
Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.
Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo provincial
Patente municipal.
Copia certificada del RUC.
Lista de precios del establecimiento turístico.
Formulario actualizado de la planta turística.
Patente Municipal
Copia de la cédula y papeleta de votación
Copia de RUC.
Copia permiso de cuerpo de bomberos
Copia del título del predio donde se ubica la actividad
Formulario "Solicitud patente"
Certificado factibilidad Gestión Ambiental.

Constitución como una Microempresa Asociativa
Solicitud de aprobación al Ministro de Trabajo.
Acta constitutiva, original y copia, con los datos completos de fundadores, nombramiento directorio provisional y firmas de los socios.
Dos ejemplares del estatuto certificados por el secretario.
Dos ejemplares de la lista de todos los socios.
Certificado de apertura de cuenta de integración de capital (400dólares)
Inscripción del RUC
Formulario RUC 01-A lleno con los datos de la compañía
Original y copia de la escritura de constitución de la compañía
Original y copia del nombramiento del representante legal
Original y copia de la cedula de ciudadanía del representante legal
Planilla anual de pago de servicios
Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

2. Obligaciones fiscales

a Obligaciones por única vez

Cuadro # 111. Obligaciones por única vez

Obligaciones	Costo
Registro Único de Turismo (el valor fija el Ministerio de Turismo de acuerdo a la categorización otorgada por el mismo, al número de habitaciones y una debida inspección del la empresa turística). Para el presente estudio se estimó la implementación de una hostería de dos estrellas con 7 habitaciones.	41,30
Apertura de una cuenta en el Banco Nacional de Fomento con un valor de 400 dólares como requisito para ser una Microempresa Asociativa	400,00
Otras instituciones	200,00
COSTO TOTAL	641,30

b Obligaciones anuales

Cuadro # 112. Obligaciones anuales

Obligaciones	Costo
<p>Licencia anual de funcionamiento (el valor fija el base a los siguientes factores: al valor otorgado por el Ministerio de Turismo, el número de habitaciones 8 dólares/habitación, y el número de mesas 2dólares por mesa.). Para nuestro estudio se pretende la construcción de 7 habitaciones y la implementación de un restaurante con 10 mesas.</p>	76,00
Otras instituciones	30,00
COSTO TOTAL	106,00

E. ESTUDIO AMBIENTAL

Mediante la aplicación de la matriz de Leopold se realizó la evaluación de impacto ambiental con el fin de lograr determinar las acciones o actividades a implementarse a razón de ese presente proyecto.

1. Área a evaluar

El área total directa a ser evaluada consiste en tres terrenos de 1876,71m², 442,62m², y 10.395, 83 m² respectivamente, que forman parte de la comunidad Santa Teresita de Guabug cuyas características se encuentran descritas en el estudio de potencialidad del presente proyecto.

2. Elaboración de la matriz de Leopold

Como primer paso, utilizando la lista de verificación sugerida por el método se procedió a determinar 15 las acciones que ejercerá el proyecto sobre el área, así como también se identificaron los 14 elementos o componentes que pueden ser afectados con cualquier tipo de las acciones anteriores. Para determinar la relación de causalidad entre las acciones y los factores ambientales a cada fila (componente ambiental) de la matriz se confrontó con cada una de las columnas (acciones), y tras es respectivo análisis trazando una línea en la celdilla se identificó un total de 86 interacciones.

Después se procedió a la evaluación individual, asignando los valores de magnitud e importancia junto con el signo + o - de ser una acción o positiva o negativa respectivamente. Se utilizó la escala del 1 al 10 y parámetros de calificación propuesta por Leopold:

Cuadro # 113. Parámetros de evaluación ambiental matriz de Leopold

MAGNITUD			IMPORTANCIA		
Calificación	Intensidad	Afectación	Calificación	Duración	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	Nacional

Fuente: ENTRIX, 2005

Seguidamente para determinar la agregación de resultados que nos el valor que causó mayor impacto en el ambiente y si éste fue positivo o negativo, se procedió de la siguiente manera: se multiplicó el valor de la magnitud con el de la importancia de cada celdilla y se sumó algebraicamente tanto vertical como horizontalmente. Finalmente para obtener el porcentaje de afectación al medio de cada acción y componente ambiental se procedió a plantar una regla de tres simple tomando como referencia que el 100% será el valor máximo de de afectación al medio de las acciones y componentes (multiplicación del total de interacciones de cada fila y columna por 100 que en este caso es el valor de cada celda, puesto que el valor máximo de la importancia y de la magnitud es +/-10), de esta manera que encontró el porcentaje de afectación al medio para cada valor de agregación de resultados (multiplicación de la magnitud con la importancia y adición algebraica de estos resultados).

El máximo valor de afectación al medio es de 8600 unidades (total de interacciones de la matriz 86 multiplicado por +/-100 unidades) cuando todos los impactos presenten las características más adversas (-) o beneficiosas (+), de esta manera el valor resultante para el desarrollo del proyecto es de + 808 que representa un impacto porcentual positivo de + 9,4 %.

Cuadro # 114. Matriz de Leopold- Proyecto Hostería Agroecoturística

ACCIONES ELEMENTOS		Transformación del terreno y construcciones			Procesamiento hotelero agro-ecoturístico							Modificación del terreno	Renovación de recursos		Capacitación		Afectaciones positivas	Afectaciones Negativas	Total de afectaciones	Valor de cada celda	Valor máximo de afectación al medio	Agregación de Resultados	Porcentaje de afectación al medio
		Construcción de la planta e instalaciones turísticas	Construcción de establo para ganado y caballos	Instalación de galpones para cuyes y conejos	Agricultura demostrativa y siembre de árboles nativos	Ganadería y cría de caballos (escala mínima)	Crianza de cuyes	Crianza de conejos Raza Rex	Exhibición de artesanías locales	Actividades turísticas (hospedaje y alimentación)	Caminatas y cabalgatas (fotografía)	Paisajismo	Aplicación de abono orgánico	Reciclaje de residuos	Capacitación al personal	Talleres con la localidad							
Tierra	Suelos	-2/3	-1/3	+1/2	+2/3						+5/3	+2/2	+4/8			5	2	7	100	700	+50	7,1	
Procesos	Erosión	-1/1	-1/1		+2/4	-1/1					-4/5	+4/2	+4/2		+3/4	4	4	8	100	800	+13	1,6	
	Productos agrícolas				+4/4				+5/3				+4/6	+6/6		+2/5	5	0	5	100	500	+101	20
Flora	Arboles				+3/3					+3/5	+3/2					3	0	3	100	300	+30	10	
	Arbustos				+3/3					+3/5	+3/4					3	0	3	100	300	+36	12	
	Hierbas	+1/2	+1/2	+1/2	+2/2	+2/2	+2/2	+2/2								7	0	7	100	700	+22	3	
	Cosechas				+3/2	+1/1	+1/1	+1/1			+2/2		+5/4			6	0	6	100	600	+33	5,5	
Fauna	Pájaros				+3/3						-1/5					1	1	2	100	200	+4	2	
Turismo	Turismo	+8/3	+3/3	+3/3	+3/3	+3/3	+3/3	+3/3	+3/3	+8/4	+6/5	+5/3		+3/4	+6/4	13	0	13	100	1300	+188	14,5	
Interés estético y escénico	Vistas escénicas	+6/3	+3/3	+3/3	+2/3			+3/2	+2/3			+5/8		+9/9		8	0	8	100	800	+175	21,9	
	fauna doméstica				+2/2	+2/2	+2/3	+3/3								4	0	4	100	400	+23	5,7	
Nivel cultural	Estilos de vida							+3/2		-1/4		+3/4	+3/4			3	1	4	100	400	+26	6,5	
	Salud y seguridad				+2/1	+2/1	+2/1	+2/1				+2/1	+3/1			6	0	6	100	600	+13	2,1	
	Empleo	+6/1	+2/1	+2/1	+2/2		+1/1	+1/1	+1/1	+8/8	+2/5		+3/1			10	0	10	100	1000	+94	9,4	
Afectaciones positivas		4	4	5	13	5	6	7	4	3	5	6	7	5	1	3							
Afectaciones negativas		2	2	0	0	1	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0							
Total de interacciones		6	6	5	13	6	6	7	4	3	8	6	7	5	1	3			86				
Valor de cada celda		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100							
Valor máximo de Afectación al medio		600	600	500	1300	600	600	700	400	300	800	600	700	500	100	300					8600		
Agregación de resultados		+43	+18	+24	+92	+19	+23	+32	+22	+111	+45	+96	+73	+164	+12	+34					808	9,4	
Porcentaje de afectación Al medio.		7,2	3	4,8	7	3	3,8	4,6	5,5	37	5,6	16	10,4	32,8	12	15							

3. Jerarquización y representación de los porcentajes de afectación al medio

El valor porcentual fue representado en los siguientes rangos de significación.

Cuadro # 115. Rango del porcentaje de afectación

RANGO	PORCENTAJE DE AFECTACIÓN
80 - 100	(+) Muy significativo
60 - 80	(+) Significativo
40 - 60	(+) Medianamente Significativo
20 - 40	(+) Poco Significativo
0 - 20	(+) No Significativo
0 - 20	(-) No Significativo
20 - 40	(-) Poco significativo
40 - 60	(-) Medianamente Significativo
60 - 80	(-) Significativo
80 - 100	(-) Muy Significativo

Fuente: ENTRIX, 2005

a. **Acciones del proyecto**

Las acciones a ejecutarse en el proyecto son positivas y afectarán en el siguiente porcentaje: Actividades turísticas (hospedaje y alimentación) con un valor de 37%; el reciclaje de residuos en un 32%; el paisajismo 16%; talleres con la localidad 15%; capacitación al personal 12%, construcción de la planta e instalaciones turísticas 7%; realización de agricultura demostrativa y siembra de árboles nativos 7%; caminatas y cabalgatas 5,6%; exhibición de artesanías locales 5,5%; construcción de galpones para cuyes y conejos 4,8%; crianza de conejos raza Rex 4,6%; crianza demostrativa de cuyes 3,8; construcción de establo para ganado y caballos 3% y ganadería y crianza de caballos 3%.

Cuadro # 116. Porcentaje de afectación al medio producido por las acciones del proyecto

RANGO	ACCIONES	AFECTACIÓN AL MEDIO POR ACCIÓN (%)	VALOR
20 - 40	Actividades turísticas (hospedaje y alimentación)	37	(+)poco significativo
0 - 20	Reciclaje de residuos	32,8	(+)no significativo
0 - 20	Paisajismo	16	(+)no significativo
0 - 20	Talleres con la localidad	15	(+)no significativo
0 - 20	Capacitación al personal	12	(+)no significativo
0 - 20	Construcción de la planta e instalaciones turísticas	7,2	(+)no significativo
0 - 20	Agricultura demostrativa y siembre de árboles nativos	7	(+)no significativo
0 - 20	Caminatas y cabalgatas (fotografía)	5,6	(+)no significativo
0 - 20	Exhibición de artesanías locales	5,5	(+)no significativo
0 - 20	Construcción de galpones para cuyes y conejos	4,8	(+)no significativo
0 - 20	Crianza de conejos Raza Rex (demostración)	4,6	(+)no significativo
0 - 20	Crianza de cuyes (demostración)	3,8	(+)no significativo
0 - 20	Construcción de establo para ganado y caballos	3	(+)no significativo
0 - 20	Ganadería y cría de caballos (escala mínima)	3	(+)no significativo

b. Componentes o factores ambientales

Los componentes ambientales serán afectados positivamente en los siguientes porcentajes: vistas escénicas 21,9%; productos agrícolas 20%; turismo 14,5%; arbustos 12%; árboles 10%; empleo 9,4%; Suelos 7,1%; estilos de vida 6,5%, fauna doméstica 5,7%; cosechas 5,5%; hierbas 3%; salud y seguridad 2,1%; pájaros 2% y erosión 1,6%.

Cuadro # 117. Afectación al medio en porcentajes por factor ambiental

RANGO	FACTORES AMBIENTALES	AFECTACIÓN AL FACTOR AMBIENTAL (%)	VALOR
20-40	Vistas escénicas	21,9	(+)poco significativo
0-20	Productos agrícolas	20	(+)no significativo
0-20	Turismo	14,5	(+)no significativo
0-20	Arbustos	12	(+)no significativo
0-20	Arboles	10	(+)no significativo
0-20	Empleo	9,4	(+)no significativo
0-20	Suelos	7,1	(+)no significativo
0-20	Fauna doméstica	5,7	(+)no significativo
0-20	Estilos de vida	6,5	(+)no significativo
0-20	Cosechas	5,5	(+)no significativo
0-20	Hierbas	3	(+)no significativo
0-20	Salud y seguridad	2,1	(+)no significativo
0-20	Pájaros	2	(+)no significativo
0-20	Erosión	1,6	(+)no significativo

4. Interpretación de resultados

Teniendo en cuenta que siempre es preferible evitar el impacto a que corregirlo se realizó el análisis de cada uno de los porcentajes más representativos de la matriz de Leopold, con la finalidad de rescatar las ventajas y analizar las principales razones de la afectación de las acciones en los componentes ambiental y de esta manera plantar las respectivas medidas de mitigación, compensación, o correctoras según sea el caso.

a. Análisis de la afectación de los componentes ambientales

1) Vista escénica

Este elemento ambiental será afectado positivamente en un 21,9% debido a que las construcciones se realizarán utilizando materiales amigables con el ambiente. Por otro lado se pretende demostrar que no siempre es necesaria una inversión exorbitante, para mantener un adecuado cuidado de los animales domésticos y brindar una agradable imagen, lo cual se pretende lograr a través de la crianza demostrativa de cuyes y conejos aplicando prácticas sencillas de limpieza y orden.

