

**“DISEÑO DE UN PROYECTO ECOTURÍSTICO EN LA COMUNIDAD EL ALTAR,
CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”.**

SILVIA VERÓNICA ERAZO MUYULEMA

TESIS

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

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR

2 011

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulada: **“DISEÑO DE UN PROYECTO ECOTURÍSTICO EN LA COMUNIDAD EL ALTAR, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, de responsabilidad de la señorita Egresada Silvia Verónica Erazo Muyulema, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS:

Ing. Christiam Aguirre,
DIRECTOR

Ing. Luis Quevedo,
MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

Riobamba, febrero de 2011

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo investigativo a Dios, quien con su inmenso amor me ha permitido llegar al final de mi carrera. A mi madre, la persona más importante en mi vida quien con su espíritu alentador me guió a cada instante. A mis hermanas quienes siempre estuvieron a mi lado cuando más lo necesité. A mis sobrinos, que con su inocencia le dan sentido a mi vida.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud, está dirigida a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo principalmente a la Facultad de Recursos Naturales, Escuela en Ecoturismo, por la formación académica recibida y haber sido mi segundo hogar en estos años de valioso aprendizaje.

Igualmente la autora del presente estudio agradece profundamente al tribunal de tesis que hicieron posible la realización del mismo; quienes me brindaron su apoyo, guía y confianza para culminar mi carrera universitaria.

TABLA DE CONTENIDO

I.	DISEÑO DE UN PROYECTO ECOTURISTICO EN LA COMUNIDAD EL ALTAR, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.	17
II.	INTRODUCCIÓN	17
A.	JUSTIFICACIÓN	18
B.	OBJETIVOS	20
	Objetivo general	20
	Objetivo específico	20
III.	REVISIÓN BIBLIOGRAFICA	21
A.	TURISMO	21
	1. Concepto	21
	2. Impacto del turismo internacional	21
B.	LINEAS DE PRODUCTOS	24
C.	ECOTURISMO	25
	1. Concepto	25
	2. El modelo de turismo sostenible	25
	3. Principios	26
	4. La capacidad de carga y sus indicadores	27
	5. Beneficios del turismo sostenible	28
D.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	29
	1. Definiciones generales de estudio de factibilidad	29
	2. Concepto de estudio de factibilidad	29
	3. Objetivos del estudio de factibilidad	30
	4. Criterios para la estructura y contenidos del estudio de factibilidad	31
E.	ESTABLECIMIENTO DEL POTENCIAL TURISTICO	31
	1. Diagnóstico de las características generales del área	31
	2. Inventario de atractivos ecoturísticos	32
F.	ESTUDIO DE MERCADO	36
	1. Importancia del estudio de mercado	37
	2. Aspectos a definir sobre el estudio de mercado	37
G.	ESTUDIO TÉCNICO	38
	1. Objetivo de definir los aspectos técnicos y productivos de una empresa	38

2. Producto turístico	39
3. Funcionamiento de la empresa	39
4. Especificaciones de los aspectos técnicos y productivos	40
5. Tamaño y localización del proyecto	40
6. Instalación del proyecto	40
7. Programa de producción	41
H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	41
1. Capacidad administrativa	41
I. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	42
1. Elementos que se requieren para definir la situación financiera	42
2. Descripción de inversiones, plan de financiamiento, ingreso y gastos	42
3. Proyecciones financieras	43
J. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	43
1. Impacto o resultados previstos	44
2. Factibilidad	46
3. Complemento del proyecto	49
IV. MATERIALES Y METODOS	51
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	51
1. Localización	51
2. Ubicación geográfica	51
3. Características climáticas	51
4. Clasificación ecológica	52
5. Características del suelo	52
6. Materiales y equipos	52
B. METODOLOGÍA	53
1. Diagnostico del potencial turístico de la zona	53
2. Realización del estudio de mercado	55
3. Elaboración del estudio técnico	58
4. Elaboración del estudio de mercadotécnico (área comercial)	59
5. Realización del estudio de impacto ambiental y sociocultural	59
6. Elaboración del estudio administrativo legal	60
7. Realización del estudio económico financiero	60
8. Evaluación de la factibilidad del proyecto	60

V.	RESULTADOS	61
A.	DIAGNOSTICO SITUACIONAL DEL ÁREA DE ESTUDIO	61
	1. Ámbito biofísico	61
	2. Ámbito socio-cultural	62
	3. Ámbito económico-productivo	66
	4. Ámbito político-administrativo	68
	5. Ámbito ambiental	71
	6. Ámbito turístico	77
B.	ESTUDIO DE MERCADO	109
	1. Análisis de la demanda	109
	2. Análisis de la oferta	129
C.	ESTUDIO TECNICO	135
	1. Análisis de alternativas de productos turísticos	135
	2. Tamaño de la empresa	136
	3. Localización de la empresa	149
	4. Proceso de producción	150
D.	ESTUDIO MERCADOTECNICO (ÁREA COMERCIAL)	163
	1. Estrategias de posicionamiento	163
	2. Marketing mix	163
	3. Cargos y funciones del área comercial	172
E.	ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	174
	1. Método de Leopold	174
F.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	181
	1. Estructura organizativa de la empresa	181
	2. Viabilidad legal	198
G.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	206
	1. Inversiones del proyecto	206
	2. Fuentes y usos del proyecto	207
	3. Clasificación de las inversiones	208
	4. Financiamiento del proyecto	208
	5. Depreciación de los activos fijos	209
	6. Amortización de los activos diferidos	209
	7. Estructura de costos para la vida útil del proyecto	210

8. Estructura de ingresos	211
9. Estado proforma de resultados	211
10. Balance general	212
11. Calculo del flujo de caja del proyecto (cash flow)	213
12. Costos y gastos	214
13. Resumen costos	215
14. Cálculo del punto de equilibrio	215
H. EVALUACIÓN FINANCIERA	215
VI. CONCLUSIONES	216
VII. RECOMENDACIONES	218
VIII. RESUMEN	219
IX. SUMMARY	220
X. BIBLIOGRAFIA	221
XI. ANEXOS	223

INDICE DE CUADROS

01	Líneas de productos y variedades de productos específicos del Ecuador	24
02	Distribución de la población según las parroquias del cantón Penipe	62
03	Vías de acceso al cantón Penipe	66
04	Instituciones públicas presentes en el cantón Penipe	69
05	Instituciones privadas presentes en el cantón Penipe	69
06	Instituciones vinculadas con el sector turístico	70
07	Especies predominantes del cantón Penipe	71
08	Especies frutales del cantón Penipe	73
09	Especies medicinales del cantón Penipe	74
10	Especies de aves del cantón Penipe	74
11	Especies de mamíferos del cantón Penipe	75
12	Especies de insectos, anfibios y reptiles del cantón Penipe	76
13	Peces del cantón Penipe	76
14	Servicios de hospedaje del cantón Penipe	78
15	Servicio de alimentación del cantón Penipe	79
16	Servicio de esparcimiento del cantón Penipe	80
17	Servicio de transporte del cantón Penipe	81
18	Calendario festivo anual de la parroquia El Altar	100
19	Resumen de los atractivos naturales y culturales	101
20	Análisis FODA del cantón Penipe	104
21	Análisis FODA en el sector turístico del cantón Penipe	105
22	Análisis CPES del cantón Penipe	106
23	Análisis CPES en el sector turístico del cantón Penipe	107
24	Edad de turistas nacionales y extranjeros	111
25	Género de turistas nacionales y extranjeros	111
26	Estado civil de turistas nacionales y extranjeros	112
27	Procedencia de turistas nacionales	113
28	Procedencia de turistas extranjeros	114
29	Ocupación de turistas nacionales y extranjeros	115
30	Deseo de conocer la parroquia El Altar, turistas nacionales y extranjeros	115
31	Necesidad del proyecto de turistas nacionales y extranjeros	116
32	Motivo de viaje de turistas nacionales y extranjeros	117

33	Compañía en viaje de turistas nacionales y extranjeros	118
34	Modalidad de turismo que prefieren turistas nacionales y extranjeros	118
35	Actividades que realizan, turistas nacionales y extranjeros	119
36	Servicios que utilizan, turistas nacionales y extranjeros	121
37	Permanencia en visita, turistas nacionales y extranjeros	122
38	Forma de pago, turistas nacionales y extranjeros	123
39	Preferencia de viaje, turistas nacionales y extranjeros	124
40	Época en la que suelen viajar, turistas nacionales y extranjeros	124
41	Medios de comunicación con que usualmente se informan	125
42	Forma de pago que utilizan, turistas nacionales y extranjeros	126
43	Proyección de la demanda potencial	129
44	Análisis de la competencia	130
45	Proyección de la oferta para los próximos cinco años	131
46	Demanda insatisfecha proyectada	131
47	Demanda objetivo	132
48	Proyección de actividades de la demanda nacional	133
49	Proyección de actividades de la demanda internacional	133
50	Proyección de servicios, demanda nacional	134
51	Proyección de servicios, demanda internacional	134
52	Análisis de alternativas de productos ecoturísticos	135
53	Clientes proyectados	136
54	Rubro de la infraestructura turística	137
55	Esquema de los cuadros sobre mitología	143
56	Esquema de los cuadros sobre vulcanología	146
57	Requerimiento de instalación (eco-restaurante mirador)	151
58	Activos fijos del área productiva	151
59	Activos fijos del eco-restaurante mirador	153
60	Activos fijos para el baño del eco-restaurante mirador	153
61	Materia prima para el área productiva	154
62	Receta No 01	155
63	Receta No 02	155
64	Receta No 03	156
65	Receta No 04	156

66	Receta No 05	157
67	Receta No 06	158
68	Receta No 07	159
69	Receta No 08	160
70	Receta No 09	160
71	Receta No 10	161
72	Receta No 11	161
73	Remuneración del talento humano para el área productiva	162
74	Servicios básicos	162
75	Mantenimiento de activos fijos	162
76	Precio de servicios turísticos en el eco-restaurante mirador	166
77	Canales de distribución y comercialización de productos	168
78	Plan de promoción y difusión para el eco-restaurante mirador	169
79	Planificación de medios de promoción y publicidad	170
80	Remuneración para el talento humano del área comercial	172
81	Activos fijos del área comercial	172
82	Costos y gastos del área comercial	173
83	Inversión diferidas o gastos pre operativos	173
84	Valoración de la magnitud de impactos ambientales	176
85	Valoración de la importancia de impactos ambientales	177
86	Evaluación de impactos ambientales del proyecto ecoturístico	178
87	Acciones y requerimientos para mitigación de impactos ambientales	180
88	Remuneración total del restaurante	181
89	Competencia laboral del gerente/administrador	184
90	Competencia laboral del mesero	187
91	Competencia laboral del chef de cocina	190
92	Competencia laboral del cocinero	194
93	Gastos de constitución del restaurante	204
94	Gastos de patentes y licencias	204
95	Inversiones del proyecto	206
96	Fuentes y usos del proyecto	207
97	Clasificación de las inversiones	208
98	Financiamiento del proyecto	208

99	Depreciación de activos fijos	209
100	Amortización de los activos diferidos	209
101	Estructura de costos para la vida útil del proyecto	210
102	Estructura de ingresos	211
103	Estado proforma de resultados	211
104	Balance general	212
105	Flujo de caja	213
106	Costos y gastos	214
107	Cálculo del punto de equilibrio	215
108	Cálculo del punto de equilibrio	215
109	Evaluación financiera	215

INDICE DE GRÁFICOS

01	Edad de turistas nacionales	111
02	Edad de turistas extranjeros	111
03	Género de turistas nacionales	112
04	Género de turistas extranjeros	112
05	Estado civil de turistas nacionales	112
06	Estado civil de turistas extranjeros	112
07	Procedencia de turistas nacionales	113
08	Procedencia de turistas extranjeros	114
09	Ocupación de turistas nacionales	115
10	Ocupación de turistas extranjeros	115
11	Deseo de conocer la parroquia El Altar, turistas nacionales	116
12	Deseo de conocer la parroquia El Altar, turistas extranjeros	116
13	Necesidad del proyecto de turistas nacionales	116
14	Necesidad del proyecto de turistas extranjeros	116
15	Motivo de viaje de turistas nacionales	117
16	Motivo de viaje de turistas extranjeros	117
17	Compañía en viaje de turistas nacionales	118
18	Compañía en viaje de turistas extranjeros	118
19	Modalidad de turismo que prefieren turistas nacionales	119
20	Modalidad de turismo que prefieren turistas extranjeros	119
21	Actividades que realizan, turistas nacionales	120
22	Actividades que realizan, turistas extranjeros	120
23	Servicios que utilizan turistas nacionales	121
24	Servicios que utilizan turistas extranjeros	121
25	Permanencia en visita, turistas nacionales	122
26	Permanencia en visita, turistas extranjeros	122
27	Forma de pago, turistas nacionales	123
28	Forma de pago, turistas extranjeros	123
29	Preferencia de viaje, turistas nacionales	124
30	Preferencia de viaje, turistas extranjeros	124
31	Época en la que suelen viajar, turistas nacionales	125

32	Época en la que suelen viajar, turistas extranjeros	125
33	Medios de comunicación con que usualmente se informan, turistas nacionales	126
33	Medios de comunicación con que usualmente se informan, turistas extranjeros	126
35	Forma de pago que utilizan, turistas nacionales	127
36	Forma de pago que utilizan, turistas extranjeros	127

INDICE DE FIGURAS

01	Flujograma del proceso productivo, servicio alimentación	150
02	Organigrama estructural del Eco-restaurante Mirador “La Hoguera”	182

INDICE DE ANEXOS

01	Macrolocalización del proyecto	223
02	Ficha de clasificación de atractivos turísticos	224
03	Modelo de encuesta para turistas nacionales y extranjeros	226 – 228
04	Rubros para la construcción de la infraestructura	230
05	Microlocalización del proyecto	232
06	Modelo de afiche	233

I. DISEÑO DE UN PROYECTO ECOTURÍSTICO EN LA COMUNIDAD EL ALTAR, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

II. INTRODUCCIÓN

Es evidente que el turismo a nivel mundial ha crecido de manera continua desde los años cincuenta hasta nuestros días y todo apunta a que seguirá haciéndolo. Por otra parte el sector turístico se encuentra en un período de cambio donde, se están diversificando las motivaciones y crece la preocupación por sus impactos sociales, económicos y medioambientales, generando nuevas estructuras turísticas. Cada vez más los turistas presentan mayor interés por actividades alternativas a las de sol y playa, haciendo surgir como respuesta, diferentes líneas de productos y variedades de productos específicos en áreas rurales y urbanas.

Ecuador al ser un país megadiverso cuenta con la mayor diversidad de vida por unidad de superficie a nivel mundial. Esta megabiodiversidad se refleja en la variedad de atractivos culturales y naturales, ubicados en sus cuatro regiones: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía. A más de esto se puede encontrar, diversidad cultural, variedad de lenguas y hospitalidad de su gente; existen trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas, que cohabitan con mestizos, blancos y afroecuatorianos, cada uno con su propia cosmovisión.

Estas características hacen del ecoturismo una herramienta estratégica de desarrollo económico local. Por un lado, el ecoturismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica. A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales.

De tal manera Ecuador con miras al PLANDETUR 2020, se está consolidando con productos turísticos que esencialmente tienen como punto de partida, los mejores atributos considerando los criterios técnicos de unicidad, valor intrínseco, carácter local, notoriedad y concentración de la oferta. En cambio el posicionamiento de la demanda internacional hacia productos turísticos ecuatorianos está dirigida a: circuitos turísticos generales son el primer producto turístico más comercializado que constituyen el 46% de la oferta; el ecoturismo es el segundo, constituyendo un 21%; los cruceros son el tercer producto, constituyen 13%; finalmente, el turismo cultural es el cuarto, representando el 7%. Mientras que en la demanda nacional los

productos turísticos más comercializados son: en primer lugar, se encuentra el Ecoturismo y turismo de naturaleza; en segundo lugar, se halla Galápagos; y en tercer lugar, está Sol y playa.

Por todo ello es primordial dirigirse hacia los diferentes tipos de mercado: clave (prioritariamente), de consolidación, de oportunidad; ya que han centrado su atención en el turismo sostenible, y no podía ser la excepción Ecuador; que evidentemente dentro de las estrategias de productos tiene al ecoturismo como “producto clave”. Donde el cantón Penipe, se posiciona muy bien porque tiene potencial tanto en recursos naturales como culturales, un cantón reactivado productivamente en el desarrollo de huertos de manzanos, duraznos, aguacates y otros frutales. La población del cantón Penipe se ocupa en: agricultura y ganadería el 50%, fruticultura el 25% y avicultura 13%, el resto de la población comparte las actividades domésticas con labores múltiples como tejidos, artesanías, labores industriales y elaboración de quesos.

De igual manera la comunidad el Altar al formar parte de este cantón, está dotada de biodiversidad de flora y fauna característica del lugar, por ser de fácil acceso para realizar diversas actividades dentro del sector turístico como: caminatas, cabalgatas, excursiones, campamentos, recorrido e interacción con las comunidades aledañas que mantienen su identidad cultural, además se puede disfrutar de contrastes paisajísticos en su entorno en lo que sobresale el volcán Tungurahua.

A. JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo en el 2008, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 924 millones, 16 millones más que en el 2007, lo cual representó un 2% de crecimiento. Sin embargo, la tasa de crecimiento registrada en el 2008 se situó en 2% frente al 7% alcanzado en el 2007, año que fue considerado como el 4^{to} año consecutivo de fuerte crecimiento a nivel mundial. En el Ecuador para el año 2009 se registraron aproximadamente 1.000.000 de turistas, por este motivo el turismo sigue siendo la principal actividad económica y productiva en el Ecuador y el mundo.

Si bien, en nuestro país el ecoturismo es un producto clave dentro de las estrategias de productos para captar a los diferentes segmentos de mercado por considerarse una actividad

prometedora, que ha mostrado un notable incremento situándose como segundo producto turístico más comercializado, constituyendo un 21% de la oferta; que aporta específicamente a la economía ecuatoriana, entre uno de los destinos más visitados, se encuentran las áreas naturales, destino preferido por los turistas extranjeros y nacionales ya sea por su belleza paisajística o por las experiencias y aventura que se realizan en las comunidades y su entorno.

La presente propuesta está encaminada a forjar el ecoturismo como una alternativa, que ofrecerá numerosas oportunidades de trabajo y negocio tanto para mujeres como jóvenes, de esta manera se mejorará la calidad de vida de los habitantes del sector disminuyendo la migración.

La municipalidad del cantón Penipe, con la finalidad de impulsar el desarrollo de la actividad turística ha creído necesario diseñar un proyecto ecoturístico en la comunidad Utuñag, parroquia el Altar; sitio propicio para estar en contacto directo con la naturaleza ya que se cuenta con atractivos naturales localizados en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay, considerado como Patrimonio Natural de la Humanidad. Además esta comunidad posee distintas manifestaciones culturales que no han sido explotados a nivel cantonal.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo general

Diseñar un proyecto ecoturístico en la comunidad el Altar, cantón Penipe, provincia de Chimborazo.

2. Objetivos específicos

- a. Determinar el potencial turístico de la zona.
- b. Realizar el estudio de mercado.
- c. Elaborar el estudio técnico.
- d. Elaborar el estudio mercadotécnico.
- e. Realizar el estudio de impacto ambiental y sociocultural.
- f. Elaborar el estudio administrativo y legal.
- g. Realizar el estudio económico financiero.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Concepto

(GARCÉS, 1995) Manifiesta que "El turismo es una actividad turística perteneciente al sector terciario y consiste en un conjunto de bienes y servicios que están necesariamente interrelacionados, de modo de que falta uno de ellos obstaculiza o impide la venta o prestación de todos los otros, tiene además la muy peculiar característica que se solo posible producirlos en localizaciones geográficas rígidamente predeterminadas, a las cuales se les traslada el turista, aunque su venta puede realizarse en el lugar de su producción o fuera de él".

Según la (OMT, 2001) " el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos".

2. Impacto del turismo internacional

En las últimas cinco décadas, el turismo internacional ha pasado de desplazar 25 a casi 700 millones de viajeros al año, y a lugares cada vez más remotos gracias al desarrollo de los medios de transporte. Un fenómeno de tal magnitud y con una expansión tan rápida no podía por menos que generar impactos allá donde se ha establecido.

Generalmente estos impactos se clasifican en tres categorías: económicos, medioambientales y socioculturales. (LUNA – CHAVES, 2001)

a. Impactos económicos

El turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales. Antes de la década de 1970, asumidas estas premisas y con el turismo

internacional de masas recién estrenado, pocos investigadores se habían parado a estudiar los costes económicos que suponía para las sociedades anfitrionas esta actividad. Pero en esa década empezaron a ser evidentes. (LUNA – CHAVES, 2001)

Así, es cierto que el turismo genera empleo, pero en muchas ocasiones para la población local es un empleo estacional y poco cualificado. Además, suele tratarse de un empleo inestable: el turismo es un sector con grandes vaivenes, y las zonas de destino se tienen que enfrentar con la competencia de otras nuevas que surgen gracias al desarrollo de los medios de transporte.

También es verdad que se modernizan las infraestructuras, pero según las prioridades turísticas y no en base a un desarrollo endógeno y equilibrado con las otras actividades productivas. (LUNA – CHAVES, 2001)

La revalorización de los recursos autóctonos se materializa muchas veces en procesos inflacionarios, derivados de un aumento de la demanda de la tierra, el agua o los alimentos; el resultado es el encarecimiento de la canasta familiar, la dificultad de acceder a una vivienda o la expulsión de campesinos por el aumento de las rentas agrarias. El turismo impulsa algunas actividades productivas, como la construcción, pero también pone en peligro otras tradicionales, como hemos visto en el caso de la agricultura.

Igualmente, es discutible la capacidad del turismo de generar ingresos en los países de destino, ya que son los países de origen los que más se benefician de esta actividad: compañías de vuelo y grandes establecimientos hoteleros suelen pertenecer a multinacionales del Norte, además de que los operadores de estos países tienen capacidad de imponer precios a sus “socios” del Sur. (LUNA – CHAVES, 2001)

Finalmente, cabe señalar que en determinadas zonas donde se ha hecho una apuesta por el turismo como principal medio de desarrollo, se ha observado que genera problemas semejantes a los de economías basadas en la agricultura de monocultivo para la exportación, tales como la dependencia de los precios del mercado internacional, muy fluctuantes, o un alto nivel de riesgo derivado de la escasa diversificación.

b. Impactos medioambientales

Curiosamente, uno de los factores que favorece la aparición del turismo en una zona, el paisaje, suele mostrarse especialmente frágil con su desarrollo. Ya hemos visto como la llegada de turistas tiende a cambiar el uso de los recursos naturales. Pero más allá de ello, muchas veces tiende a sobreexplotarlos.

El turismo de masas se ha mostrado especialmente violento con el medio ambiente: urbanización de zonas naturales o no integrada en el paisaje, sobreutilización del recurso del agua, problemas relacionados con el tratamiento de las basuras, contaminación del agua por los residuos líquidos, destrucción de monumentos históricos, contaminación del aire por el uso de vehículos y calefacción, cambios en el paisaje para favorecer actividades de ocio como el golf o el esquí, etc. Estos procesos son más incisivos en los países del Sur, donde las normativas medioambientales suelen ser más laxas para favorecer la industria turística y los recursos naturales son presa fácil de la especulación. (LUNA – CHAVES, 2001)

Pero no sólo el turismo de masas incide sobre el medio ambiente. Formas de turismo alternativo también pueden hacer un uso no sostenible de los recursos. Bajo el concepto “turismo alternativo” se agrupan diversas formas de turismo que, a veces, buscan un desarrollo sostenible de la actividad, pero otras sólo expresan la contraposición al turismo de masas. No obstante, aunque sea sólo porque se trata de turismo a pequeña escala, las formas alternativas de turismo suelen conllevar mucha menos alteración en el paisaje.

Por el contrario hay ocasiones, cuando el paisaje es el principal valor turístico, que las instituciones públicas llegan a establecer normas conservacionistas extremas, hasta el punto de impedir el desarrollo normal de actividades tradicionales y sin entender que el ser humano tiene también un papel en el ecosistema. (LUNA – CHAVES, 2001)

c. Impactos socioculturales

En ocasiones se ha señalado que el turismo puede tener beneficios positivos al permitir la interrelación entre culturas diferentes. No obstante, los impactos socioculturales detectados suelen ser negativos para la sociedad anfitriona. (LUNA – CHAVES, 2001)

El desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social. Y es que los beneficios que se quedan en la zona de destino no se suelen repartir uniformemente, sino que tienden a ser monopolizados por un sector minoritario de la población. En el caso cubano, por ejemplo, si bien las empresas turísticas son mixtas (estado cubano – capital extranjero), los trabajadores que tienen contacto con los turistas (camareros, guías, etc.) suelen recibir, en propinas, varias veces el sueldo medio. (LUNA – CHAVES, 2001)

B. LÍNEAS DE PRODUCTOS

El Ecuador realizó una serie de estudios para identificar claramente lo que el país puede presentar como oferta turística. El producto turístico es una propuesta de viaje estructurada desde los recursos, a esta se incorporan servicios como transporte, alojamiento, guías de viajes, entre otros (Chías, 2003). Cada producto debe reunir como requisito tres atributos fundamentales: atractivo, facilidades y accesibilidad. (PLANDETUR, 2007)

Cuadro No. 01. Líneas de productos y variedades de productos específicos del Ecuador

Circuitos generales	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales. Reservas y bosques privados Ríos, lagos, lagunas, cascadas. Observación de flora y fauna.
Sol y playa	Sol y playa	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres, fluviales, aéreos, acuáticos.
Turismo comunitario	Turismo comunitario	Turismo de salud	Termalismo Medicina ancestral SPAs
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales. Mercados y artesanías. Gastronomía. Shamanismo. Turismo religioso. Turismo urbano. Turismo arqueológico. Haciendas históricas.	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
		Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias.
Parques Temáticos	Parques temáticos.	Turismo de crucero	Cruceros

Fuente: PLANDETUR 2020

A más de estos, hay una selección de productos que hay que potencializar e impulsar. Todo esto estará posicionado dentro de los destinos turísticos regionales con sus corredores turísticos.

El ecoturismo es principalmente uno de los productos turísticos del Ecuador que reúnen, como punto de partida, los mejores atributos considerando los criterios técnicos de unicidad, valor intrínseco, carácter local, notoriedad y concentración de la oferta, de acuerdo con las líneas de producto identificadas y el inventario de productos específicos del Ecuador. (PLANDETUR, 2007)

C. ECOTURISMO

1. Concepto

(SÁNCHEZ, M. 2006) Define al ecoturismo como: "Turismo para proteger áreas naturales, es una forma de lograr beneficios económicos a través de la preservación del recurso natural".

La Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC, 2000), define al Ecoturismo como: "es el desplazamiento hacia áreas naturales para entender la cultura y la historia natural del ambiente local con las preocupaciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni de la cultura local y generar oportunidades económicas que permitan que la conservación de las áreas naturales se vuelva beneficiosa para las poblaciones locales, comprometidas corresponsablemente con operadores y visitantes".

El ecoturismo en los últimos años se ha convertido en una alternativa de progreso que influye de manera positiva en el manejo del ecosistema, ya que permite conservar los recursos naturales y culturales, originando otras formas de ingresos económicos para las poblaciones locales, a la vez, que provee educación, concienciación y diversión.

2. El modelo de turismo sostenible

Una de las formas de turismo alternativo que mayor expectativa ha generado es el denominado ecoturismo. En su definición original, sería una forma de turismo sostenible, ya que si bien hace especial insistencia en el tema medioambiental, no olvida el factor

socioeconómico. Así, para la ONG Ecotourism Society, se trata de un turismo en zonas naturales que contribuye a la protección del medio ambiente y deja beneficios para la población local. Ecuador es posiblemente el país sudamericano donde este tipo de turismo más se ha desarrollado, por iniciativa de sus potentes organizaciones indígenas de la selva y de la sierra. (Turismo-Sostenible.2010)

El éxito del término ecoturismo, y tal vez como consecuencia de que parece hacer mayor hincapié en la sostenibilidad de tipo medioambiental que en otros, ha fomentado que operadores turísticos lo utilicen para definir formas de turismo de naturaleza poco o nada sostenibles. (Turismo-Sostenible.2010)

En conclusión, no parece que haya un modelo de turismo sostenible aplicable universalmente ya que, como queda dicho, el impacto del turismo varía dependiendo de las características de la sociedad anfitriona y de su contexto. En cambio, sí hay modelos de desarrollo turístico que, sean cuales sean las características sociales, económicas y medioambientales de la zona de destino, siempre son insostenibles: el turismo masificado, el turismo sexual, turismo a pequeña escala controlados por agentes foráneos, etc.

3. Principios

Ante esta situación, el turismo responsable no aparece como un tipo o modelo de turismo específico, sino como un movimiento:

- a. Que busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales;
- b. Que denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer;
- c. Que valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

Desde esta forma de entender el turismo responsable, el problema no consiste, solamente, en considerar que el turismo pueda ser un motor de desarrollo al que hay que ponerle algunos mecanismos correctores ante los riesgos que entraña.

Para Jordi Gascón, miembro de la Xarxa de Consum Solidari, se trata de una cuestión de perspectiva previa: el turismo, como cualquier otro nuevo recurso que genera beneficios, se convierte en un espacio de confrontación social. Un recurso en el que los distintos sectores sociales implicados no necesariamente tienen los mismos intereses, sino que muchas veces, al contrario, tienen posiciones claramente opuestas. (Turismo-Sostenible.2010)

De esta forma, a pesar de que el turismo internacional en los países del Sur generalmente supone un aumento de los problemas para la mayor parte de la población, también puede implicar un potencial de desarrollo de sectores marginados de esas mismas zonas.

4. La capacidad de carga y sus indicadores

Turismo sostenible, se entiende mejor como una Filosofía de vida, en la que los que lo practican son conscientes de la fragilidad de los lugares que visitan y por tanto, este tiene un "límite" o por lo menos debería tener reglamentos de visita. Por consiguiente, el concepto de turismo sostenible se relaciona con el de capacidad de carga. Éste se define como el máximo aprovechamiento que se puede realizar de los recursos económicos, sociales, culturales y naturales de la zona de destino sin reducir la satisfacción de los visitantes y sin generar impactos negativos en la sociedad anfitriona o en el medio ambiente. Por tanto, podremos hablar de turismo sostenible cuando no se sobrepasa la capacidad de carga de una zona de destino, la capacidad de carga establecida, además responde a la meta del destino, al lugar el cual el destino quiere llegar en la mente de los visitantes.