Con el pasar de los años nos damos cuenta que algunas plantas nativas de la localidad han sido reemplazadas por eucalipto (*Eucalyptus globulus*) y pino (*Pinus radiata*) en la mayoría de los casos, por ellos se pretende sembrar plantas como cortinas de viento o con fines ornamentales de la zona si bien es cierto se realizará a pequeña escala pero se aspira a que sea un ejemplo en la comunidad. Otra acción importante para que beneficiara positivamente es el reciclaje de basura.

Este factor será afectado negativamente por un corto período de tiempo, a causa de la introducción de materiales maquinaria y equipo, para lo cual se plantea realizar limpiezas diarias y organización de los equipos antes durante y después de la culminación de la construcción. Además es necesario retirar el material sobrante a un lugar en donde no perjudique la armonía con el entorno.

2) Productos agrícolas

Este factor se verá afectado positivamente por las siguientes razones:

Se pretende incentivar la utilización de abono orgánico y la reintroducción de plantas nativas en la localidad disminuyendo paulatinamente excesiva utilización de químicos en las cosechas.

Para la prestación de servicios, específicamente para el de alimentación se requiere de adquisición de productos orgánicos cuyo proveedor principal en este caso será la localidad.

3) Turismo

Este elemento ambiental será afectado en diferentes etapas conforme avance el proceso de posicionamiento en el mercado de la hostería. En este sentido con la llegada de turistas la comunidad se dará a conocer turísticamente lo cual ayudará en la dinamización de la economía local, estas afluencias de visitantes hará que la gente emprenda nuevas empresas turísticas comunitarias. Siendo muy conscientes de que la incorporación de una empresa turística en la localidad implica la adquisición de derechos y obligaciones se buscará el beneficio mutuo con a través de la gestión de obras u otros servicios que se requieran.

La capacitación al personal será una acción clave dentro del proyecto, junto con planificación de talleres de capacitación por parte del personal de la empresa agroecoturístico a la gente de la localidad, en temas que ellos creyeren convenientes con respecto al desarrollo turístico comunitario.

Los problemas que se puedan suscitar serán resueltos mediando conflictos a través del diálogo.

4) Arbustos

Como se mencionó anteriormente la siembra tanto de árboles como de arbustos se realizará a pequeña escala, pero se espera por un lado llegar a los turistas con el mensaje de conservación de

plantas nativas y en general del medio ambiente y por otro lado se espera incentivar a los pobladores a la siembra de árboles y arbustos nativos.

5) Árboles

Este componente ambiental será afectado positivamente en un porcentaje de 10%, puesto que se sembrarán arboles nativos los mismos que mantienen los nutrientes del suelo y brindan un paisaje diferente.

Con la acción caminatas y cabalgatas y a través de la guianza se dará a conocer la potencialidad turística en cuanto a flora.

6) Empleo

Efectivamente este factor será el que más beneficie a la localidad pues se pretende que el personal que labore en la hostería sea quienes forman parte de la comunidad. Todas las acciones del proyecto generan fuentes temporales o permanentes de empleo.

7) Suelo

Lamentablemente aún existen turistas que no se enmarcan dentro de los “turistas responsables”, y por esta razón arrojan basura o desperdicios, perturban a los animales, arrancan las flores, etc. La medida correctiva que se plante a es la concientización inicial por parte de la persona encargada de realizar la guianza, el mismo que será el encargado de concienciar a los turistas y explicarles las normas de comportamiento, siempre y cuando no se torne ante el turista como una prohibición, es decir el guía no debe utilizar la palabra “no arrojar basura”, por ejemplo, debe transformar estas prohibiciones en forma positiva por ejemplo “coloque la basura en una funda”, aparentemente y de hecho las dos frases expresan el mismo significado, pero el efecto es posterior, pues el turista de esta manera no se sentirá amonestado sino más bien lo tomará a

manera de consejo, son detalles aparentemente imperceptibles pero marcan la diferencia en cualquier circunstancia.

8) Estilos de vida

Esta acción le tomamos como negativa para el componente patrones culturales debido a que con la llegada de turistas, llegan con ellos las nuevas “tendencias o modas”, que para la gente de la comunidad especialmente para la juventud se convertirá en una especie de influencia. Por ellos se pretende realizar talleres de capacitación con la población local y especialmente con la juventud.

9) Cosechas

El factor ambiental cosechas que ya existe en la localidad será afectado en un 5,5% debido a que la adquisición de la alimentación para los animales se realizará en la localidad.

F. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA

1. Análisis Financiero

a. Inversiones del Proyecto

Cuadro # 118. Inversiones del Proyecto

RUBRO	Inversión realizada	Inversión por realizar	Total de la inversión
Inversiones Fijas	32810,15	113794,08	146104,23
Terrenos	12820,15		12820,15
Vehículo	10000,00		10000,00
Casa antigua (4 habitaciones)	8500,00		8500,00
Construcción cabaña tipo 1(4 habitaciones)		19436,67	19436,67
Construcción cabaña tipo 2(3 habitaciones)		15424,52	15424,52
Construcción centro de operación turística		49762,74	49762,74
Construcción establo		4363,20	4363,20
Equipo de computo	990,00		990,00
Muebles y enseres		12270,50	12270,50
Equipos		4525,57	4525,57
Menaje		4487,20	4487,20
Adquisición de animales		2983,20	2983,20
Materiales de oficina		50,00	50,00
Adquisición de plantas		61,49	61,49
Equipamiento sala de exhibición artesanal		429,00	429,00
Activos Diferidos		1246,67	1246,67
Gasto de organización y constitución		747,30	747,30
Gasto por estudios de factibilidad	500,00		
Gastos de promoción		440,00	440,00
Imprevistos		59,37	59,37
Capital de trabajo		6902,31	6902,31
Materia prima		270,90	270,90
Insumos restaurante		97,76	97,76
Preparación de refrigerios		377,15	377,15
Insumos de limpieza		84,59	84,59

Insumos servicio alojamiento		46,09	46,09
Producción agrícola		485,90	485,90
Alimentación animal		330,00	330,00
Medicamentos animal		18,47	18,47
Mano de obra Directa		3360,00	3360,00
Mano de obra Indirecta		1050,00	1050,00
Contingencias		612,09	612,09
Servicios Básicos		110,17	110,17
Combustible		59,20	59,20
TOTAL	32810,15	121943,06	154253,20

b. Fuentes y Usos del Proyecto

Cuadro # 119. Fuentes y Usos del Proyecto

RUBRO	Uso de fondos	Capital propio	Bancos
Inversiones Fijas	146104,23	96341,49	49762,74
Terrenos	12820,15	12820,15	
Vehículo	10000,00	10000,00	
Casa antigua (4 habitaciones)	8500,00	8500,00	
Construcción cabaña tipo 1(4 habitaciones)	19436,67	19436,67	
Construcción cabaña tipo 2(3 habitaciones)	15424,52	15424,52	
Construcción centro de operación turística	49762,74		49762,74
Construcción establo	4363,20	4363,20	
Equipo de computo	990,00	990,00	
Muebles y enseres	12270,50	12270,50	
Equipos	4525,57	4525,57	
Menaje	4487,20	4487,20	
Adquisición de animales	2983,20	2983,20	
Materiales de oficina	50,00	50,00	
Adquisición de plantas	61,49	61,49	
Equipamiento sala de exhibición artesanal	429,00	429,00	
Activos Diferidos	1246,67	1246,67	
Gasto de organización y constitución	747,30	747,30	
Gasto por estudios de factibilidad	500,00	500,00	
Gastos de promoción	440,00	440,00	
Imprevistos	59,37	59,37	
Capital de trabajo	6902,31	6902,31	

Materia prima	270,90	270,90	
Insumos restaurante	97,76	97,76	
Preparación de refrigerios	377,15	377,15	
Insumos de limpieza	84,59	84,59	
Insumos servicio alojamiento	46,09	46,09	
Producción agrícola	485,90	485,90	
Alimentación animal	330,00	330,00	
Medicamentos animal	18,47	18,47	
Mano de obra Directa	3360,00	3360,00	
Mano de obra Indirecta	1050,00	1050,00	
Contingencias	612,09	612,09	
Servicios Básicos	110,17	110,17	
Combustible	59,20	59,20	
TOTAL	154253,20	104490,46	49762,74

c. **Clasificación de las Inversiones**

Cuadro # 120. Inversiones en Activos Fijos

DETALLE	VALOR
Terrenos	12820,15
Vehículo	10000,00
Casa antigua (4 habitaciones)	8500,00
Construcción cabaña tipo 1(4 habitaciones)	19436,67
Construcción cabaña tipo 2(3 habitaciones)	15424,52
Construcción centro de operación turística	49762,74
Construcción establo	4363,20
Equipo de computo	990,00
Muebles y enseres	12270,50
Equipos	4525,57
Menaje	4487,20
Adquisición de animales	2983,20
Materiales de oficina	50,00
Adquisición de plantas	61,49
Equipamiento sala de exhibición artesanal	429,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	146104,23

Cuadro # 121. Inversiones en Activos Diferidos

DETALLE	VALOR
Gasto de organización y constitución	747,30
Gasto por estudios de factibilidad	500,00
Gastos de promoción	440,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	1246,67

Cuadro # 122. Capital de Trabajo

DETALLE	VALOR
Materia prima	270,90
Insumos restaurante	97,76
Preparación de refrigerios	377,15
Insumos de limpieza	84,59
Insumos servicio alojamiento	46,09
Producción agrícola	485,90
Alimentación animal	330,00
Medicamentos animal	18,47
Mano de obra Directa	3360,00
Mano de obra Indirecta	1050,00
Contingencias	612,09
Servicios Básicos	110,17
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	6902,31

Cuadro # 123. Total de la inversión

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	146104,23
ACTIVOS DIFERIDOS	1246,67
CAPITAL DE TRABAJO	6902,31
TOTAL	154253,20

d. Financiamiento del Proyecto

Cuadro # 124. Financiamiento del Proyecto

PRESTAMO	49762,74
APORT COMUN (Inv. realizada)	31320,15
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO A	18292,58
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO B	18292,58
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO C	18292,58
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO D	18292,58
TOTAL APORTE SOCIOS	73170,32
TOTAL FINANCIAMIENTO	154253,20

e. Depreciación de Activos Fijos

Cuadro # 125. Depreciación de Activos Fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACION ANUAL	VALOR SALVAMENTO	% DEPRECIACIÓN	AÑO DE DEPRESIACIÓN	AÑOS
Vehículo	10000,00	250	7500,00	25%	5	10
Construcciones	97487,13	487	92612,77	5%	20	10
Equipo de computo	990,00	99	0,00	100%	3	10
Muebles y enseres	12270,50	123	11043,45	10%	10	10
Equipos	4525,57	91	3620,45	20%	5	10
Menaje	4487,20	224	2243,60	50%	10	10

f. Depreciación de Activos Diferidos

Cuadro # 126. Depreciación de Activos Diferidos

AMORTIZACION DE DIFERIDOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Detalle	Valor	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67
Gasto de organización y constitución	747,30										
Gastos de promoción	440,00										
Imprevistos	59,37										
TOTAL	ACTIVOS DIFERIDOS	1246,67									

g. Cálculo de la Amortización del Préstamo

Plazo 10 años, capitalizable anualmente

Cuadro # 127. Cálculo de la Amortización del Préstamo

PERÍODO	CAPITAL PRESTADA	INTERES (12%)	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	49762,74	5971,53	4976,27	10947,80	44786,47
2	44786,47	5374,38	4976,27	10350,65	39810,19
3	39810,19	4777,22	4976,27	9753,50	34833,92
4	34833,92	4180,07	4976,27	9156,34	29857,64
5	29857,64	3582,92	4976,27	8559,19	24881,37
6	24881,37	2985,76	4976,27	7962,04	19905,10
7	19905,10	2388,61	4976,27	7364,89	14928,82
8	14928,82	1791,46	4976,27	6767,73	9952,55
9	9952,55	1194,31	4976,27	6170,58	4976,27
10	4976,27	597,15	4976,27	5573,43	0,00
TOTAL		32.843,41	49.762,74	82.606,15	

h. Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto

Cuadro # 128. Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mano de obra directa	3.360,00	3.588,48	3.832,50	4.093,11	4.371,44	4.668,70	4.986,17	5.325,23	5.687,34	6.074,08
Materia prima alimentación	270,90	289,32	308,99	330,00	352,44	376,41	402,01	429,34	458,54	489,72
Insumos restaurante	97,76	104,40	111,50	119,09	127,18	135,83	145,07	154,93	165,47	176,72
Preparación de refrigerios	377,15	402,80	430,19	459,44	490,68	524,05	559,68	597,74	638,39	681,80
Insumos de limpieza	84,59	90,34	96,49	103,05	110,05	117,54	125,53	134,07	143,18	152,92
Insumos servicio alojamiento	46,09	49,22	52,57	56,15	59,96	64,04	68,40	73,05	78,01	83,32
Producción agrícola	485,90	518,94	554,23	591,92	632,17	675,15	721,06	770,10	822,46	878,39
Alimentación animal	330,00	352,44	376,41	402,00	429,34	458,53	489,71	523,01	558,58	596,56
Medicamentos animal	18,47	19,72	21,06	22,50	24,03	25,66	27,40	29,27	31,26	33,38
Gasto combustible	59,20	63,23	67,52	72,12	77,02	82,26	87,85	93,83	100,21	107,02
Depreciación de construcción	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44
Depreciación de vehículo	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Depreciación de muebles y enseres	123	122,71	122,71	122,71	122,71	122,71	122,71	122,71	122,71	122,71
Depreciación de equipos	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51
Depreciación de menaje	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36
	6305,06	6653,91	7026,47	7424,37	7849,33	8303,18	8787,89	9305,57	9858,45	10448,92
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN										
Sueldos y salarios	1.050,00	1.121,40	1.197,66	1.279,10	1.366,07	1.458,97	1.558,18	1.664,13	1.777,29	1.898,15

Servicios básicos	110,17	117,67	125,67	134,21	143,34	153,09	163,49	174,61	186,49	199,17
Útiles de oficina	100,00	106,80	114,06	121,82	130,10	138,95	148,40	158,49	169,27	180,78
Gasto licencia anual	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00
Deprec de equipo de computo	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
	1465,17	1550,87	1642,38	1740,13	1844,51	1956,00	2075,07	2202,23	2338,05	2483,09
3. COSTO DE VENTAS										
Gasto promoción	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00
	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00
4. COSTOS FINANCIEROS										
Intereses bancarios	5971,53	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
	5971,53	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
TOTAL	14151,76	13989,15	13856,08	13754,57	13686,76	13654,95	13661,58	13709,26	13800,80	13939,17

i. Estructura de Ingresos

Cuadro # 129. Estructura de Ingresos

Producto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Hospedaje	23909,43	25535,27	27271,67	29126,15	31106,72	33221,98	35481,08	37893,79	40470,57	43222,57
Alimentación	7944,55	8484,78	9061,75	9677,94	10336,04	11038,90	11789,54	12591,23	13447,43	14361,86
Recorridos turísticos	9619,83	10273,98	10972,61	11718,75	12515,62	13366,68	14275,62	15246,36	16283,11	17390,36
Cabalgata	2413,31	2577,42	2752,68	2939,87	3139,78	3353,28	3581,31	3824,83	4084,92	4362,70
Ciclismo	3059,70	3267,75	3489,96	3727,28	3980,73	4251,42	4540,52	4849,28	5179,03	5531,20
Producto agrícola	2054,15	2193,83	2343,01	2502,34	2672,50	2854,23	3048,31	3255,60	3476,98	3713,41
TOTAL	49000,97	52333,04	55891,69	59692,32	63751,40	68086,49	72716,38	77661,09	82942,04	88582,10

j. Estado de Resultados

Cuadro # 130. Estado de Resultados

RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas netas	49000,97	52333,04	55891,69	59692,32	63751,40	68086,49	72716,38	77661,09	82942,04	88582,10
- Costos de producción	6.305,06	6.653,91	7.026,47	7.424,37	7.849,33	8.303,18	8.787,89	9.305,57	9.858,45	10.448,92
= Utilidad Bruta	42.695,91	45.679,13	48.865,22	52.267,95	55.902,07	59783,31	63928,48	68355,52	73083,59	78133,18
-Costos de administración	1.465,17	1.550,87	1.642,38	1.740,13	1.844,51	1.956,00	2.075,07	2.202,23	2.338,05	2.483,09
-Costos de ventas	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00
= Utilidad operativa	40.820,74	43.718,27	46.812,83	50.117,83	53.647,56	57.417,31	61.443,41	65.743,28	70.335,55	75.240,09
-Costo financiero	5971,53	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
= Utilidad neta antes de reparto de utilidades	34.849,21	38.343,89	42.035,61	45.937,76	50.064,64	54.431,55	59.054,80	63.951,83	69.141,24	74.642,93
-Reparto de utilidades 15%	5227,38	5751,58	6305,34	6890,66	7509,70	8164,73	8858,22	9592,77	10371,19	11196,44
= Utilidad neta antes de impuestos	29.621,83	32.592,31	35.730,27	39.047,09	42.554,94	46.266,82	50.196,58	54.359,05	58.770,06	63.446,49
Impuestos 12%	3554,62	3911,08	4287,63	4685,65	5106,59	5552,02	6023,59	6523,09	7052,41	7613,58
= Utilidad neta	26.067,21	28.681,23	31.442,64	34.361,44	37.448,35	40.714,80	44.172,99	47.835,97	51.717,65	55.832,91

k. Balance General

Cuadro # 131. Balance General

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Activo corriente (capital de trabajo)	6902,31	55587,32	54026,59	52613,25	51357,31	50269,47	49361,17	48644,61	48132,84	47839,77	47780,29
Activo fijo	146104	146104	146104	146104	146104	146104	146104	146104	146104	146104	146104
Depreciación acumulada (-)		1274,01	2548,02	3822,04	5096,05	6370,06	7644,07	8918,08	10192,09	11466,11	12740,12
Ac. diferido (valor anual de amortización)	1246,67	1.122,00	997,33	872,67	748,00	623,33	498,67	374,00	249,33	124,67	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	154253,20	201539,53	198580,13	195768,11	193113,49	190626,97	188319,99	186204,75	184294,30	182602,56	181144,40
Pasivo corriente (intereses)		5971,53	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
Pasivo largo plazo (préstamo)	49762,74	44786,47	39810,19	34833,92	29857,64	24881,37	19905,10	14928,82	9952,55	4976,27	0,00
Patrimonio	104490,46	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		26.067,21	28.681,23	31.442,64	34.361,44	37.448,35	40.714,80	44.172,99	47.835,97	51.717,65	55.832,91
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	154253,20	201539,53	198580,13	195768,11	193113,49	190626,97	188319,99	186204,75	184294,30	182602,56	181144,40

I. Flujo de Caja

Cuadro # 132. Flujo de Caja

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS +		49000,97	52333,04	55891,69	59692,32	63751,40	68086,49	72716,38	77661,09	82942,04	88582,10
VALOR SALVAMENTO +											117020,27
COSTO DE PRODUCCION -		6305,06	6653,91	7026,47	7424,37	7849,33	8303,18	8787,89	9305,57	9858,45	10448,92
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN -		1465,17	1550,87	1642,38	1740,13	1844,51	1956,00	2075,07	2202,23	2338,05	2483,09
COSTOS VENTAS -		410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00
COSTOS FINANCIEROS -		5971,53	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
AMORT. ACTIVOS DIFERIDOS -		124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67
UTILIDADES ANTES DE REP. UT. E IMP.		34724,54	38219,23	41910,94	45813,09	49939,97	54306,88	58930,13	63827,16	69016,58	191538,54
REPARTO DE UTILIDADES -		5227,38	5751,58	6305,34	6890,66	7509,70	8164,73	8858,22	9592,77	10371,19	11196,44
UTILIDADES ANTES DE IMPU.		29497,16	32467,64	35605,60	38922,43	42430,28	46142,15	50071,91	54234,38	58645,39	180342,10
IMPUESTO -		3554,62	3911,08	4287,63	4685,65	5106,59	5552,02	6023,59	6523,09	7052,41	7613,58
UTILIDAD NETA		25942,54	28556,57	31317,97	34236,77	37323,68	40590,13	44048,32	47711,30	51592,98	172728,52
DEPRECIACIONES +		1274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01
AMORT. ACTIVOS NOMINALES +		124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67
INVERSIÓN MAQUINARIA EQUIPO -	14525,57										
INVERSIÓN TERRENO Y OBRA FÍSICA -	110307,28										
INVERSIÓN OTROS -	21271,39										
INVERSIÓN ACTIVO NOMINAL -	1246,67										
INVERSIÓN CAPITAL TRABAJO -	6902,31	6902,31									
RECUPERACIÓN CAPITAL TRABAJO +											6902,31
PRÉSTAMO +	49762,74										
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO -		4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27
FLUJO DE CAJA	- 104490,46	15462,64	24978,97	27740,37	30659,18	33746,09	37012,54	40470,73	44133,70	48015,39	169150,93

m. Punto de Equilibrio

Cuadro # 133. Costos fijos y costos variables del primero, segundo y tercer año

RUBROS	AÑOS 2010			AÑOS 2011			AÑOS 2012		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	935,68	5369,38	6305,06	999,31	5654,60	6653,91	1067,26	5959,21	7026,47
Gasto de Venta		410,00	410,00		410,00	410,00		410,00	410,00
Gastos Administrativos		1465,17	1465,17		1550,87	1550,87		1642,38	1642,38
Gastos Financieros		5971,53	5971,53		5374,38	5374,38		4777,22	4777,22
TOTAL COSTOS VARIABLES	935,68			999,31			1067,26		
TOTAL COSTOS FIJOS		13216,08			12989,84			12788,81	
COSTO TOTAL	935,68	13216,08	14151,76	999,31	12989,84	13989,15	1067,26	12788,81	13856,08

Cuadro # 134. Costos fijos y costos variables del cuarto, quinto y sexto año

RUBROS	AÑOS 2013			AÑOS 2014			AÑOS 2015		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	1139,84	6284,53	7424,37	1217,35	6631,98	7849,33	1300,13	7003,05	8303,18
Gasto de Venta		410,00	410,00		410,00	410,00		410,00	410,00
Gastos Administrativos		1740,13	1740,13		1844,51	1844,51		1956,00	1956,00
Gastos Financieros		4180,07	4180,07		3582,92	3582,92		2985,76	2985,76
TOTAL COSTOS VARIABLES	1139,84			1217,35			1300,13		
TOTAL COSTOS FIJOS		12614,73			12469,41			12354,82	
COSTO TOTAL	1139,84	12614,73	13754,57	1217,35	12469,41	13686,76	1300,13	12354,82	13654,95

Cuadro # 135. Costos fijos y costos variables del séptimo, octavo, noveno y décimo año

RUBROS	AÑOS 2016			AÑOS 2017			AÑOS 2018			AÑOS 2019		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	1388,53	7399,36	8787,89	1482,95	7822,62	9305,57	1583,80	8274,65	9858,45	1691,49	8757,43	10448,92
Gasto de Venta		410,00	410,00		410,00	410,00		410,00	410,00		410,00	410,00
Gastos Administrativos		2075,07	2075,07		2202,23	2202,23		2338,05	2338,05		2483,09	2483,09
Gastos Financieros		2388,61	2388,61		1791,46	1791,46		1194,31	1194,31		597,15	597,15
TOTAL COSTOS VARIABLES	1388,53			1482,95			1583,80			1691,49		
TOTAL COSTOS FIJOS		12273,04			12226,31			12217,01			12247,68	
COSTO TOTAL	1388,53	12273,04	13661,58	1482,95	12226,31	13709,26	1583,80	12217,0055	13800,80	1691,49	12247,68	13939,17

Cuadro # 136. Totalidad de costos fijos y costos variables del proyecto

COSTOS VARIABLES	12806,35
COSTOS FIJOS	125397,72
COSTO TOTAL	138204,07
INGRESOS TOTALES	670657,52

1) Determinación del punto de equilibrio

$$\text{Punto de equilibrio ventas} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}}$$

125397,63

2. Evaluación Financiera

a. Valor Actual Neto

1) Datos para el cálculo del valor actual neto

Cuadro # 137. Flujo de efectivo

AÑOS	FLUJO EN EFECTIVO
0	-104490,46
1	15462,64
2	24978,97
3	27740,37
4	30659,18
5	33746,09
6	37012,54
7	40470,73
8	44133,70
9	48015,39
10	169150,93
Tasa mínima de rendimiento r=12%	

Cuadro # 138. Cálculo del valor actual neto

Años	Flujo de efectivo	Factor de actualización	Flujo efectivo actualizado	Flujo efectivo actualizado acumulado
0	-104490,46	1	-104490,46	-104490,46
1	15462,64	0,89285714	13805,93	-90684,54
2	24978,97	0,79719388	19913,08	-70771,45
3	27740,37	0,71178025	19745,05	-51026,40
4	30659,18	0,63551808	19484,46	-31541,94
5	33746,09	0,56742686	19148,44	-12393,50
6	37012,54	0,50663112	18751,70	6358,20
7	40470,73	0,45234922	18306,90	24665,10
8	44133,70	0,40388323	17824,86	42489,96
9	48015,39	0,36061002	17314,83	59804,79
10	169150,93	0,32197324	54462,07	114266,86
VAN: 114266,86				

b. Período de Recuperación del Capital

Período de Recuperación de la inversión: 4 años y 10,80 meses, en donde los egresos son igual a los ingresos, a partir de este período, los ingresos superan a los egresos.