El turismo sostenible no hace referencia a ninguna forma de turismo específica, aunque parece que el turismo tradicional tiene más dificultad en alcanzar la sostenibilidad que otras formas de turismo más alternativo. No obstante, y como queda dicho, bajo el término «turismo alternativo» se agrupan diversas formas turísticas, algunas de las cuales son gestionadas con un espíritu de lucro similar a las tradicionales y con impactos más que dudosos. (Turismo-Sostenible.2010)

5. Beneficios del turismo sostenible

- a.** Integra las comunidades locales a las actividades turísticas.
- b.** Estimula la comprensión de los impactos del turismo sobre los recursos naturales y culturales.
- c.** Garantiza una distribución justa de costos y beneficios.
- d.** Genera empleo local, tanto directo como indirecto (por cada directo produce tres indirectos).
- e.** Estimula el desarrollo de las empresas turísticas (agencia de viajes, transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, recreativas y complementarias), así como también a las suplidoras (ganadería, agricultura, comunicaciones, agro industrias, etc.).
- f.** Genera divisas al Estado e inyecta capitales a la economía local.
- g.** Diversifica la economía local.
- h.** Induce a la planificación regional, logrando un desarrollo armónico e integral de todos los sectores de la economía.
- i.** Estimula la mejoría de las infraestructuras de servicio al turismo (vías de comunicación, telecomunicaciones, agua potable, alcantarillado sanitario, recolección y deposición final de sólidos, aeropuertos, marinas, etc.).
- j.** Promueve la restauración, conservación y uso de los yacimientos arqueológicos, monumentos arquitectónicos y cualquier obra física de interés colectivo y nacional.
- k.** Destina parte de los beneficios para la construcción de obras de interés comunitario como escuelas, centros médicos, instalaciones deportivas, centros culturales, entre otros.
- l.** Promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales (bailes, artesanía, gastronomía, vestimenta, música, manifestaciones religiosas y mágico religiosas, etc.).
- m.** Logra un desarrollo equilibrado con el medio ambiente, a través de los estudios de impactos ambientales y el monitoreo ambiental.
- n.** Promueve la autoestima comunitaria.
- o.** Oferta, valora, preserva y genera beneficios económicos de los recursos de flora y fauna, en beneficio de las comunidades locales.
- p.** Vigila, evalúa y gestiona los impactos que genera, desarrollando modelos de perpetuidad de su propio desarrollo.
- q.** En definitiva, mejora la calidad de vida de las personas y consolida una concientización integral del individuo. (Turismo-Sostenible.2010)

D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1. Definiciones generales de estudio de factibilidad

a. Factibilidad

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

b. Proyecto

(THOMPSON, 2006) "Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo".

c. Empresa

Una empresa es una unidad económica que satisface necesidades de otros a cambio de una ganancia.

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. (LUNA – CHAVES, 2001)

2. Concepto de estudio de factibilidad

(LUNA – CHAVES, 2001) define el estudio de factibilidad como 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.

(HERNANDEZ, 1997) define “factibilidad está relacionada con la idea de posible, esto es con la determinación de juzgar una futura acción como capaz de realizarse, salvando distintas limitantes que pudieran presentársele. Dichas limitantes dependerán de la envergadura de esa acción y del entorno socioeconómico y físico donde habrá de desarrollarse”.

3. Objetivos del estudio de factibilidad

Para (LUNA – CHAVEZ, 2001) los objetivos de un estudio de factibilidad son los siguientes:

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

(HERNANDEZ, 1997) manifiesta que los objetivos del estudio de factibilidad son:

- Analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de una futura inversión, destacando aquellas que exhiban mayores niveles de complejidad de su ejecución y operación.
- Demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos nacionales comprometidos en el proyecto a través de su correcta comparación con otras alternativas intra y extra sectoriales.

(ZAVALETA, 2001), “Los estudios de factibilidad incluyen normalmente información sobre el comportamiento del mercado, selección de tecnología, capacidades instaladas, ubicación, financiamiento, organización y el rendimiento del proyecto en el entorno donde se le ubique.”

4. Criterios para la estructura y contenidos del estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad tiene una estructura definida; el orden de los contenidos está orientado de la siguiente manera:

- Presentar un resumen del proyecto.
- Elaborar cada parte por separado.
- Fundamentar cada parte en las anteriores.
- Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- Es importante que sea resumido, claro, con lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes. (LUNA – CHAVES, 2001)

E. ESTABLECIMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO

Para (LUNA – CHAVES, 2001): Permite conocer las características generales del entorno en el cual que se desarrolla el proyecto, el contenido real de recursos turísticos relevantes del sitio y un panorama inicial de si el sitio posee recursos que motiven dicha visita.

1. Diagnóstico de las características generales del área

En el diagnóstico se toman en cuenta las características generales del área en estudio, para lo cual se enfatizará en los siguientes ámbitos:

- Ámbito biofísico
- Ámbito socio-cultural
- Ámbito económico productivo
- Ámbito político administrativo
- Ámbito ambiental
- Ámbito turístico

2. Inventario de atractivos ecoturísticos

“Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico” (MINTUR, 2004).

a. Atractivos naturales

“Los atractivos ecoturísticos de un área protegida se pueden clasificar en tres categorías básicas: Atractivos focales, complementarios y de apoyo” (CEVALLOS LASCURAIN, 1993).

1) Atractivos ecoturísticos focales

“Son aquellos rasgos intrínsecos de singularidad que mejor caracterizan un sitio o región y el motivo fundamental por lo cual los ecoturistas querrán visitarlo. Algunas áreas naturales existen debido a un recurso muy especial que poseen, por tanto, constituyen así mismo su principal atractivo focal. En algunos casos privilegiados pueden presentarse simultáneamente atractivos focales tanto naturales como culturales” (CEVALLOS LASCURAIN, 1993).

2) Atractivos ecoturísticos complementarios

“También se refieren a elementos del patrimonio natural y/o cultural que se encuentran en un área determinada, pero que no poseen el grado de importancia o singularidad en cuanto a atracción turística de los atractivos focales. Es decir por si solos quizá no ejerzan suficiente atractivo para motivar a un ecoturista a movilizarse a ese sitio.

Pero no habrán de menospreciarse, ya que constituyen motivos de interés adicional y valor agregado para el ecoturista, contribuyendo a una experiencia turística de mayor riqueza y diversidad, a inducir al visitante a que permanezca mayor tiempo en el área en cuestión y al ofrecerle la posibilidad de actividades adicionales.

Los atractivos ecoturísticos complementarios también pueden contribuir a evitar concentraciones excesivas de turistas en un solo lugar y a un mismo tiempo, al propiciar el desplazamiento de los visitantes por diversos sitios de área correspondiente” (CEVALLOS LASCURAIN, 1993).

3) Atractivos ecoturísticos de apoyo

“Los constituyen aquellos elementos artificiales (instalaciones y servicios) que proporciona al visitante diferentes satisfactores. Aquí se incluyen los alojamientos, restaurantes, centros de interpretación, sitios designados para camping, senderos y miradores, servicios de paseos a caballos, en bicicleta o en lancha, etc.

Los atractivos de apoyo siempre se agregan a posteriori para dar soporte a los atractivos focales y complementarios que ya existen inicialmente por naturaleza propia, en un destino ecoturístico determinado.” (CEVALLOS LASCURAIN, 1993).

b. Etapas para valorar el inventario de atractivos naturales.

1) Clasificación de los atractivos

“Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo” (CEVALLOS LASCURAIN, 1993).

2) Recopilación de información

“En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo” (CEVALLOS LASCURAIN, 1993).

3) Trabajo de campo

“Consiste en la visita a efectuarse a los lugares para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se tomarán al menos cinco fotografías” (CEVALLOS LASCURAIN, 1993).

4) Registro de la información

“Luego de culminadas las etapas anteriores se seleccionará la información definitiva sobre cada atractivo y se registrará en los formularios diseñados para este efecto según las categorías” (CEVALLOS LASCURAIN, 1993).

5) Evaluación y jerarquización

“Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente” (CEVALLOS LASCURAIN, 1993).

c. Metodología MINTUR

“Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico” (MINTUR, 2004).

La elaboración del inventario de atractivos turísticos implica los siguientes pasos:

- Clasificación de los atractivos
- Recopilación de la información
- Trabajo de campo
- Evaluación y Jerarquización

d. Atractivos culturales

“La situación actual del país en relación al desarrollo de la actividad turística y especialmente el Ecoturismo como una modalidad alternativa de este nos lleva a preocuparnos por el estudio de las raíces primigenias de los diversos grupos culturales de la historia contemporánea, ahora cuando la universalización (globalización) de los conocimientos y el dominio de la técnica han llevado a los hombres a lo natural subestima de los valores nacionales.

El conocimiento de la expresión popular en sus distintas manifestaciones se hace indispensable para el estudio profundo de las sociedades, de allí la importancia de volver la mirada hacia los elementos ancestrales que sirvieron de patrones a la transculturación hispánica y europea en general, con el fin de saber a que atenernos en lo que relaciona con lo auténtico de nuestra fisonomía; con los orígenes mismo de nuestro haber, con lo que podemos considerar como propio nuestro, lo complementario de nuestras ancestrales formas de civilización y cultura, los nuevos hechos socioculturales de la modernidad” (NOBOA, P. 2003)

“Las actividades son básicamente el conjunto de acciones que se desarrollan o se pueden desarrollar en el sitio para los visitantes de acuerdo a las condiciones que presenta el atractivo, pudiendo dividirse en actividades educativas o recreativas. Ejemplos de actividades son: Elaboración manual de artesanías, convivencia cultural, degustación de comidas típicas, calendario folklórico, etc” (YUCTA, P. 2002).

e. Análisis FODA

(INFOMIPYME, 2002), El FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos de programas y proyectos.

El FODA se representa a través de una matriz de doble entrada, llamado matriz FODA, en la que el nivel horizontal se analiza los factores positivos y los negativos. En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables.

Las fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al proyecto de otros de igual clase.

Las oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas

Las debilidades son problemas internos, que una vez identificadas y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

Las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atacar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla. En síntesis:

- Las fortalezas deben utilizarse.
- Las oportunidades deben aprovecharse.
- Las debilidades deben eliminarse.
- Las amenazas deben sortearse.

F. ESTUDIO DE MERCADO

(LUNA – CHAVES, 2001) El mercado de productos y servicios es uno de los principales aspectos de un proyecto, por lo que hay que dedicarle un gran esfuerzo a investigar y analizar. En actividades de capacitación y análisis conviene replantear el origen del proyecto desde una perspectiva del mercado.

El análisis del mercado llevará a tomar una primera decisión de qué producir. Por esto debemos antes conocer lo que necesitan y piden los clientes a lo cual se llama demanda y conocer qué ofrecen otros productos y servicios a lo que se denomina oferta.

En síntesis el estudio de mercado debe dejar claro:

- ¿Cuál es la necesidad de la gente que satisface el servicio o producto de la empresa?
- ¿Para cuáles productos o servicios tiene la empresa capacidad de producir?
- ¿Cuáles de esos productos o servicios parecen ser mejores negocios?
- ¿Según lo anterior, cuál producto o servicio queremos vender?

1. Importancia del estudio de mercado

- Define claramente la demanda.
- Conoce la oferta actual y potencial.
- Establece qué podemos vender.
- Sabe a quién podemos venderlo.
- Conoce cómo podemos venderlo.
- Conoce los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Conoce la competencia y contrarresta sus efectos.
- Evalúa resultados de estrategias de comercialización.
- Conoce 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)

2. Aspectos a definir sobre el estudio de mercado

a. Demanda

Se estudia la demanda para determinar:

- ¿Cuál es el mercado potencial al que le podemos vender?
- ¿Cómo debemos preparar el producto conforme los gustos, deseos, capacidad económica?
- ¿Cuál es el grado de satisfacción que brinda el producto comprado?
- ¿Qué toma en cuenta la gente para elegir un producto?
- ¿Por qué un producto se vende más que otro?
- ¿Dónde viven nuestros posibles clientes?
- ¿Qué edad tienen?
- ¿Qué ingresos tienen?
- ¿Cómo podrían conocer nuestro producto?
- ¿Nuestro producto es un lujo o es un artículo de primera necesidad para ellos?
- ¿Consumirán nuestro producto continuamente o por épocas?
- ¿Qué debemos hacer para que consuman más nuestro producto o servicio?

(HERNANDEZ, 1997), la demanda potencial es aquella que podría ser captada por encima de la demanda futura, a condición de que sean habilitados instrumentos de captación no utilizados comúnmente.

1) Perfil del consumidor – turista:

Dentro de los aspectos a tomar en cuenta para la determinación del perfil se encuentran: Profesión, Edad, Estado civil, Nacionalidad, Motivo de viaje, Ingresos, Formas de viaje (solo, acompañado, en familia), Tipos de transporte, Lugares que prefiere, Otros.

b. Oferta

(LUNA – CHAVES, 2001), al conjunto de productos y servicios que tiene la gente a su disposición, se le llama oferta, lo cual es muy importante conocer, porque también nos ayuda a definir qué vender, dónde vender, a qué precio vender, cuánto vender y cómo vender.

Esto nos sirve de base para pronosticar cuál parte de la demanda futura será cubierta por nuestro proyecto y cómo planear que los clientes de la competencia nos compren a nosotros. No sólo nosotros producimos este producto o brindamos este servicio, hay otros haciendo lo mismo, lo cual significa que estamos en competencia con ellos por los mismos clientes.

G. ESTUDIO TÉCNICO

(MENESES, 1998), manifiesta: “el objetivo de este estudio es verificar la posibilidad técnica de fabricar el producto y determinar el tamaño y localización óptimos, como también la maquinaria, equipos e instalaciones requeridos para realizar la producción.”

1. Objetivo de definir los aspectos técnicos y productivos de una empresa

El objetivo de esta parte del estudio es conocer cuáles son, cómo son y qué valor tienen los recursos que se necesitan para producir o brindar un servicio.

2. Producto turístico

(LUNA – CHAVES, 2001), un producto turístico es un conjunto de servicios, de bienes materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer las expectativas del turista.

a. Estructuración de un producto turístico

En la estructuración de un producto turístico, debe definirse claramente:

- ¿Qué se debe ofrecer? Playa, paisaje, cultura, termales, congresos
- ¿A quién se debe ofrecer? Según la profesión, sexo, edad, gustos...
- ¿Cuándo se debe ofrecer? Temporada alta, baja, todo el año
- ¿En dónde se debe ofrecer? en agencias, hoteles, empresas, directo, internet, ferias
- ¿Cómo se debe ofrecer? Paquetes, individuales, combinados...

Los recursos indispensables para estructurar un producto turístico son: Atractivos, Facilidades, Acceso. Es importante analizar y justificar las decisiones que nos llevarán a definir cómo funcionará el proyecto. (LUNA – CHAVES, 2001)

3. Funcionamiento de la empresa

a. ¿Cómo funcionará la empresa?

- ¿Cuáles servicios se deben ofrecer?
- ¿Cómo se deben ofrecer los servicios?
- ¿Qué se debe construir?
- ¿Dónde estarán localizados los diferentes servicios?
- ¿Cuánto personal se requiere?
- ¿Cuáles son los requisitos que debe tener ese personal?
- ¿Cuál es el programa de ejecución del proyecto?
- ¿Cómo se manejará la empresa?
- ¿Cuál es el volumen de producción previsto?
- ¿A qué precio?

- ¿Se venderá estacional o permanente?
- ¿Por qué medios se realizará?
- ¿Qué tipo de proveedores de bienes o servicios se requieren?
- ¿Cómo se obtendrán esos bienes y servicios?
- ¿Cuáles son las necesidades de transporte? (LUNA – CHAVES, 2001)

4. Especificaciones de los aspectos técnicos y productivos

- ¿Cuáles especificaciones técnicas tienen los productos o servicios?
- ¿Cómo se desarrollaran los servicios?
- ¿Cuáles recursos tecnológicos se necesitarán?
- ¿Se necesitará asistencia técnica?
- ¿Cuál es el diagrama o flujo del proceso de producción de servicios?

5. Tamaño y localización del proyecto

- ¿Se plantearon diferentes alternativas sobre tamaño y localización del proyecto? (Considerando el mercado, escala, abastecimiento de insumos, condiciones ambientales, situación del transporte y otras)
- ¿Cuáles son esas alternativas?
- ¿Cómo se justifica el tamaño y la localización que ha sido seleccionada?

6. Instalación del proyecto

Para la instalación del proyecto se necesita conocer:

- Descripción de las instalaciones necesarias (terrenos, locales, equipo, vehículos, instalaciones auxiliares, materias primas).
- Suministros para la instalación del proyecto (tipo, valor, origen, plazo de entrega, necesidades y costos de transporte, montaje de instalaciones).
- Vida útil de cada componente del proyecto y criterios de depreciación.
- Programa de instalación y puesta en marcha del proyecto (Etapa pre-operativa de organización, adiestramiento, investigación, pruebas e inicio de la producción).
- Gastos durante la etapa pre-operativa. (LUNA – CHAVES, 2001)

7. Programa de producción

(LUNA – CHAVES, 2001), para realizar el programa de producción se debe tomar en cuenta todos los elementos anteriores (mercado y capacidad de producción), la presentación de un programa de producción de varios años sucesivos consta de:

- Ramas, áreas o productos
- Metas
- Actividades
- Recursos
- Responsables
- Cronograma
- Factores de producción estacional cuando corresponda.
- Justificación del programa de producción, relacionándolo con los factores del proyecto descritos anteriormente.

H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Capacidad administrativa

a. Áreas del proceso administrativo

- Planear la instalación y ejecución del proyecto
- Organizar el trabajo
- Integrar al personal a cada función
- Dirigir la instalación y operación de proyecto.
- Controlar
 - Desempeño personal
 - Rendimiento
 - Resultados
 - Contabilidad
 - Finanzas
 - Innovación
 - Información a la comunidad. (LUNA – CHAVES, 2001)

I. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Elementos que se requieren para definir la situación financiera

- Inversiones fijas que se necesitan hasta la puesta en marcha del proyecto.
- Inversiones en activos circulantes para el inicio de funcionamiento y para el primer período de operaciones.
- Plan para el financiamiento de las necesidades anteriores.
- Pronóstico sobre costos de producción. (LUNA – CHAVES, 2001)

2. Descripción de inversiones, plan de financiamiento, ingresos y gastos

a. Inversiones.

Indicación de los diversos componentes de inversión en activos fijo y circulante, necesarios para la ejecución y operación inicial del proyecto. Debe adaptarse a las características del proyecto.

b. Plan de financiamiento.

Explicación del plan de financiamiento previsto para las inversiones antes planteadas, con fechas y condiciones.

- Aporte de capital propio
- Préstamos de corto y largo plazo
- Condiciones de pago de proveedores de equipo o materia prima.

c. Ingresos y gastos.

Cuadro que ilustra la situación prevista de ingresos y egresos de un año de operación normal. Debe ajustarse según las características del proyecto. (LUNA – CHAVES, 2001)

3. Proyecciones financieras

(LUNA – CHAVES, 2001), la proyección financiera es un cálculo de cómo será la situación futura de la economía del proyecto. Este cálculo se fundamenta en los datos que ya se han elaborado. Es uno de los aspectos más importantes del estudio de factibilidad, pues nos dirá si el proyecto será sostenible económicamente y de ahí sabremos cuántas serán las utilidades o ganancias esperadas.

Las proyecciones financieras son las siguientes:

- Proyección de Estados de Ganancias y Pérdidas para los próximos años del proyecto.
- Proyección de Flujo de efectivo o Flujo de caja para los próximos años del proyecto.
- Incluye la fase de instalación.

J. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

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

La valoración de indicadores cuantitativos, como la situación económica del proyecto, no presenta mayor dificultad, sin embargo, la captación y medición de indicadores intangibles requiere normalmente de instrumentos mucho más especializados y elaborados.

El valor específico de cada uno de los indicadores debe ser establecido en cada situación particular, así como la interpretación del significado o valor del proyecto.

El análisis de un proyecto debe combinar la objetividad y la interpretación y proyección de la dinámica interna y externa del mismo, así como la trayectoria e impacto previsibles.

1. Impacto o resultados previstos

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

a. Impacto ambiental

(CAJAS, C. 2006), sin duda alguna el turismo al ser considerada como una actividad económica, genera impactos, los mismos que para ser detectados necesitan de un Estudio de Impacto Ambiental, que son estudios técnicos que proporcionan antecedentes para su predicción e identificación.

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

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

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

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

- Disminución o detención de proceso de deterioro.
- Restauración o rehabilitación de ecosistema.
- Aumento de cobertura boscosa incluyendo árboles frutales.
- Aumento de área de producción sostenible.
- Desarrollo de técnica de producción sostenible.
- Incremento de conservación in - situ.
- Incremento de conservación ex - situ.

- Acceso y transferencia tecnológica.
- Desarrollo de conocimientos científicos.
- Establecimiento de sistemas de producción sostenible.
- Incremento de especies y/o población de flora y fauna.
- Incremento de fertilidad del suelo.
- Mejora belleza paisajística.
- Incremento de tipos de cultivos.
- Incremento de la productividad.
- Incremento de producción.
- Disminución de la erosión.
- Combinación de métodos tradicionales con innovación.
- Disminución de tala y caza en el bosque.
- Se detiene o disminuye contaminación.
- Desarrollo de biotecnología.
- Cambio positivo en políticas o leyes.
- Manejo de áreas protegidas (según indicadores de plan de manejo).
- Educación ambiental.
- Otros.

b. Impacto social

El impacto social del proyecto se refiere a la contribución del proyecto en la mejora de las condiciones socioeconómicas de la población como consecuencia. (UAZUAY, 2003)

El impacto social se puede valorar tomando en cuenta los siguientes indicadores:

- Número de beneficiarios directos.
- Empleos fortalecidos o generados.
- Aumento de la producción.
- Aumento del ingreso familiar promedio anual.
- Uso de materias primas nacionales.
- Ahorro de divisas.
- Generación de valor agregado.
- Disminución de intermediarios.

- Efecto demostrativo en la comunidad.
- Incremento de la participación comunitaria.
- Cambio positivo en valores, comportamientos y prácticas respecto al ambiente.
- Mejoramiento en la satisfacción de necesidades familiares básicas de alimentación, salud, vivienda, educación, vestido, como supuesto del aumento de los empleos e ingresos.
- Incremento de autoestima.
- Participación y beneficio de las mujeres.

c. Impacto organizacional

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

- Aumento de la capacidad administrativa.
- Mejoramiento de la estructura organizacional.
- Aumento de la eficiencia y/o la eficacia (productividad).
- Mejoramiento de la administración del cambio e innovación.
- Mejoramiento de la situación financiera.
- Aumento en el número de socios.
- Mejoramiento de la capacidad de negociación de productos.
- Incremento en la capacidad de intervención y/o gestión sobre la realidad ambiental, y de negociación en conflictos ambientales.
- Incremento de la participación comunitaria en la organización. (UAZUAY, 2003)

2. Factibilidad

(LUNA – CHAVES, 2001), por factibilidad o sostenibilidad se entiende la capacidad del proyecto para ejecutar el proyecto efectivamente y obtener el impacto previsto.

La factibilidad integra una combinación de factores internos y externos del proyecto relacionados con los objetivos del proyecto y el contexto en el cual se desarrollará.

La factibilidad del proyecto se valora por medio de las siguientes variables:

- Factibilidad técnica.
- Factibilidad organizativa.
- Factibilidad financiera.
- Factibilidad contextual.

a. Factibilidad técnica (fortalezas y debilidades técnicas).

La factibilidad técnica es la capacidad del proyecto para aplicar con efectividad el método y la tecnología, será valorada tomando en cuenta los siguientes indicadores.

- Grado de validez del método de trabajo propuesto para cumplir con los objetivos.
- Grado de manejo del método de trabajo propuesto
- Grado de validez de la tecnología propuesta
- Suficiencia de la cantidad y calidad de los recursos humanos, materiales y económicos requeridos
- Convenio de asistencia técnica establecido
- Capacidad técnica de los beneficiarios. (UAZUAY, 2003)

b. Factibilidad organizativa (fortalezas y debilidades organizativas)

La factibilidad organizativa se refiere a las condiciones grupales y administrativas que indican la capacidad para proponerse y obtener resultados en común.

A continuación se presentan como ejemplo algunos indicadores para valorar la factibilidad organizativa.

- Relevancia de los logros obtenidos por el proyecto.
- Capacidad administrativa, se refiere a la capacidad de los dirigentes, administrador y/o gerente para gestionar el proceso administrativo del proyecto en sus fases de: Planificación, integración del personal a sus funciones, Organización del trabajo, dirección de las actividades, monitoreo y evaluación de resultados y desempeño. La capacidad administrativa también se puede medir por medio de: generación de excedentes o

utilidades, manejo de información relevante, capacidad de negociación, diversificación de productos.

- Participación comunitaria en el proceso de formulación, ejecución, distribución de beneficios y contribución en el proyecto.
- División adecuada de funciones y responsabilidades.
- Procedimientos contables y administrativos conforme a estándares reconocidos.
- Experiencia del equipo de trabajo en planificación, formulación, ejecución y evaluación de proyectos ambientales y/o productivos.
- Cohesión grupal.
- Actitudes orientadas hacia el logro (responsabilidad, perseverancia, apoyo mutuo, contribución).
- Aporte de los socios y/o beneficiarios al proyecto. (UAZUAY, 2003)

c. Factibilidad económica (fortalezas y debilidades económicas)

La factibilidad económica es la capacidad del proyecto ejecutora respecto a la disponibilidad de recursos de capital para su funcionamiento en general y para la ejecución del proyecto.

- Situación de balance de situación (activos, pasivos y patrimonio del proyecto)
- Situación de estado de resultados (ingresos, egresos y saldo) durante el último año.
- Proyección de flujo de caja
- Aporte de los socios y/o beneficiarios al proyecto
- Aporte de otros al proyecto
- Suficiencia del conjunto de recursos (Organización y Otros) para financiar las actividades del proyecto
- Si el proyecto es de producción o servicios, proyección de:
- Sostenibilidad del proyecto después de que finalice el financiamiento
- Capacidad de pago de créditos. (UAZUAY, 2003)

d. Factibilidad contextual (oportunidades y amenazas del entorno)

Para definir la factibilidad contextual del proyecto se enfoca la compatibilidad de la contribución del proyecto con las condiciones del entorno, así como los factores que pueden facilitar o dificultar la ejecución e impacto del proyecto. En esta escala se considera:

- Alta amenaza.
- Moderada amenaza.
- Baja oportunidad, baja amenaza.
- Moderada oportunidad.
- Alta oportunidad.

Se puede valorar tomando en cuenta los siguientes indicadores:

- Factores externos que pueden facilitar o dificultar el desempeño y/o el impacto del proyecto.
- Aumento o disminución de riesgos.
- Condiciones ambientales, clima, plagas, características del terreno.
- Obstáculos o restricciones.
- Competidores.
- Precios de compra o venta.
- Negociaciones.
- Problemas del producto y/o servicio.
- Permisos.
- Acceso a recursos materiales, económicos o técnicos. (UAZUAY, 2003)

3. Complemento del proyecto

(LUNA – CHAVES, 2001), el complemento del proyecto es el efecto de ampliación del potencial del proyecto al unir energías, esfuerzos o recursos. Es un factor deseable en el planteamiento de proyectos debido a que maximiza el impacto de los recursos invertidos, los proyectos y organizaciones.

La sinergia o complemento se puede valorar tomando en cuenta los siguientes indicadores:

- Complemento del proyecto con otros proyectos.
- Ejecución conjunta del proyecto entre dos o más organizaciones.
- Cofinanciamiento del proyecto por diversas fuentes de recursos.
- Integración de recursos de asistencia técnica.
- Potencial como proyecto piloto de otros, potencial de replicabilidad.

- Contribución a la conectividad o formación de corredores biológicos.
- Compatibilidad del proyecto con las condiciones ambientales de la región.
- Compatibilidad del proyecto con las condiciones culturales de la región.
- Compatibilidad del proyecto con las condiciones políticas de la región.

a. Conclusiones del proyecto

(LUNA – CHAVES, 2001), una vez evaluado el proyecto se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- Es conveniente llevar a cabo el proyecto.
- No es conveniente realizarlo, se debe replantear la idea o abandonarla.
- Es necesario investigar más y tener más información sobre algunos aspectos que generan dudas, y que pueden definir el éxito o el fracaso de proyecto.

b. Instalación y operación del proyecto

(LUNA – CHAVES, 2001), una vez hechos los ajustes requeridos en el proyecto, se replantea el plan de trabajo para instalar y operar el proyecto, incluido un cronograma o una red de actividades (flujograma). El plan abarca desde la instalación hasta la operación del proyecto, el mismo que debe constar de: Objetivos, Metas, Actividades, Recursos, Responsables, Cronograma.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR¹

1. Localización

El presente trabajo investigativo se realizó en la comunidad Utuñag, parroquia el Altar, cantón Penipe, provincia de Chimborazo.

2. Ubicación geográfica

a. Ubicación

La comunidad de Utuñag se localiza en la parte céntrica, entre sus coordenadas 1°58'20" latitud Norte y 76°25'77" longitud Este. La cabecera parroquial se encuentra a 29 km de la ciudad de Riobamba, a una altitud de 2.788 m.s.n.m.

b. Coordenadas geográficas

Latitud: 1° 31' 39" S

Longitud: 78° 29' 39" O

Altitud: 2 540 msnm.

Extensión: 375,2 km²

3. Características climáticas

Temperatura media anual: 15° C

Precipitación media anual: 500 – 1 000 mm

Humedad relativa: 76%

Clima: Ecuatorial Mesotérmico Semi-Húmedo.

Ecuatorial Mega térmico Húmedo.

¹ Plan para el desarrollo integral de la economía de Penipe. 2007.

4. Clasificación ecológica

Las zonas de vida del cantón Penipe pertenecen a las categorías:

Bosque seco montano bajo (en su límite más alto) y bosque húmedo montano bajo (2.600 a 3.400 m.s.n.m.) en el sector occidental del cantón. En el sector oriental pertenecen a las categorías bosque muy húmedo montano, páramo pluvial subalpino (sobre los 3.400 m.s.n.m.) y el bosque pluvial montano.

5. Características del suelo

La constitución del suelo es de origen Volcánico por encontrarse cerca del volcán Tungurahua; es su mayor parte el suelo es franco arenoso, el pH se calcula en 6,5 neutro. El suelo tiene presencia de nutrientes, pendientes fuertes, altas temperaturas, imposibilidad de agricultura. Los tipos de suelo van desde lo fango arenoso, areno limoso, areno arcilloso y limoso, por lo tanto son favorables para la agricultura. (ARUT 1998)

6. Materiales y equipos

a. Materiales

- Resma de papel bond
- Lapiceros
- Libreta de campo.
- Marcadores.
- Pliegos de papel periódico.
- Calculadora.
- Tinta impresora blanco – negro / color
- Cds

b. Equipos

- Computadora.
- Infocus.
- Impresora.
- Scanner
- Cámara digital
- Pen drive
- Vehículo
- GPS

B. METODOLOGÍA

El presente trabajo está basado en una investigación aplicada; partiendo del método deductivo, de conceptos generales a específicos; de la misma manera se parte del diagnóstico general del área en estudio a la determinación del potencial turístico en el territorio. Donde cada uno de los objetivos se cumplió en forma participativa, con la ayuda de técnicas de investigación primaria, secundaria y de campo. Para el cumplimiento de ello se realizó lo siguiente:

1. Diagnóstico del potencial turístico de la zona

a. Diagnóstico situacional

Para el diagnóstico situacional se tomó referencias bibliográficas del Plan de Desarrollo Integral de la Economía de Penipe 2007, analizándose los siguientes ámbitos:

1) Ámbito biofísico

- Localización y ubicación geográfica.
- Límites
- Orografía
- Hidrografía
- Geología

2) Ámbito socio-cultural

- Distribución de la población
- Situación social relacionada con la pobreza
- Salud
- Educación
- Vivienda
- Servicios básicos
- Migración
- Vías de acceso

3) Ámbito económico-productivo

- Población Económicamente Activa
- Sector productivo

4) Ámbito político administrativo

- Organización política del cantón
- Organización política institucional
- Instituciones vinculadas con el sector turístico

5) Ámbito ambiental

- Flora
- Fauna
- Zonas de vida
- Peligros y riesgos

6) Ámbito turístico

a) Oferta

- **Planta turística**

Se recopiló información del catastro del MINTUR, adicional a esto se catastró los establecimientos no inventariados por el MINTUR en cuanto a alimentación, hospedaje, esparcimiento y transporte.