c. Relación Costo Beneficio

Cuadro # 139. Relación Costo Beneficio

R B/C	1,53
INGRESOS ACTUALIZADOS	356547,594
COSTOS ACTUALIZADOS	78257,0697
INVERSIÓN	154253,20

d. Tasa Interna de Retorno

La tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá en el proyecto es de 28%

G. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA

1. Análisis Financiero

n. Inversiones del Proyecto

Cuadro # 118. Inversiones del Proyecto

RUBRO	Inversión realizada	Inversión por realizar	Total de la inversión
Inversiones Fijas	32810,15	113794,08	146104,23
Terrenos	12820,15		12820,15
Vehículo	10000,00		10000,00
Casa antigua (4 habitaciones)	8500,00		8500,00
Construcción cabaña tipo 1(4 habitaciones)		19436,67	19436,67
Construcción cabaña tipo 2(3 habitaciones)		15424,52	15424,52
Construcción centro de operación turística		49762,74	49762,74
Construcción establo		4363,20	4363,20
Equipo de computo	990,00		990,00
Muebles y enseres		12270,50	12270,50
Equipos		4525,57	4525,57
Menaje		4487,20	4487,20
Adquisición de animales		2983,20	2983,20
Materiales de oficina		50,00	50,00
Adquisición de plantas		61,49	61,49
Equipamiento sala de exhibición artesanal		429,00	429,00
Activos Diferidos		1246,67	1246,67
Gasto de organización y constitución		747,30	747,30
Gasto por estudios de factibilidad	500,00		
Gastos de promoción		440,00	440,00
Imprevistos		59,37	59,37
Capital de trabajo		6902,31	6902,31
Materia prima		270,90	270,90
Insumos restaurante		97,76	97,76
Preparación de refrigerios		377,15	377,15
Insumos de limpieza		84,59	84,59

Insumos servicio alojamiento		46,09	46,09
Producción agrícola		485,90	485,90
Alimentación animal		330,00	330,00
Medicamentos animal		18,47	18,47
Mano de obra Directa		3360,00	3360,00
Mano de obra Indirecta		1050,00	1050,00
Contingencias		612,09	612,09
Servicios Básicos		110,17	110,17
Combustible		59,20	59,20
TOTAL	32810,15	121943,06	154253,20

o. Fuentes y Usos del Proyecto

Cuadro # 119. Fuentes y Usos del Proyecto

RUBRO	Uso de fondos	Capital propio	Bancos
Inversiones Fijas	146104,23	96341,49	49762,74
Terrenos	12820,15	12820,15	
Vehículo	10000,00	10000,00	
Casa antigua (4 habitaciones)	8500,00	8500,00	
Construcción cabaña tipo 1(4 habitaciones)	19436,67	19436,67	
Construcción cabaña tipo 2(3 habitaciones)	15424,52	15424,52	
Construcción centro de operación turística	49762,74		49762,74
Construcción establo	4363,20	4363,20	
Equipo de computo	990,00	990,00	
Muebles y enseres	12270,50	12270,50	
Equipos	4525,57	4525,57	
Menaje	4487,20	4487,20	
Adquisición de animales	2983,20	2983,20	
Materiales de oficina	50,00	50,00	
Adquisición de plantas	61,49	61,49	
Equipamiento sala de exhibición artesanal	429,00	429,00	
Activos Diferidos	1246,67	1246,67	
Gasto de organización y constitución	747,30	747,30	
Gasto por estudios de factibilidad	500,00	500,00	
Gastos de promoción	440,00	440,00	
Imprevistos	59,37	59,37	
Capital de trabajo	6902,31	6902,31	

Materia prima	270,90	270,90	
Insumos restaurante	97,76	97,76	
Preparación de refrigerios	377,15	377,15	
Insumos de limpieza	84,59	84,59	
Insumos servicio alojamiento	46,09	46,09	
Producción agrícola	485,90	485,90	
Alimentación animal	330,00	330,00	
Medicamentos animal	18,47	18,47	
Mano de obra Directa	3360,00	3360,00	
Mano de obra Indirecta	1050,00	1050,00	
Contingencias	612,09	612,09	
Servicios Básicos	110,17	110,17	
Combustible	59,20	59,20	
TOTAL	154253,20	104490,46	49762,74

p. **Clasificación de las Inversiones**

Cuadro # 120. Inversiones en Activos Fijos

DETALLE	VALOR
Terrenos	12820,15
Vehículo	10000,00
Casa antigua (4 habitaciones)	8500,00
Construcción cabaña tipo 1(4 habitaciones)	19436,67
Construcción cabaña tipo 2(3 habitaciones)	15424,52
Construcción centro de operación turística	49762,74
Construcción establo	4363,20
Equipo de computo	990,00
Muebles y enseres	12270,50
Equipos	4525,57
Menaje	4487,20
Adquisición de animales	2983,20
Materiales de oficina	50,00
Adquisición de plantas	61,49
Equipamiento sala de exhibición artesanal	429,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	146104,23

Cuadro # 121. Inversiones en Activos Diferidos

DETALLE	VALOR
Gasto de organización y constitución	747,30
Gasto por estudios de factibilidad	500,00
Gastos de promoción	440,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	1246,67

Cuadro # 122. Capital de Trabajo

DETALLE	VALOR
Materia prima	270,90
Insumos restaurante	97,76
Preparación de refrigerios	377,15
Insumos de limpieza	84,59
Insumos servicio alojamiento	46,09
Producción agrícola	485,90
Alimentación animal	330,00
Medicamentos animal	18,47
Mano de obra Directa	3360,00
Mano de obra Indirecta	1050,00
Contingencias	612,09
Servicios Básicos	110,17
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	6902,31

Cuadro # 123. Total de la inversión

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	146104,23
ACTIVOS DIFERIDOS	1246,67
CAPITAL DE TRABAJO	6902,31
TOTAL	154253,20

q. Financiamiento del Proyecto

Cuadro # 124. Financiamiento del Proyecto

PRESTAMO	49762,74
APORT COMUN (Inv. realizada)	31320,15
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO A	18292,58
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO B	18292,58
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO C	18292,58
APORTACIÓN EN EFECTIVO SOCIO D	18292,58
TOTAL APORTE SOCIOS	73170,32
TOTAL FINANCIAMIENTO	154253,20

r. Depreciación de Activos Fijos

Cuadro # 125. Depreciación de Activos Fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACION ANUAL	VALOR SALVAMENTO	% DEPRECIACIÓN	AÑO DE DEPRESIACIÓN	AÑOS
Vehículo	10000,00	250	7500,00	25%	5	10
Construcciones	97487,13	487	92612,77	5%	20	10
Equipo de computo	990,00	99	0,00	100%	3	10
Muebles y enseres	12270,50	123	11043,45	10%	10	10
Equipos	4525,57	91	3620,45	20%	5	10
Menaje	4487,20	224	2243,60	50%	10	10

s. Depreciación de Activos Diferidos

Cuadro # 126. Depreciación de Activos Diferidos

AMORTIZACION DE DIFERIDOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Detalle	Valor	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67
Gasto de organización y constitución	747,30										
Gastos de promoción	440,00										
Imprevistos	59,37										
TOTAL	ACTIVOS DIFERIDOS	1246,67									

t. Cálculo de la Amortización del Préstamo

Plazo 10 años, capitalizable anualmente

Cuadro # 127. Cálculo de la Amortización del Préstamo

PERÍODO	CAPITAL PRESTADA	INTERES (12%)	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	49762,74	5971,53	4976,27	10947,80	44786,47
2	44786,47	5374,38	4976,27	10350,65	39810,19
3	39810,19	4777,22	4976,27	9753,50	34833,92
4	34833,92	4180,07	4976,27	9156,34	29857,64
5	29857,64	3582,92	4976,27	8559,19	24881,37
6	24881,37	2985,76	4976,27	7962,04	19905,10
7	19905,10	2388,61	4976,27	7364,89	14928,82
8	14928,82	1791,46	4976,27	6767,73	9952,55
9	9952,55	1194,31	4976,27	6170,58	4976,27
10	4976,27	597,15	4976,27	5573,43	0,00
TOTAL		32.843,41	49.762,74	82.606,15	

u. Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto

Cuadro # 128. Estructura de Costos para la Vida Útil del Proyecto

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mano de obra directa	3.360,00	3.588,48	3.832,50	4.093,11	4.371,44	4.668,70	4.986,17	5.325,23	5.687,34	6.074,08
Materia prima alimentación	270,90	289,32	308,99	330,00	352,44	376,41	402,01	429,34	458,54	489,72
Insumos restaurante	97,76	104,40	111,50	119,09	127,18	135,83	145,07	154,93	165,47	176,72
Preparación de refrigerios	377,15	402,80	430,19	459,44	490,68	524,05	559,68	597,74	638,39	681,80
Insumos de limpieza	84,59	90,34	96,49	103,05	110,05	117,54	125,53	134,07	143,18	152,92
Insumos servicio alojamiento	46,09	49,22	52,57	56,15	59,96	64,04	68,40	73,05	78,01	83,32
Producción agrícola	485,90	518,94	554,23	591,92	632,17	675,15	721,06	770,10	822,46	878,39
Alimentación animal	330,00	352,44	376,41	402,00	429,34	458,53	489,71	523,01	558,58	596,56
Medicamentos animal	18,47	19,72	21,06	22,50	24,03	25,66	27,40	29,27	31,26	33,38
Gasto combustible	59,20	63,23	67,52	72,12	77,02	82,26	87,85	93,83	100,21	107,02
Depreciación de construcción	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44	487,44
Depreciación de vehículo	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Depreciación de muebles y enseres	123	122,71	122,71	122,71	122,71	122,71	122,71	122,71	122,71	122,71
Depreciación de equipos	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51	90,51
Depreciación de menaje	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36	224,36
	6305,06	6653,91	7026,47	7424,37	7849,33	8303,18	8787,89	9305,57	9858,45	10448,92
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN										
Sueldos y salarios	1.050,00	1.121,40	1.197,66	1.279,10	1.366,07	1.458,97	1.558,18	1.664,13	1.777,29	1.898,15

Servicios básicos	110,17	117,67	125,67	134,21	143,34	153,09	163,49	174,61	186,49	199,17
Útiles de oficina	100,00	106,80	114,06	121,82	130,10	138,95	148,40	158,49	169,27	180,78
Gasto licencia anual	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00
Deprec de equipo de computo	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
	1465,17	1550,87	1642,38	1740,13	1844,51	1956,00	2075,07	2202,23	2338,05	2483,09
3. COSTO DE VENTAS										
Gasto promoción	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00
	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00
4. COSTOS FINANCIEROS										
Intereses bancarios	5971,53	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
	5971,53	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
TOTAL	14151,76	13989,15	13856,08	13754,57	13686,76	13654,95	13661,58	13709,26	13800,80	13939,17

v. Estructura de Ingresos

Cuadro # 129. Estructura de Ingresos

Producto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Hospedaje	23909,43	25535,27	27271,67	29126,15	31106,72	33221,98	35481,08	37893,79	40470,57	43222,57
Alimentación	7944,55	8484,78	9061,75	9677,94	10336,04	11038,90	11789,54	12591,23	13447,43	14361,86
Recorridos turísticos	9619,83	10273,98	10972,61	11718,75	12515,62	13366,68	14275,62	15246,36	16283,11	17390,36
Cabalgata	2413,31	2577,42	2752,68	2939,87	3139,78	3353,28	3581,31	3824,83	4084,92	4362,70
Ciclismo	3059,70	3267,75	3489,96	3727,28	3980,73	4251,42	4540,52	4849,28	5179,03	5531,20
Producto agrícola	2054,15	2193,83	2343,01	2502,34	2672,50	2854,23	3048,31	3255,60	3476,98	3713,41
TOTAL	49000,97	52333,04	55891,69	59692,32	63751,40	68086,49	72716,38	77661,09	82942,04	88582,10

w. Estado de Resultados

Cuadro # 130. Estado de Resultados

RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas netas	49000,97	52333,04	55891,69	59692,32	63751,40	68086,49	72716,38	77661,09	82942,04	88582,10
- Costos de producción	6.305,06	6.653,91	7.026,47	7.424,37	7.849,33	8.303,18	8.787,89	9.305,57	9.858,45	10.448,92
= Utilidad Bruta	42.695,91	45.679,13	48.865,22	52.267,95	55.902,07	59783,31	63928,48	68355,52	73083,59	78133,18
-Costos de administración	1.465,17	1.550,87	1.642,38	1.740,13	1.844,51	1.956,00	2.075,07	2.202,23	2.338,05	2.483,09
-Costos de ventas	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00
= Utilidad operativa	40.820,74	43.718,27	46.812,83	50.117,83	53.647,56	57.417,31	61.443,41	65.743,28	70.335,55	75.240,09
-Costo financiero	5971,53	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
= Utilidad neta antes de reparto de utilidades	34.849,21	38.343,89	42.035,61	45.937,76	50.064,64	54.431,55	59.054,80	63.951,83	69.141,24	74.642,93
-Reparto de utilidades 15%	5227,38	5751,58	6305,34	6890,66	7509,70	8164,73	8858,22	9592,77	10371,19	11196,44
= Utilidad neta antes de impuestos	29.621,83	32.592,31	35.730,27	39.047,09	42.554,94	46.266,82	50.196,58	54.359,05	58.770,06	63.446,49
Impuestos 12%	3554,62	3911,08	4287,63	4685,65	5106,59	5552,02	6023,59	6523,09	7052,41	7613,58
= Utilidad neta	26.067,21	28.681,23	31.442,64	34.361,44	37.448,35	40.714,80	44.172,99	47.835,97	51.717,65	55.832,91