- **Atractivos turísticos**

Se realizó el inventario del cantón Penipe para medir el potencial turístico del sector. En cuanto al inventario de recursos naturales se utilizó la metodología diseñada por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2004), mientras que para realizar el inventario de los recursos culturales se utilizó la metodología de Víctor Hugo Torres.

- **Productos turísticos**

En este aspecto se identificó las líneas de productos con la que cuenta la comunidad de Utuñag, considerados desde el punto de vista del Plandetur 2020.

b. Análisis situacional del área objeto de estudio.

Para el análisis situacional se utilizó la herramienta FODA con la cual se pudo determinar: elementos internos o externos del proyecto, en la que el nivel horizontal se analizó los factores positivos y los negativos. En la lectura vertical se analizó los factores internos y por tanto controlables del proyecto y los factores externos, considerados no controlables, donde:

- Las fortalezas deben utilizarse.
- Las oportunidades deben aprovecharse.
- Las debilidades deben eliminarse.
- Las amenazas deben sortearse.

Además con la herramienta CPES se analizó y organizó la información obtenida, se desarrolló el proceso de planificación en base al consenso de opiniones, se trabajó en base a la planificación y ejecución del proyecto, se comunicó y explicó el concepto del proyecto.

2. Realización del estudio de mercado.

Se revisó fuentes de información secundaria como datos estadísticos, así como toda la información que pueda otorgar la Cámara de Turismo, la Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo y el Plan de Marketing del Ecuador.

Se cumplieron las siguientes fases:

a. Análisis de la demanda

1) Determinación del universo

Para el universo de estudio se consideró a dos grupos primordiales dentro del sector turístico, que serán los consumidores potenciales.

- El primero grupo son turistas nacionales, dentro de este grupo está la población de Riobamba. Población Económicamente Activa = 76 113 habitantes
- El segundo grupo son aquellos turistas extranjeros que visitan la ciudad de Riobamba y utilizan el servicio de ferroviario. Número de turistas extranjeros que viajaron en tren en el año 2 009 = 11 161 turistas

2) Cálculo de la muestra

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula estadística de Canavos, con los datos mencionados anteriormente.

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

Donde:

N = universo de estudio

P= 0.5 probabilidad de éxito de un evento

Q= 0.5 Probabilidad de fracaso de un evento

e= 8% margen de error

Z= 1,75% Margen de confiabilidad

n= Muestra

3) Elaboración de la encuesta

La técnica a utilizar para la recolectar la información sobre la demanda turística fue la encuesta; utilizando como instrumento el cuestionario.

Para el diseño del cuestionario, se tomó en cuenta las variables socio-demográficas, con sus respectivos indicadores como: edad, sexo, procedencia, ocupación, permanencia. Y las variables psicográficas con sus indicadores como: frecuencia de viaje, tamaño del grupo con que viaja, estacionalidad, principales servicios demandados, actividades requeridas, formas de pago, etc. Las preguntas de las encuestas se realizaron en español e inglés.

4) Definición del perfil

Una vez aplicadas las encuestas se determinó cuales son los gustos y preferencias de ambos sectores de mercado a los cuales nos enfocamos en el presente estudio.

b. Análisis de la oferta

1) Identificación de los competidores.

Se considera como competencia aquellos proyectos que producen bienes y/o servicios (productos) similares a los que en éste proyecto se plantea y que estén a disposición en el mercado, ofreciendo una variedad de productos para turistas. Una vez identificada la competencia se analizó la ubicación, infraestructura, servicios, costo, tipo de clientes que lo adquieren, capacidad, ventajas y desventajas.

2) Proyección de la oferta.

Se proyectó la oferta, para ver el mercado que abarcará los 5 años posteriores.

3) Método utilizado para la proyección.

El método utilizado fue: el Incremento Compuesto, cuyos valores corresponden al número total de turistas total que adquieren los servicios de la competencia. El índice de crecimiento se utilizó de acuerdo al segmento de mercado que en este caso es el índice de crecimiento del turismo de 7,23%.

c. Análisis de la competencia

1) Conocimiento de las particularidades de la competencia y de la oferta

Se perfiló fichas que evaluaron las características destacadas de la oferta sustitutiva y complementaria al producto, así como las fortalezas y los rasgos competitivos de la competencia existente en el mercado, utilizando el siguiente esquema propuesto en el instructivo de Muñoz, 2003.

3. Elaboración del estudio técnico.

En base a la evaluación del potencial turístico y el estudio de mercado se procedió al:

a. Análisis de alternativas de productos turísticos

Para definir el producto se tomó en cuenta los datos obtenidos en el análisis de la oferta y estudio de mercado, realizando una descripción de lo que se va a ofertar, para así poder determinar la capacidad real del proyecto. En donde se determinará:

- Análisis de alternativas
- Líneas de productos

b. Tamaño del proyecto

Con toda la información alcanzada se procedió a realizar el diseño de la infraestructura del centro de servicios turísticos y los planos arquitectónicos para lo cual se utilizó el programa de arquitectura AUTOCAD.

c. Localización del proyecto

Para esto se efectuó una macro y micro localización. Mediante los datos anteriores se definió el área adecuada para ubicar el centro de servicios turísticos, para tener los mejores beneficios y minimizar los costos. Se analizó tanto las necesidades de la demanda como las

características óptimas para el terreno tanto en lo que se refiere a espacio como en la parte legal y la facilidad de servicios básicos.

d. Definición del proceso productivo

En base al paso anterior en donde se determinó los servicios, se realizaron diagramas de flujo para cada uno de los servicios.

4. Elaboración del estudio mercadotécnico (área comercial)

Se recurrió a información que nos proporcionaron las encuestas para definir las preferencias del consumidor y en base a estas elaboró estrategias de comercialización, promoción y publicidad del producto, que nos permiten obtener los mejores resultados.

Para ello se tomó en cuenta los siguientes ítems:

- Estrategia de posicionamiento
- Marketing mix
- Cargos y funciones del área comercial

5. Realización del estudio de impacto ambiental y sociocultural.

Se utilizó la matriz de Leopold para evaluar los posibles impactos ambientales y socioculturales en el área de acción antes, durante y después de la construcción de infraestructura y en base al estudio se definió las medidas de mitigación de impactos. Para lo cual realizó lo siguiente:

- Delimitación del área
- Determinación de acciones
- Determinación de factores ambientales
- Determinación de magnitud e importancia
- Evaluación de Impactos Ambientales

6. Elaboración del estudio administrativo y legal.

a. Estructura organizativa de la empresa

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

b. Viabilidad legal

Se tomó la Ley de Turismo con el Reglamento vigente para proyectos de turismo comunitario y normativa referente al sector turístico.

7. Realización del estudio económico financiero

Una vez cumplido los pasos anteriores se realizó el análisis financiero para lo cual se cumplieron las etapas y tablas sugeridas por **Muñoz, E. 2004.**

- a. Presupuesto de inversiones
- b. Calendario de inversiones
- c. Estructura del capital
- d. Pronóstico de ingresos
- e. Pronósticos de costos y gastos operacionales
- f. Calculo de depreciaciones y amortizaciones
- g. Punto de equilibrio

8. Evaluación de la factibilidad del proyecto.

Se trabajó en base al estudio de mercado y se identificó los ingresos y egresos que presentan el estudio técnico y económico-financiero.

La rentabilidad del proyecto se mostró tras el cálculo de los indicadores de rentabilidad, como son flujo de caja, los índices razón costo beneficio, VAN y TIR.

V. RESULTADOS

A. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ÁREA EN ESTUDIO.

1. Ámbito Biofísico³

a. Localización y ubicación geográfica (Anexo. 01)

El Altar es una parroquia del cantón Penipe, localizado en la parte céntrica, entre sus coordenadas 1°58'20" latitud Norte y 76°25'77" longitud Este. La cabecera parroquial se encuentra a 29 km de la ciudad de Riobamba, a una altitud de 2.788 m.s.n.m.

b. Límites

Norte: la parroquia Puela.

Sur: la parroquia Matus y la parroquia Matriz de Penipe.

Este: la provincia de Morona Santiago.

Oeste: la parroquia Matus y el cantón Guano, separados por el río Chambo.

c. Orografía

Por el territorio del cantón atraviesa la Cordillera Oriental y parte de la Cordillera Central de los Andes. Estas cordilleras rodean un valle sobre el que se localizan los ríos Chambo, Puela, Tambo, Sigsal, Azacucho, Cubillín y las quebradas de Motilones (o la Pirámide) y Romero entre otras. Al norte se encuentra una sección importante del volcán Tungurahua y al sur se localizan las elevaciones de los Cubillines y el nevado El Altar; es decir esta en medio de una zona de alto riesgo volcánico.

d. Hidrografía

El agua es el segundo recurso de gran importancia a nivel cantonal, ya que forma parte de la hoya del río Chambo, el mismo que atraviesa el cantón por el occidente. Entre los ríos importantes del cantón están: los ríos Blanco, Puela, Tambo, Sigsal, Azacuso.

³ Plan para el desarrollo de la economía de Penipe, 2007.

Otros elementos del sistema hídrico del cantón son las lagunas del Altar y las quebradas de Motilones y Romero.

e. Geología

Sus suelos son fértiles, pseudos-limosos muy negros, con pendientes escarpadas en las caídas del río Chambo y sus afluentes.

Tiene una topografía irregular por la influencia de las cordilleras y los volcanes Tungurahua y Altar con pendientes pronunciadas que a veces sobrepasan los 50°. Es una zona relativamente húmeda, que va desde el valle del río Chambo hasta los páramos de la cordillera Oriental.

2. Ámbito socio-cultural⁴

a. Distribución de la población

Para el año de 1.990 Penipe contaba con 7.078 habitantes; para el 2.001 la población alcanza 6.485 personas, lo que implica una tasa de decrecimiento poblacional de -0,9% anual, de acuerdo con las estimaciones actuales la población continúa disminuyendo. En este período la población urbana crece en 49% y la rural disminuye en 23%. Al 2.001, la población urbana es el 11% y la rural el 89%. La distribución de la población muestra una concentración en 4 parroquias de tamaño similar: El Altar, Bayushig, Matus y Penipe; las 3 parroquias restantes Bilbao, Puela y La Candelaria tienen menor población.

Cuadro No. 02. Distribución de la población según las parroquias del cantón Penipe.

Parroquias	Hombres	Mujeres	Total
Penipe (matriz)	856	829	1.685
El Altar	623	613	1.236
San Antonio de Bayushig	562	506	1.068
Matus	475	490	965
Puela	349	350	699
La Candelaria	227	262	489
Bilbao	167	176	343
TOTAL	3.259	3.226	6.485

Fuente: INEC, Censo de población y vivienda 2001

Elaborado por: Verónica Erazo M.

⁴ Plan para el desarrollo integral de la economía de Penipe, 2007

b. Situación social relacionada con la pobreza⁵

La pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas alcanza al 72% de la población, mayor que la media provincial de 67%, pero más baja que otros cantones de Chimborazo, excepto Riobamba. En cambio la extrema pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas en Penipe llega al 33,8%, sensiblemente menor que el promedio provincial de 45%. La pobreza en la zona rural afecta al 78% de la población, en la zona urbana la pobreza llega al 30% de la población.

c. Salud

Existe un subcentro de salud en la cabecera parroquial de El Altar el cual se encuentra en deterioro a consecuencia de la actividad volcánica del Tungurahua ocurrido en el 2.006. Por tal motivo la población acude a puestos de salud aledaños como: Bayushig, Candelaria, en las comunidades de Shamanga y Nabuzo, un dispensario del IESS en la comunidad El Manzano-Parroquia Puela.

La infraestructura y los recursos humanos para la salud son mínimos en el cantón, lo que evidencia nuevamente que Penipe sufre un serio déficit de atención en salud. La cercanía con la ciudad de Riobamba hace que la mayoría de personas vayan a conseguir atención médica en esa ciudad, que ofrece mayor oferta y mejor calidad de servicio.

d. Educación

El analfabetismo alcanza el 11% de su población, inferior al porcentaje provincial del 19%; el mayor analfabetismo se da en las mujeres (13%), aunque la diferencia con la población masculina es bastante menor que los promedios provinciales.

En la parroquia existen 4 escuelas, de las cuales se encuentran ubicadas en: Utuñag, Palictahua, Ayanquil, Pachanillay

⁵ Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), Versión 4.

e. Vivienda

El número de hogares y de viviendas en Penipe es similar: 1.799 hogares y 1.783 viviendas de las cuales el 87% son propias. Según estos datos, hasta el 2.001 no existía un déficit cuantitativo de viviendas del cantón. El proceso eruptivo debe haber desplazado alrededor de 300 familias que perdieron su vivienda, que sería el déficit actual.

El tipo de vivienda que prevalece en Penipe, tanto en el sector rural como el urbano, es el de “casa, villa o departamento”, con el 91% del total. Las viviendas que se ubican en el sector urbano en buena proporción (30%) son construcciones de comienzos del siglo XX, mientras que en el sector rural son más recientes, y no pasan de los treinta años.

f. Servicios básicos

1) Agua

La parroquia el Altar y todas sus comunidades no poseen un sistema de agua potabilizada, es decir el agua para consumo es entubada que proviene de las vertientes originadas en el volcán Tungurahua y de los deshielos del nevado. Las juntas de agua potable son las encargadas de la administración de este servicio, que los usuarios lo catalogan como insuficiente, de calidad regular y poco satisfactorio, las mismas que causan enfermedades estomacales e intestinales.

2) Luz

El servicio que tiene mayor cobertura en el cantón Penipe es el eléctrico, que llega al 89% de las viviendas, proporcionado por la Empresa Eléctrica Riobamba S.A.

3) Alcantarillado

La cabecera parroquial posee un servicio de alcantarillado limitado; beneficiando prioritariamente a dichos moradores; el resto de comunidades cuentan con un sistema de pozo séptico.

4) Telefonía

El servicio telefónico residencial lo abastece la Corporación Nacional de Telecomunicaciones a casi todas las parroquias del cantón, las que no cuentan con el servicio son La Candelaria. En el área urbana el 50% de la población es beneficiaria del mismo, mientras que en el área rural tan solo el 7,7 % de la población.

5) Recolección de basura

El servicio de recolección de basura apenas cubre al 12% en cuanto se refiere a la cabecera cantonal.

g. Migración

La pobreza y la escasez de fuentes de trabajo se ven reflejadas en la migración, es por ello que se ven en la necesidad de buscar trabajo fuera de casa para poder mantener a su familia.

La migración ha influido de manera significativa en la composición demográfica del cantón, provocada por la actividad del volcán y por las medidas gubernamentales adoptadas ante esta situación. En la actualidad el tema de la estructura poblacional está por definirse, principalmente de las parroquias Puela y Bilbao.

h. Vías de acceso

Se puede acceder por la vía principal que comunica Riobamba-Penipe (22 km) que es de primer orden, desde la cabecera parroquial se puede acceder a todas las comunidades por medio de vías alternas. Existen varias formas de acceder a la parroquia El Altar:

- Partiendo desde la cabecera cantonal, siguiendo la vía que conduce a Ganshi (3km).
- Dirigiéndose por las parroquias Bayushig y Matus.
- Por la parroquia Puela.

Cuadro No. 03. Vías de acceso al cantón Penipe.

Vía / Comunidad	Tipo de vía	Distancia (km)
Rbba-Penipe	1 orden	22
El Altar - Ganshi	2 orden	3
El Altar - Palictahua	2 orden	5
El Altar - Azacucho	2 orden	5
El Altar - Pachanillay	2 orden	6
El Altar - Ayanquil	2 orden	6
El Altar - Utuñag	2 orden	10

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

3. Ámbito económico-productivo

a. Población económicamente activa⁶

La Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Penipe la constituyen 2.519 personas que representan el 39% de la población total. De este total, el 11% se ubica en el área urbana y el 89% en la zona rural, el 74% de la PEA es masculina y el 25% femenina.

El 70% de la PEA se ocupa en la agricultura, silvicultura, caza y pesca; el 9 % se dedica a la prestación de servicios, generalmente relacionados con la educación, los servicios básicos municipales o las actividades estatales, desarrolladas especialmente en la parte urbana del cantón. Solo el 5% se dedica a la manufactura y el 4,7% trabaja principalmente en el comercio. Esta distribución de la PEA evidencia un grado mínimo de diversificación de la economía local.

b. Sector productivo

La propiedad de la tierra se encuentra en su mayoría en manos de pequeños productores, con una extensión entre 0,5 y 4 Has, como promedio real de uso y tenencia. Los cultivos más comunes y estables son: con un 62% de la superficie sembrada esta el maíz suave seco, con el 31% el fréjol seco, con el 5% está la papa, y con el 1,4% están la arveja tierna y el haba seca.

⁶ VI Censo Nacional de Población y V de vivienda, 2001

Estos productos son además muy importantes para el autoconsumo por sus propiedades nutritivas.

La producción agrícola tiene dos problemas sustanciales a resolver a mediano plazo:

- Distribución del agua: los canales de riego no son suficientes, no por la falta de caudal, sino por la forma de la toma y canales secundarios, y por la falta de inversiones para mantenimiento y ampliación de los canales.
- La falta de tecnología para la producción agrícola: la mayoría de productores desconocen los sistemas de riego alternativos y las posibilidades de formas técnicas más eficientes del manejo de la producción.

La actividad pecuaria se ha desarrollado como complemento de los ingresos de la agricultura y el autoconsumo. La mayor cantidad de animales son cuyes que constituyen un 52%, ganado vacuno el 25% del total de animales con un rendimiento promedio de 4,7 litros de leche diaria. Entre otros animales de menor importancia están conejos y cerdos que abastecen sobre todo a las ferias en Riobamba.

En cuanto a la economía urbana en el cantón Penipe es significativa e históricamente ha tenido poco dinamismo, sin embargo esta situación empezó a revertirse hace algunos años por dos motivos:

- El nuevo papel del gobierno local y la incidencia de sus decisiones en la emergencia que, con mayor cantidad de obras emprendidas y la participación ciudadana, dan cuenta de un camino para romper el aislamiento que incluso existía físicamente al interior del cantón.
- El emprendimiento de actividades mixtas, privadas y de ONG que han originado un giro importante en la economía urbana.

4. Ámbito político-administrativo

a. Organización política del cantón

1) Parroquias urbanas:

- Penipe (matriz).

2) Parroquias rurales:

- Bilbao
- Puela
- El Altar:
 - Ganshi
 - Palictahua
 - Pachanillay
 - Ayanquil
 - Utuñag
 - Azacucho
- San Antonio de Bayushig
- Matus
- La Candelaria

b. Organización política institucional

La principal institución pública del cantón es el Ilustre Municipio, el mismo que esta incorporando nuevas funciones y competencias tal es el caso del sector turístico, que será implementado en busca de innovar desde diversos ámbitos el desarrollo del cantón.

1) Instituciones públicas:

Cuadro No. 04. Instituciones públicas presentes en el cantón Penipe.

Institución	Ámbito de acción
Ministerio de Educación	Educación hispana
Ministerio de Salud	Salud
Ministerio de Agricultura	Capacitación y asistencia técnica agropecuaria
Seguro Social Campesino	Salud
Ministerio del Ambiente	Manejo de áreas protegidas (Parque Nacional Sangay)
Gobierno de la Provincia	Infraestructura vial, apoyo a la producción
Consejo Nacional de Rec. Hídricos	Adjudicaciones de agua
Ministerio de Bienestar Social	Organización social y asistencia social a los evacuados
Min. de Desarrollo Urb. y Vivienda	Construcción de viviendas para los evacuados
Defensa Civil	Asistencia a los evacuados por la erupción del volcán
Jefatura Política del Cantón	Ejerce la representación del gobierno central

Fuente: Plan para desarrollo integral de la economía de Penipe.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

2) Organizaciones privadas:

Cuadro No. 05. Instituciones privadas presentes en el cantón Penipe.

Institución	Ámbito de acción
Centro de Erradicación del Bocio y Capacitación a Minusválidos (CEBYCAM)	Salud, educación, proyectos de desarrollo rural, sericultura, tarjetaría
Central Ecuatoriana de Servicios Agrícolas (CESA)	Asistencia técnica y apoyo a la producción y comercialización de proyectos de origen rural
Curia Diocesana	Evangelización, crédito y proyectos productivos
CEPESIU	Asistencia técnica y microcrédito
Cooperativa de Ahorro y Crédito 4 de Octubre Ltda.	Crédito
Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda.	Crédito
Consorcio de Riego del cantón Penipe	Organización que agrupa a las juntas de regantes
Fundación Reina de Penipe y la Mujer	Acción social
Calzado Vinicio	Cooperativa de producción, adjunta al CEBYCAM
Asociación de Queseros de Penipe	Organización de productores de queso
Pre-asociación de Paperos del cantón Penipe	Organización de productores de papa
Centro Agrícola de Penipe	Organización de productores agropecuarios
Instituto Italo Americano IILA	Apoyo al desarrollo
Porta y Movistar	Provisión de servicios de telefonía móvil
Universidad Agraria del Ecuador	Educación superior en el ámbito agropecuario

Fuente: Plan para desarrollo integral de la economía de Penipe.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

c. Instituciones vinculadas con el sector turístico.

INSTITUCIÓN	MISIÓN	FORTALEZAS	DEBILIDADES	VINCULACIÓN CON EL SECTOR TURÍSTICO
MINISTERIO DE TURISMO	Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.	Normatividad Presupuesto	Equipo técnico	Financiamiento de proyectos turísticos.
MINISTERIO DEL AMBIENTE	Dirigir la gestión ambiental a través de políticas, normas e instrumentos de fomento y control, para lograr el uso sustentable y la conservación del capital natural del Ecuador, asegurar el derecho de sus habitantes y vivir en un ambiente sano y apoyar la competitividad del país.	Coordinar políticas de estado a favor del desarrollo sustentable Presupuesto	Cumplimiento efectivo de la normatividad.	Asegurar la conservación y uso sustentable del capital natural, indispensable para el turismo.
GOBIERNO DE LA PROVINCIA	Una nueva provincia intercultural y unida, equitativa y solidaria, productiva y competitiva con acceso privilegiado a mercados, con servicios básicos integrales, que maneje de manera sustentable sus recursos naturales, con instituciones fuertes, capacitadas y coordinadas, y con una democracia participativa consolidada.	Coordinar las acciones de las municipalidades Normatividad Presupuesto.	Trabajo mancomunado entre todos los municipios, sin intereses meramente políticos.	Fomenta el turismo a nivel de provincia.
MUNICIPIO	Somos un cantón que convive con el volcán y está preparado para afrontar los fenómenos naturales, impulsando la reactivación económica sostenible para el desarrollo de su población, con el compromiso y participación de la ciudadanía, para el bienestar actual y el de las futuras generaciones.	Normatividad. Presupuesto. Capacitación en el sector productivo.	Transición política. Equipo técnico. Sector turístico rezagado.	Financiamiento de proyectos turísticos. Capacitación en esta área. Incentivo a emprendimientos turísticos.
JUNTA PARROQUIAL	Apoyar la organización de la comunidad como mecanismo para insertarla al proceso de desarrollo parroquial.	Normatividad Recursos propios para la ejecución de proyectos.	Falta de liderazgo.	Financiamiento de proyectos turísticos.
CEBYCAM	Apoyar al desarrollo local equitativo e incluyente, construyendo un cantón diferente en el que no existan regionalismos ni discriminaciones, rescatando el poder de construir un presente y futuro.	Iniciativa en emprendimientos productivos. Inclusión a personas que son marginadas por el resto de la sociedad.	Vocación de servicio, para que este centro tenga más renombre a nivel provincial.	Incluir a las personas miembros de este centro en proyectos de turismo.
ESPOCH	Formar profesionales competitivos, emprendedores, concientes de su identidad nacional, justicia social, democracia y preservación del ambiente sano, a través de la generación, transmisión, adaptación y aplicación del conocimiento científico y tecnológico para contribuir al desarrollo sustentable de nuestro país.	Equipo técnico.	Poca participación por parte de la institución en incentivos para el equipo técnico.	Técnicos capacitados en la planificación y ejecución de proyectos turísticos.

5. Ámbito ambiental

a. Flora

Durante el recorrido encontramos diversidad de flora característica de éste clima como son especies arbóreas, arbustivas y herbáceas que al mismo tiempo son el hábitat de diversas especies.

1) Especies predominantes

Las especies que encontramos con gran facilidad en este sector son las siguientes:

Cuadro No. 07. Especies predominantes del cantón Penipe.

N. VULGAR	N. CIENTÍFICO	FAMILIA
Abrojo	<i>Tribulus cistoides</i>	ZIGOPHILIACEAE
Acacia	<i>Acacia macrantha</i>	MIMOSACEAE
Achira	<i>Canna edulis</i>	CANACEAE
Achupalla	<i>Lindmannia novogranatensis</i>	
Aguacolla	<i>Echinopsis pachanoi</i>	CACTACEAE
Aliso	<i>Alnus jorulensis</i>	
Amaranto	<i>Amaranthus sp.</i>	AMARANTACEAE
Arquitecto	<i>Calcitium reflexion</i>	COMPOSITAE
Arrayán	<i>Eugenia sp.</i>	MYRTACEAE
Ashco micuna	<i>Bromus catarticus Vahl</i>	POACEAE
Ashpa chocho	<i>Lupinus pubescens</i>	FABACEAE
Azahares de novia	<i>Ligustrum japonica</i>	OLEACEAE
Bolsa de pastor	<i>Capsella bursa-pastoris</i>	CRUCIFERAE
Borraja	<i>Cynoglossum amabile</i>	BORAGINACEAE
Bugainvilla	<i>Bougainvillea glabra</i>	NYCTAGINACEAE
Caballo chupa	<i>Equisetum bogotense</i>	EQUISETACEAE
Cabuya blanca	<i>Fourcroya andina</i>	AGAVACEAE
Cabuya negra	<i>Agave americana</i>	AGAVACEAE
Cactus	<i>Cleistocactus esepium</i>	CACTACEAE
Caminadora	<i>Polygonium ariculera</i>	POLYGONIACEAE
Campanitas	<i>Ipomoea sp.</i>	CONVOLVULACEAE
Cardo santo	<i>Argemone mexicana</i>	PAPAVERACEAE
Cebadilla	<i>Bromus catharticus</i>	GRAMINEAE
Cedro Andino	<i>Cedrela sp.</i>	MELIACEAE
Cenizo	<i>Chenopodium paniculatum Hook</i>	CHENOPODIACEAE
Ciprés	<i>Cupressus macrocarpa</i>	CUPRESSACEAE
Cilandro	<i>Coriandrum sativim</i>	APIACEAE

Clavel chino	<i>Eicholtzia californica</i>	PAPAVERACEAE
Cola de caballo	<i>Equisetum myriochaetum</i>	EQUISETACEAE
	<i>Cyperus rotundifolia</i>	CIPERACEAE
	<i>Penisetum peruvianum</i>	POACEAE
Cucarda	<i>Hibiscus rosa-sinensis</i>	MALVACEAE
Chachacoma	<i>Escallonia myrtoloides</i>	ESCALLONIACEAE
Chamico	<i>Datura stramonium</i>	SOLANACEAE
Chicoria	<i>Hypochoeris radicata L.</i>	COMPOSITAE
Chilca	<i>Baccharis latifolia</i>	ASTERACEAE
Chuiriragua	<i>Chuiriragua lancifolia</i>	ASTERACEAE
Dalia	<i>Dalia variabilis</i>	ASTERACEAE
Estrella de panamá	<i>Euphorbia pulcherrima</i>	EUPHORBIACEAE
Eucalipto	<i>Eucalyptus globulus</i>	MYRTACEAE
Falso tilo	<i>Tilia cordata</i>	TILIACEAE
Farolito	<i>Abutilum darwinii</i>	MALVACEAE
Flor de muerto	<i>Conyza floribunda</i>	ASTERACEAE
Floripondio	<i>Brugmansia aurea</i>	SOLANACEAE
Guanto	<i>Datura sanguinea</i>	SOLANACEAE
Hierba mora	<i>Solanum nigrum L.</i>	SOLANACEAE
Higuerilla	<i>Ricinus communis</i>	EUPHORBIACEAE
Kikuyo	<i>Pennisetum clandestinum</i>	GRAMINEAE
Lechero	<i>Euphorbia laurifolia</i>	EUPHORBIACEAE
Llin – llin	<i>Casia canescens</i>	CAESALPINACEAE
Lulo de perro	<i>Solanum marginatum L.</i>	SOLANACEAE
Magnolia	<i>Magnolia grandiflora</i>	MAGNOLIACEAE
Maíz	<i>Zea mays</i>	POACEAE
Mastuerzo	<i>Tropaeolum majus</i>	TROPEOLACEAE
Matapalo	<i>Bakea spp.</i>	MELASTOMATACEAE
Miramelindo	<i>Impatiens balsamina</i>	BALSAMINACEAE
Molle	<i>Shinus molle</i>	ANACARDIACEAE
Mora andina	<i>Rubus adenotrichus</i>	ROSACEAE
Morera	<i>Morus alba</i>	MORACEAE
Mortiño	<i>Weinmannia brachystachya</i>	CUNONIACEAE
Nigua	<i>Marggricarpus pinnatus</i>	ROSACEAE
Nogal	<i>Juglans neotropical</i>	JUNGLANDACEAE
Paja de páramo	<i>Stipa ichu</i>	POACEAE
Palo de rosa	<i>Galadendron punctatum</i>	FABACEAE
Pantza	<i>Polylepis incana</i>	ROSACEAE
Papa	<i>Solanum tuberosum</i>	SOLANACEAE
Pasto oloroso	<i>Anthonxanthum odoratum</i>	GRAMINEAE
Perejil	<i>Petroselinum sativum</i>	APIACEAE
Pino	<i>Pinus radiata</i>	PINACEAE
Pujin	<i>Hesperomeles glabrata</i>	ROSACEAE
Pumamaqui	<i>Oreopanax equadorensis</i>	ARALIACEAE

Quinoa	<i>Chenopodium quinoa</i>	CHENOPODIACEAE
Quishuar	<i>Buddleja incana</i>	BUDDLEJACEAE
Retama	<i>Spartium junceum</i>	PAPILIONACEAE
Romerillo	<i>Hypericum laricifolium</i>	ASTERACEAE
Sacha capulí	<i>Vallea stipularis</i>	ELAECARPACEAE
Salvia	<i>Salvia officinalis</i>	LABIATAEAE
Sábila	<i>Aloe vera</i>	LILIACEAE
Sauce llorón	<i>Salix humboldtiana</i>	SALICACEAE
Samal	<i>Rapanea andina</i>	MYRSINACEAE
Shamana	<i>Dodonea viscosa</i>	SAPINDACEAE
Totora	<i>Scirpus californicus</i>	CYPERACEAE
Trébol blanco	<i>Trifolium repens</i>	LEGUMINOSAE
Verbena	<i>Verbena litoralis H.B.K</i>	VERBENACEAE

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

2) Especies frutales

Mientras que, entre las especies frutales identificadas están:

Cuadro No. 08. Especies frutales del cantón Penipe.

N. VULGAR	N. CIENTÍFICO	FAMILIA
Aguacate	<i>Persea americana</i>	LAURACEAE
Capulí	<i>Prunas serótina</i>	ROSACEAE
Durazno	<i>Pronus pérsica</i>	ROSACEAE
Granadilla	<i>Pasiflora ligularis</i>	PASSIFLORACEAE
Higo	<i>Picus carica</i>	MORACEAE
Limón	<i>Citrus limonum</i>	RUTACEAE
Mandarina	<i>Citrus nobilis</i>	RUTACEAE
Maíz	<i>Zea maíz</i>	POACEAE
Manzana	<i>Malus domestica</i>	ROSACEAE
Pera	<i>Pyrus comunis</i>	ROSACEAE
Pitajaya	<i>Cleistocactus sepium</i>	CACTACEAE
Taxo	<i>Pasiflora quitensis</i>	PASSIFLORACEAE
Taxo	<i>Pasiflora mixta</i>	PASSIFLORACEAE
Tomate de árbol	<i>Cyphomandra betacea</i>	SOLANACEAE
Tuna	<i>Opuntia Picus-indica</i>	CACTACEAE
Uvilla	<i>Physalis peruviana</i>	SOLANACEAE
Zambo	<i>Curcubita ficifolia</i>	CURCUBITACEAE
Zanahoria	<i>Daucus carota</i>	APIACEAE
Zapallo	<i>Curcubita pepa</i>	CURCUBITACEAE

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

3) Especies medicinales

Entre las principales plantas medicinales encontramos:

Cuadro No. 09. Especies medicinales del cantón Penipe.

N. VULGAR	N. CIENTÍFICO	FAMILIA
Cedrón	<i>Lipia citriodora</i>	VERBENACEAE
Diente de león	<i>Taraxacum officinalis</i>	ASTERACEAE
Hierba buena	<i>Mentha piperita</i>	LAMNACEAE
Lengua de vaca	<i>Rumex crispus L.</i>	POLYGONACEAE
Llantén	<i>Plantagus major</i>	PLANTAGINACEAE
Malva	<i>Malva silvestris L.</i>	MALVACEAE
Marco	<i>Ambrosia arborescens</i>	ASTERACEAE
Matico	<i>Aristiguetia glutinosa</i>	ASTERACEAE
Menta	<i>Mentha viriais</i>	LAMNACEAE
Ñachag	<i>Bidens andicola</i>	ASTERACEAE
Ortiga	<i>Urtica dioica</i>	URTICACEAE
Paico	<i>Chenopodium ambrisoides</i>	CHENOPODIACEAE
Romerillo	<i>Echeveria quitensis</i>	CRASSULACEAE
Ruda	<i>Ruta graveolens</i>	RUTACEAE
Sábila	<i>Aloe vera</i>	LILIACEAE

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

b. Fauna

Entre las especies animales que tuvimos la oportunidad de observar están:

1) Especies de aves

Cuadro No. 10. Especies de aves del cantón Penipe.

N. VULGAR	N. CIENTÍFICO	FAMILIA	ORDEN
Colibrí andino	<i>Oreothrochilus Chimborazo</i>	TROCHILIDAE	APODIFORMES
Colibrí pico espada	<i>Ensifera ensifera</i>	TROCHILIDAE	APODIFORMES
Colibrí terciopelo	<i>Lafresnava lafresnavi</i>	TROCHILIDAE	APODIFORMES
Cóndor andino	<i>Vultur gryphus</i>	CATHARTIDAE	
Cuturpilla	<i>Columbina passerina</i>	COLUMBIDAE	COLUMBIFORMES
Frinjilo plumizo	<i>Phryngilus plevejus</i>	EMBERECIDAE	
Gavilán	<i>Buteo magnirostris</i>	ACCIPITIRIDAE	
Gaviota andina	<i>Larus serranua</i>	LARIDAE	PASSERIFORMES
Gigle	<i>Vanellus resplendens</i>	CHARADRIIDAE	

Golondrina pechiblanca	<u><i>Notiochelidon cyanoleuca</i></u>	HIRUNDINIDAE	
Gorrión común	<u><i>Zonotrichia capensis</i></u>	FRINGILLIDAE	PASSERIFORMES
Gorrión cuellicano	<u><i>Zonotrichias capensis</i></u>	EMBERECIDAE	
Guarro	<u><i>Geranoetus melanoleucus</i></u>	ACCIPITIDAE	
Huirac-churo	<u><i>Pheucticus chrysopleus</i></u>	FRINGILLIDAE	PASSERIFORMES
Jilguero menor	<u><i>Carduelis psaltria</i></u>	FRINGILLIDAE	PASSERIFORMES
Mirlo	<u><i>Turdus fuscater</i></u>	TURDIDAE	PASSERIFORMES
Pájaro brujo	<u><i>Phyrocephalus rubinus</i></u>	TYRANNIDAE	PASSERIFORMES
Pato silvestre	<u><i>Anas flavirostris</i></u>	ANATIDAE	ANSERIFORMES
Pava de monte	<u><i>Penelope montagni</i></u>	CRACIDAE	
Predicador	<u><i>Andigena hipoglauca</i></u>	RAMPHASTIDAE	
Quilico	<u><i>Falco sparverius</i></u>	FALCONIDAE	FALCONIFORMES
Quinde colilargo	<u><i>Lesbia vistoriae</i></u>	TROCHILIDAE	APODIFORMES
Quinde herrero	<u><i>Colibrí coruscans</i></u>	TROCHILIDAE	APODIFORMES
Sabanero amarillo	<u><i>Sicalis luteola</i></u>	FRINGILLIDAE	PASSERIFORMES
Semillero tizado	<u><i>Tiaris bicolor</i></u>	FRINGILLIDAE	PASSERIFORMES
Solitario colorado	<u><i>Myiotherestes striaticollis</i></u>	TYRANNIDAE	PASSERIFORMES
Tangará crestirufa	<u><i>Creurgops verticalis</i></u>	THRAUPIDAE	PASSERIFORMES
Tórtola	<u><i>Zenaida auriculata</i></u>	COLUMBIDAE	COLUMBIFORMES
Vencejo collarejo	<u><i>Streptoprocne zonaris</i></u>	APODIDAE	APODIFORMES

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

2) Mamíferos

Cuadro No. 11. Especies de Mamíferos del cantón Penipe.

N. VULGAR	N. CIENTÍFICO	FAMILIA	ORDEN
Asno	<u><i>Equus asinus</i></u>	ÉQUIDOS	PERISODÁCTILA
Borregos	<u><i>Ovismusimon</i></u>	BOVIDAE	ARTIODÁCTILA
Chivos	<u><i>Ammotragus lervia</i></u>	BOVIDAE	ARTIODÁCTILA
Cuy	<u><i>Cavia porcellus</i></u>	CAVIIDAE	RODENTIA
Raposas	<u><i>Marmosa murina</i></u>	DIDELPHIDAE	DIDELPHIMORPHIA
Ratón doméstico	<u><i>Mus musculus</i></u>	MURIDAE	RODENTIA
Vacas	<u><i>Bos taurus</i></u>	BOVIDAE	ARTIODÁCTILA
Zorro	<u><i>Pseudalopex griseus</i></u>	CANIDAE	CARNÍVORA

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

3) Insectos, anfibios y reptiles

Cuadro No. 12. Especies de insectos, anfibios y reptiles del cantón Penipe.

N. VULGAR	N. CIENTÍFICO	FAMILIA	ORDEN
Sapo	Osteocephalus spp.	HYLIDAE	ANURA
Rana común	Hyla spp.	ANURA	ANURA
Lagartija común	Anolis spp.	TEIIDAE	SAURIA
Mariposas		NINFALIDAE	
Catosh		COLEOPTEROS	

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

4) Peces

Cuadro No. 13. Peces del cantón Penipe.

N	NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO
1	Trucha arco iris	Salmo gairdneri

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

c. Zonas de vida

Las zonas de vida del cantón Penipe pertenecen a las categorías bosque seco montano bajo (en su límite más alto) y bosque húmedo montano bajo (2.600 a 3.400 m.s.n.m.) en el sector occidental del cantón. En el sector oriental pertenecen a las categorías bosque muy húmedo montano, páramo pluvial subalpino (sobre los 3.400 m.s.n.m.) y el bosque pluvial montano.

De acuerdo a los pisos de altitud se localizan los siguientes cultivos: hasta los 3.000 m.s.n.m. se cultiva maíz, leguminosas y frutales; sobre los 3.000 m.s.n.m. papas y pastos. La estructura agraria va desde el estrato minifundista (valle del Chambo y zona maicera) a las medianas propiedades de más de 20 Has sobre los 3.000 m.s.n.m.

d. Peligros y riesgos

El 9 febrero de 1984, mediante el decreto legislativo, el entonces presidente Oswaldo Hurtado, declara la cantonización de Penipe. Desde entonces emprende un cambio significativo de crecimiento en su economía local, que se vio alterada desde octubre de 1999 por el reinicio de la actividad eruptiva del volcán Tungurahua que cesa la producción agrícola,

provoca la muerte de especies mayores y menores, destruye un importante tramo de la carretera Penipe-Baños, quedando como única vía de comunicación la carretera a Riobamba.

Debido a que riesgo iba incrementando las autoridades toman medidas de prevención, deciden aislar las zonas afectadas, además realizar la evacuación y reasentamiento de cientos de familia de Penipe. La situación que mas afectó es el cierre de la vía Riobamba-Baños, impidiendo la movilización tanto de la población como de producción agrícola a la provincia de Tungurahua.

Por otro lado la evacuación de los habitantes de las principales zonas de riesgo por tiempo indefinido ocasionó el deterioro de la economía local. La acción gubernamental de impedir el acceso de los pobladores a sus tierras después de la primera erupción del Tungurahua, llevó a que muchos campesinos abandonen de forma definitiva la zona.

En julio y agosto de 2006 el Tungurahua nuevamente inicia su actividad eruptiva destruyendo las poblaciones de Bilbao, Puela y Palitahua, además causa pérdidas materiales y humanas, también queda completamente inhabilitada la vía Penipe-Baños. Las erupciones arrojan gran cantidad de ceniza lo cual afecta totalmente a los cultivos.

El 28 de mayo de 2010 se presencia otra erupción del volcán Tungurahua la misma que asciende hasta alerta naranja, pero no se registra mayor daño ya que la población se ha acostumbrado a vivir con estos permanentes sucesos. Según los vulcanólogos se pueden esperar a corto plazo nuevas erupciones de magnitud, por lo cual la población se encuentra a la expectativa de lo que pueda suceder.

6. Ámbito turístico

a. Oferta

1) Planta turística

En cuanto a la planta turística, Penipe cuenta con sitios de alimentación, hospedaje, transporte y algunas de esparcimiento, los mismos que se inventariaron para complementar el catastro del MINTUR.

Cuadro No. 14. Servicio de hospedaje del cantón Penipe

PLANTA TURISTICA DEL CANTÓN PENIPE					
CATEGORÍA: HOSPEDAJE					
TIPO	NOMBRE	SERVICIOS ADICIONALES	PRECIO	CAPACIDAD	UBICACIÓN
HOSTERÍA	LA CHASCONA	Alimentación Esparcimiento	\$12,00 pax c/noche	40 pax	Puela
	OJO DEL FANTASMA	Alimentación Esparcimiento Terapias medicinales Caminatas	-	30 pax	El Tambo (Capil)
CABAÑA	RELECHE	Alimentación Guianza Movilización en mulares	\$12,00 pax c/noche	40 pax	Releche (La Candelaria)
REFUGIO	CAPAC URCU	Campamentos Guianza Movilización en mulares	\$12,00 pax c/noche	21 pax	Valle de Collanes (PNS)
ALBERGUE	SIN NOMBRE	-	\$1,00	15 pax	Curiquingue (El Altar)

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 15. Servicio de Alimentación del cantón Penipe

PLANTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PENIPE					
CATEGORÍA: ALIMENTACIÓN					
TIPO	NOMBRE	ESPECIALIDAD	PRECIO	CAPACIDAD	UBICACIÓN
RESTAURANTE	LA ESTANCIA DE MAMI LAURI	Tortillas de maíz hechas en piedra	Desde \$1,50 hasta \$3,00	48 pax	Penipe
	KATITA		Almuerzos y meriendas a \$1,50	40 pax	Penipe
	EL FOGÓN DE LOS ABUELOS	Trucha asada	Desde \$1,25	40 pax	Matus
	PARADERO DE CUYES DOÑA CUTY	Cuy asado con papas	Desde \$1,50 hasta \$5,00	32 pax	Puela
COMEDOR TÍPICO	PARADERO EL SABOR DE LA PIEDRA	Tortillas de maíz hechas en piedra	Desde \$1,00 hasta \$3,00	32 pax	Penipe
	REFUGIO DEL VOLCÁN TUNGURAHUA	Tortillas de maíz hechas en piedra	Desde \$1 hasta \$3,00	20 pax	Penipe
	RINCÓN PENIPEÑO	Hornado	Desde \$1 hasta \$3,00	20 pax	Penipe
	SIN NOMBRE	Tortillas de maíz hechas en piedra	\$1,00 y \$2,00	16 pax	Penipe
	SIN NOMBRE	Fritada	\$1,00	15 pax	Penipe
	SIN NOMBRE	Tortillas de maíz hechas en piedra	\$1,00	5 bancas	Penipe
	SIN NOMBRE	Tortillas de papa	\$1,50	1 banca	Penipe
KIOSCO	DON CALDO	Mollejas asadas	\$1,00	4 pax	Penipe

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 16. Servicio de esparcimiento del cantón Penipe

PLANTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PENIPE						
CATEGORÍA: ESPARCIMIENTO						
TIPO	SUBTIPO	NOMBRE	SERVICIOS ADICIONALES	PRECIO	CAPACIDAD	UBICACIÓN
ESPECTÁCULOS PÚBLICOS	PLAZA DE TOROS	SAN FRANCISCO	–	Depende del evento	1 000 pax	Penipe
		VIRGEN DE LA CANDELARIA	–	Depende del evento	900 pax	La Candelaria
INSTALACIONES DEPORTIVAS	ESTADIO	SIN NOMBRE	–	Gratuito	150 pax	Bayushig Calshi Penicucho Candelaria
	BALNEARIO	EL CEDRAL	Restaurante Sauna Turco Hidromasaje	Adultos \$2,00 Niños \$1,50	40 pax	Penipe

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 17. Servicio de transporte del cantón Penipe

PLANTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PENIPE			
CATEGORÍA: TRANSPORTE			
COOPERATIVA	PARTIDA	DESTINO	HORARIO
COOPERATIVA BAYUSHIG	Riobamba	Penipe	6 h 35
		Nabuzo La Candelaria Releche	16 h 05
COOPERATIVA BAYUSHIG	Penipe	Nabuzo La Candelaria Releche	12 h 15
COOPERATIVA BAYUSHIG	Riobamba	Penipe Bayushig Matus Calshi Utuñag	Desde 6 h 20 Hasta 18 h 20 Frecuencias de 1 h
COOPERATIVA BAYUSHIG	Riobamba	Penipe – El Altar Palictahua – El Altar Puela – Manzano Puela – Pungal de Puela	Desde 6 h 05 Hasta 17 h 05 Frecuencias de 1 h
COOPERATIVA DE TRANSPORTES SANGAY	Riobamba	Penipe – El Altar Calshi – Matus	6 h 40 11 h 15 16 h 40

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

2) Inventario de atractivos turísticos (Anexo No. 02)

a) Inventario de atractivos turísticos naturales.

Atractivo N ° 1

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Verónica Erazo.

1.2 Ficha N° 001

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre

1.4 Fecha: 17/04/2010

1.5 Nombre del Atractivo: LAGUNA EL NARANJAL

1.6 Categoría Sitio Natural

1.7 Tipo: Ambiente Lacustre

1.8 Subtipo: Laguna

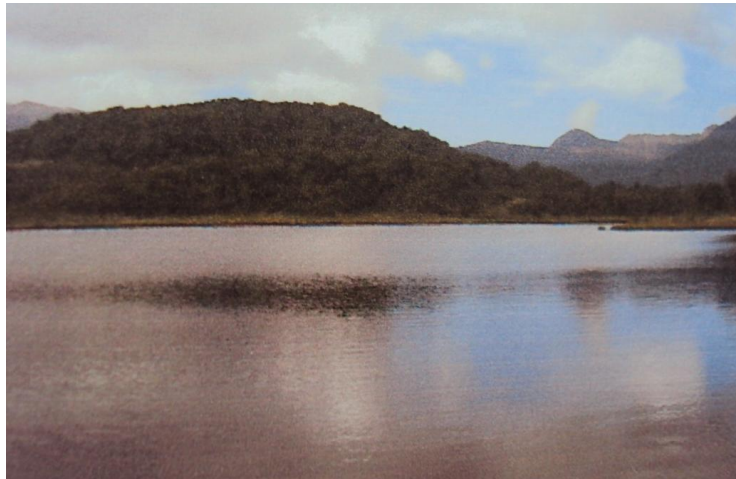


Foto N.1 Vista panorámica de la Laguna El Naranjal. Por: Verónica Erazo.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Penipe

2.3 Parroquia: El Altar

2.4 Latitud: 982832N

2.5 Longitud: 789989E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Matriz (Penipe)

3.2 Distancia: 7 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3.223 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 10° a 12° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 – 1.000 mm anuales

4.4 Ubicación del Atractivo.

El atractivo se encuentra ubicado a 7 Km de la cabecera cantonal, se toma la vía de tercer orden.

4.5 Descripción del atractivo.

En esta laguna se puede apreciar un hermoso paisaje, su agua proviene de las entrañas de la tierra es un ojo de agua que mide alrededor de 0,6 km de diámetro; es un agua transparente, cristalina no posee turbidez, además muy fría pues es característico del páramo.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Alrededor de la laguna podemos encontrar especies de flora como: arquitecto, arrayan, dictamo real, romerillo, espino pujan, polylepis, quishuar, sacha capulí, yurac sacha.

En especies de fauna están: pequeños anfibios, los cuales sirven de alimento a los patos silvestres, patillos, en sus aguas se reproducen espontáneamente truchas arco iris y aves que habitan la Laguna como: el cóndor, golondrinas, pavas de monte, el predicador. También podemos encontrar otras especies como: cervicabras, conejo de páramo, lobos de páramo, venados, dantas; hay presencia de coleópteros, lepidópteros y homópteros.

Podemos apreciar otro tipo de vegetación como: el páramo arbustivo donde sobresalen especies epifitas musgos y arbustos pequeños de hojas coriáceas; páramo muy húmedo donde predominan las almohadillas y el páramo de pajonal.

4.7 Permisos y Restricciones.

Existe restricción para acceder a ella ya que forma parte del Parque Nacional Sangay, se permiten pasear y tomar fotografía siempre y cuando sea respetándola, ósea no causando mayor impacto en ella.

4.8 Usos:

4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad la laguna es aprovechada por visitas ocasionales para la pesca.

4.8.2 Usos Potenciales

Práctica de deportes acuáticos como paseo en bote, pesca deportiva, trekking, camping, observación de flora y fauna, fotografía.

4.8.3 Necesidades turísticas

- Planificación del espacio en cuanto al sector turístico.
- Señalización turística.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

- Ingresos económicos para la población cercana al atractivo.
- Dotación de servicios básicos como alcantarillado, red telefónica.

4.9.2 Impactos negativos

- Alteración del entorno

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

Es un lugar en el que no se han desarrollado las actividades humanas.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas:

No ha sido intervenido con actividades humanas debido a que es una zona protegida, perteneciente al Parque Nacional Sangay.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías: Regular

7.5 Frecuencias: Eventual

7.2 Subtipo: Vía de segundo y tercer orden.

7.4 Transporte: se puede llegar en bus hasta la comunidad de Utuñag, y luego una caminata.

7.6 Temporalidad de acceso:

Todo el año

7.7 Observaciones:

Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar ya que hay que hacerlo alrededor de 6 horas, así como también gorra y bloqueador solar.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Carece de Infraestructura turística, existe servicio de alimentación pero en la cabecera cantonal, siendo muy distante del lugar.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No posee

9.2 Energía Eléctrica: No posee

9.3 Alcantarillado: No posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Río siete vueltas

10.2 Distancia:

- 0.7 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: local y cantonal

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	10
	b) Cantonal	
	c) Provincial	
TOTAL		29

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Atractivo N ° 2

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Verónica Erazo.

1.2 Ficha N° 002

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre

1.4 Fecha: 17/04/2.010

1.5 Nombre del Atractivo: RIO EL NARANJAL

1.6 Categoría Sitio Natural

1.7 Tipo: Río

1.8 Subtipo: Rápidos o raudales



Foto 2. Vista panorámica del Río El Naranjal. Por: Verónica Erazo.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Penipe

2.3 Parroquia: El Altar

2.4 Latitud: 982874N

2.5 Longitud: 789099E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Penipe

3.2 Distancia: 6 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 2.721 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 10° - 12° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 – 1.000 mm anuales

4.4 Ubicación del Atractivo.

El atractivo se encuentra ubicado a 6 km del cantón Penipe.

4.5 Descripción del atractivo.

El Río Naranjal se origina en la unión de los ríos Siete Vueltas y Culebreado, así también en los pequeños riachuelos que bajan de los cerros negros. Mide aproximadamente 15 m de ancho en la época de verano, pero en la época de invierno aumenta su caudal midiendo alrededor de 20 m, igualmente el nivel de agua sube notablemente.

Su agua es cristalina, transparente, fría obviamente ya que la temperatura del lugar es baja, se torna un tanto turbio en invierno ya que el agua proviene los pantanos así como por los senderos existentes.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En su entorno existen formaciones vegetales características del páramo húmedo, arbustivo, de pajonal y predomina el bosque húmedo montano.

Sobresalen especies arbóreas como: cedro, quishuar, polylepis, sacha capulí; arbustos como romerillo, zagaleja.

En cuanto a fauna existe: sacha cuy, chiva de monte, venado, tigrillo; en aves podemos encontrar: colibrí, pava de monte, mirlo, quilico, paloma, a veces patos silvestres. En estas aguas se puede encontrar truchas arco iris.

4.7 Permisos y Restricciones.

Existe restricción para acceder a ella ya que forma parte del Parque Nacional Sangay, se permiten pasear y tomar fotografía siempre y cuando sea respetándola, ósea no causando mayor impacto en ella.

4.8 Usos:

4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad la laguna es aprovechada por visitantes para la pesca.

4.8.2 Usos Potenciales

Práctica de deportes acuáticos como paseo en bote, pesca deportiva, trekking, camping, observación de flora y fauna, fotografía.

4.8.3 Necesidades turísticas

- Planificación del espacio en cuanto al sector turístico.
- Servicios turísticos
- Señalización turística
- Información turística

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

- Ingresos económicos para la población.
- Dotación de servicios básicos como alcantarillado, red telefónica.

4.9.2 Impactos negativos

- Alteración del entorno
- Distanciamiento de fauna, especialmente de aquella asociada con el atractivo.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas: No existe intervención humana

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas: Es parte del Parque Nacional Sangay por lo tanto es protegido.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías: Regular

7.5 Frecuencias: Eventual.

7.2 Subtipo: Vía de segundo y tercer orden

7.4 Transporte: Se puede llegar en bus y luego caminando

7.6 Temporalidad de acceso:

Todo el año

7.7 Observaciones:

Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

No las posee, pues está bastante distante y es necesario llevar provisiones.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Potable: No posee

9.2 Energía Eléctrica: No posee

9.3 Alcantarillado: No posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Laguna Negra

10.2 Distancia:

- 2 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: local y cantonal

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	12
	b) Cantonal	
	c) Provincial	
TOTAL		28

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Atractivo N ° 3

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Verónica Erazo.

1.2 Ficha N° 003

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre

1.4 Fecha: 17/04/2.010

1.5 Nombre del Atractivo: LAGUNA CUNDUR O LAGUNA NEGRA

1.6 Categoría Sitio Natural

1.7 Tipo: Ambiente Lacustre

1.8 Subtipo: Laguna



Foto N.3 Vista panorámica de la Laguna Negra. Por: Verónica Erazo.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Penipe

2.3 Parroquia: El Altar

2.4 Latitud: 982823N

2.5 Longitud: 785345E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Penipe

3.2 Distancia: 5 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3.180 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 10 ° - 12 ° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 – 1.000 mm anuales

4.4 Ubicación del Atractivo.

El atractivo se encuentra ubicado a 5 Km de la cabecera cantonal.

4.5 Descripción del atractivo.

La presencia de neblina es característica de esta zona, su agua es muy fría, haciendo honor a su nombre es negra, mide aproximadamente 1,4 km de diámetro.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Las especies de flora que tiene son: arrayán, polylepis, sacha capulí, quishuar, espino pujin, arquitecta, romerillo. En su entorno encontramos formaciones vegetales como: páramo arbustivo

donde predominan las epífitas, musgos y arbustos de hojas coriáceas; páramo muy húmedo aquí sobresalen las almohadillas; y el páramo de pajonal, donde la presencia de neblina. Las especies de fauna son: patos silvestres, en los alrededores podemos ver dantas, venados, lobos de páramo, cervicabra, conejo de páramo; aves como golondrinas, cóndor, pavas de monte, el predicador.

4.7 Permisos y Restricciones.

Existe restricción para acceder a ella ya que forma parte del Parque Nacional Sangay, se permiten pasear y tomar fotografía siempre y cuando sea respetándola, ósea no causando mayor impacto en ella.

4.8 Usos:

4.8.1 Usos Actuales

- Es visitado para la pesca

4.8.2 Usos Potenciales

- Se puede realizar trekking, camping, observación de flora y fauna, tomar fotografías,

4.8.3 Necesidades turísticas

- Información turística
- Accesibilidad

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

- Dinamización de la economía local.

4.9.2 Impactos negativos

- Alteración en el entorno.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas: Forma parte del Parque Nacional Sangay

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas: Forma parte del Parque Nacional Sangay

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías: Regular

7.5 Frecuencias: Eventual.

7.7 Observaciones:

Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra para mantener el calor corporal.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

No existen

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No posee

7.2 Subtipo: Vía de segundo orden

7.4 Transporte: Se puede llegar en bus y posteriormente caminando

7.6 Temporalidad de acceso:

Todo el año

9.2 Energía Eléctrica: No posee

9.3 Alcantarillado: No posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Río Siete Vueltas

10.2 Distancia:

- 1 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: local y cantonal

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	11
	b) Cantonal	
	c) Provincial	
TOTAL		28

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Atractivo N ° 4

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Verónica Erazo.

1.2 Ficha N° 004

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre

1.4 Fecha: 17/04/2010

1.5 Nombre del Atractivo: RÍO CHORRERAS

1.6 Categoría Sitio Natural

1.7 Tipo: Río

1.8 Subtipo: Rápidos y Raudales



Foto N.4 Vista panorámica del Rio Chorreras. Por: Verónica Erazo.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Penipe

2.3 Parroquia: El Altar

2.4 Latitud: 982567N

2.5 Longitud: 788993E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Penipe

3.2 Distancia: 4 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3.183 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 10 ° - 12 ° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 -1.000 mm anuales

4.4 Ubicación del Atractivo.

El atractivo se encuentra ubicado a 4 Km de la cabecera cantonal.

4.5 Descripción del atractivo.

Mide aproximadamente de 10 m, pero su caudal aumenta o disminuye de acuerdo a la época. Su agua es cristalina, transparente, originaria de los Cerros Los Cubillines de La Candelaria a 4.310 m.s.n.m.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

La vegetación que prevalece es la arbórea como los musgos, cedro, quishuar, canelo, pumamaqui; la vegetación arbustiva es escasa.

La fauna existente es: ardilla, sachacuy, cuchucho, raposa, y aves como: colibrí, mirlo, pava de monte, quilico, paloma; también está presente la trucha arco iris.

4.7 Permisos y Restricciones.

Existe restricción para acceder a ella ya que forma parte del Parque Nacional Sangay, se permiten pasear y tomar fotografía siempre y cuando sea respetándola, ósea no causando mayor impacto en ella.

4.8 Usos:

4.8.1 Usos Actuales

- Sitio para la pesca deportiva.

4.8.2 Usos Potenciales

- Pesca deportiva, observación de flora y fauna, trekkign, camping.

4.8.3 Necesidades turísticas

- Señalización turística

- Información turística

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

- Alternativas de trabajo para la población local

4.9.2 Impactos negativos

- Alteración del ecosistema.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas: Es parte del Parque Nacional Sangay

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas: Es parte del Parque Nacional Sangay

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías: Regular

7.5 Frecuencias: Eventualmente.

7.7 Observaciones:

Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra para mantener el calor corporal.

7.2 Subtipo: Vía de segundo orden

7.4 Transporte: Se puede llegar en bus para luego continuar en una caminata.

7.6 Temporalidad de acceso:

Todo el año

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

No existen.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No posee

9.2 Energía Eléctrica: No posee

9.3 Alcantarillado: No posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Río Siete Vueltas

10.2 Distancia:

- 0,7 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: local y cantonal

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	12
	b) Cantonal	
	c) Provincial	
TOTAL		28

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Atractivo N ° 5

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Verónica Erazo.

1.2 Ficha N° 005

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre

1.4 Fecha: 17/04/2.010

1.5 Nombre del Atractivo: RIO SIETE VUELTAS

1.6 Categoría Sitio Natural

1.7 Tipo: Río

1.8 Subtipo: Rápidos y Raudales



Foto N.5 Vista panorámica del Rio Siete Vueltas. Por: Verónica Erazo.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Penipe

2.3 Parroquia: El Altar

2.4 Latitud: 982307N

2.5 Longitud: 789805E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Penipe

3.2 Distancia: 3 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3.263 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 10° - 12° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 - 700 mm anuales

4.4 Ubicación del Atractivo.

El atractivo se encuentra ubicado a 3 Km del centro del cantón Penipe.

4.5 Descripción del atractivo.

Se origina a partir del río Ventanas y Blanquillo, mide aproximadamente de 10 a 12 m pero en la época de invierno el caudal crece notablemente. Su agua es cristalina, transparente.

Ha tomado el nombre “Siete Vueltas”, debido a que su cauce forma siete grandes giros en los cuales se forman pequeños remolinos. Antiguamente era visitado por lavadores de oro ya que se creía que tenía gran riqueza aurífera.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Cuenta con especies de flora como: helechos gigantes, especies arbóreas como: polylepis, quishuar, canelo, pumamaqui y vegetación arbustiva.

Y especies de fauna: guanta, venado, lobo, tigrillo; y aves como: colibrí, mirlo, pava de monte, quilico y ocasionalmente se puede observar patos de agua. También existe la presencia de trucha arco iris.

4.7 Permisos y Restricciones.

Existe restricción para acceder a ella ya que forma parte del Parque Nacional Sangay, se permiten pasear y tomar fotografía siempre y cuando sea respetándola, ósea no causando mayor impacto en ella.

4.8 Usos:

4.8.1 Usos Actuales

- Actualmente se realiza la pesca.

4.8.2 Usos Potenciales

- Se puede realizar actividades como: pesca deportiva, camping, treeking, observación de flora y fauna, toma de fotografías, avistamiento de aves silvestres existentes en la zona.