x. Balance General

Cuadro # 131. Balance General

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Activo corriente (capital de trabajo)	6902,31	55587,32	54026,59	52613,25	51357,31	50269,47	49361,17	48644,61	48132,84	47839,77	47780,29
Activo fijo	146104	146104	146104	146104	146104	146104	146104	146104	146104	146104	146104
Depreciación acumulada (-)		1274,01	2548,02	3822,04	5096,05	6370,06	7644,07	8918,08	10192,09	11466,11	12740,12
Ac. diferido (valor anual de amortización)	1246,67	1.122,00	997,33	872,67	748,00	623,33	498,67	374,00	249,33	124,67	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	154253,20	201539,53	198580,13	195768,11	193113,49	190626,97	188319,99	186204,75	184294,30	182602,56	181144,40
Pasivo corriente (intereses)		5971,53	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
Pasivo largo plazo (préstamo)	49762,74	44786,47	39810,19	34833,92	29857,64	24881,37	19905,10	14928,82	9952,55	4976,27	0,00
Patrimonio	104490,46	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33	124714,33
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		26.067,21	28.681,23	31.442,64	34.361,44	37.448,35	40.714,80	44.172,99	47.835,97	51.717,65	55.832,91
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	154253,20	201539,53	198580,13	195768,11	193113,49	190626,97	188319,99	186204,75	184294,30	182602,56	181144,40

y. Flujo de Caja

Cuadro # 132. Flujo de Caja

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS +		49000,97	52333,04	55891,69	59692,32	63751,40	68086,49	72716,38	77661,09	82942,04	88582,10
VALOR SALVAMENTO +											117020,27
COSTO DE PRODUCCION -		6305,06	6653,91	7026,47	7424,37	7849,33	8303,18	8787,89	9305,57	9858,45	10448,92
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN -		1465,17	1550,87	1642,38	1740,13	1844,51	1956,00	2075,07	2202,23	2338,05	2483,09
COSTOS VENTAS -		410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	410,00
COSTOS FINANCIEROS -		5971,53	5374,38	4777,22	4180,07	3582,92	2985,76	2388,61	1791,46	1194,31	597,15
AMORT. ACTIVOS DIFERIDOS -		124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67
UTILIDADES ANTES DE REP. UT. E IMP.		34724,54	38219,23	41910,94	45813,09	49939,97	54306,88	58930,13	63827,16	69016,58	191538,54
REPARTO DE UTILIDADES -		5227,38	5751,58	6305,34	6890,66	7509,70	8164,73	8858,22	9592,77	10371,19	11196,44
UTILIDADES ANTES DE IMPU.		29497,16	32467,64	35605,60	38922,43	42430,28	46142,15	50071,91	54234,38	58645,39	180342,10
IMPUESTO -		3554,62	3911,08	4287,63	4685,65	5106,59	5552,02	6023,59	6523,09	7052,41	7613,58
UTILIDAD NETA		25942,54	28556,57	31317,97	34236,77	37323,68	40590,13	44048,32	47711,30	51592,98	172728,52
DEPRECIACIONES +		1274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01	1.274,01
AMORT. ACTIVOS NOMINALES +		124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67	124,67
INVERSIÓN MAQUINARIA EQUIPO -	14525,57										
INVERSIÓN TERRENO Y OBRA FÍSICA -	110307,28										
INVERSIÓN OTROS -	21271,39										
INVERSIÓN ACTIVO NOMINAL -	1246,67										
INVERSIÓN CAPITAL TRABAJO -	6902,31	6902,31									
RECUPERACIÓN CAPITAL TRABAJO +											6902,31
PRÉSTAMO +	49762,74										
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO -		4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27	4976,27
FLUJO DE CAJA	- 104490,46	15462,64	24978,97	27740,37	30659,18	33746,09	37012,54	40470,73	44133,70	48015,39	169150,93

z. Punto de Equilibrio

Cuadro # 133. Costos fijos y costos variables del primero, segundo y tercer año

RUBROS	AÑOS 2010			AÑOS 2011			AÑOS 2012		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	935,68	5369,38	6305,06	999,31	5654,60	6653,91	1067,26	5959,21	7026,47
Gasto de Venta		410,00	410,00		410,00	410,00		410,00	410,00
Gastos Administrativos		1465,17	1465,17		1550,87	1550,87		1642,38	1642,38
Gastos Financieros		5971,53	5971,53		5374,38	5374,38		4777,22	4777,22
TOTAL COSTOS VARIABLES	935,68			999,31			1067,26		
TOTAL COSTOS FIJOS		13216,08			12989,84			12788,81	
COSTO TOTAL	935,68	13216,08	14151,76	999,31	12989,84	13989,15	1067,26	12788,81	13856,08

Cuadro # 134. Costos fijos y costos variables del cuarto, quinto y sexto año

RUBROS	AÑOS 2013			AÑOS 2014			AÑOS 2015		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	1139,84	6284,53	7424,37	1217,35	6631,98	7849,33	1300,13	7003,05	8303,18
Gasto de Venta		410,00	410,00		410,00	410,00		410,00	410,00
Gastos Administrativos		1740,13	1740,13		1844,51	1844,51		1956,00	1956,00
Gastos Financieros		4180,07	4180,07		3582,92	3582,92		2985,76	2985,76
TOTAL COSTOS VARIABLES	1139,84			1217,35			1300,13		
TOTAL COSTOS FIJOS		12614,73			12469,41			12354,82	
COSTO TOTAL	1139,84	12614,73	13754,57	1217,35	12469,41	13686,76	1300,13	12354,82	13654,95

Cuadro # 135. Costos fijos y costos variables del séptimo, octavo, noveno y décimo año

RUBROS	AÑOS 2016			AÑOS 2017			AÑOS 2018			AÑOS 2019		
	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct	Cv	Cf	Ct
Costos de producción	1388,53	7399,36	8787,89	1482,95	7822,62	9305,57	1583,80	8274,65	9858,45	1691,49	8757,43	10448,92
Gasto de Venta		410,00	410,00		410,00	410,00		410,00	410,00		410,00	410,00
Gastos Administrativos		2075,07	2075,07		2202,23	2202,23		2338,05	2338,05		2483,09	2483,09
Gastos Financieros		2388,61	2388,61		1791,46	1791,46		1194,31	1194,31		597,15	597,15
TOTAL COSTOS VARIABLES	1388,53			1482,95			1583,80			1691,49		
TOTAL COSTOS FIJOS		12273,04			12226,31			12217,01			12247,68	
COSTO TOTAL	1388,53	12273,04	13661,58	1482,95	12226,31	13709,26	1583,80	12217,0055	13800,80	1691,49	12247,68	13939,17

Cuadro # 136. Totalidad de costos fijos y costos variables del proyecto

COSTOS VARIABLES	12806,35
COSTOS FIJOS	125397,72
COSTO TOTAL	138204,07
INGRESOS TOTALES	670657,52

2) **Determinación del punto de equilibrio**

$$\text{Punto de equilibrio ventas} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$= \frac{125397,63}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}}$$

3. **Evaluación Financiera**

e. **Valor Actual Neto**

2) **Datos para el cálculo del valor actual neto**

Cuadro # 137. Flujo de efectivo

AÑOS	FLUJO EN EFECTIVO
0	-104490,46
1	15462,64
2	24978,97
3	27740,37
4	30659,18
5	33746,09
6	37012,54
7	40470,73
8	44133,70
9	48015,39
10	169150,93
Tasa mínima de rendimiento r=12%	

Cuadro # 138. Cálculo del valor actual neto

Años	Flujo de efectivo	Factor de actualización	Flujo efectivo actualizado	Flujo efectivo actualizado acumulado
0	-104490,46	1	-104490,46	-104490,46
1	15462,64	0,89285714	13805,93	-90684,54
2	24978,97	0,79719388	19913,08	-70771,45
3	27740,37	0,71178025	19745,05	-51026,40
4	30659,18	0,63551808	19484,46	-31541,94
5	33746,09	0,56742686	19148,44	-12393,50
6	37012,54	0,50663112	18751,70	6358,20
7	40470,73	0,45234922	18306,90	24665,10
8	44133,70	0,40388323	17824,86	42489,96
9	48015,39	0,36061002	17314,83	59804,79
10	169150,93	0,32197324	54462,07	114266,86
VAN: 114266,86				

f. Período de Recuperación del Capital

Período de Recuperación de la inversión: 4 años y 10,80 meses, en donde los egresos son igual a los ingresos, a partir de este período, los ingresos superan a los egresos.

g. Relación Costo Beneficio**Cuadro # 139. Relación Costo Beneficio**

R B/C	1,53
INGRESOS ACTUALIZADOS	356547,594
COSTOS ACTUALIZADOS	78257,0697
INVERSIÓN	154253,20

h. Tasa Interna de Retorno

La tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá en el proyecto es de 28%

VI. CONCLUSIONES

A. El Estudio de potencialidad turística de la zona, nos demuestra que las características exclusivas del lugar tanto naturales como culturales como son: el clima, el Chimborazo, el paisaje, la calidez de su gente, cultura, saberes y tradiciones; forman un conjunto de ventajas innatas que conjuntamente con un adecuado desarrollo de proyectos turísticos, se consolidaría en un lugar que satisfaga plenamente las tendencias actuales del turista.

B. El estudio de mercado nos demuestra que, del universo de 19.459 turistas (11.127 nacionales y 8.332 extranjeros, el 94% (10.459) turistas nacionales y el 97% (8.082) turistas extranjeros manifiestan estar de acuerdo con la idea del proyecto, cuyos servicios requeridos con los siguientes: alimentación 34%, alojamiento 34% y recreación 32% este último servicio abarca actividades turísticas distribuidas de la siguiente manera: recorridos turísticos 704 turistas, (observación y participación en labores agropecuarias, visita sala de exhibición artesanal, recorridos hacia atractivos turísticos); cabalgatas 236 turistas y ciclismo 236 turistas. Las preferencias de los turistas se inclinan por degustar comida típica de la zona 54%, ecuatoriana 32%, internacional 19% y vegetariana 4%.

C. En función del perfil del turista, el tamaño del proyecto y demás requerimientos técnicos que conlleva el adecuado funcionamiento de una Hostería Agroecoturística se determinó la construcción de 2 cabañas para hospedaje con capacidad para 28 personas, un área de restaurante de 40 plazas, sala de conferencias, sala de exposición artesanal, instalaciones que se pretende construir en un terreno de 1876,71m² ubicado en el centro de la comunidad, adicionalmente se pretende construir un establo para caballos, ganado y especies menores con fines demostrativos y turísticos en un terreno de 442,62 m² ubicado junto a la carretera principal y finalmente se anhela destinar como un mirador natural y realizar actividades agrícolas en un terreno de 10.395,83 m² ubicado a 1Km del centro poblado junto al páramo andino.

D. El marco legal para el funcionamiento la Hostería Agroecoturística se encuentra amparado Mediante el Acuerdo N° 0014, publicado en el Registro Oficial N° 524 de febrero 15 del 2005, en donde se expide el Reglamento de Aprobación de Microempresas Asociativas bajo responsabilidad del Ministerio de Relaciones Laborales. La empresa estará dividida en tres áreas principales administrativa, productiva y comercial.

E. El análisis ambiental realizado utilizando la matriz propuesta por Leopold, nos demuestra que existe un total de 36 afectaciones de las cuales únicamente 8 acciones afectan negativamente a los elementos ambientales antes, durante o después de la implementación del proyecto; para lo cual se plantea alternativas de solución como: capacitación, organización, reforestación, etc. Las 28 afectaciones positivas que conlleva el presente proyecto le brinda la viabilidad ambiental al mismo.

F. El estudio económico y la evaluación financiera del presente proyecto nos demuestra la factibilidad y rentabilidad económica tras el análisis de las siguientes cifras: una vez actualizado los ingresos y egresos se espera un valor actual neto positivo de 114.266,86 dólares americanos, que significa que el proyecto arroja beneficios aún después de cubrir los costos de oportunidad de otras alternativas de inversión. El TIR es de 28% frente a la tasa mínima de 12%. El período de recuperación del capital es en 4 años 11 meses. La relación costo- beneficio es de 1,53 lo que significa que por cada dólar invertido se ganará 53 centavos.

VII. RECOMENDACIONES

A. Es importante que para la implementación del proyecto el trabajo realizado sea el reflejo de consensos y trabajo en equipo.