4.8.3 Necesidades turísticas

- Información turística
- Diseño técnico de senderos
- Señalización

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

- Apoyo para la economía local
- Fuentes de trabajo

4.9.2 Impactos negativos

- Alteración del entorno como pisoteo de la cobertura vegetal y daño en el hábitat de las especies endémicas.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas: No ha intervenido actividad humana

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas: Forma parte del Parque Nacional Sangay

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Vía de segundo orden

7.3 Estado de Vías: Bueno

7.4 Transporte: En bus y luego caminando

7.5 Frecuencias: Eventual.

7.6 Temporalidad de acceso:

Todo el año

7.7 Observaciones:

Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

No posee

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No posee

9.2 Energía Eléctrica: No posee

9.3 Alcantarillado: No posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Laguna Negra

10.2 Distancia:

- 1 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: local y cantonal

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	12
	b) Cantonal	
	c) Provincial	
TOTAL		30

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

b) Inventario de atractivos turísticos culturales.

i. Formas de vida

• Arquitectura

Antiguamente las viviendas eran hechas con material proporcionado por la naturaleza, pero dependiendo de la posibilidad económica se podía utilizar distintos materiales. Estas edificaciones antiguas eran de barro: adobe, tapial, bahareque, terrocemento, estas eran muy resistentes, pequeñas, generalmente de forma rectangular de un solo cuarto que servía de dormitorio, cocina y bodega donde se guardaba las herramientas.

Las casas estaban construidas básicamente la pared de muralla (tierra y agua bien pisoteada) o adobe, pilares de madera amarrados con soguilla, en la parte superior se colocaban vigas y sobre ellas madera, chaguarqueros y estera de carrizo (chagllas) formando el tumbado o soberado que servía para guardar los granos, la cubierta de la casa era de paja de trigo o de sigse. El piso era de tierra y las ventanas muy pequeñas, en algunas casas no existían.

También había construcciones de piedra con el techo de teja, pero a medida que paso el tiempo diversas técnicas fueron reemplazadas (adobe, tapial, bahareque, terrocemento) por el ladrillo o bloque.

Actualmente se evidencia a nivel de todo el cantón, construcciones mixtas de: adobe, madera, piedra, ladrillo, bloque, con techos de eternit, teja, zinc y de hormigón armado. El tamaño y diseño dependen de las necesidades del constructor.

• Vestimenta

Por cuanto toda la población de Penipe es mestiza, su vestimenta es típica de la zona andina, habitualmente el varón utiliza zapatos negros o botas de caucho (para el trabajo), pantalón de tela, camiseta, suéter o chompa y sombrero negro. La mujer utiliza zapatos o botas de caucho, pantalón de tela o algodón, blusa, suéter, chalina y sombrero.

- **Gastronomía**

La base alimenticia de la parroquia el Altar son los granos. En semana Santa se realiza fanesca y en finados colada morada. Entre la comida tradicional se destaca:

- Colada de harina de maíz, frejol y habilla
- Pan de trigo
- Mote
- Papas con cuy
- Cuy asado
- Caldo de gallina
- Borrego asado
- Trucha (en sopa, ahumada, frita, asada)

ii. Tradiciones

- **Los matrimonios**

Actualmente contraer matrimonio como lo denominan los pobladores es normal, la pareja se empieza a conocer, se siguen frecuentando y si llegan a comprenderse deciden por mutuo acuerdo unir sus vidas primero en el registro civil y luego por la iglesia para que su matrimonio sea bendecido por Dios.

- **Los bautizos**

Los bautizos se realizan generalmente en la etapa de la infancia, los padres buscan conocidos para que apadrinen al niño/a, pero esta persona tiene que ser una persona responsable para que guíe a su ahijado por “buenos caminos”. Una vez celebrada la eucaristía, los nuevos compadres van a la casa a celebrar con una fiesta. Los padrinos por lo general ayudan con los gastos y también son los encargados de entregar los recuerdos al final de la fiesta.

iii. Creencias

- **Los cultivos**

Para cultivar la tierra se prepara el suelo y se lo abona con el estiércol de los animales, se remueve la tierra con azadón o yunta; cuando está listo el terreno se siembra cebolla, trigo, quinua, maíz, habilla, arveja, papas, cebada, melloco, grandes huertas de tomate de árbol y no podía faltar los arboles de claudias, manzanas, peras; también la creencia es que el día de la siembra no se debe comer carne de puerco sino colada de fréjol con cuy.

En la zona alta, la presencia de pastizales ha permitido el crecimiento de la actividad ganadera. Actualmente son escasos los agricultores que siguen el calendario lunar para realizar sus siembras, se ha reemplazado el arado con bueyes por el tractor y se utilizan productos químicos para mejorar la producción de cebolla sus productos, los mismos que son vendidos en el mercado de la ciudad de Riobamba.

- **Las cosechas**

Para las cosechas se reza en agradecimiento a Dios por los productos a cosechar, para todos los trabajadores se preparaba comida (sopa, arroz/papas y fresco), permitiéndoles al final de la jornada guanllar un poco de lo que se había cosechado.

iv. Festividades

Cuadro No. 18. Calendario festivo anual de la parroquia El Altar

FECHA	FESTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Enero 1	Año nuevo	Se realiza una reunión familiar en agradecimiento por un año más de vida, se prepara comida.
Febrero	Carnaval	A nivel parroquial se: realiza un baile, juegos populares, juegos deportivos y además se juega con agua, polvo y se reúne la familia. En Utuñag, se honra a la Virgen de Balbanera.
Abril	Semana Santa	Preparan fanesca en familia, participan de la misa y procesión.
	Fiesta a la Dolorosa	Se realiza misa y chamizas.
Mayo	Día de la Madre	Se realiza reunión familiar.
Junio 28 – 29	San Pedro y San Pablo	Misa, chamiza, banda de músicos y la verbena popular.
Julio	Santa Anita	Misa y chamiza.
Agosto	Santa Rosa	Misa y comida familiar.
Septiembre	La Virgen de la Dolorosa (10)	Misa en honor a la virgen.
	San Miguel (29)	Se nombra priostes que preparan juegos deportivos, vísperas con juegos pirotécnicos música, bebida, toros y el día de la fiesta preparan la misa, y el segundo día de toros, con música, comida y bebida.
Noviembre 2	Finados	Visitan el cementerio general, van a misa, rezan y colocan flores en las tumbas de sus seres queridos. Preparan colada morada y guaguas de pan en familia.
Diciembre	Navidad (25)	Realizan pases del Niño y la misa el honor al niño Jesús.
	Fin de año (31)	Disfrutan de la verbena popular y queman al año viejo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

v. Trabajos comunitarios

- **La Minga**

La junta parroquial es la encargada de organizar este tipo de actividad, involucrando a todos los habitantes para el desarrollo de su parroquia, permitiendo que esta tenga más obras.

vi. Cura de enfermedades

Las enfermedades leves como pequeños resfríos, dolores de estómago, de cabeza, fiebre, mal aire, se curan en la propia casa con aguas medicinales y remedios caseros, también se realizan limpias que por lo general hace la madre para sacar el mal aire con cuy, huevo, ají, ruda, cigarrillo, colonia, trago, canela y santa maría.

Las enfermedades más graves como dolores más fuertes, enfermedades crónicas se las trata a través de doctores en Riobamba y si el caso es más serio acuden al hospital o clínicas.

vii. Religión

En cuanto a la creencia en Dios, en la parroquia el Altar predomina el catolicismo, pero se manifiesta un pequeño número de evangélicos.

Los atractivos detallados anteriormente pertenecen al área focal en estudio, pero anexo a esto se puede trabajar conjuntamente con el resto de atractivos turísticos del cantón Penipe y así ofrecer al turista varias alternativas según sus necesidades.

Cuadro No. 19. Resumen de los atractivos naturales y culturales

Nº	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
1	Rio Siete Vueltas	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos y Raudales	II
2	Rio Chorreras	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos y Raudales	II
3	Laguna Negra	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II
4	Rio Naranjal	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos y Raudales	II
5	Laguna El Naranjal	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II
6	Tortillas de maíz (piedra)	M. Culturales	Etnografía	Comidas Típicas	
7	Medicina natural	M. Culturales	Etnografía	Manifestaciones religiosas, creencias y tradiciones.	
8	Calendario folklórico	M. Culturales	Etnografía	Manifestaciones religiosas, creencias y tradiciones.	

Elaborado por: Verónica Erazo M.

3) Productos turísticos.

a) Definición de líneas de productos

Cada vez más, se van incorporando nuevas funciones y competencias al sector turístico, que busca innovar desde diversos ámbitos el desarrollo del cantón.

Actualmente el ecoturismo es una de las fuentes alternativas de desarrollo económico local, a más de ser la actividad más sustentable generadora de ingresos que ayuda a mejorar la calidad de vida de las poblaciones.

En el cantón Penipe existen las tres líneas de productos claves como: Ecoturismo-Turismo de Naturaleza y Turismo Cultural, cada una con sus respectivas variantes; ya que son las que más llenan las expectativas de los turistas y deberían ser una priorización por parte de sus gobernantes. Pero lastimosamente aún no han sido explotadas como deberían.

b) Definición de productos

El producto turístico es una propuesta de viaje estructurada desde los recursos, a esta se incorporan servicios como transporte, alojamiento, guías de viajes, entre otros.⁶ Cada producto debe reunir como requisito tres atributos fundamentales: atractivo, facilidades y accesibilidad.⁷

Pese al problema del volcán Tungurahua, existen zonas de menor riesgo que pueden ser aprovechadas para desarrollar productos turísticos, ya que las condiciones son inmejorables, en aquellas zonas orientales del cantón, que están al nororiente del volcán El Altar, a las que sólo se puede llegar por medio de una excursión y de esta manera se puede disfrutar del entorno paisajístico del cantón.

⁶ Chias, 2 003.

⁷ Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2 020.

- **Ecoturismo-Turismo de Naturaleza**

Parques Nacionales: Parque Nacional Sangay.

Observación de flora y fauna: especies autóctonas de flora y fauna (Curiquingue).

- **Turismo Cultural**

Gastronomía: Comida Típica (Tortillas de maíz hechas en piedra, trucha asada, cuy asado con papas, hornado).

Fiestas Populares: carnaval, año nuevo, fin de año, semana santa, fiesta a la Dolorosa, fiestas de San Pedro y San Pablo, finados.

b. Análisis situacional

1) Análisis FODA

Cuadro No. 20. Análisis FODA del cantón Penipe.

FACTORES INTERNOS (Controlables)	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• El 35% del territorio penipeño pertenece a la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay.• Cobertura de servicios básicos en un 90%.• Facilidad de acceso hasta todas las parroquias.• Principales vías de acceso en buen estado.• Educación y salud a niveles medianamente satisfactorio.	<ul style="list-style-type: none">• Falta de políticas gubernamentales para la concienciación con el medio ambiente.• Falta de organización tanto de la población como de las autoridades.• Incumplimiento del Plan de Desarrollo Local en la ejecución de proyectos, a nivel cantonal y parroquial.• Deficientes sistemas de riego.• Avance acelerado de la frontera agrícola.
FACTORES EXTERNOS (No Controlables)	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• El 20% de la población está impulsada a la producción agrícola-ganadera.• Apoyo permanente y calificado del MAGAP para la producción agrícola-ganadera.• Interés por parte del sector público y privado que desean invertir en proyectos locales.• Investigaciones constantes por estudiantes de instituciones como ESPOCH y UNACH.• Las parroquias: El Altar, Bayushig, Matus y La Candelaria tienen recursos propios para la ejecución de proyectos de desarrollo local.• Implementación de pequeñas industrias para: elaboración de cárnicos/queso, procesamiento de frutas.	<ul style="list-style-type: none">• Constante actividad eruptiva del volcán Tungurahua.• Condiciones climáticas muy variables.• Uso excesivo de pesticidas en la producción agrícola.• Presencia de robos en las zonas de riesgo al volcán Tungurahua.• Deterioro de la relación entre las autoridades y la población.• Altos precios en los insumos agropecuarios que encarecen la producción.• Manipulación partidista con intereses meramente personales distintos a las necesidades de la población.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 21. Análisis FODA en el sector turístico del cantón Penipe.

FACTORES INTERNOS-CONTROLABLES	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Sus habitantes se caracterizan por ser carismáticos y solidarios. • Gran potencial de atractivos turísticos naturales. • Presencia del Nevado Los Altares, conocido a nivel internacional. • Forma parte del Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad. • Variedad de microclimas, los mismos que dan paso a una gran biodiversidad. • Principales vías de acceso hacia el cantón en buen estado. • Personas nativas, capacitadas como guías y con su respectiva licencia. • Gastronomía típica de la zona constantemente. • Transporte a las distintas parroquias del cantón frecuentemente. • Ejecución del Proyecto Ecoturístico Integral Elvia Flores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incumplimiento del Plan de Desarrollo Local en la ejecución de proyectos, a nivel cantonal y parroquial. • Ausencia de equipo técnico para la planificación y ejecución de proyectos ecoturísticos. • Falta un centro de información turística donde los turistas puedan conocer acerca de que atractivos visitar. • Falta de organización de los habitantes y autoridades. • Dificultad de acceso a atractivos, debido a senderos en mal estado. • Ausencia de servicio de hospedaje, donde los visitantes puedan pernoctar. • Falta de higiene en el servicio de alimentación. • Escasez de centros de recreación y esparcimiento para visitantes. • Carencia de operadoras que promocionen paquetes alternativos.
FACTORES EXTERNOS-NO CONTROLABLES	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones públicas y privadas que desean invertir en proyectos donde la población local se involucre. • Afluencia permanente de turistas nacionales, especialmente en feriados. • Afluencia ocasional de turistas internacionales, para visitar el nevado El Altar. • Investigaciones permanentes por estudiantes de la ESPOCH, UNACH y UNIDEC. 	<ul style="list-style-type: none"> • La municipalidad del cantón Penipe carece de herramientas esenciales (inventarios, proyectos) para la planificación del desarrollo turístico. • Insuficiente participación del ministerio del ambiente y turismo. • Contaminación ambiental, a causa del mal manejo de desechos sólidos. • Pérdida de la identidad cultural. • Altos flujos migratorios, principalmente de jóvenes. • Desaparición de las pocas instalaciones turísticas afectadas por la actividad eruptiva del volcán.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

2) Análisis CPES.

Cuadro No. 22. Análisis CPES del cantón Penipe.

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> Falta de liderazgo. 	Desorganización de autoridades y moradores.	Desinterés de la población por el desarrollo de actividades alternativas.	<ul style="list-style-type: none"> Instruir a la población en liderazgo, concienciación y emprendimiento.
<ul style="list-style-type: none"> Descuido por parte de las autoridades en dotar servicios básicos a la población. 	Limitada cobertura de servicios básicos.	<ul style="list-style-type: none"> Incomunicación con las poblaciones aledañas (teléfono). Polución ambiental, insalubridad (alcantarillado). 	<ul style="list-style-type: none"> Insistir a las autoridades que cumplan con su compromiso, dando prioridad a los que más necesitan y pidiendo se asigne presupuesto para ello.
<ul style="list-style-type: none"> Estudios técnicos mal aplicados. 	Agua no apta para consumo humano e insuficiente.	<ul style="list-style-type: none"> Inadecuado proceso de potabilización. Afecciones estomacales. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión por parte de las autoridades para mejorar el servicio de agua potable.
<ul style="list-style-type: none"> Basura permanente en calles y terrenos deshabitados. Falta de apoyo de municipal en la preservación de recursos naturales. 	Polución ambiental, pesca incontrolada, tala de bosque protector.	<ul style="list-style-type: none"> Disipación de especies propias de este hábitat. Destrucción de bosques. Contaminación de ríos (pesca con dinamita). Mala imagen para turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> Concienciar acerca de la conservación de los recursos naturales. Promover un plan de educación ambiental para niños y jóvenes.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 23. Análisis CPES en el sector turístico del cantón Penipe.

CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN	PRIORIDAD
Desinterés por parte de las autoridades en fomentar el turismo.	Mínimo desarrollo turístico.	Paralización de la economía local.	Organización y Fortalecimiento Municipal en el Sector Turístico. Creación de la Unidad de Turismo, para el cantón Penipe. Plan de dinamización turística a nivel cantonal.	Alta
Falta de políticas públicas de seguridad para su desarrollo sostenible.	Inseguridad.	Desinterés de turistas por visitar los atractivos existentes.	Creación de medidas preventivas para mejorar la seguridad en el turismo.	Media
Desconocimiento de los recursos naturales y culturales existentes en la zona	Derroche del potencial turístico.	Limitado desarrollo de la actividad turística.	Elaborar una guía de atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia.	Media
Desconocimiento de los recursos naturales y culturales existentes en la zona	Insuficiente señalización turística.	Falta de orientación para llegar a los diferentes atractivos.	Plan de señalización turística para a nivel cantonal.	Alta
Falta de conocimiento de la población local sobre emprendimientos turísticos.	Carencia de infraestructura turística.	Escasas facilidades turísticas alternativas para turistas.	Implementación de proyectos ecoturísticos.	Alta
Desconocimiento de normas de manejo de alimentos.	Inadecuada manipulación de alimentos.	Mala calidad en manipulación de alimentos.	Plan de capacitación técnica para prestadores de servicios turísticos. (Prioritariamente en alimentación).	Media

Mal estado de senderos hacia atractivos.	Inaccesibilidad a atractivos.	Falta de interés por parte de turistas debido a la dificultad de acceso a los atractivos.	Elaboración de un estudio técnico para apertura y restauración de senderos, hacia diferentes atractivos existentes.	Alta
Inexistencia del inventario de atractivos turísticos del cantón.	Falta de difusión a nivel turístico.	Escaso conocimiento acerca de atractivos.	Plan de marketing turístico para el cantón.	Media
Falta de apoyo de municipal en la preservación de recursos naturales.	Polución ambiental, pesca incontrolada, tala de bosque protector.	Disipación de especies propias de su hábitat. Destrucción de bosques. Contaminación de ríos (pesca con dinamita). Mala imagen para turistas.	Concienciar acerca de la conservación de los recursos naturales. Promover un plan de educación ambiental para niños y jóvenes.	Alta
Pérdida de valores. Globalización.	Desvanecimiento de identidad cultural.	Acogimiento de formas de vida de la ciudad.	Efectuar un plan de revitalización cultural.	Media

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Universo

Para el universo de estudio se consideró a dos grupos como el segmento potencial de mercado al cual está enfocado este proyecto: a los habitantes de la Riobamba debido a la cercanía con el cantón Penipe, y los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Riobamba.

1). Turistas nacionales⁸

El primer segmento de mercado corresponde a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba, ya que está más cerca al cantón Penipe; que corresponde a 76.113 habitantes de la PEA.

2). Turistas Extranjeros⁹

Mientras que el segundo segmento de mercado lo constituyen los turistas extranjeros que llegan a la ciudad de Riobamba por la ruta turística del tren (2008), correspondiendo a 11.161 turistas extranjeros.

b. Muestra

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula estadística de Canavos, con los datos mencionados anteriormente.

La entrevista utilizada se la realizó en Riobamba a turistas extranjeros en la estación del tren.

⁸ INEC 2 001, Censo de población y vivienda del cantón Riobamba.

⁹ EFE, Empresa de Ferrocarriles del Ecuador.

1) **Cálculo de la muestra para turistas nacionales**

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

$$n = \frac{76\ 113 \times (0,5)(0,5)}{(76\ 113 - 1)\left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{19\ 028,25}{159,31}$$

$$n = 119$$

2) **Cálculo de la muestra para turistas extranjeros**

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

$$n = \frac{11\ 161 \times (0,5)(0,5)}{(11\ 161 - 1)\left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{2\ 790,25}{23,57}$$

$$n = 118$$

c. **Tabulación de encuestas (Anexo No. 03)**

Se tabuló las encuestas simultáneamente ya que fue el mismo cuestionario tanto para turistas nacionales como extranjeros.

1. Edad de los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 24. Edad de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
18 - 27	38	32%	23	19%
28 - 37	36	31%	44	37%
38 - 47	27	23%	29	25%
48 - 57	10	8%	13	11%
58 - 67	7	6%	9	8%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 01. Edad de turistas nacionales.

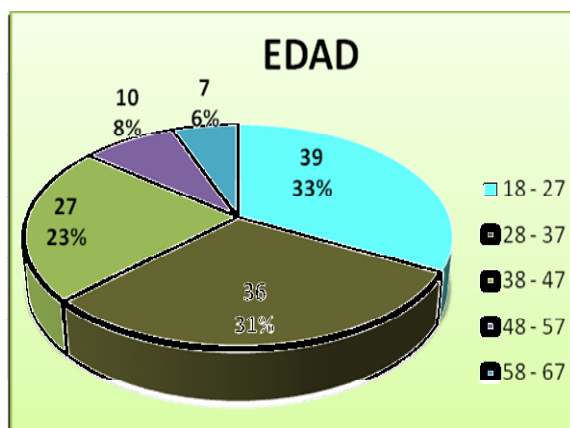
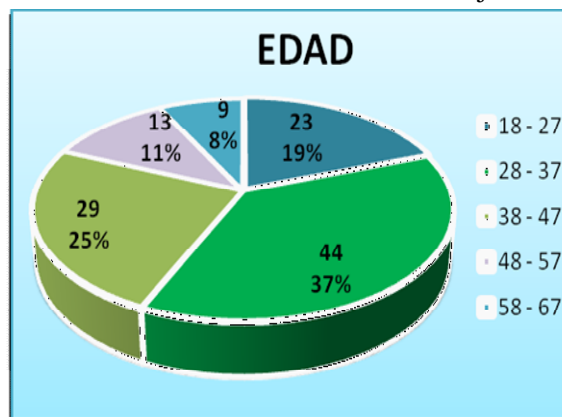


Gráfico No. 2. Edad de turistas extranjeros.



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

De acuerdo a las encuestas, los turistas nacionales que visitan la ciudad de Riobamba se encuentran en un rango de 18-27 que constituye el 34%, de 28-37 con el 29%, de 38-47 con el 23%, de 48-57 con el 8% y 58-67 con el 6%. Mientras que los turistas extranjeros que visitan por algún motivo la ciudad de Riobamba se encuentran en el rango 18-27 que constituye el 19%, 28-37 con el 37%, 38-47 con el 25%, 48-57 con el 11% y 58-67 con el 8%.

2. Género de los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 25. Género de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Masculino	71	60%	67	57%
Femenino	48	40%	51	43%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 03. Género de turistas nacionales

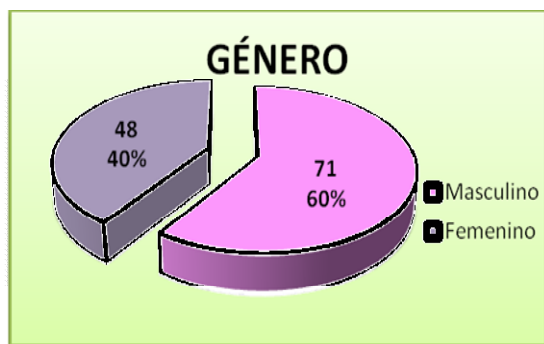
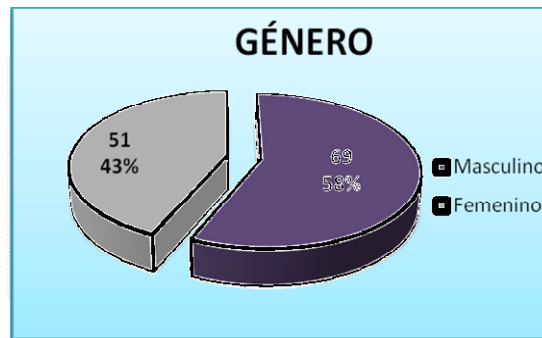


Gráfico No. 04. Género de turistas extranjeros.



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas
Elaborado por: Verónica Erazo M.

El género de los encuestados en cuanto a turistas nacionales es masculino en un 60% y femenino en un 40%; en turistas extranjeros es masculino en un 58% y femenino en un 43%.

3. Estado civil de los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 26. Estado civil de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Soltero	60	50%	69	58%
Casado	49	41%	23	19%
Divorciado	6	5%	17	14%
Viudo	4	3%	9	8%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas
Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 05. Estado civil de turistas nacionales.

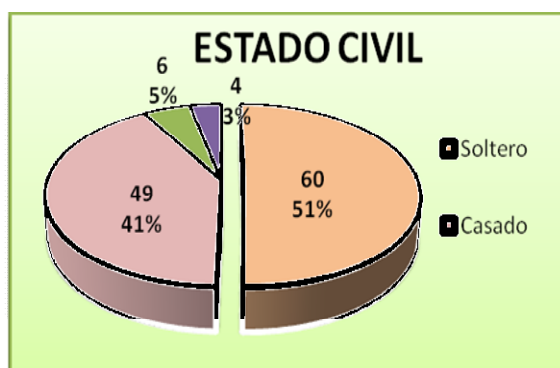
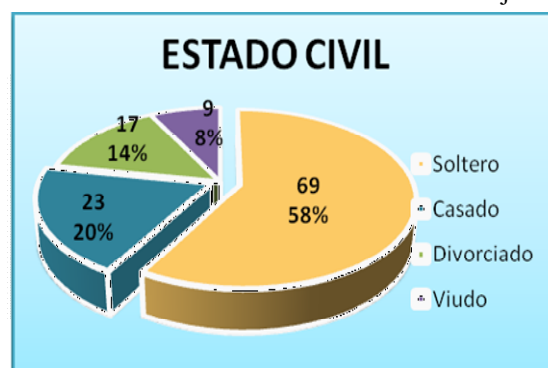


Gráfico No. 06. Estado civil de turistas extranjeros.



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas
Elaborado por: Verónica Erazo M.

El estado civil de los turistas nacionales es: solteros en un 51%, casados en un 41%, divorciados en un 5%, viudos en un 3%; y los turistas extranjeros son solteros en un 58%, casados en un 20%, divorciados en un 14% y viudos en un 8%.

4. Procedencia de los turistas nacionales y extranjeros.

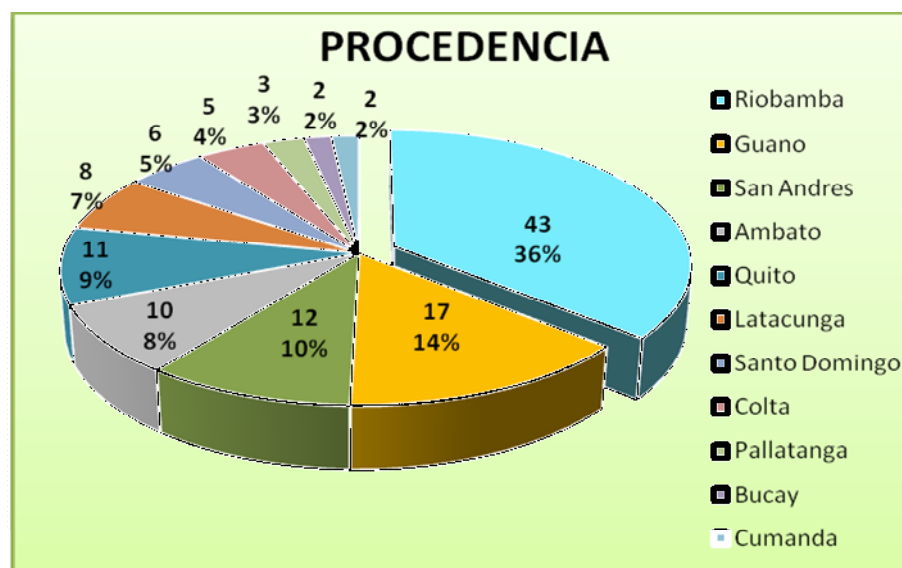
Cuadro No. 27. Procedencia de turistas nacionales.

Opción	Turistas Nacionales	
	Número	Porcentaje
Riobamba	43	36%
Guano	17	14%
San Andrés	12	10%
Ambato	10	8%
Quito	11	9%
Latacunga	8	7%
Santo Domingo	6	5%
Colta	5	4%
Pallatanga	3	3%
Bucay	2	2%
Cumandá	2	2%
Total	119	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 07. Procedencia de turistas nacionales.



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Los encuestados nacionales proceden de Riobamba en un 36%, Guano en un 14%, San Andrés en un 10%, Ambato en un 8%, Quito en un 9%, Latacunga en un 7%, Santo Domingo en un 5%, Colta en un 4%, Pallatanga en un 3%, Bucay en un 2%, Cumandá en un 2%.

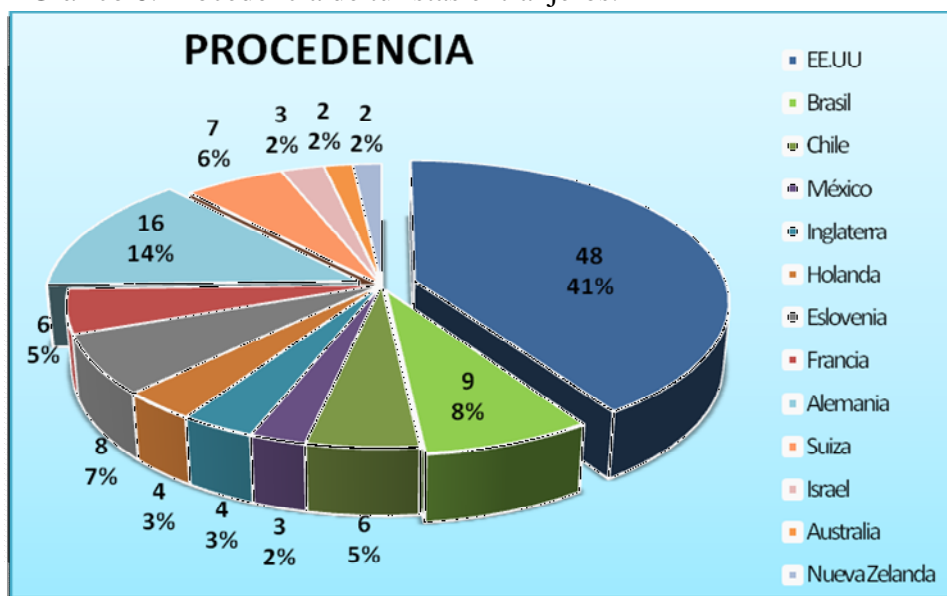
Cuadro No. 28. Procedencia de turistas extranjeros.

Opción	Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje
EE.UU	48	41%
Brasil	9	8%
Chile	6	5%
México	3	3%
Inglaterra	4	3%
Holanda	4	3%
Eslovenia	8	7%
Francia	6	5%
Alemania	16	14%
Suiza	7	6%
Israel	3	3%
Australia	2	2%
Nueva Zelanda	2	2%
Total	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico 8. Procedencia de turistas extranjeros.



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Los turistas extranjeros proceden de: EE.UU en un 41%, Brasil en un 8%, Chile en un 5%, México en un 3%, Inglaterra en un 3%, Holanda en un 3%, Eslovenia en un 7%, Francia en un 5%, Alemania en un 14%, Suiza en un 6%, Israel en un 3%, Australia en un 2%, Nueva Zelanda en un 2%.

5. Ocupación de los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 29. Ocupación de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Profesional	42	35%	60	51%
Estudiante	43	36%	38	32%
Otros	34	29%	20	17%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 09. Ocupación de turistas nacionales.

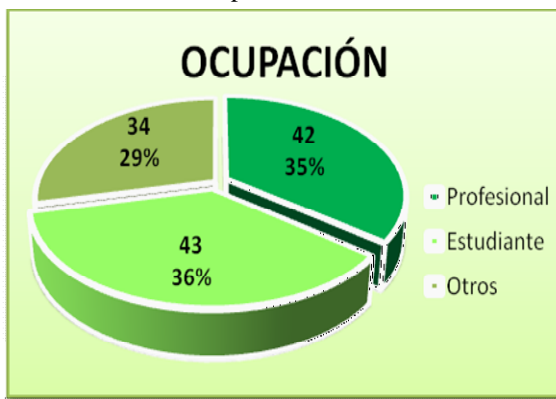
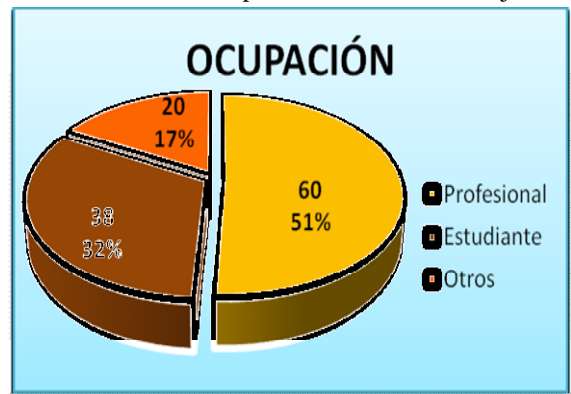


Gráfico No. 10. Ocupación de turistas extranjeros.



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

La ocupación de los turistas nacionales es: profesionales con un 35%, estudiantes un 36% y otros un 29%. Mientras que la ocupación de turistas extranjeros es profesionales con un 51%, estudiantes un 32% y otros un 17%.

6. Deseo por conocer la parroquia de los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 30. Deseo por conocer la parroquia El Altar, de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Sí	86	72%	107	91%
No	33	28%	11	9%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 11. Conocimiento de la parroquia de turistas nacionales.

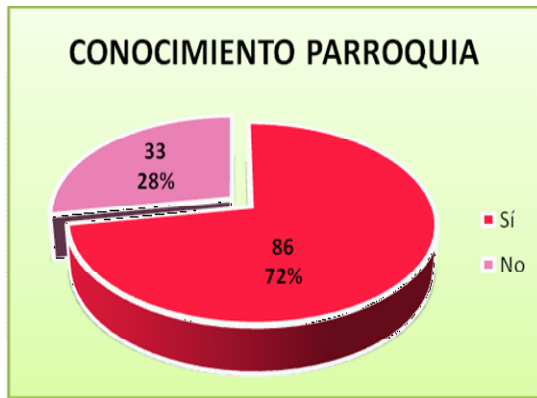
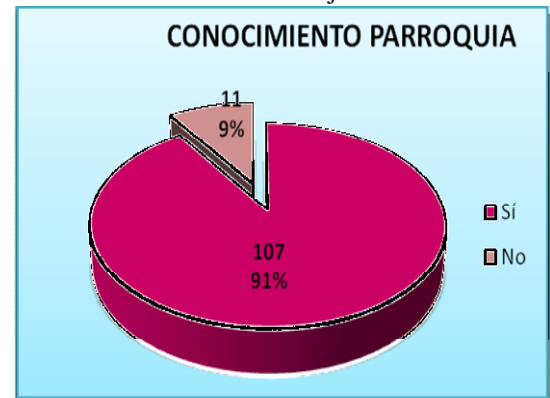


Gráfico No. 12. Conocimiento de la parroquia de turistas extranjeros.



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

En cuanto al porcentaje de turistas nacionales que desearían conocer la parroquia El Altar es 72% y el 28% no. El 91% de turistas extranjeros desearían conocer la parroquia el Altar y el 9% no.

7. Necesidad del proyecto de los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 31. Necesidad del proyecto de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Sí	88	74%	111	94%
No	31	26%	7	6%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 13. Necesidad del proyecto de turistas nacionales.



Gráfico No. 14. Necesidad del proyecto de turistas extranjeros.



El 74% de turistas nacionales cree necesaria la implementación de éste proyecto y el 26% no. Mientras que el 94% de turistas extranjeros cree que es necesaria la implementación de éste proyecto y un 6% no.

8. Motivo de viaje de turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No.32. Motivo de viaje de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Distracción	51	43%	84	71%
Negocios	24	20%	11	9%
Estudios	15	13%	10	8%
Otros	12	10%	8	7%
Visita familiar/amigo	17	14%	5	4%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 15. Motivo de viaje de turistas nacionales

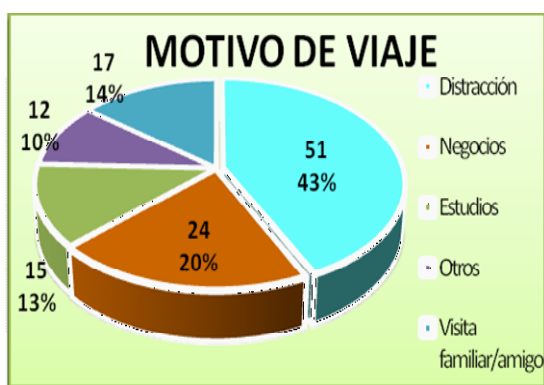
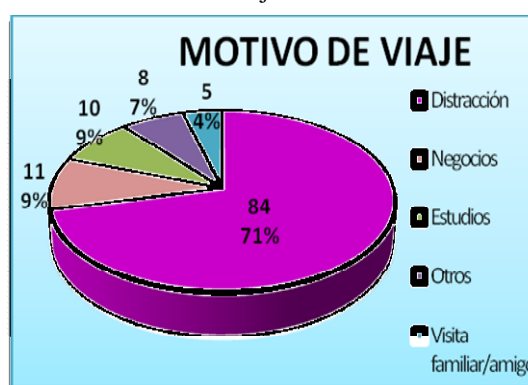


Gráfico No. 16. Motivo de viaje de turistas extranjeros



El motivo de viaje de turistas nacionales es: distracción en un 43%, negocios 20%, estudios 13%, otros 10% y visita a familiares o amigos 14%. En cuanto al motivo de viaje de turistas extranjeros es distracción en un 71%, negocios 9%, estudios 8%, otros 7% y visita a familiares o amigos 4%.

9. Compañía en viaje de turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 33. Compañía en viaje de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Amigos	44	37%	57	48%
Familia	45	38%	27	23%
Pareja	22	18%	20	17%
Otros	8	7%	14	12%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No.17. Compañía en viaje de turistas nacionales

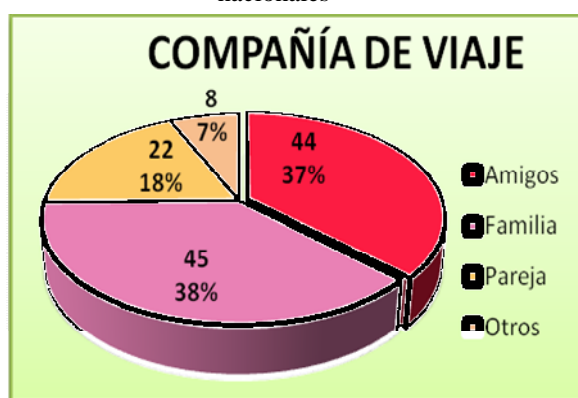
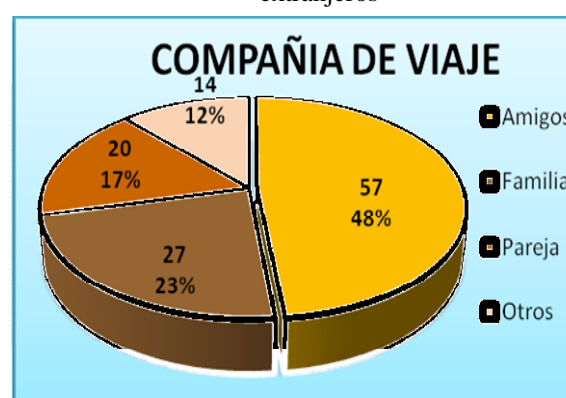


Gráfico No. 18. Compañía en viaje de turistas extranjeros



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Los turistas nacionales viajan con amigos un 37%, familia un 38%, pareja un 18% y otros 7%. Y los turistas extranjeros viajan con amigos un 48%, familia un 23%, pareja un 17% y otros un 12%.

10. Modalidades de turismo turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 34. Modalidad de turismo que prefieren turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Ecoturismo	44	37%	48	41%
Turismo de aventura	34	29%	34	29%
Turismo comunitario	25	21%	14	12%
Agroturismo	12	10%	10	8%
Turismo científico	1	1%	7	6%
Otros	3	3%	5	4%
Total	119	100%	118	100%

Gráfico No. 19. Modalidad de turismo que prefieren turistas nacionales.

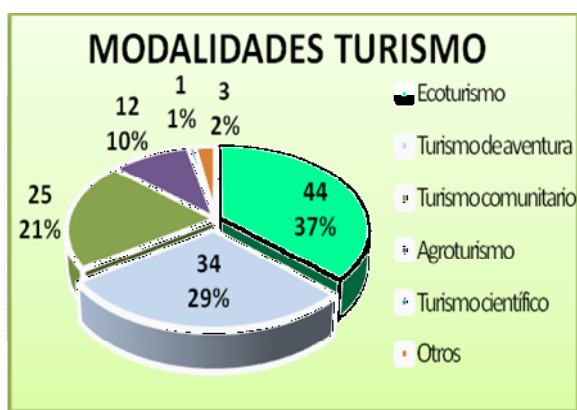
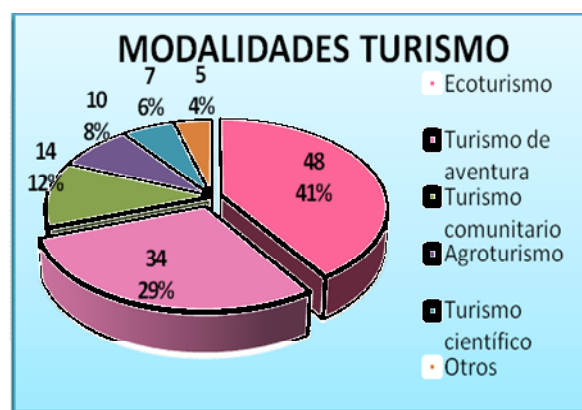


Gráfico No. 20. Modalidad de turismo que prefieren turistas extranjeros



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas
Elaborado por: Verónica Erazo M.

La modalidad de turismo de preferencia de turistas nacionales es Ecoturismo 37%, Turismo de aventura 29%, Turismo comunitario 21%, Agroturismo 10%, Turismo científico 7%, otros 6%. Mientras que la modalidad de turismo que prefieren los turistas extranjeros es Ecoturismo 41%, Turismo de aventura 29%, Turismo comunitario 12%, Agroturismo 8%, Turismo científico 6% y otros 4%.

11. Actividades del proyecto turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 35. Actividades que realizan turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Excursiones naturales	21	18%	20	17%
Observación pl. y an.	9	8%	8	7%
Visita histórico	7	6%	13	11%
Intercambio cultural	10	8%	14	12%
Paseos a caballo	16	13%	18	15%
Bebidas, comidas típ.	19	16%	16	14%
Deportes extremos	14	12%	15	13%
Pesca deportiva	20	17%	11	9%
Otros	3	3%	3	3%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas
Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 21. Actividades que realizan turistas nacionales.

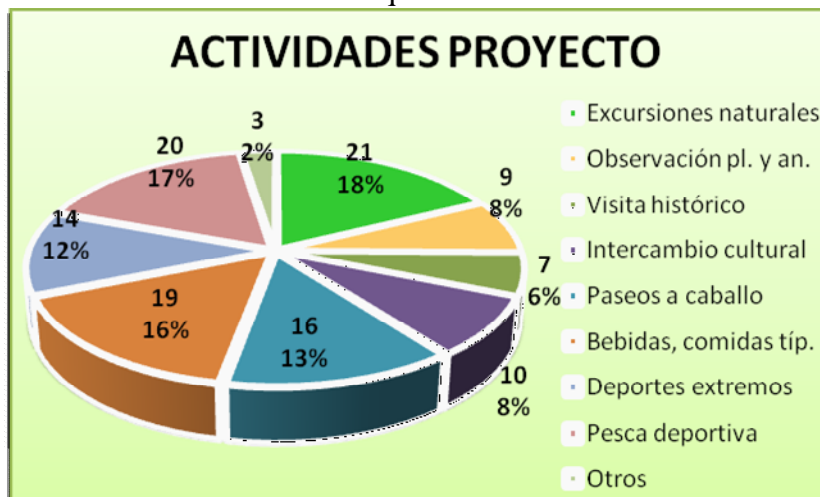
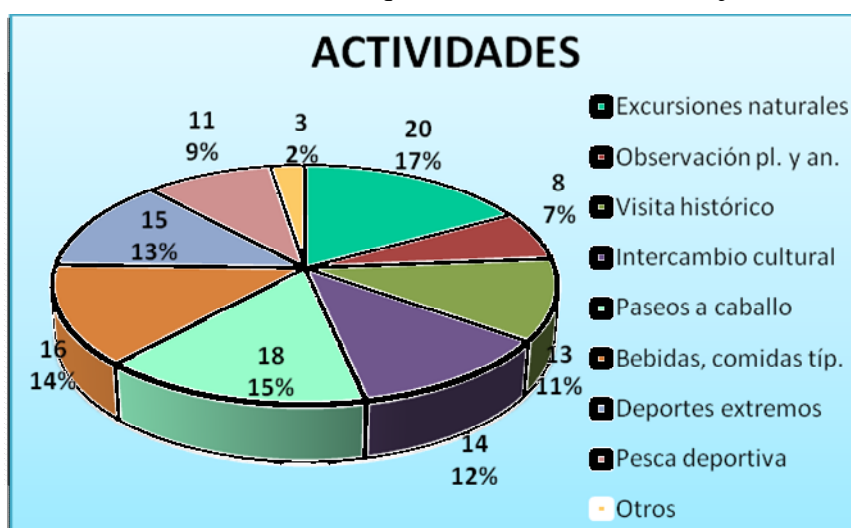


Gráfico No. 22. Actividades que realizan turistas extranjeros.



Los turistas nacionales desearían realizar las siguientes actividades: excursiones naturales 18%, observación plantas y animales 8%, visita sitios históricos 6%, intercambio cultural 8%, paseos a caballo 13%, bebidas y comidas típicas 16%, deportes extremos 12%, pesca deportiva 17%, otros 3%. De acuerdo a las encuestas los turistas extranjeros desearían realizar las siguientes actividades: excursiones naturales 17%, observación plantas y animales 7%, visita sitios históricos 11%, intercambio cultural 12%, paseos a caballo 15%, bebidas y comidas típicas 14%, deportes extremos 13%, pesca deportiva 9% y otros 3%.

12. Servicios turísticos del proyecto turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 36. Servicios que utilizan turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Transporte	15	13%	24	20%
Hospedaje	22	18%	23	19%
Alimentación	19	16%	20	17%
Equipo campamento	17	14%	18	15%
Guianza	9	8%	13	11%
Información	10	8%	10	8%
Recreación	20	17%	7	6%
Otros	7	6%	3	3%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 23. Servicios que utilizan turistas nacionales.

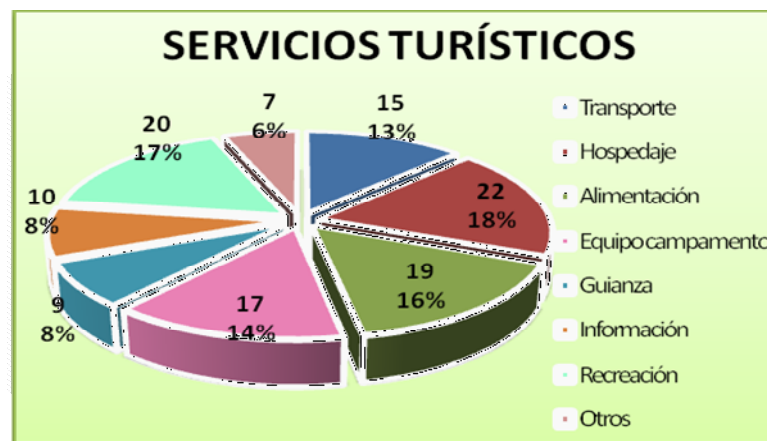
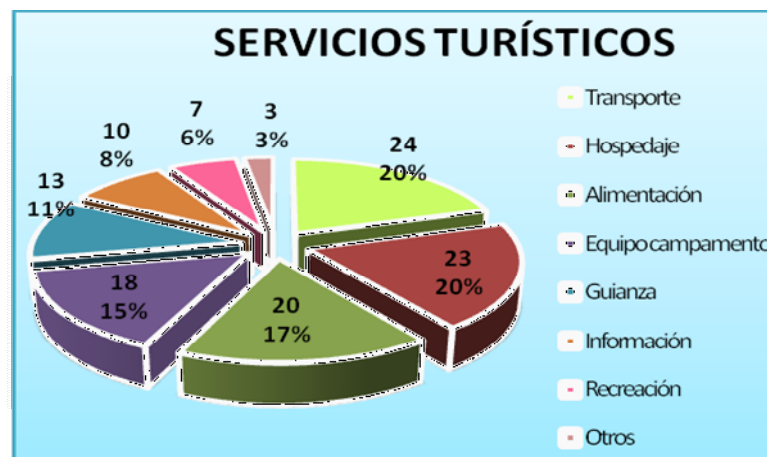


Gráfico No. 24. Servicios que utilizan turistas extranjeros.



Los turistas nacionales adquirirían transporte en un 13%, hospedaje 18%, alimentación 16%, equipo campamento 14%, guianza 8%, información 8%, recreación 17% y otros 6%. En cambio los turistas extranjeros adquirirían transporte en un 17%, hospedaje 19%, alimentación 20%, equipo campamento 15%, guianza 11%, información 8%, recreación 6% y otros en un 3%.

13. Permanencia turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 37. Permanencia en visita de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
1 - 2 días	67	56%	11	9%
3 - 4 días	31	26%	72	61%
más 4 días	21	18%	35	30%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 25. Permanencia en visita de turistas nacionales

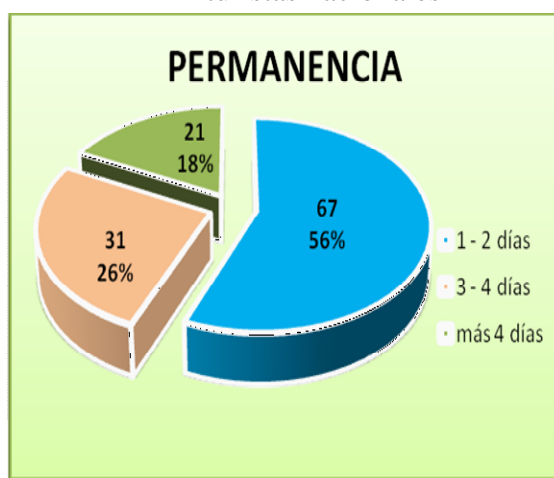
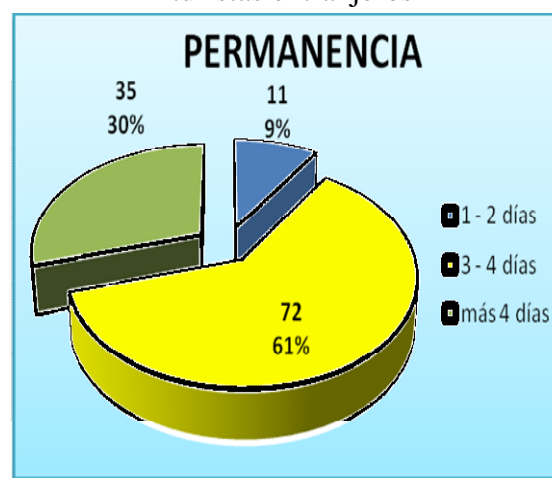


Gráfico No. 26. Permanencia en visita de turistas extranjeros



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo

El tiempo de visita hacia un atractivo por parte de turistas nacionales es 1-2 días en un 56%, 3-4 días en un 26%, más de 4 días en un 18%; y el tiempo de visita hacia un atractivo por parte de turistas extranjeros es 1-2 días en un 9%, 3-4 días en un 61%, más de 4 días en un 30%.

14. Pago por servicio turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 38. Forma de pago de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
\$ 5 - \$10	29	24%	14	12%
\$11 - \$16	54	45%	31	26%
\$17 - \$22	18	15%	28	24%
\$23 - \$28	13	11%	26	22%
\$29 - \$34	5	4%	19	16%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 27. Forma de pago de turistas nacionales

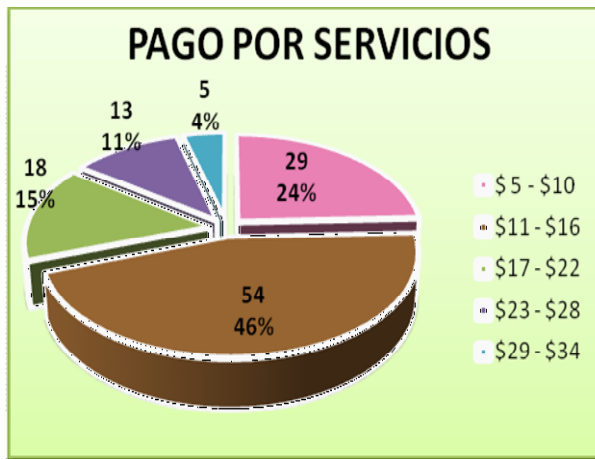
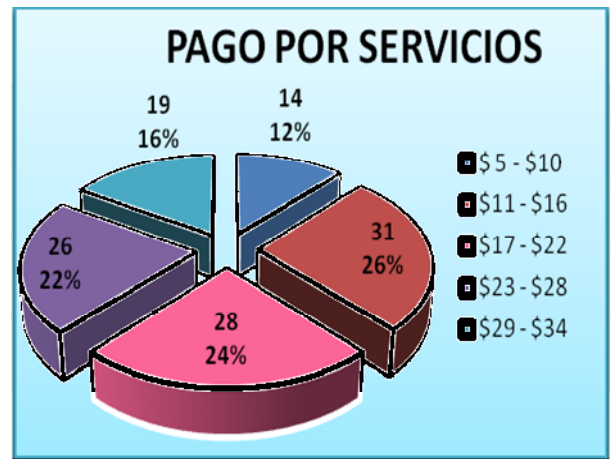


Gráfico No. 28. Forma de pago de turistas extranjeros



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

El pago por servicios, los turistas nacionales lo hacen de \$ 5 - \$10 en un 24%, \$11 - \$16 en un 45%, \$17 - \$22 en un 15%, \$23 - \$28 en un 11%, y de \$29 - \$34 en un 4%. El pago de servicios por turistas extranjeros es de \$ 5 - \$10 en un 12%, \$11 - \$16 en un 24%, \$17 - \$22 en un 26%, \$23 - \$28 en un 22%, y de \$29 - \$34 en un 16%.

15. Preferencia de viaje turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 39. Preferencia de viaje de turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Agencia de viajes	27	23%	40	34%
Independiente	92	77%	78	66%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 29. Preferencia de viaje de turistas nacionales.

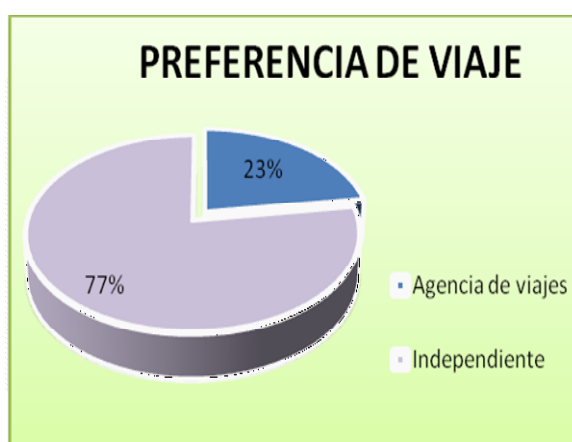
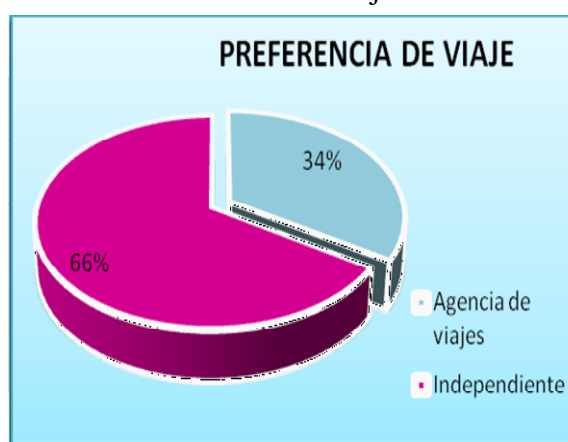


Gráfico No. 30. Preferencia de viaje de turistas extranjeros.



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Los turistas nacionales prefieren viajar en un 23% mediante agencias de viaje y 77% independientemente. Para los turistas extranjeros es más cómodo viajar mediante agencias de viaje en un 34% y el 66% independientemente.

16. Temporada de viaje turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No. 40. Época en la que frecuentemente suelen viajar turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Enero – abril	13	11%	23	19%
Mayo – agosto	36	30%	47	40%
Septiembre - diciembre	32	27%	21	18%
Cualquier época	38	32%	27	23%
Total	119	100%	118	100%

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 31. Época en la que suelen viajar turistas nacionales

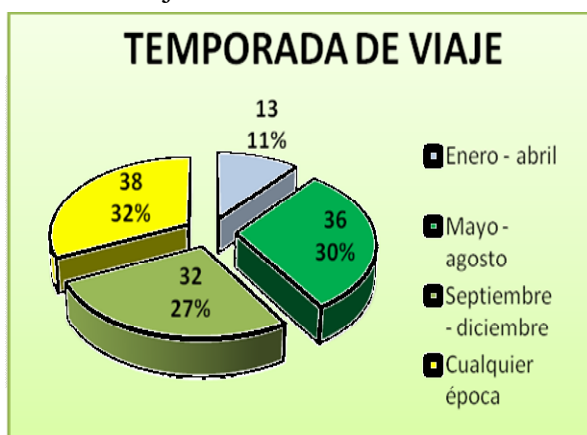
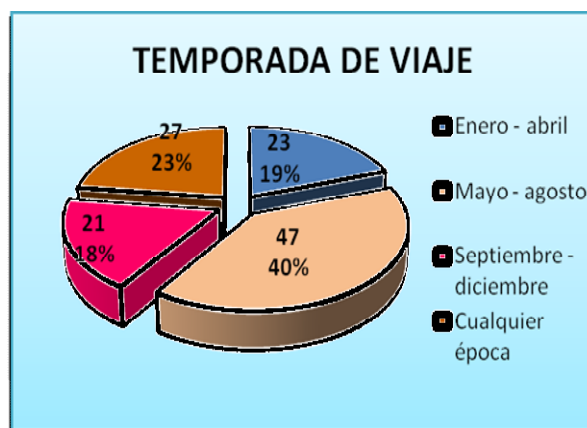


Gráfico No. 32. Época en la que suelen viajar turistas extranjeros.



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas
Elaborado por: Verónica Erazo M.

Los turistas nacionales viajan entre: enero – abril un 11%, mayo – agosto un 30%, septiembre – diciembre un 27% y en cualquier época un 32%. La época de preferencia de viaje de turistas extranjeros es enero – abril un 19%, mayo – agosto un 40%, septiembre – diciembre un 18% y en cualquier época un 23%.

17. Medios para informarse turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No.41. Medios de comunicación con que usualmente se informan turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Radio	16	13%	4	3%
Televisión	15	13%	7	6%
Internet	21	18%	35	30%
Prensa local	9	8%	6	5%
Prensa nacional	8	7%	9	8%
Revistas	10	8%	6	5%
Guías Turísticas	9	8%	14	12%
Centro i-tur	7	6%	21	18%
Feria Prm. Tur	4	3%	11	9%
Familia, amigos	20	17%	5	4%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas
Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No. 33. Medios de comunicación con que se informan turistas nacionales.

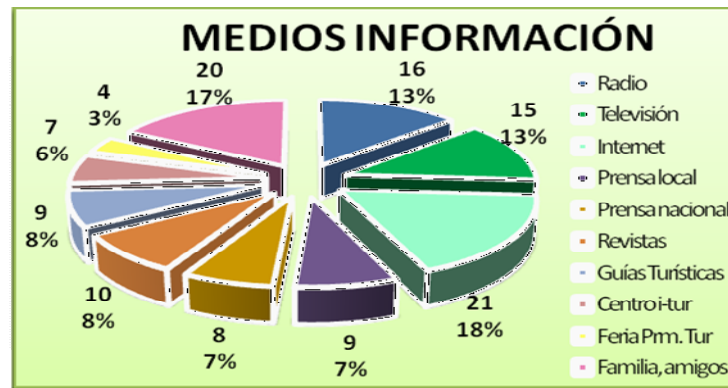
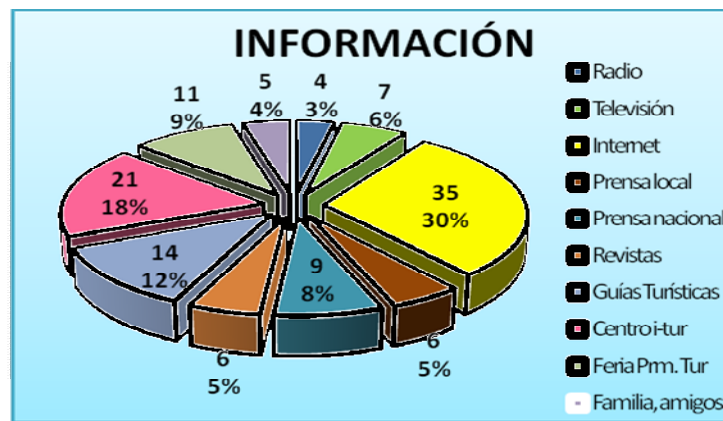


Gráfico No. 34. Medios de comunicación con que se informan turistas extranjeros.



En cuanto a medios de comunicación utilizados por turistas nacionales: radio con 13%, televisión 13%, internet 18%, prensa local 8%, prensa nacional 7%, revistas 8%, guías turísticas 8%, centro i-tur 6%, ferias de promoción turística 3%, familia y amigos 17%. Los medios de comunicación utilizados frecuentemente por turistas extranjeros son: radio 3%, televisión 6%, internet 30%, prensa local 5%, prensa nacional 8%, revistas 5%, guías turísticas 12%, centro i-tur 18%, ferias de promoción turística 9%, familia y amigos 4%.

18. Forma de pago turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro No.42. Forma de pago que utilizan turistas nacionales y extranjeros.