B. Gestionar apoyo gubernamental a través de instituciones del estado como el Banco Nacional de fomento, Ministerio de Turismo, Ministerio de Relaciones Laborales a su vez establecer una fuerte coordinación que beneficie en cuanto a apoyo técnico, o económico mediante la dotación de créditos para el desarrollo de microempresas.

C. Es indispensable que se incorpore a la comunidad, puesto que el éxito total de la empresa será reflejado cuando se alcance un paulatino desarrollo turístico en la zona el cual dinamice la economía, fortalezca las relaciones intersectoriales, mejore la productividad, y se emprendan nuevas ideas de proyectos.

D. Constituir a la empresa en una especie de apoyo en cuanto a capacitación a los pobladores en diferentes ámbitos y en el apoyo técnico para emprender otras alternativas turísticas.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: el estudio de factibilidad para implementar una Hostería Agroecoturística en la parroquia San Juan, mediante la elaboración del estudio de potencialidad turística, mercado, técnico, ambiental, administrativo - legal y financiero; realizados a través de investigación de campo y análisis de métodos cualicuantitativos. El Estudio de potencialidad turística de la zona, permitió conocer las características del sitio tanto naturales como culturales que forman un conjunto de ventajas innatas inigualables. El estudio de mercado definió que el 94% de turistas nacionales y el 97% de turistas extranjeros están de acuerdo con el proyecto, cuyos servicios son: alimentación, alojamiento y recreación que abarca actividades que como, recorridos turísticos; cabalgata y ciclismo. En función del perfil del turista se definió los requerimientos técnicos, se diseñó la construcción de 2 cabañas, un área de restaurante, sala de conferencias, sala de exposición artesanal, un establo para caballos, ganado y especies menores con fines demostrativos/turísticos y finalmente se destinará un terreno junto al páramo andino como un mirador natural donde realizarán actividades agrícolas. La empresa turística estará constituida como una Microempresa Asociativa. El análisis ambiental indica que existen 28 afectaciones positivas que conlleva el presente proyecto, esto le brinda la viabilidad ambiental al mismo. El estudio económico arroja las siguientes cifras: el valor actual neto es positivo de 114.266,86 dólares, la TIR es de 28%. El período de recuperación del capital es en 4 años 11 meses. La relación costo- beneficio es de 1,53.

IX. SUMMARY

This research project proposes: a feasibility study for the implementation of an agriculture and ecotourism hostel located in San Juan through the development of a tourist potential, market, technical, environmental, administrative, legal and financial study. This information gathering was done by means of field research and qualitative and quantitative methods. The study of the tourism potential in the place let to identify both natural and cultural features that constitute a set of innate unmatched advantages. The market study indicated that 94% of local tourists and 97% foreign tourists totally agree with the project basically because it offers the following services: feeding, accommodation and recreation that involve activities like tourist travels, horse riding and climbing. Based on the client's profile some technical requirements where identified as two huts, restaurant area, conference room, traditional showroom, horse stable, livestock and minor species to be showed to the tourist, finally a place next to the room field will be designated for tourists to appreciate the natural and agricultural environment.

Environment analysis shows that there are 28 positive features for the project; these peculiarities give the necessary practicability. The economic study showed the following results: the positive approximate cost is \$114.266, 86 with an internal rate of 28%. The capital recovery period is four years and eleven months. The cost benefit relation corresponds to a 1.53.

X. BILBIOGRAFÍA

1. ARRIETA, D. “Turismo Rural en Costa Rica” Consultado 8 oct. 2009. Disponible en: <http://tecnitur.com/edicion77/turismo.htm>
2. BIEN, A, “Guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo”. Center on Ecotourism and Sustainable Developmen. Consultado 8 oct. 2009. Disponible en: <http://www.ecotourismcesd.org>
3. GUERRERO, P. 2002. “Guía Etnográfica” Quito, Ecuador. Ediciones Abya – Yala. 2002.
4. GÓMEZ A. 2008 “La Sostenibilidad Aplicada al Hotel Rural” Ruralpromo Consulting. Madrid España.
5. HERNANDEZ, J. “Modelo de Proyectos de Inversión” Consultado 8 oct. 2009. Disponible en: <http://www.slideshare.net/GestioPolis.com/modelo-de-proyectos-de-inversion>
6. LUNA Rafael; Chávez Damaris. Guía para estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticas. Guatemala. 2001
7. OTERO, A.; RIVAS, H. 1995. Artículo editado por Ambiente y Desarrollo a partir de la ponencia Sustentabilidad del sector turismo: la necesidad de definir estándares ambientales para una inserción global , presentada al 5to Encuentro Científico sobre el Medio Ambiente, organizado por Cipma. Temuco.
8. TIERRA P. 2008. Compilación Texto Básico “Planificación Territorial”. ESPOCH

9. Publicaciones de legislación económica. “Reglamento de aprobación de microempresas asociativas”. Consultado el 2 de septiembre del 2010. Disponible en <http://www.pudeleco.com/docs/clegal/cl0083.pdf>

XI. ANEXOS

Anexo N° 01: Mapa de la comunidad Santa Teresita de Guabug elaborado por un poblador

Anexo 02: Instrumento – Encuesta en Español



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

La presente encuesta se realiza para la elaboración de un Estudio de Factibilidad previo a la implementación de una Hostería Agroecoturística en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo

1. **Género:** a. M () b. F ()
2. **Edad:**
3. **Ciudad/provincia:**
4. **Ocupación:**
5. **Nivel educativo:** a. Primaria () b. Secundaria () c. Universitaria () d. Otros.....
6. **Nivel de ingresos económicos mensuales:**
a. < 200 usd b. 201 a 400 usd c. 401 a 600 usd d. 601 a 800 usd e > 801usd
7. **Acompañado de cuantas personas viaja usted?.....**
8. **Cuando decide viajar lo hace a través de:** a. Agencia de viajes () b. Independiente ()
9. **Le gustaría que cerca al nevado Chimborazo exista una Hostería Agroecoturística?**
a. Si () b. No ()
10. **Qué servicios utilizaría**
a. Alimentación () b. Hospedaje () c. Recreación y entretenimiento ()
11. **En qué tipo de actividades Agroecoturística le gustaría participar?**
a. Participación en labores agropecuarias ()
b. Observación de labores agropecuarias ()
c. Observación de procesos artesanales ()
d. Recorrido hacia atractivos turísticos de la zona ()
e. Cabalgatas ()
f. Ciclismo de montaña ()
g. Integral (de todo un poco) ()
h. Otros (especifique cuál).....

12. Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en esta Hostería

- a.** uno () **b.** dos () **c.** tres () **d.** más de tres ()

13. Qué medios de comunicación utiliza para informarse acerca de nuevos sitios turísticos

a. Internet ()

b. Prensa ()

c. Guías turísticas ()

d. Radio ()

e. Televisión ()

f. Amigos/familiares ()

g. Otros.....

14. Qué tipo de comida le gustaría degustar?

- a.** Típica de la zona () **b.** Ecuatoriana () **c.** Internacional () **d.** Vegetariana ()

15. En promedio, cuánto estaría dispuesto a gastar por día por los servicios turísticos?

- a.** < 10 usd () **b.** 11 a 20 usd () **c.** 21 a 30usd () **d.** más de 31 usd ()

16.Cuál es su forma de pago? **a.** Efectivo () **b.** Tarjeta de crédito () **c.** cheque ()

Gracias por su colaboración!

Anexo 3: Instrumento - Encuesta en Inglés



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
NATURAL RESOURCES FACULTY
ECOTOURISM ENGINEERING

This is a survey to determine the feasibility of an Agro – Ecotourism Hostelry in San Juan town, which is located near from Chimborazo volcano in the Chimborazo province.

1. **Gender:** a. Male () b. Female () 2. **Age:**
3. **Country / State:** 4. **Profession :**
5. **Educational level:** a. School () b. High School () c. University () d. Other.....
6. **What is your income per month:**
a. < \$ 200 b. \$ 201 to 400 c. \$ 401 to 600 d. \$ 601 to 800 e > \$ 801usd
7. **How many people came with you?.....**
8. **When you decide to travel, do you use:** a. Travel agency () b. Independent ()
9. **Would you like to find an agro – ecotourism hostelry near of Chimborazo volcano?**
a. Yes () b. No ()
10. **Which touristic services will you use ?**
a. Lodging () b. Food () c. Recreation and entertainment ()
11. **What kind of agro – ecotourism activities, would you like to participate in?**
a. Participation in agricultural labors or taking care of animals ()
b. Only looking at, agricultural labors or taking care of animals ()
c. Learning Traditional handicrafts processes ()
d. Natural attraction walking tours ()
e. Horseback riding ()
f. Riding bicycle on the mountain ()
g. Integral activities (a bit of everything) ()
h. Other (please specify).....

12. What is the maximum period of time that would you spend on these activities

- a. one day () b. two days () c. three days () d. more than three days ()

13. How do you find information about new tourist attractions

- a. Internet ()
b. Newspapers ()
c. Tour guides ()
d. Radio ()
e. Television ()
f. Friends /family ()
g. Other.....

14. What kind of food would you like to eat?

- a. Typical of the community () b. Ecuadorian food () c. International () d. Vegetarian ()

15. How much money per day would you spend for the tourism services during your visit?

- a. < \$ 10 () b. \$ 11 to 20 () c. \$ 21 to 30 () d. más de \$31 ()

16. How do you prefer to pay ? a. cash () b. credit card () c. check ()

Thanks a lot...!

Anexo N°04: Estatutos de la Hostería Agroecoturística “Samarita Pamba”

MICRO EMPRESA ASOCIATIVA “Samarita Pamba”

ESTATUTO

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN Y DOMICILIO

Art. 1. Se funda en la ciudad de Riobamba, parroquia San Juan y se constituye legalmente adoptando a su vez personería jurídica la Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**”, conformada por los socios fundadores y los que con posterioridad a este hecho adquieran la calidad de socios.

Art. 2. La Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**”, es una empresa productora de servicio en el ámbito hotelería – turismo de derecho privado, con fines de lucro, está integrada por personas con visión emprendedora dentro del marco de sustentabilidad y sostenibilidad, amantes de la naturaleza y los recursos culturales de nuestros pueblos, puede incluir como socio a otra persona natural o jurídica siempre que laboren en esta misma actividad y que hayan expresado por escrito su deseo de integración y cuya solicitud haya sido aprobada en Asamblea para otorgarles la calidad de los socios.

Art. 3. El domicilio principal de la Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**”, está en la comunidad Santa Teresita de Guabug, perteneciente a la parroquia San Juan.

Art. 4. La Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**”, se constituye con una duración indefinida o hasta que la mayoría de los socios reunidos en Asamblea decidan su desilusión y la ratifiquen en una segunda asamblea.

Art. 5. La Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**”, se rige en las disposiciones del Libro Primero, Capítulo XXX, del Código Civil, por estos Estatutos y por las demás normas internas que se dicte la misma microempresa, siendo siempre la mayor agente de decisión la Asamblea de los socios.

CAPÍTULO SEGUNDO

FINES, OBJETIVOS, Y MEDIOS

Art. 6. Objetivo Principal:

Establecer una unidad económica de producción de servicios turísticos de calidad dentro de un marco responsable, sostenible y sustentable, a través de la cual consolidar las nuevas tendencias de turismo comunitario, dando a conocer insitu la cultura local y buscando siempre despertar en los turistas y personas en general una conciencia de respeto a la naturaleza.

Art. 8. Son fines de la Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**”

3. Servir de apoyo referencial al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores locales; a través de: creación de fuentes temporales y fijas de empleo; capacitaciones a los pobladores locales en el ámbito de agricultura, ganadero, turístico, etc.; gestión con entidades públicas y privadas.
4. Propender al rescate del páramo, conservación de bosques, siembra de plantas nativas.
5. Constituirse en una microempresa asociativa sostenible que contrate mano de obra local, apoye proyectos de desarrollo social y cultural.
6. Convertirse en un “embajador de las tradiciones locales” y en un intercambiador cultural, mostrando dicha cultura a nacionales y extranjeros.
7. Dinamizar la economía local, adquiriendo productos locales.

8. Producir servicios turísticos asegurando la calidad de los mismos, a través de la aplicación de técnicas adecuadas de operación de servicios turísticos.
9. Desarrollar e implantar innovadoras ventajas y estrategias competitivas.
10. Fomentar actividades relacionadas con el respeto a la naturaleza: senderismo, observación de aves, fotografía de naturaleza, etc.
11. Fomentar que el turista abandone el vehículo y realice sus excursiones en medios de transporte ecológicos: a pie, a caballo, en bicicleta.
12. Potenciar en la zona, la existencia de otras iniciativas rurales sostenibles

Art. 8. Medios. Para el cumplimiento de sus objetivos la Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**” recurrirá a todos los medios permitidos por la ley.

CAPÍTULO TERCERO

MIEMBROS

Art. 9. La Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**”, tendrá cuatro clases de miembros llamados socios:

1. Socios fundadores, aquellos que suscribiesen el acta constitutiva,
2. Activos, aquellos que con posterioridad soliciten por escrito ante el directorio pertenecer a la Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**”. Para ser socio activo ser socio activo deberá ponerse al día con el pago de la cuota respectiva.
3. Honorarios, aquellos profesionales multidisciplinarios nacionales o extranjeros, o las personas jurídicas que hayan presentado servicios significativos.