Opción	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Tarjeta de crédito	25	21%	36	31%
Efectivo	94	79%	82	69%
Total	119	100%	118	100%

Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Gráfico No.35. Forma de pago que utilizan turistas nacionales

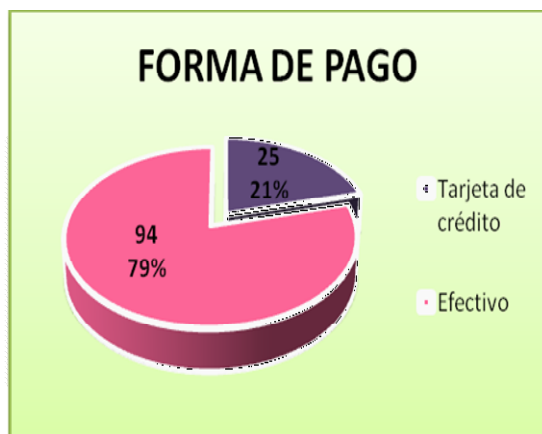
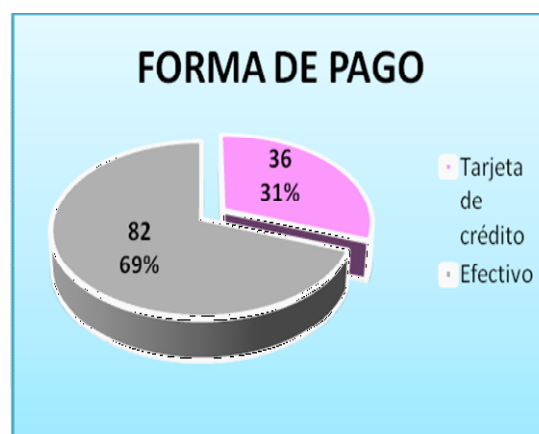


Gráfico No.36. Forma de pago que utilizan turistas extranjeros



Fuente: Estudio de mercado, aplicación de encuestas
Elaborado por: Verónica Erazo M

La forma de pago de turistas nacionales es tarjeta de crédito un 21% y efectivo 79%. Mientras que la forma de pago de turistas extranjeros es tarjeta de crédito un 31% y efectivo 69%.

d. Definición del perfil del consumidor

1) Perfil del turista nacional

De acuerdo a las encuestas, los turistas nacionales que visitan la ciudad de Riobamba se encuentran en un rango de 18-27 que constituye el 32%, de 28-37 con el 31%; de género masculino un 60%; solteros un 51%; que proceden de Riobamba un 36, profesionales un 35% y estudiantes 36%; desearían conocer la parroquia El Altar un 72% y el 74% creen necesaria la implementación de éste proyecto. Su motivo de viaje es: distracción en un 43%, generalmente viajan en familia 38%, prefieren el Ecoturismo en un 37%, desearían realizar actividades como: excursiones naturales 18% en combinación con bebidas y comidas típicas 16%.

Adquirirían servicios de hospedaje 18%, recreación 17%, y alimentación 16%, su tiempo permanencia es de 1-2 días un 56%. El pago diario por servicios es de \$11- \$16 un 45%, prefieren viajar el 77% independientemente; generalmente viajan en cualquier época del año un 30%. Se informan por medios de comunicación como: internet 18%, familia y amigos 17%, radio 13%, televisión 13%, la forma de pago de turistas nacionales es efectivo 79%.

2) Perfil del turistas extranjero

Mientras que los turistas extranjeros que visitan por algún motivo la ciudad de Riobamba se encuentran en el rango 28-37 con el 37%, 38-47 el 25%, 48-57 el 11%; de género masculino un 58%; solteros un 58%, proceden de: EE.UU en un 41%, Alemania 14%; profesionales 51%, el 91% desearían conocer la parroquia el Altar; el 94% cree necesaria la implementación de éste proyecto; el motivo de viaje es distracción 71%, habitualmente viajan con amigos un 48%, la modalidad de turismo que prefieren es Ecoturismo 41%; desearían realizar actividades como: excursiones naturales 17%, bebidas y comidas típicas 14%.

Utilizarían servicios de hospedaje 19%, alimentación 17%; el tiempo de permanencia es 3-4 días 61%; la forma de pago diario por servicios es de \$11 - \$16 un 26%; viajan mediante el 66% independientemente. La época de preferencia de viaje es mayo – agosto 40%, los medios de comunicación utilizados frecuentemente son: internet 30%, centro i-tur 18%, guías turísticas 12%; la manera de pago es efectivo 69%.

e. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.

En cuanto a turistas nacionales el 37%, se manifestó afirmativamente con respecto al proyecto ecoturístico.

$76\ 113 * 0,37 = 28\ 162$ turistas nacionales

Al respecto 41% de turistas extranjeros manifiesta su aceptación al proyecto ecoturístico.

$11\ 161 * 0,41 = 4\ 576$ turistas extranjeros

Para la proyección de la demanda se fusionó los valores de turistas nacionales y extranjeros utilizando el método del incremento compuesto, tomando como base los resultados de aceptación de la línea de producto ecoturismo conseguidos de las encuestas. El índice de crecimiento para el turismo¹⁰ es 7,23%.

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

Donde:

C_n = años

C_o = demanda

i = índice de crecimiento

n = tiempo

¹⁰ Ministerio de Turismo del Ecuador, índice de crecimiento del turismo.

Cuadro No. 43. Proyección de la demanda potencial.

AÑO	DEMANDA
2010	32738
2011	35105
2012	37643
2013	40365
2014	43283
2015	46412

Elaborado por: Verónica Erazo M

2. Análisis de la oferta

a. Identificación de los competidores

El cantón Penipe cuenta con alternativas de turismo, que lastimosamente por el proceso eruptivo del volcán Tungurahua muchos de ellas están cerrados, que anteriormente contaban con gran presencia de turistas.

Se puede acceder por la vía principal que comunica Riobamba-Penipe (22km) que es de primer orden, para llegar a la comunidad de Utuñag existen varias formas:

- Partiendo desde la cabecera cantonal, siguiendo la vía que conduce a Ganshi (3km).
- Dirigiéndose por las parroquias Bayushig y Matus.
- Por la parroquia Puela.

También se consideró como oferta por su actividad económica desarrollada, al Restaurante Comunitario Sumak Kawsay, localizado en la comunidad de Palacio Real, parroquia Calpi, provincia de Chimborazo.

El restaurante comunitario Sumak Kawsay, ofrece al turista nacional y extranjero platos preparados con carne de llama y quinua en guarnición. La llama es el animal de los Andes, cuyo origen data de hace 5000 años, éste fue el principal animal de carga y alimento de los indígenas, actualmente constituye la mejor carne ya que posee alto contenido proteínico. Así mismo la quinua es un cereal asignado a la Pachamama, procedente de la Cordillera de los Andes, siendo un cereal nutritivo rico en proteínas y sin colesterol.

Cuadro No. 44. Análisis de la competencia

Nombre	Ubicación	Tipo visitantes	Cientes anuales	Servicios	Instalaciones	Capacidad	Precio (\$)	Ventajas	Desventajas
PARADERO TURÍSTICO “EI FOGÓN DE LOS ABUELOS”	Matus Penipe	Turistas nacionales	1 200	Alimentación - Menú -Gastronomía típica Especialidad: Trucha asada	Mixta: ladrillo y madera.	40 pax.	Platos desde 1,50	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación adecuada. • Ambiente natural y acogedor. • Fácil acceso. • Actividades recreativas: canopy, pesca deportiva, treeking, camping, paseos a caballo. • Guianza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta promoción y publicidad. • Personal sin uniforme apropiado. • Calidad en los servicios. • Agilidad en el servicio. • Decoración tradicional
RESTAURANTE COMUNITARIO “SUMAK KAWSAY”	Palacio Real Calpi	Turistas nacionales, turistas extranjeros.	600 360	Restaurante Museo Artesanías	Mixta: ladrillo y madera.	15 pax	Platos desde 2,00	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación apropiada • Ambiente natural y de fácil acceso. • Infraestructura confortable y agradable. • Difusión a nivel local y regional. • Precios cómodos • Guianza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta promoción y publicidad. • Personal sin uniforme. • Manual de funciones específico.

b. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se realizó con cantidad aproximada de clientes que consumen los productos ofertados por los competidores, tanto turistas nacionales como extranjeros, con una tasa de crecimiento del 7,23% que es considerada para el sector turístico.

Cuadro No. 45. Proyección de la oferta para los próximos 5 años.

AÑO	OFERTA
2010	2160
2011	2316
2012	2484
2013	2663
2014	2856
2015	3062

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

c. Método de la proyección empleado

El método utilizado para proyectar la oferta es el método de Incremento Compuesto. La fórmula es: $C_n = C_0 (1 + i)^n$

3. Confrontación de la Demanda vs Competencia

a. Demanda insatisfecha proyectada

Cuadro No. 46. Demanda insatisfecha proyectada.

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	32738	2160	30578
2011	35105	2316	32789
2012	37643	2484	35159
2013	40365	2663	37701
2014	43283	2856	40427
2015	46412	3062	43350

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

b. Demanda objetivo proyectada

Se tomó como demanda objetivo el 5% (tasa de crecimiento con respecto al sector turístico) de la demanda insatisfecha ya que es la cantidad de turistas que puede abastecer, por ser su primer año de funcionamiento y para prestar un servicio de calidad.

Cuadro No.47. Demanda objetivo.

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVO (5%)
2010	30578	917
2011	32789	984
2012	35159	1055
2013	37701	1131
2014	40427	1213
2015	43350	1301

Fuente: trabajo de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M

c. Proyección de los bienes o servicios demandados

Se tomó los datos arrojados por las encuestas, los mismos que serán proyectados considerando la preferencia de actividades de cada uno.

Cuadro No.48. Proyección de actividades de la demanda nacional.

	CLIENTES	Excursiones naturales	Observación plantas animales	Visita sitios históricos	Intercambio cultural	Paseos a caballo	Bebida,comida típica	Deportes extremos	Pesca deportiva	Otros
AÑO	POTENCIALES	18%	8%	6%	8%	13%	16%	12%	17%	2%
2011	30198	5436	2416	1812	2416	3926	4832	3624	5134	604
2012	32381	5829	2591	1943	2591	4210	5181	3886	5505	648
2013	34723	6250	2778	2083	2778	4514	5556	4167	5903	694
2014	37233	6702	2979	2234	2979	4840	5957	4468	6330	745
2015	39925	7187	3194	2396	3194	5190	6388	4791	6787	799

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 49. Proyección de actividades de la demanda internacional.

	CLIENTES	Excursiones naturales	Observación plantas animales	Visita sitios históricos	Intercambio cultural	Paseos a caballo	Bebida,comida típica	Deportes extremos	Pesca deportiva	Otros
AÑO	POTENCIALES	17%	7%	11%	12%	15%	14%	13%	9%	2%
2011	4907	834	343	540	589	736	687	638	442	98
2012	5262	894	368	579	631	789	737	684	474	105
2013	5642	959	395	621	677	846	790	733	508	113
2014	6050	1028	423	665	726	907	847	786	544	121
2015	6487	1103	454	714	778	973	908	843	584	130

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 50. Proyección de servicios, de la demanda nacional

	CLIENTES	Hospedaje	Alimentación	Transporte	Equipo campamento	Guianza	Información	Recreación	Otros
AÑO	POTENCIALES	13%	18%	16%	14%	8%	8%	17%	6%
2011	30198	3926	5436	4832	4228	2416	2416	5134	1812
2012	32381	4210	5829	5181	4533	2591	2591	5505	1943
2013	34723	4514	6250	5556	4861	2778	2778	5903	2083
2014	37233	4840	6702	5957	5213	2979	2979	6330	2234
2015	39925	5190	7187	6388	5590	3194	3194	6787	2396

Elaborado por: Verónica Erazo M**Cuadro No. 51.** Proyección de servicios de la demanda internacional.

	CLIENTES	Hospedaje	Alimentación	Transporte	Equipo campamento	Guianza	Información	Recreación	Otros
AÑO	POTENCIALES	20%	20%	17%	15%	11%	8%	6%	3%
2011	4907	981	981	834	736	540	393	294	147
2012	5262	1052	1052	894	789	579	421	316	158
2013	5642	1128	1128	959	846	621	451	339	169
2014	6050	1210	1210	1028	907	665	484	363	181
2015	6487	1297	1297	1103	973	714	519	389	195

Elaborado por: Verónica Erazo M.

C. ESTUDIO TÉCNICO

1. Análisis de alternativas de productos turísticos

Cuadro No. 52. Análisis de alternativas de productos ecoturísticos

PROYECTOS	Potencial Turístico	Coordinación interinstitucional del sector turístico	Normativa para actividad turística sostenible	Seguridad	Capacitación Técnica (Comunidad)	Apoyo a la microempresa Turística Sostenible	Aceptación de producto en el mercado	VALORACIÓN
Ecolodge	**	**	***	**	***	***	**	17
Orquideario	**	**	***	**	***	***	**	17
Granja ecoturística	**	**	***	**	***	***	**	17
Eco-restaurante Mirador	***	**	***	***	***	***	**	19
Elaboración un parque temático	**	**	***	**	***	***	**	17
Eco-rutas al Parque Nacional Sangay	*	***	***	**	***	***	**	17

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

VALORACIÓN	
***	Alta
**	Media
*	Baja

2. Tamaño de la empresa

a. Número de clientes proyectado

Para el tamaño de la empresa se enfocó a la demanda objetivo proyectada, durante los 5 años posteriores a la operación de la empresa.

Cuadro No.53. Clientes proyectados.

AÑO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	ANUAL
2011	20	41	82	984
2012	22	44	88	1055
2013	24	47	94	1131
2014	25	51	101	1213
2015	27	54	108	1301

Elaborado por: Verónica Erazo M.

b. Tamaño de la planta

1) Terreno

Este proyecto es una propuesta alternativa enmarcada en la necesidad de la demanda que es el servicio de alimentación en combinación con el ecoturismo, por lo tanto el terreno para la implementación del mismo es de una hectárea, siendo el espacio de construcción 217 m² en total para la planta baja 101 m² y 116 m² para la planta alta.

Para la adquisición del terreno se realizará una negociación entre el Municipio y el Sr. Segundo Sánchez propietario del terreno, por medio de la cual forjará una fuerte alianza dando a conocer a la administración municipal, así también a la comunidad anfitriona; uniendo esfuerzos para formar parte de la dinamización de la economía local.

2) Tipología de la construcción

La construcción de la infraestructura se ubicará en la comunidad de Utuñag al Suroeste del volcán Tungurahua.

Para la infraestructura se plantea una construcción sismo resistente, de tipo mixta, los materiales a utilizar para este proyecto serán los típicos de la zona para mitigar los impactos causados por una construcción, ósea materiales relacionados con el medio.

La construcción se realizará en hormigón armado, en su mampostería se utilizará con ladrillo visto, su cubierta se empleará vigas de madera con una caída a cuatro aguas, en su techo será recubierto con teja; los pisos se recubrirá con porcelanato a excepción de la cocina en donde emplearemos cerámica antideslizante para evitar cualquier tipo de accidente, sus puertas serán de madera tratada, sus ventanas serán amplias y estarán construidas de aluminio para que exista mayor claridad hacia el eco-restaurante mirador de donde se podrá apreciar de una mejor manera el entorno natural del sector .

La infraestructura turística estará distribuida de la siguiente manera: en la planta baja bodega, cocina, alacena, baño, sala de estar, stand de información turística, en la planta alta se ubicarán las mesas para brindar el servicio de alimentación.

3) Diseño técnico arquitectónico (Anexo No. 04)

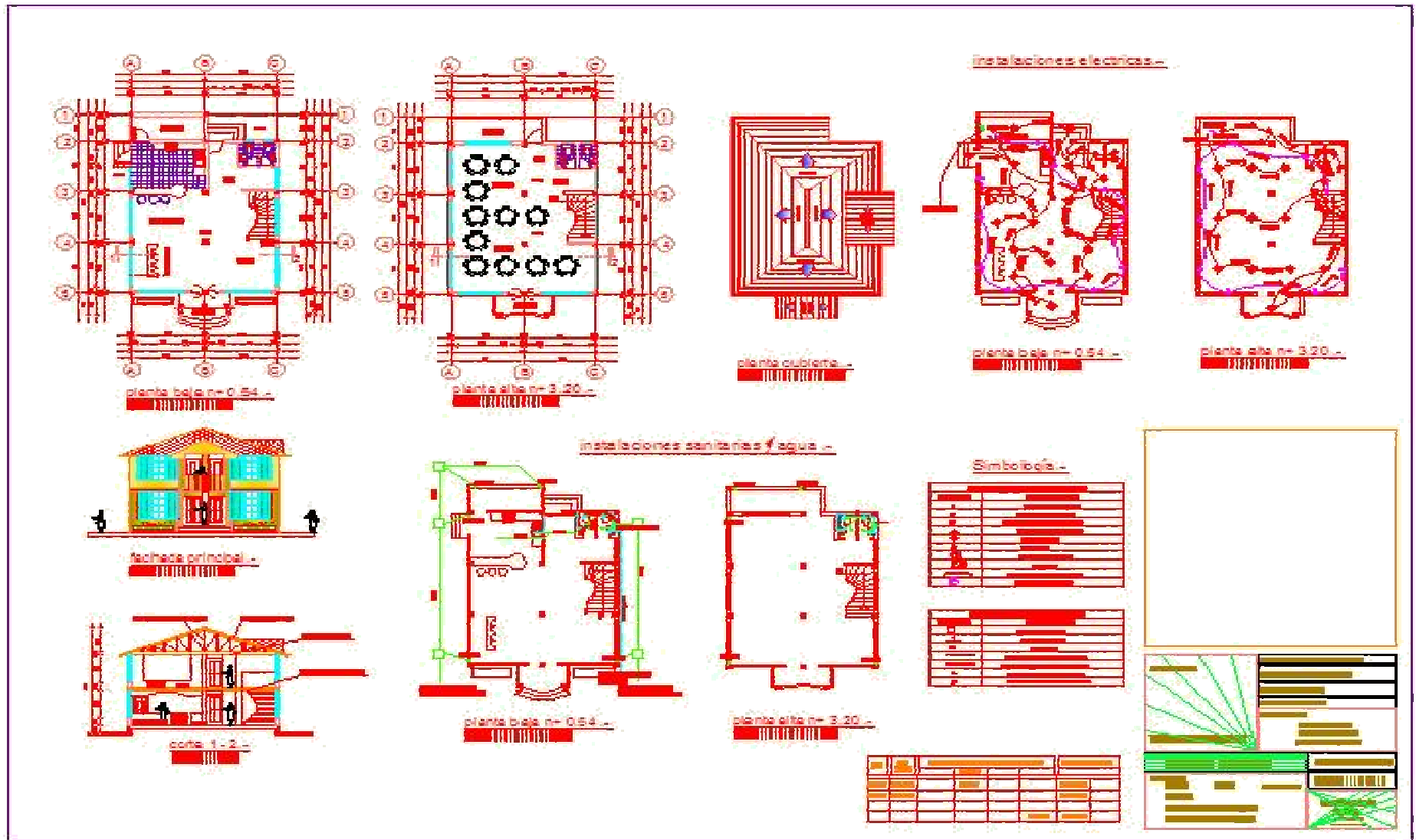
Para la infraestructura turística total de la planta baja como la planta alta, se consideró: estructura, mampostería, enlucidos, instalaciones eléctricas, instalaciones sanitarias y agua, fachada frontal y recubrimientos; los mismos que generan los siguientes rubros.

Cuadro No. 54. Rubro de infraestructura turística

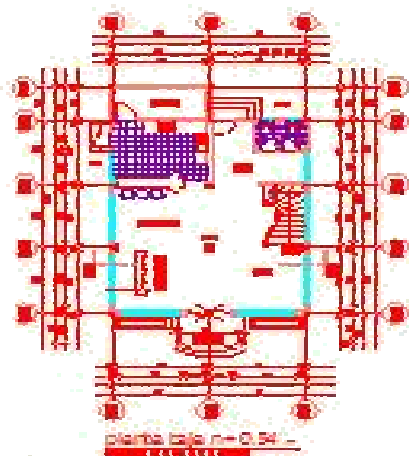
RUBRO	AREA UTIL (m²)	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Área Planta baja	101,52	\$ 250,00	\$ 25.380,00
Área Planta alta	115,70	\$ 250,00	\$ 28.925,00
TOTAL	217,22		\$ 54.305,00

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Planta Arquitectónica “Diseño Proyecto ecoturístico en la Comunidad El Altar del Cantón Penipe”



Descripción de la Planta Baja.



DESCRIPCIÓN INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.

El presente diseño arquitectónico posee un área de construcción de 217.22 metros cuadrados, la misma que se encuentra dividida en dos plantas; la planta baja con un área de 101.52 metros cuadrados y la planta alta con un área de 115.70 metros cuadrados.

PLANTA BAJA

La planta baja del paradero turístico se encuentra dividida en 6 secciones las mismas que se describen a continuación:

1. Alacena.

Posee un área de construcción de 8.04 metros cuadrados la misma que servirá para el almacenamiento de productos de primera necesidad y alimentos orgánicos útiles para la preparación del menú que proporciona el restaurante.

2. Cocina.

Con un área de construcción de 11.66 metros cuadrados la misma que servirá para la preparación de los alimentos, este espacio está compuesto por tres muros de hormigón de 0.30 x 0.20 centímetros recubiertos con baldosa, dentro del mismo espacio se encuentra un río destinado para lavar la vajilla utilizada. Los pisos del área se encuentran recubiertos por baldosa antideslizante.

3. Servicios higiénicos.

Con un área de construcción de 5.30 metros cuadrados, la misma que está subdividida en dos espacios: uno destinado para señoras y otro para caballeros. Dentro de estos espacios se encuentran instalado un inodoro, un lavamanos y un urinero para los caballeros. Sus pisos se encuentran recubiertos por baldosa antideslizante.

4. Sala de espera.

Con un área de construcción de 13.66 metros cuadrados, destinada para el descanso, atención y recepción de los visitantes. El equipamiento del área contará con un juego de muebles, un modular con su respectivo aereo, televisión, dvd, un infocus con su respectiva pantalla.

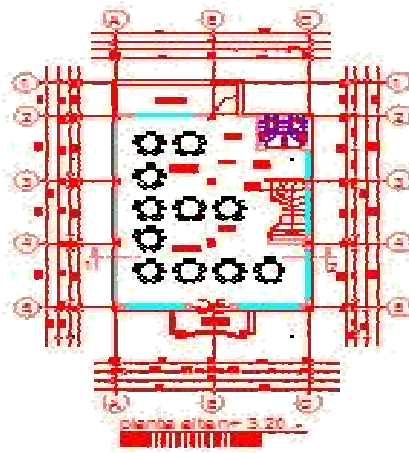
5. Información.

Con un área de construcción de 13.66 metros cuadrados, destinada para la información sobre los atractivos turísticos del cantón y los servicios que presta el restaurante o paradero turístico.

6. Hall.

Con un área de construcción de 28.71 metros cuadrados, destinada para la libre circulación de los visitantes.

Descripción de la Planta Alta.



PLANTA ALTA

1. Mirador.

Con una área de construcción de 104 metros cuadrados, la misma que servirá para la observación del principal atractivo turístico del cantón como lo es el volcán Tungurahua.

2. Restaurante.

Con una área de construcción de 93.96 metros cuadrados, destinada para el servicio de alimentación de los visitantes. Esta área estará compuesta por un piso cubierto de madera tratada en donde se ubicarán las respectivas mesas destinadas para el servicio de los alimentos de los visitantes.

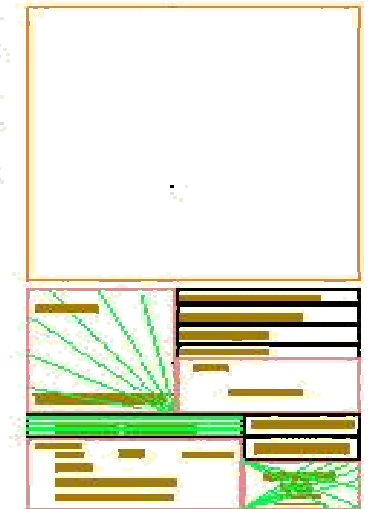
3. Servicio higiénico.

Con una área de construcción de 3.50 metros cuadrados, la misma que está subdividida en dos espacios: uno destinado para damas y otro para caballeros. Dentro de estos espacios encontramos un tóiler, lavamanos y un urinario para los caballeros. Sus pisos se encuentran recubiertos por baldosa antideslizante para evitar cualquier tipo de accidente de los visitantes.

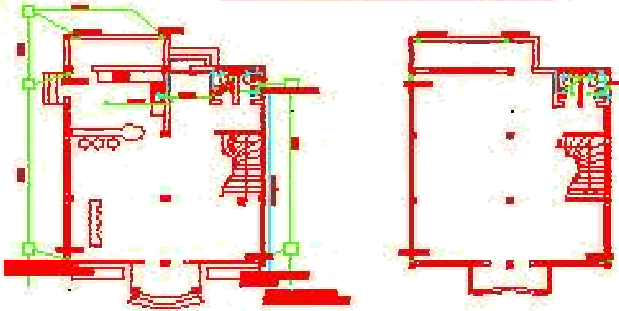


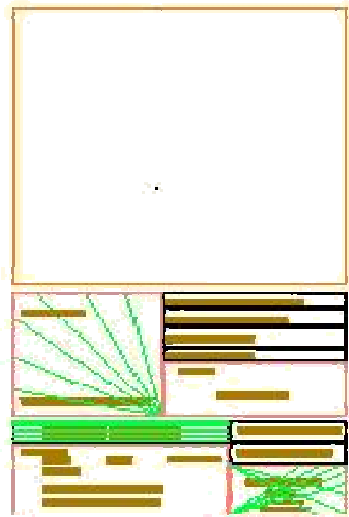
En lo referente al ingreso hacia el restaurante este posee una entrada de 2.50 metros, el mismo que está compuesto por dos portones de vidrio templado. Sus ventanas poseen una dimensión de 2.50x1.50 metros, compuesto por vidrio templado y translúcido para permitir de esta manera el ingreso de luz natural y obtener mayor claridad hacia el restaurante.

En lo referente a la decoración tanto de su planta baja como en la planta alta se empleará artesanías típicas de la zona, afiches, banners fotografías con la mitología y vulcanología del volcán Tungurahua y gigantografías con varios atractivos turísticos del cantón Penipe.

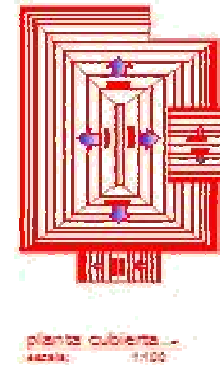
En su parte exterior en paradero turístico contará con una área de parqueadero, área de recreación para los niños y espacios verdes para el deleite y tranquilidad de los turistas.



Descripción Instalaciones Eléctricas y Sanitarias.-

<p style="text-align: center;"><u>instalaciones sanitarias y agua .-</u></p>  <p style="text-align: center;">planta baja n+ 0.64 .- planta alta n+ 3.20 .-</p>	<p style="text-align: center;"><u>instalaciones eléctricas .-</u></p>  <p style="text-align: center;">planta baja n+ 0.64 .- planta alta n+ 3.20 .-</p>	<p style="text-align: center;"><u>Simbología .-</u></p> 
<p style="text-align: center;">DESCRIPCIÓN</p> <p>Las instalaciones sanitarias se las realizaran con tubería PVC las mismas que van interconectadas por la parte interna de la construcción. El desbije de las aguas residuales se las depositara directamente a las cajas de revisión las mismas que posteriormente serán destinadas a las red pública de alcantarillado.</p> <p>En el sistema de agua potable se utilizara tubería de PVC, tanto para agua caliente como agua fría, el agua caliente se distribuirá mediante un sistema de calentamiento a gas (calefón) el mismo que dotara de agua caliente a las dos planta del paradero turístico.</p> <p>En el plano arquitectónico se describe la simbología que se utilizara en la construcción del paradero turístico.</p>	<p style="text-align: center;">DESCRIPCIÓN</p> <p>Las instalaciones eléctricas se realizaran en circuitos monofásicos independientes, es decir un circuito para toma corrientes, un circuito para interruptores , un circuito para detectores de humo. La alimentación del fluido eléctrico se lo realizara desde la red publica hacia el medidor y de ahí hacia la caja de breaker de donde se distribuirá la energía para toda la infraestructura turística, la energía a utilizarse será de 110 voltios.</p> <p>En lo referente a la telefonía existe puntos destinados para las instalaciones telefónicas las mismas que serán alimentadas desde la red publica.</p>	

Descripción de Fachadas Frontal y Lateral.



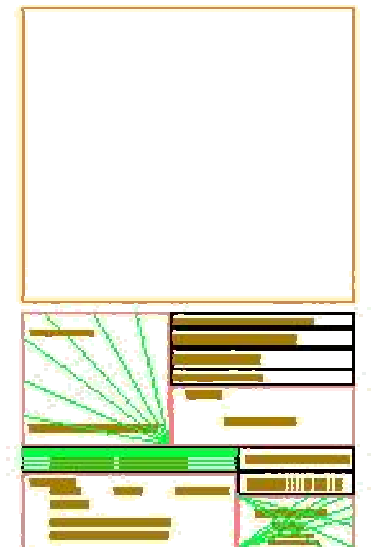
FACHADA FRONTAL Y CUBIERTA

1. Fachada frontal.

Su fachada frontal está conformada de cuatro ventanales grandes de vidrio templado para una mejor observación del atractivo principal Tungurahua, posee un balcón para el deleite y disfrute del paisaje del cantón.

2. Cubierta.

En lo referente a su estructura la cubierta estará construida con dunnientes de madera tratada la misma que soportará el soporte de la teja que se colocará en la parte superior de la cubierta. La estructura tiene la forma triangular presentando 4 caídas: dos laterales y dos exteriores con un ángulo de 45 grados esto permitirá que la caída de agua se lo sea rápido y no exista embesamientos de las mismas.



4) Decoración

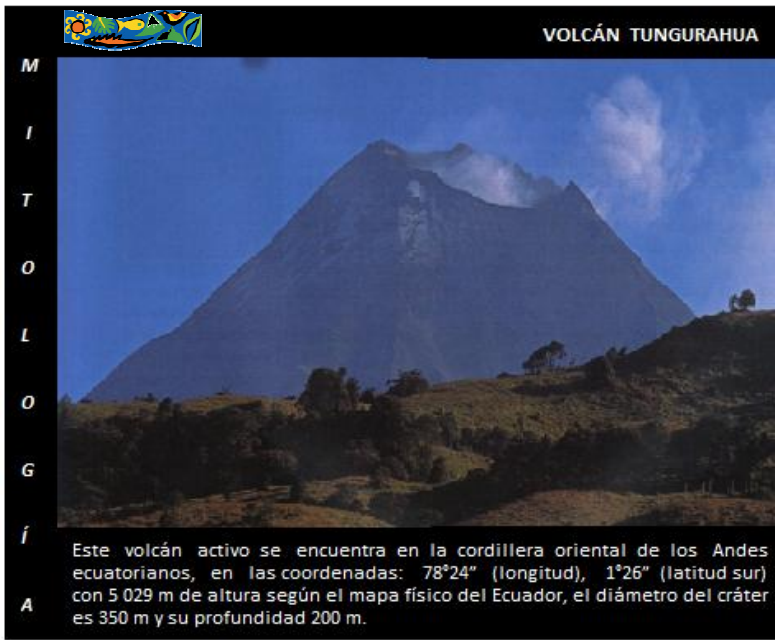
Estará centrada en materiales característicos de la cosmovisión andina, cortinas y mantelería de textiles, vasijas con trigo y husos de colores utilizados como floreros, artesanías locales; mientras que en la parte de afuera un pequeño jardín con plantas propias del lugar.