4. Protectores o patrocinadores, los gremios y las entidades sin fines de lucro debidamente constituidos y aquellas personas naturales o jurídicas que se interesen por la propagación de los objetivos y que dispongan hacer aportaciones económicas u otorguen apoyo o ayuda de otra índole.

Art. 10. Los ingresos, renunciaciones y expulsión de los socios, constará en el Libro de registros de Socios que se llevará en la Administración junto con la solicitud de admisión y aceptación de admisión, renuncia u otras novedades, incluyendo cursos, hojas de vida del socio, etc. Informe que será presentado al Ministerio de Relaciones Laborales, de conformidad con los artículos 12 y 13 del Reglamento para la Aprobación de Microempresas Asociativas.

Art. 11. SON DEBERES DE LOS SOCIOS:

1. Trabajar por la consolidación y el desarrollo de la Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**”
2. Acatar, cumplir y hacer cumplir los estatutos y el reglamento interno.
3. Realizar los trabajos asignados con la eficiencia y eficacia, así como desempeñar los cargos y comisiones con esfuerzo y responsabilidad para los cuales hayan sido designados.
4. Cumplir las obligaciones económicas ordinarias y extraordinarias que fije la Asamblea General.
5. Asistir y participar en las Asambleas ordinarias y extraordinarias.

Art. 12. SON DERECHOS DE LOS SOCIOS

1. Los socios fundadores y los activos participarán con voz y voto en las deliberaciones de la Asamblea General y los socios Honoríficos y Protectores participarán únicamente con voz.

2. Elegir y ser Electo democráticamente para desempeñar dignidades, cargos o comisiones del directorio u otros que requiera la Asamblea, para lo cual es necesario estar al día en el pago de aportaciones económicas ordinarias y extraordinarias, y no haber sido sancionado por incumplimiento del estatuto y el reglamento interno.
3. Utilizar el nombre y difundir el trabajo realizado por la microempresa en reuniones.
4. Solicitar y recibir información, capacitación u otros servicios que preste la microempresa.
5. Presentar al directorio sugerencias o micro proyectos con relación a los intereses de la microempresa.

Art. 13. PERDIDA DE LA CALIDAD DE SOCIO

1. Renuncia voluntario aceptada por el Directivo
2. Expulsión, y,
3. Fallecimiento.

CAPÍTULO CUARTO

ÓRGANOS DE GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

Art. 14. La Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**”, está gobernada por la Asamblea General y por el Directivo.

DE LA ASAMBLEA GENERAL

Art. 15. La Asamblea General es la máxima autoridad, se conforma con los socios fundadores y activos y por los socios honorarios y patrocinadores.

Art. 16. La Asamblea General será ordinaria y extraordinaria en cuanto las circunstancias y necesidades lo requieran.

Art. 17. La Asamblea Ordinaria se reunirá cada tres meses en el lugar y fecha que señala el directorio. La Extraordinaria por convocatoria de el/la Presidente, del Directorio o a petición de las dos terceras partes de sus socios.

Art.18. El Quórum funcionará con la asistencia de la mitad más uno de los socios fundadores y activo. Si en la primera convocatoria no existiera el quórum necesario, se instalará una hora más tarde con el número de socios presentes. Esta circunstancia se hará constar en el Acta de la Asamblea.

Art. 19. La Asamblea será presidida por el Presidente de La Microempresa Asociativa “Samarita Pamba”.

Art. 20. Las decisiones de tomarán por mayoría de votos, esto es la mitad más uno de los asistentes.

Art. 21. SON ATRIBUCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL:

1. Aprobar y reformar el presente estatuto de la Microempresa y someterlos a consideración de Ministerio de Relaciones Laborales.
2. Velar por el cumplimiento de los objetivos de la Microempresa.
3. Elección del Presidente, Vicepresidente, Secretario y Tesorero.
4. Fijar las cuotas ordinarias y extraordinarias de aporte de los socios.
5. Aceptar o rechazar el ingreso de nuevos socios.
6. Conocer y aprobar los informes semestrales y anuales del Presidente y Tesorero sobre las actividades desarrolladas y el estado de situación.
7. Tomar las decisiones que fueran convenientes para la buena marcha y progreso de la microempresa.

8. Sancionar las faltas de los Directivos y socios, conocer de sus apelaciones de conformidad con el respectivo reglamento y dictar la resolución correspondiente.

DEL DIRECTORIO

Art. 22. El Directorio es el organismo directivo permanente de la Microempresa, durará en sus funciones dos años y podrá ser reelegido por un periodo similar.

Está integrado por:

1. Presidente
2. Vicepresidente
3. Secretario
4. Tesorero

Art. 23. El Directorio se reunirá una vez al mes y siempre se que considere necesario hará reunión extraordinaria del Directorio.

Art. 24. Para la reunión del Directorio se requiere mínimo de tres de sus miembros y las decisiones deberán tomarse por mayoría de votos, contando con quien presida la reunión.

Art. 25. SON FUNCIONES DE EL/LA PRESIDENTE DEL DIRECTORIO:

1. Presidir los actos oficiales y extra oficiales de la Microempresa.
2. Convocar y Presidir las reuniones del Directorio y d las Asambleas, de acuerdo con las disposiciones del estatuto y del Reglamento interno y citar a reuniones cuantas veces sean necesarias.
3. Representar legalmente, judicial y extra judicial para toda clase de asuntos.

4. Legalizar las actas, las comunicaciones, trámites legales, inserciones de nuevas organizaciones a afiliarse.etc.
5. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones del presente estatuto y reglamento interno y las resoluciones de la Asamblea General.
6. Custodiar y administrar fielmente los bienes muebles de la Microempresa.
7. Presentar por escrito ante la Asamblea General, el informe semestral y el informe anual de su gestión y el informe general de su gestión al culminar el mandato.
8. Autorizar los gastos de la Microempresa de acuerdo al presupuesto.
9. Responsabilizarse de la marcha administrativa del la Microempresa Asociativa.

Art. 26. SON FUNCIONES DEL VICEPRESIDENTE

1. Subrogar a el/la presidente con todas sus atribuciones en caso de urgencia la representación legal en caso de falta y ausencia temporal.
2. Desempeñar la función de Coordinador (a) General en la ejecución de los proyectos, programas y la organización de las distintas actividades.
3. Elaborar el plan de actividades y el presupuesto anual junto con el el/la Tesorero (a), para su presentación ante el Directorio y la Asamblea.
4. Colaborar con el presidente en el desempeño de sus obligaciones para lograr una buena administración de la microempresa.

Art. 27. SON FUNCIONES DE EL/LA SECRETARIO/A

1. Estar presente en todas las reuniones del Directorio y de la Asamblea General.

2. Preparar en coordinación con el Presidente y el Vicepresidente, el orden del día de las reuniones, redactar y suscribir con el Presidente (a) las actas de las mismas.
3. Llevar al día el libro de acta correspondiente.
4. Redactar y suscribir las convocatorias y comunicaciones para las asambleas, reuniones ordinarias y extraordinarias de la Microempresa, así como la correspondencia ordinaria, de conformidad con lo que acuerde el directorio.
5. Organizar y custodiar el archivo de la Microempresa en forma eficiente.
6. Expedir las certificaciones que soliciten los interesados.
7. Llevar un archivo de cada asociado, donde se guarden fotocopias de las hojas de vida, las certificaciones y diplomas de cada asociado.
8. Colaborar con el Tesorero, con la finalidad de facilitar la buena marcha administrativa de la Microempresa.
9. Gestionar, promocionar, justificar proyectos y programas; y las demás funciones que sean asignadas por la Asamblea.

Art. 28. SON FUNCIONES DE EL/LA TESORERO/A

1. Custodiar los bienes de la Microempresa.
2. Responsabilizar de los recursos económicos que aporten los socios.
3. Suscribir, conjuntamente con la Presidencia los documentos o comprobantes, firmar los cheques bancarios y verificar los pagos de conformidad con los acuerdos del Directorio.
4. Preparar y conservar los comprobantes de pago.
5. Elaborar los respectivos informes económicos trimestrales y presentar ante el Directorio mensualmente o cuando la Asamblea General lo solicite.

6. Preparar el presupuesto anual, junto con el/la vicepresidente/a para ser aprobados por la Asamblea General.
7. Preparar los respectivos informes de ingresos y gastos que serán presentados ante la Asamblea General.
8. Llevar registro de las cuentas y cuotas de la Microempresa y de la situación de cada asociado.

CAPÍTULO QUINTO

DE LAS SANCIONES

Art. 29. EL DIRECTORIO PODRÁ APLICAR LAS SIGUIENTES SANCIONES:

1. Amonestación verbal o escrita
2. Suspensión.
3. Multas.
4. Expulsión.

Art. 30. Las amonestaciones serán en público y en privado.

Art. 31. Serán merecedores de multas los socios que faltaren o llegaren atrasados a: Asambleas, trabajos, eventos, entre otros.

Art. 32. EL DIRECTORIO PODRÁ APLICAR LA SUSPENSIÓN DE SEIS MESES CUANDO:

1. Realizar actividades divisionistas en contra de la Microempresa.
2. Por sentencia judicial que establezca pena contra el Asociado.
3. Atente contra la vida institucional de la Microempresa o de sus socios.

Art. 33. De las Sanciones impuestas por el directivo se podrá apelar ante el organismo inmediato superior, dentro del término de cinco días hábiles, contados a partir de la notificación.

CAPÍTULO SEXTO

PATRIMONIO ECONÓMICO

Art. 34. EL PATROMONIO ECONÓMICO DE LA MICROEMPRESA ASOCIATIVA “Samarita Pamba” SON LOS SIGUIENTES:

1. El capital de integración de la Microempresa Asociativa consistente en cuatrocientos dólares, depositados en el Banco Nacional de Fomento como cuenta de integración de capital.
2. Las cuotas ordinarias y extraordinarias y las que cancelen los nuevos socios por si admisión.
3. El producto de las multas que se impusieron a los socios.
4. El producto de venta de servicios turísticos que producirá la Microempresa.
5. Otros ingresos no previstos.

Art. 35. Las cuotas ordinarias y en general los ingresos que no tengan un fin específico serán reinvertidas en el patrimonio social de la Microempresa Asociativa.

Art. 36. El ejercicio económico va de 01 de enero al 31 de diciembre de cada año.

Art. 37. La administración, bajo su responsabilidad, instrumentará los mecanismos tendientes a la total recaudación de las aportaciones ordinarias y extraordinarias de los socios. Cada socio tendrá un registro de aportaciones, en el que se determinará el monto de su contribución económica, ingresos que serán reinvertidos en función del bien patrimonial de la Microempresa. Cada año se revisarán los registros de aportación de los socios y se facultará a la Administración para hacer los reajustes de las recaudaciones que serán controladas por el Presidente.

CAPÍTULO SÉPTIMO

DEL PROCESO DE DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Art. 38. La Microempresa Asociativa “**Samarita Pamba**” se disolverá en caso de que la Asamblea General lo acuerde, por el voto unánime de sus socios y tal decisión sea ratificada en una segunda Asamblea. En este caso, se reunirán en Asamblea General para determinar el proceso a seguir y plantear acuerdos de liquidación de la Microempresa en función de las aportaciones económicas y del trabajo realizado a favor de la Microempresa.

CAPÍTULO OCTAVO

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Art. 39. Los presentes Estatutos entrarán en vigencia desde la fecha de su aprobación por parte del Ministerio de Relaciones Laborales.

Art. 40. Para la reforma del presente Estatuto se requerirá el análisis y aprobación de la Asamblea General.

Anexo N° 5: Catastro de la ciudad de Riobamba

	ALOJAMIENTO											
	<i>Hostal</i>											
1	CAMINO REAL	SANTAMARIA CASTRO MAYRA	Av. La Prensa y calle D	Primera	28	42	15	60	6	060216120001	962-365	
2	CANADA	CABRERA RENDON BERTHA	Av. La Prensa 23-31 y D. Leon Borja	Primera	17	64	6	24	4	0908509219001	946-677	
3	GLAMOUR	ALTAMIRADO VITERI MERCEDES	Primera Constituyente s/n y Brasil	Primera	21	66	11	44	5	0600557102001	944-406	
4	LA COLINA DE RIO	MUÑOZ SAMANIEGO CARLOS LUIS	11 de Noviembre y Ricardo Descalzi	Primera	12	24	6	24	4	0603056391001	2602-789	
5	MONTECARLO	CISNEROS DE HERRERA ANA MARIA	10 de Agosto 25-41 y García Moreno	Primera	18	34	15	60	7	0690052172001	960-555	
6	RINCON ALEMAN	TORRES ROSA ELENA	Remigio Romero M .H. Cs. 9 Arupos	Primera	12	16	2	8	2	0602105397001	603-540	
7	RIOROMA SUITES	OBREGON ZABALA JULIO ENRIQUE	Cdla. Sultana de Iso Andes, 2 cuadras de la ESPOCH	Primera	23	54	8	32	2	0602114370001	2603-555	
8	ACACIAS LA	FIALLOS WILSON	Rio Palora 3 y Santiago	Segunda	20	38	6	24	7	1802131993002	600-790	
9	ALTAR EL	DARQUEA LARREA MARCO POLO	Av. El Altar y Sultana de los Andes	Segunda	15	64	6	24	3	0600882229001	964-872	
10	CENAEST	ABARCA HUILCAREMA GILBERTO	5 de Junio 18-30 y Villarroel	Segunda	14	26	4	16	5	06012622722001	2954-603	
11	ESTACION LA	ZABALA ARELLANO LUZ DEL ROCIO	Av Unidad Nacional 29-15 y Carabobo	Segunda	15	45	11	44	4	1600192494001	955226	
0	HUMBOLTH	LARREA LEON MARIA LUISA	Ave. D L B 35-48 y Uruguay	Segunda	14	56	5	20	4	0600026627001	940-814	
12	MAJESTIC	GUAÑO CHAVEZ LUIS GERARDO	Av. Daniel Leon Borja 43-60 y La 44	Segunda	16	78	4	16	6	0600046205002	968-708	
13	MANANTIAL	CHAFLA GONZALEZ JUAN CARLOS	Carabobo 18-50 y Villarroel	Segunda	12	18	5	20	2	0602766628001	2944-596	
14	MASHANY	LLERENA FREIRE EDITH IPATIA	Veloz 4173y Diego Donoso	Segunda	20	57	0	0	3	0601282635001	2942-914	
15	ROYALTY	AVILES CALLE RICARDO	Av. Lizarzaburu 51-84 y St. Amand Montrond	Segunda	27	136	19	76	5	0602708836002	963-627	
16	SUSY	CHASIPANTA C. JOSE RAMON	Av. Atahualpa s/n y Calpi	Segunda	15	31	4	16	3	1700131772001	96144786	
17	TREN DORADO	INSUASTI DE MANZANO MARIA ENMA	Carabobo 22-35 y 10 de Agosto	Segunda	15	35	10	40	8	0901440412001	964-890	
18	WHYMPER	HOTEL WHYMPER CÍA. LTDA	Miguel Angel León 23-10 y Primera Constituyente	Segunda	20	58	10	40	10	0690030500001	964-575	
19	FLORIDA	BARRAGAN GRANIZO SIMON	Espejo # 70 y Calle Dos. Urbanizacion El Prado	Tercera	12	24	8	32	3	0601450265001	2947-101	
20	INTI QUISHA	YAMBAY ALCOCER VICTOR	Espejo 33-66 y Av. Cordovez	Tercera	12	24	6	24	3	0600553192001	2966-358	
21	KATAZHO	GALLEGOS GOMEZ HENRY	Venezuela 37-19 y Brasil	Tercera	9	11	6	24	4	0702731019001	2965-492	
22	PALMAS LAS	VALLE OCAÑA OLGA TARCILA	Epliacachima 19-40 y Rey Cacha	Tercera	15	16	8	32	3	1600073124001	2948-520	
23	REY DE LOS ANDES	BUENAÑO GUILCAPI WASHINGTON	Av. Lizarzaburu 6 y Camilo Egas	Tercera	14	34	10	40	3	0601811458001	2942-679	
24	SAN GABRIEL	SALAS GAVILANES ANGEL GABRIEL	Cordovez 33-68 y Espejo	Tercera	12	24	4	16	2	0600155992004	2969-143	
25	SAN VALENTIN	ZUMBA TIMBELA BRIGIDA GLORIA	Circunvalacion 26-30 y Garcia More	Tercera	17	34	6	24	3	0601327232001	2943-588	
26	SHALOM	EGAS VILAC ALEX	Daniel Leon Borja 35-48 y Uruguay	Tercera	13	26	6	24	5	1714881263001	2940-814	
27	SEGOVIA	SEGOVIA TAPIA GRACIELA JUDITH	1era. Constituyente 22-28 y Espejo	Tercera	29	87	8	32	5	0600034912001	2961-259	
	<i>Hostal Residencia</i>											
1	ALAMOS LOS	SANCHEZ SANCHEZ JUAN ALBERTO	Saint Amand Montrond y Lizarzaburu	Segunda	14	54	0	0	5	1801440189001	2967-386	
2	INTI RAYMI	CARDENAS MAZON HECTOR	Uruguay 26-41 y Junín	Segunda	13	48	0	0	5	0600052161001	2960-531	

3	IMPERIAL	VINUEZA GODOY EDUARDO	Rocafuerte 22-75 y 10 de Agosto	Segunda	17	42	0	0	4	0600811418001	2960-420
0	IMPERIAL	GODOY MERINO OLGA ELISA	Rocafuerte 22-12 y 10 de Agosto	Segunda	17	93	0	0	5	0690046865001	960-429
4	MASHANY	LLERENA FREIRE EDITH IPATIA	Veloz41-73 y Diego Donoso	Segunda	13	28	0	0	3	0601282635001	2942-914
5	ROCIO	PUMAGUALLE JACOME FANNY	Brasil 21-68 y Ave Daniel León Borja	Segunda	0	0	15	30	3	0600446918001	2961-848
0	ROCIO	PUMAGUALLE PEREZ SEGUNDO JOSE	Brasil 21-68 y Ave Daniel León Borja	Segunda	15	39	0	0	5	0601056708001	961-848
6	SHIRIS LOS	SANCHEZ MYRIAM DOLORES	Rocafuerte 21-60 y 10 de Agosto	Segunda	28	113	0	0	5	0601827785001	2960-323
7	BOLIVAR	ANDRADE VIMOS LUIS OLMEDO	Carabobo 21-26 y Guayaquil	Tercera	15	60	0	0	2	0600832620001	2968-324
8	BRIS SANCHEZ	SANCHEZ VALLEJO HERMENEGILDO	Epiclachim 19-60 y Huayna Palcon	Tercera	13	19	0	0	2	0600485361001	2962-493
9	CHIMBORAZO DE LA ESTACION	SANCHEZ SALAZAR RAMIRO ALBERTO	Unidad Nacional 30-17 y Juan Montalvo	Tercera	24	64	0	0	3	0601827801001	
10	CIUDAD DE RIO	MAZON BARBA FERNANDO	Epiclachim 18-80 y Rey Cacha	Tercera	12	23	0	0	3	0602523573001	2961-494
11	CONQUISTADOR EL	MOROCHO TITUAÑA MARIA ESTHER	Lavalle 20-62 y Unidad Nacional	Tercera	12	16	0	0	2	0600452874002	2968-867
12	COLONIA DEL SUR	ZUÑIGA LOPEZ FELIX OLMEDO	Carabobo 21-62 y 10 de Agosto	Tercera	16	43	0	0	4	1801136837001	2966-543
13	GIRASOLES LOS	OROZCO VILLACRES DOLORES G.	Av. Edelberto Bonilla s/n y Rocafuerte	Tercera	8	16	0	0	2	0601473903001	2943-575
14	GUAYAQUIL	ESTRADA VARGAS GLADYS	Juan Montalvo y Unidad Nacional	Tercera	18	32	0	0	4	0200410876001	2964-512
15	LIBERTY	ARCOS ANDRADE IVAN MARCELO	Av. De Los Heroes 33-27 y Francia	Tercera	12	24	0	0	3	0602764805001	2951-040
16	MARBELLA	JARA CASTILLO LUIS GERARDO	Orozco 38-20 y Teniente Latus	Tercera	24	96	0	0	3	1800195487001	2964-950
17	METROPOLITANO	SANCHEZ VASCO MARIA ISABEL	Ave. D L B y Lavalle	Tercera	23	91	0	0	4	0602483554001	2961-714
18	MONTERREY	FLORES RIVERA JAVIER	Rey Cacha 44-59 y Epiclachim	Tercera	20	50	0	0	4	0603110305001	2962-421
19	MORELIA	JARA CASTILLO JOSE	Unidad Nacional 32-28	Tercera	17	20	0	0	2	0600456586001	2940-845
20	NEVADOS LOS	CHAVEZ MOSQUERA PILAR	Luis A Costales 24-37 y Ave. Daniel León Borja	Tercera	16	86	0	0	3	0600775274001	2960-803
21	NUEVA VENECIA	SOXO VALLEJO MARCO TULIO	Rocafuerte 21-51 y 10 de Agosto	Tercera	15	60	0	0	2	0600060024001	s/n
22	PUERTAS DEL SOL	VALLE LOGROÑO MONICA M.	Cordovez 22-30 y Espejo	Tercera	20	42	0	0	2	0602196297001	2952-569
23	SARAGURO	PADILLA VILEMA ANGEL	Av. De la Prensa 21 y Santos Leopoldo	Tercera	18	36	0	0	2	0601858707001	82922986
24	SEÑORIAL	PUCUNA MOCHA FELICIANO	Epiclachim 20-44 y Huayna Palcon	Tercera	20	42	0	0	3	0600639900001	2968-135
25	SAN CARLOS	HUILCAPI VALDIVIEZO CARLOS E.	Epiclachim 20-76 y Ave. D L B	Tercera	13	29	0	0	3	0690060154001	2968-017
	Hotel										
1	SAN PEDRO DE RIOBAMBA	LARREA MEJIA LUIS EDUARDO	Av. Daniel Leon Borja 29-50	Lujo	12	31	6	24	12	0602360752001	2940-586
2	CHIMBORAZO INTERNACIONAL	CHIMBORAZO INTERNACIONAL C.A	Los Nogales y Argentinos	Primera	32	118	25	100	14	0690055007001	2963-475
3	CLUB HOTEL ZEUS	CLUB HOTEL S.A.	Daniel Leon Borja 41-29 y Duchicela	Primera	60	200	37	218	19	0691712761001	2986-037
4	CISNE EL	CHAVARREA MUÑOZ JENNY	Av. Daniel Leon Borja y Duchicela	Primera	47	138	25	100	14	0601774151001	2964-573
5	EL MOLINO	DI DONATO YEROVI HECTOR	Duchicela 42-13y Unidad nacional	Primera	40	80	30	314	7	0600958128004	2944-962
6	GALPON EL	MUCARSEL HEREDEROS	Argentinos y Carlos Zambrano	Primera	35	150	15	60	14	0690040409001	2960-981
7	MARQUEZ DE RIO EL	MARQUEZRIO CIA. LTDA.	Av. Lizarzaburu s/n y Coangos	Primera	30	78	20	80	10	0691721639001	2601-642
8	MANABI	VIZUETE CANDO LUIS CLEMENTE	Colón 19-58 y Olmedo	Segunda	30	53	15	60	8	0600017453001	2967-967
10	MANANTIAL	CHAFLA GONZALEZ JUAN CARLOS	Carabobo 18-50 y Villarroel	Segunda	12	18	5	20	3	0602766628001	2944-566
11	LIBERTADOR EL	VASCO ORTIZ BLANCA ANA	Daniel Leon Borja 29-22 y Carabobo	Segunda	30	60	10	40	4	0600503023002	2947-393
12	RIOBAMBA INN	VINUEZA DE SCALZULLI	Carabobo 23-20 y Primera Constituyente	Segunda	34	118	9	36	10	0601134174001	2961-696

		MARIANA										
13	LAS PEÑAS	CALI ALLAUCA LUIS GONZALO	Av. Leopoldo Freire y Circunvalacion	Tercera	30	60	30	120	4	0601628183003	2944-088	
14	ÑUCA HUASI	ERAZO SAMANIEGO GLEY BETTY	10 de Agosto 28-24 y Magdalena Dávalos	Tercera	32	138	10	40	6	0600131320001	2966-669	
15	REAL MADRID	MADRID SALAZAR EFRAIN	Veloz 39-42 y Carlos Zambrano	Tercera	31	47	4	16	4	1704355427004	2969718	
	Pensión											
1	MONTES DE LA CRUZ	DE LA CRUZ FERNANDEZ PEDRO	Gonzalo Dávalos 37-93 y Teniente latas	Primera	6	14	2	8	1	0603031972001	2965-380	
2	LOS GIRASOLES 2	OROZCO VILLACRES GUADALUPE	Circunvalacion s/n y Rocafuerte	Tercera	10	20	0	0	2	0601473903002		
3	PRADERA	SILVA UVIDIA MATILDE	Ave. Los Hereros y Gonzalo Dávalos	Tercera	10	20	0	0	2	0601186554001		
4	RINCON DE CASTILLA	HARO PAEZ CAMILO	Pasaje El Espectador y Ave. D L B	Tercera	12	40	10	40	4	0600682983001	2940-380	
5	VENECIA	SOXO VALLEJO MARCO TULIO	Magdalena Davalos 20-11 y 10 de Agosto	Tercera	11	32	0	0	3	0600060024001	2961-809	
	Albergue											
1	COZY HOUSE	VALENCIA OLEAS MA. AUGUSTA	Teofilo Saenz y Alfredo Gallegos	Primera	3	8	4	16	3	0603015348001	2606-767	
2	OASIS	NARANJO ARAUJO MARIA TERESA	Veloz 15-32 y Almagro	Segunda	8	16	3	12	3	0600753370001	2961-210	

Fuente: Ministerio de Turismo.2010

Anexo N°06: fotografías



Localización



Vivienda tradicional



Río Chimborazo



Comunero