Simultáneamente se colocará cuadros con fotografías referentes a dos aspectos primordiales del volcán Tungurahua, en cuanto tiene que ver con mitología para la planta baja, y vulcanología para la planta alta; por cuanto se trata de potenciar al máximo el Volcán Tungurahua dando un nuevo enfoque, con el cual se puede apreciar desde el mirador la majestuosidad del mismo.







Estos cuadros serán impresos a full color en papel couché de 150 gramos, de 0,80 m x 0,50 m.

a) Mitología

Cuadro No. 55. Esquema de los cuadros sobre Mitología

N°	Contenido	Diseño
1.	Este volcán activo se encuentra en la cordillera oriental de los Andes ecuatorianos, en las coordenadas: 78°24'' (longitud), 1°26'' (latitud sur) con 5 029 m de altura según el mapa físico del Ecuador, el diámetro del cráter es 350 m y su profundidad 200 m.	 <p>M I T O L O G Í A</p> <p>Este volcán activo se encuentra en la cordillera oriental de los Andes ecuatorianos, en las coordenadas: 78°24'' (longitud), 1°26'' (latitud sur) con 5 029 m de altura según el mapa físico del Ecuador, el diámetro del cráter es 350 m y su profundidad 200 m.</p>

2.	<p>Está rodeado por los ríos Chambo, al oeste; Pastaza al norte; Ulba al este; y Puela al sur. Al costado norte del volcán a 1800 m se asienta Baños, fascinante no solo por hallarse al pie del Tungurahua sino por ser una entrada a la amazonia del Ecuador.</p>	 <p>Está rodeado por los ríos Chambo, al oeste; Pastaza al norte; Ulba al este; y Puela al sur. Al costado norte del volcán a 1800 m se asienta Baños, fascinante no solo por hallarse al pie del Tungurahua sino por ser una entrada a la amazonia del Ecuador.</p>
3.	<p>Esta bellísima montaña esta a un nivel inferior de todas las otras montañas del Ecuador, lo que hace de su altura aparente, mirada desde su base sea mayor que la del Chimborazo.</p>	 <p>Esta bellísima montaña esta a un nivel inferior de todas las otras montañas del Ecuador, lo que hace de su altura aparente, mirada desde su base sea mayor que la del Chimborazo.</p>
4.	<p>Se cree que el Tungurahua tiene comunicación subterránea directa con el Cotopaxi, siguiendo la línea de los Andes.</p>	 <p>Se cree que el Tungurahua tiene comunicación subterránea directa con el Cotopaxi, siguiendo la línea de los Andes.</p>




5.	Este volcán tiene la figura de un cono perfecto cuya parte superior está cubierta de nieves perpetuas que forman una especie de capucha que contrastan con las negras peñas de su base y algunos bosques, le dan un aspecto sublime y bello.	 <p style="text-align: right;">VOLCÁN TUNGURAHUA</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">M I T O L O G Í A</p>  <p>Este volcán tiene la figura de un cono perfecto cuya parte superior está cubierta de nieves perpetuas que forman una especie de capucha que contrastan con las negras peñas de su base y algunos bosques, le dan un aspecto sublime y bello.</p>
6.	En el cráter del volcán Tungurahua se aprecian desde la cima rocas sobre la nieve, debido a una explosión hídrica.	 <p style="text-align: right;">VOLCÁN TUNGURAHUA</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">M I T O L O G Í A</p>  <p>En el cráter del volcán Tungurahua se aprecian desde la cima rocas sobre la nieve, debido a una explosión hídrica.</p>
7.	La nieve deshecha de su copa se precipita en cascadas elevadísimas, en el cono se pueden encontrar diversos climas, desde el frío de la Siberia que comienza en el límite de sus nieves hasta los 27° C que tiene en su base, de donde brotan vertientes de agua sulfurosa a 54,4° C.	 <p style="text-align: right;">VOLCÁN TUNGURAHUA</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">M I T O L O G Í A</p>  <p>La nieve deshecha de su copa se precipita en cascadas elevadísimas, en el cono se pueden encontrar diversos climas, desde el frío de la Siberia que comienza en el límite de sus nieves hasta los 27° C que tiene en su base, de donde brotan vertientes de agua sulfurosa a 54,4° C.</p>







Elaborado por: Verónica Erazo M.

b) Vulcanología

Cuadro No. 56. Esquema de los cuadros sobre Vulcanología

N°	Contenido	Diseño
1.	Este volcán está en actividad desde tiempos inmemoriales a pesar de eso, su erupción más notable sucedió en 1 777, la misma que devastó algunas poblaciones.	 <p>Este volcán está en actividad desde tiempos inmemoriales a pesar de eso, su erupción más notable sucedió en 1 777, la misma que devastó algunas poblaciones.</p>
2.	Tras años de reposo, el Tungurahua reinició su actividad eruptiva el 11 de octubre de 1 999. A pesar de la amenaza de continuos bramidos, ceniza y cañonazos, la actividad fue moderada.	 <p>Tras años de reposo, el Tungurahua reinició su actividad eruptiva el 11 de octubre de 1 999. A pesar de la amenaza de continuos bramidos, ceniza y cañonazos, la actividad fue moderada.</p>
3.	Una de las erupciones más fuertes fue la de agosto de 2 001, el volcán arrojó por una semana grandes penachos de gases y cenizas, cubriendo a las provincias de Tungurahua, Chimborazo y Bolívar con varios centímetros de ceniza, provocando un desastre socio-económico.	 <p>Una de las erupciones más fuertes fue la de agosto de 2 001, el volcán arrojó por una semana grandes penachos de gases y cenizas, cubriendo a las provincias de Tungurahua, Chimborazo y Bolívar con varios centímetros de ceniza, provocando un desastre socio-económico.</p>

4.	<p>Durante los últimos 7 años, el Instituto Geofísico, monitorea constantemente la actividad del volcán con redes de sismógrafos que detectan la fractura de rocas del conducto del cono y el ascenso de fluidos y magma; inclinómetros que manifiestan hinchamientos debido al ascenso del magma.</p>	<p>V O L C Á N T U N G U R A H U A</p>  <p>U L C A N O L O G Í A</p> <p>Durante los últimos 7 años, el Instituto Geofísico, monitorea constantemente la actividad del volcán con redes de sismógrafos que detectan la fractura de rocas del conducto del cono y el ascenso de fluidos y magma; inclinómetros que manifiestan hinchamientos debido al ascenso del magma.</p>
5.	<p>Varios instrumentos rastrean la atmósfera alrededor del volcán todos los días para medir cambios en la concentración del gas SO₂ emitido por el cráter.</p>	<p>V O L C Á N T U N G U R A H U A</p>  <p>U L C A N O L O G Í A</p> <p>Varios instrumentos rastrean la atmósfera alrededor del volcán todos los días para medir cambios en la concentración del gas SO₂ emitido por el cráter.</p>
6.	<p>La recopilación y estudio de datos de todos los instrumentos, en forma continua las 24 horas diarias, permiten un seguimiento eficaz del proceso eruptivo y si el caso lo amerita alerta del peligro a las comunidades en riesgo.</p>	<p>V O L C Á N T U N G U R A H U A</p>  <p>U L C A N O L O G Í A</p> <p>La recopilación y estudio de datos de todos los instrumentos, en forma continua las 24 horas diarias, permiten un seguimiento eficaz del proceso eruptivo y si el caso lo amerita alerta del peligro a las comunidades en riesgo.</p>

<p>7. Las erupciones más violentas sucedieron los días viernes 14 de julio y miércoles 16 de agosto de 2006, que corresponden a un estilo eruptivo llamado "estromboliano" caracterizado por presencia de flujos piroclásticos y flujos de lava.</p>	<p>V O L C Á N T U N G U R A H U A</p>   <p>U L C A N O L O G Í A</p> <p>Las erupciones más violentas sucedieron los días viernes 14 de julio y miércoles 16 de agosto de 2006, que corresponden a un estilo eruptivo llamado "estromboliano" caracterizado por presencia de flujos piroclásticos y flujos de lava.</p>
<p>8. En el caso de la erupción del 16 de agosto, se advertía desde el 13 de ese mes que la actividad eruptiva estaría alcanzando niveles muy altos, hasta que la noche del 16 de agosto se observó un show espectacular pero lastimosamente con él también flujos piroclásticos.</p>	<p>V O L C Á N T U N G U R A H U A</p>   <p>U L C A N O L O G Í A</p> <p>En el caso de la erupción del 16 de agosto, se advertía desde el 13 de ese mes que la actividad eruptiva estaría alcanzando niveles muy altos, hasta que la noche del 16 de agosto se observó un show espectacular pero lastimosamente con él también flujos piroclásticos.</p>
<p>9. El 28 de mayo de 2010 se presencia otra erupción del volcán Tungurahua la misma que asciende hasta alerta naranja, pero no se registra mayor daño ya que la población se ha acostumbrado a vivir con estos permanentes sucesos.</p>	<p>V O L C Á N T U N G U R A H U A</p>   <p>U L C A N O L O G Í A</p> <p>El 28 de mayo de 2010 se presencia otra erupción del volcán Tungurahua la misma que asciende hasta alerta naranja, pero no se registra mayor daño ya que la población se ha acostumbrado a vivir con estos permanentes sucesos.</p>

Elaborado por: Verónica Erazo M.

3. Localización de la empresa

a. Macro localización.

El presente proyecto de turismo sostenible se realizará en: País: Ecuador, Provincia: Chimborazo, Cantón: Penipe, Parroquia: El Altar.

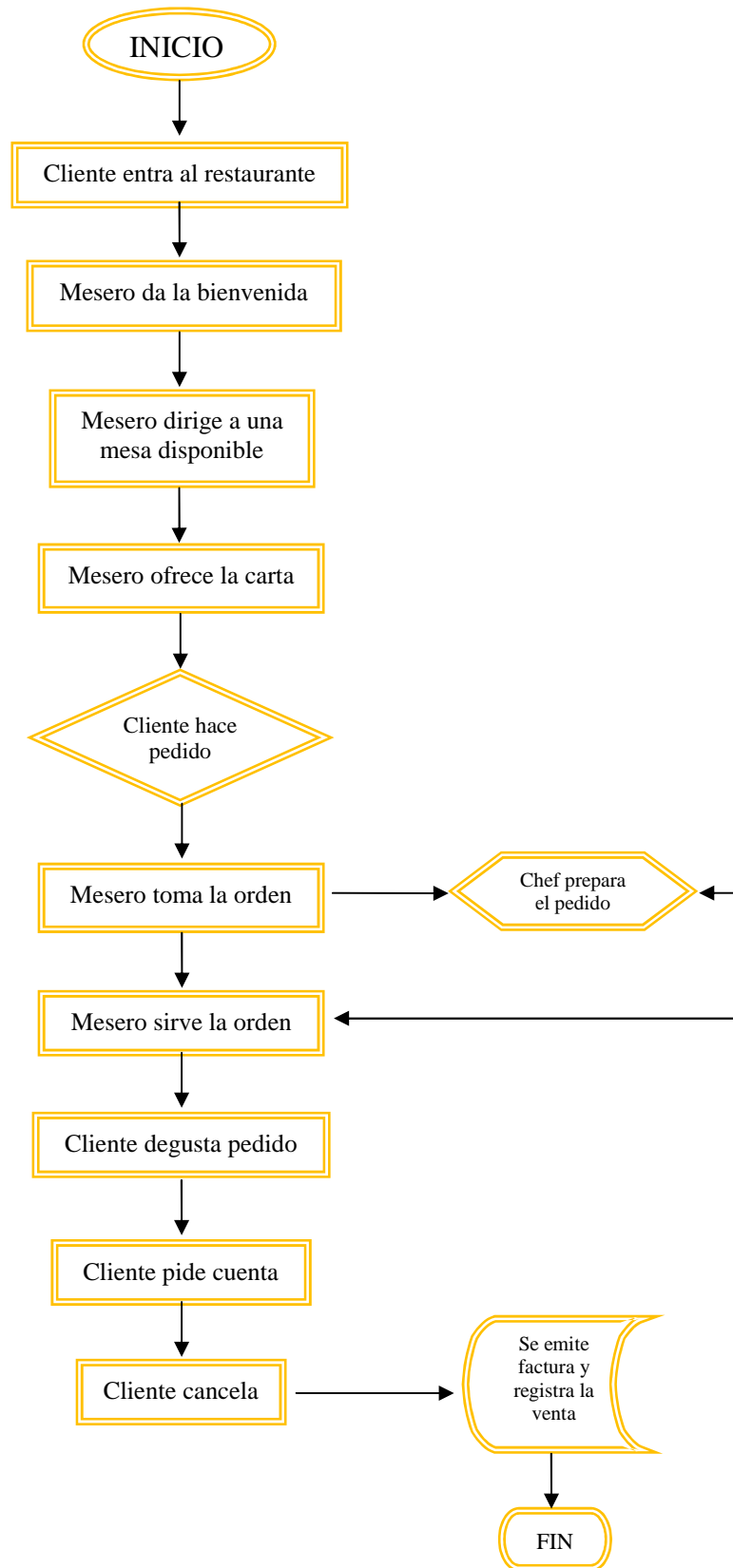
b. Micro localización. (Anexo No. 05)

El presente proyecto se desarrollará en la Comunidad de Utunag, en las coordenadas 77°87'41" longitud, 98°30'26" latitud y 3053 msnm de altitud; debido al proceso eruptivo del volcán Tungurahua y que las condiciones son inmejorables, motivo por el cual se busca dinamizar la economía local mediante proyectos productivos en el sector turístico que actualmente es una fuente de ingresos muy rentable.



4. Proceso de producción

a. Flujograma del proceso productivo, servicio de alimentación



Elaborado por: Verónica Erazo M.

b. Requerimiento de instalaciones para el eco-restaurante mirador

Cuadro No.57. Requerimiento de instalación (eco-restaurante mirador)

ACTIVOS FIJOS	COSTO
Terreno	\$ 10.000,00
Construcción infraestructura	\$ 54.305,00
TOTAL	\$ 64.305,00

Elaborado por: Verónica Erazo M.

c. Requerimiento de menaje para el eco-restaurante mirador

Cuadro No. 58. Activos fijos del área productiva

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPOS			\$ 2.390,00
Cocina industrial	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Tanque de gas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Refrigerador	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Horno/asador	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Microondas	1	\$ 190,00	\$ 190,00
Licuadaora	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Batidora	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Extractor de jugo	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Cafetera	1	\$ 90,00	\$ 90,00
MOBILIARIO			\$ 1.796,00
Mesas	7	\$ 80,00	\$ 560,00
Sillas	28	\$ 12,00	\$ 336,00
Taburete	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Mueble/sofá	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Estantería	1	\$ 600,00	\$ 600,00
UTENSILIOS			\$ 1.529,50
Extractor de olores	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Hachuela pequeña	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Tabla de picar	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Olla de presión (25l)	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Ollas pequeñas	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Ollas medianas	6	\$ 25,00	\$ 150,00
Ollas grandes	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Juego de cuchillos	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Juego cubiertos grande	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Juego cedazos	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Juego moldes repostretería	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Juego de coladores	1	\$ 5,00	\$ 5,00

Juego de lavacaras	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Juego de baldes	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Juego de sartenes	1	\$ 72,00	\$ 72,00
Juego de tazones	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Recipientes para especias	6	\$ 1,00	\$ 6,00
Recipientes para sal/azúcar	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Frascos de vidrio	6	\$ 0,50	\$ 3,00
Tina pequeña	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Jarra pequeña	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Achiotera	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Afilador	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Abre latas	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Destapador vinos	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Platillero	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Charoles	3	\$ 8,00	\$ 24,00
Cucharones	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Cuchillos para cortar pan	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Pinza para ensalada	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Balanza	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Plancha	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Rallador	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Cesto para legumbres	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Cesto para frutas	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Jarra jugos	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Jarra lechera	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Jarra cafetera	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Docena platos soperos	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Docena plato fuerte	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Docena plato base	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Docena platos/café	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Docena cucharitas	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Docena cucharas	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Docena tenedores	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Docena cubiertos	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Docena vasos/jugo	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Docena copas	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Docena tazas/café	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Saleros	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Azucareros	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Pimenteros	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Ajiceros	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Centriceros	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Servilleteros	5	\$ 2,00	\$ 10,00
TOTAL MENAJE			\$ 5.715,50

Elaborado por: Verónica Erazo M.

d. **Requerimiento de insumos para el eco-restaurante mirador.**

Cuadro No.59. Activos fijos para eco-restaurante mirador

INSUMOS			
Activos fijos	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Servilletas	1	\$ 1,30	\$ 1,30
Sorbetes	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Palillos	1	\$ 0,80	\$ 0,80
Carta menú	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Mantelería	7	\$ 18,00	\$ 126,00
Cuadros	16	\$ 15,00	\$ 240,00
TOTAL			\$ 469,60

Elaborado por: Verónica Erazo M.

e. **Requerimiento de menaje para el baño**

Cuadro No. 60. Activos fijos para el baño del eco-restaurante mirador

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Espejos	2	5,00	10,00
Toallas pequeñas	4	2,00	8,00
Dispensador papel	1	30,00	30,00
Dispensador jabón líquido	1	30,00	30,00
Escobas	2	2,50	5,00
Trapeadores	2	3,00	6,00
Set desinfectantes	1	40,00	40,00
Basureros	2	5,00	10,00
Rodapiés	2	5,00	10,00
TOTAL			153,00

Elaborado por: Verónica Erazo M.

f. **Requerimiento de materia prima e insumos**

Cuadro No. 61. Materia prima para el área productiva

PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Café	Frasco	2	\$ 2,40	\$ 4,80
Chocolista	Frasco	1	\$ 2,65	\$ 2,65
Infusión hierbas	Cartoncito	2	\$ 1,10	\$ 2,20
Leche	Litro	10	\$ 0,75	\$ 7,50
Huevos	Cubeta	2	\$ 2,80	\$ 5,60
Pimienta	Fundita	1	\$ 0,89	\$ 0,89
Sal	Funda	2	\$ 0,55	\$ 1,10
Queso grande	Unidad	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Jamón	Kilo	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Frutas	Canasto	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Vegetales	Canasto	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Azúcar	Libra	50	\$ 0,40	\$ 20,00
Arroz	Libra	50	\$ 0,38	\$ 19,00
Papas	Quintal	1/2	\$ 20,00	\$ 10,00
Pasta de maní	Libra	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Harina de maíz	Libra	10	\$ 0,55	\$ 5,50
Vinagre	Botella	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Aceite	Botella	2	\$ 5,35	\$ 10,70
Achiote	Botellita	2	\$ 0,67	\$ 1,34
Trucha	Unidad	25	\$ 1,50	\$ 37,50
Pollo	Unidad	4	\$ 7,50	\$ 30,00
Cuy	Unidad	5	\$ 8,00	\$ 40,00
Conejo	Unidad	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Cubos maggi	Cartoncito	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Especias	Funditas	5	\$ 0,75	\$ 3,75
Fósforos	Paquete	1	\$ 0,76	\$ 0,76
Toalltas de cocina	Paquete	1	\$ 4,25	\$ 4,25
TOTAL				\$ 338,54

Elaborado por: Verónica Erazo M.

g. Recetas del menú a ofrecer en el eco-restaurante mirador

Cuadro No. 62. Receta 1

RECETA N° 1				
NOMBRE DE LA RECETA: DESAYUNO TRADICIONAL				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Agua	Litro	6	0,00	-
Café	Cucharadita	25	0,18	4,50
Azúcar	Cucharadita	75	0,03	2,25
Huevos	Unidad	25	0,10	2,50
Queso	Rodaja	25	0,15	3,75
Tortilla de maíz	Unidad	50	0,15	7,50
Frutas	Unidad	25	0,10	2,50
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				23,00
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				0,92
Elaboración:				
Poner a hervir el agua en una olla, colocar en una jarra en la mesa del cliente para que prepare a su gusto. Preparar huevos revueltos con queso. Servir tortillas y fruta.				

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 63. Receta 2

RECETA N° 2				
NOMBRE DE LA RECETA: DESAYUNO AMERICANO				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Colada de manzana	Litro	6	1,00	6,00
Agua	Litro	6	0,00	-
Café/Chocolate	Cucharadita	25	0,18	4,50
Azúcar	Cucharadita	75	0,03	2,25
Huevos	Unidad	25	0,10	2,50
Queso	Rodaja	25	0,15	3,75
Tortilla de maíz	Unidad	50	0,15	7,50
Jamón	Rodaja	25	0,25	6,25
Frutas	Unidad	25	0,10	2,50
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				35,25
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				1,41
Elaboración:				
Poner a hervir agua en una olla, colocar en una jarra en la mesa del cliente para que prepare a su gusto. Poner la colada de manzana en un vaso. Servir las tortillas de maíz, con los huevos revueltos, queso, jamón y fruta.				

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 64. Receta 3

RECETA N° 3				
NOMBRE DE LA RECETA: CALDO DE GALLINA				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Gallina	Presas	25	0,70	17,50
Arroz	Libra	2,5	0,40	1,00
Papas	Libra	6	0,10	0,60
Cebolla blanca	Unidad	4	0,10	0,40
Zanahoria	Unidad	5	0,05	0,25
Dientes de ajo	Unidad	5	0,10	0,50
Cubo de sopa de pollo	Cubito	4	0,15	0,60
Papanabo	Unidad	5	0,10	0,50
Arbeja	Funditas	2	1,00	2,00
Sal	-	1	0,15	0,15
Apio	-	1	0,05	0,05
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				23,55
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				0,94
Elaboración:				
Poner a hervir agua con un refrito hecho con los aliños indicados. Cuando esté hirviendo colocar las presas hasta que se ablanden, después añadir el arroz lavado y poner las papas cortadas en pedazos. Servir la sopa bien caliente.				

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 65. Receta 4

RECETA N° 4				
NOMBRE DE LA RECETA: SECO DE GALLINA				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Gallina	Libra	6 1/2	1,20	7,80
Pimiento	Unidad	5	0,10	0,50
Tomates medianos	Unidad	20	0,15	3,00
Cubo de sopa de pollo	Cubito	5	0,15	0,75
Cebolla blanca	Unidad	5	0,10	0,50
Cebolla colorada	Unidad	10	0,15	1,50
Dientes de ajo	Unidad	6	0,10	0,60
Arroz	Libra	6 1/2	0,40	2,60
Sal y pimienta	-	1	0,15	0,15
Cilantro	-	1	0,15	0,15
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				17,55
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				0,70
Elaboración:				
Hacer un refrito con la cebolla y el ajo, licuar los pimientos, tomates, caldo de pollo y el cilantro y agrega al refrito. Sazonar con sal y pimienta. Las presas de la gallina colocarlas en el refrito y cocinar hasta que queden suaves. Servir bien caliente, acompañado del arroz y el maduro frito.				

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 66. Receta 5

RECETA N° 5				
NOMBRE DE LA RECETA: YAHUARLOCRO				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Panza borrego con tripas	Libra	8	2,00	16,00
Sangre	Litro	10	0,05	0,50
Papa chola	Libra	10	0,20	2,00
Leche	Litro	5	0,75	3,75
Tomate mediano	Unidad	5	0,10	0,50
Dientes de ajo	Unidad	10	0,10	1,00
Orégano	Cucharadita	5	0,03	0,15
Manteca de color	Cucharadita	5	0,03	0,15
Cebolla blanca	Unidad	8	0,10	0,80
Cebolla colorada	Unidad	6	0,10	0,60
Aguacate	Unidad	6	0,35	2,10
Cilantro	-	1	0,25	0,25
Sal y pimienta al gusto	-	1	0,15	0,15
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				27,95
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				1,12
Elaboración:				
<p>Cocinar la panza y las tripas en abundante agua con una cebolla paiteña, dos ajos y una rama de cebolla blanca, hasta que esté muy blanda. Reservar el agua de la cocción. Picar las tripas y la panza en cuadrados pequeños y reservalas. Pelar y picar las papas. Picar la cebolla paiteña en finas rodajas, reservar la mitad y el resto picar muy fino. Además, picar el ajo y la cebolla blanca muy fino. Hacer un refrito con la manteca de color y una parte de la cebolla blanca y una parte del ajo, agregar el orégano. Luego, añadir una parte de las papas, la panza y las tripas. Incorporar el agua de cocción del borrego y dejar cocer hasta que las papas estén blandas. Luego, poner el resto de las papas y la leche, y si fuese necesario, más agua, pues debe quedar cremoso y suave. Al gusto, agregar sal, pimienta y culantro muy fino. Con la cebolla paiteña fina, la cebolla blanca, el ajo, el orégano, sal y pimienta hacer un refrito para freír la sangre. Al final agregar el culantro. Servir muy caliente y acompañar con un plato aparte con la sangre, el aguacate, la cebolla curtida y el tomate.</p>				

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 67. Receta 6

RECETA N° 6				
NOMBRE DE LA RECETA: PAPAS CON CUY				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Cuy	Unidad	5	8,00	40,00
Papas	Libra	12	0,20	2,40
Cebolla blanca	Unidad	10	0,10	1,00
Cebolla colorada	Unidad	2	0,10	0,20
Dientes de ajo	Unidad	10	0,10	1,00
Comino	Cucharadita	5	0,10	0,50
Pasta de maní	Cucharadita	15	0,10	1,50
Leche	Litro	4	0,75	3,00
Achiote	-	1	0,25	0,25
Sal	-	1	0,20	0,20
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				<i>50,05</i>
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				2,00
Elaboración:				
El cuy pelado, se procede a preparar los aliños para lo cual se licuan la cebollas, ajo, pimienta, comino y sal; con esta preparación se aliña el cuy y se lo deja reposar durante una noche. Una vez macerado el cuy durante 12 horas, está listo para ser llevado a la brasa, donde se cuece por una hora y media, tiempo en el cual alcanza su perfecta cocción. En una olla se pone la cebolla, achiote, sal y el comino, se hace un refrito, se licúa la leche con el maní y se le agrega a la preparación anterior. Se sirve acompañado de papas cocinadas, ensalada de lechuga y tomate y además la tradicional salsa.				

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 68. Receta 7

RECETA N° 7				
NOMBRE DE LA RECETA: PAPAS CON CONEJO				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Conejo	Unidad	5	10,00	50,00
Papas	Libra	12	0,20	2,40
Cebolla blanca	Unidad	10	0,10	1,00
Cebolla colorada	Unidad	2	0,10	0,20
Dientes de ajo	Unidad	10	0,10	1,00
Comino	Cucharadita	5	0,10	0,50
Pasta de maní	Cucharadita	15	0,10	1,50
Leche	Litro	4	0,75	3,00
Achiote	-	1	0,25	0,25
Sal	-	1	0,20	0,20
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				<i>60,05</i>
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				2,40
Elaboración:				
<p>El conejo pelado, se procede a preparar los aliños para lo cual se licuan la cebollas, ajo, pimienta, comino y sal; con esta preparación se aliña el cuy y se lo deja reposar durante una noche. Una vez macerado el cuy durante 12 horas, está listo para ser llevado a la brasa, donde se cuece por una hora y media, tiempo en el cual alcanza su perfecta cocción. En una olla se pone la cebolla, achiote, sal y el comino, se hace un refrito, se licúa la leche con el maní y se le agrega a la preparación anterior. Se sirve acompañado de papas cocinadas, ensalada de lechuga y tomate y además la tradicional salsa.</p>				

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 69. Receta 8

RECETA N° 8				
NOMBRE DE LA RECETA: TRUCHA CON PAPAS ASADAS				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Trucha	Unidad	25	1,50	37,50
Papas	Libra	12	0,20	2,40
Tomate	Unidad	12	0,10	1,20
Pimiento	Unidad	5	0,10	0,50
Cebolla colorada	Unidad	10	0,10	1,00
Dientes de ajo	Unidad	15	0,10	1,50
Lechuga	Unidad	2	0,15	0,30
Limón	Unidad	8	0,05	0,40
Vinagre	Cucharadita	20	0,05	1,00
Sal	-	1	0,25	0,25
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				<i>46,05</i>
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				1,84
Elaboración:				
Poner a hervir agua. Cuando esté hirviendo colocar las papas hasta que estén cocinadas, luego dorar las papas. Después hacer el curtido con tomate, cebolla, pimiento, limón. Lavar la lechuga con vinagre. Aliñar la trucha para asarla. Servir				

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 70. Receta 9

RECETA N° 9				
NOMBRE DE LA RECETA: CARNE A LA PLANCHA CON VEGETALES				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Carne	Libra	12	2,00	24,00
Pimiento	Unidad	12	0,20	2,40
Aceite de oliva	Cucharadita	10	0,15	1,50
Dientes de ajo	Unidad	25	0,10	2,50
Cebollas medianas	Unidad	12	0,10	1,20
Sal	-	1	0,25	0,25
Pimienta	-	1	0,05	0,05
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				<i>31,90</i>
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				1,28
Elaboración:				
Lavara el pimiento y cortar en tiras. Cortamos las cebollas en rodajas de 1-2 centímetros y las dejamos en un plato, hasta el momento de hacerlas junto con la carne. Ponemos nuestra sartén o parrilla al fuego y echamos un poco de aceite de oliva. Agregamos las carne que hemos cortamos en tacos o de cualquier otra forma y dejamos que se haga a fuego medio. A un lado iremos haciendo los pimientos y las rodajas de cebolla. Vamos dando al vuelta hasta que los ingredientes estén hechos y no olvidemos agregar pimienta y sal, para darle un toque especial.				

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 71. Receta 10

RECETA N° 10				
NOMBRE DE LA RECETA: TRUCHA AL AJILLO				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Trucha	Unidad	25	1,50	37,50
Papas	Libra	12	0,20	2,40
Tomate	Unidad	12	0,10	1,20
Dientes de ajo	Unidad	15	0,10	1,50
Lechuga	Unidad	2	0,15	0,30
Limón	Unidad	8	0,05	0,40
Vinagre	Cucharadita	20	0,05	1,00
Sal	-	1	0,25	0,25
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				44,55
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				1,78
Elaboración:				
Se lava, se limpia y se abre y se sala la trucha y se pone a freír en una sartén con un poquito de aceite. Se sirve en un plato con un poquito de ajo picado por encima y perejil espolvoreado. Lo acompañamos con unas rodajas de tomate.				

Elaborado por: Verónica Erazo M**Cuadro No.72. Receta 11**

RECETA N° 11				
NOMBRE DE LA RECETA: ASADO DE POLLO				PORCIONES: 25
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Pollo	Unidad	2 1/2	8,00	20,00
Papas	Libra	12	0,20	2,40
Cebolla Colorada	Unidad	12	0,10	1,20
Tomate	Unidad	2	0,10	0,20
Dientes de ajo	Unidad	12	0,10	1,20
Aceite de oliva	Cucharadita	5	0,15	0,75
Vino blanco	Cucharadita	5	0,20	1,00
Sal	-	1	0,20	0,20
<i>COSTO TOTAL POR PORCIÓN</i>				26,95
COSTO TOTAL RECETA (POR PORCIÓN)				1,08
Elaboración:				
Lo primero que haremos es poner el horno a precalentar a 180°. Salpimentamos las piezas de pollo y los reservamos. Cortamos la cebolla en aros, pelamos, lavamos y cortamos las patatas de un tamaño no muy grande para que se cuezan al mismo tiempo del pollo. Pon en la base la placa del horno una cama de cebollas y sobre esta las patatas, salpimentarlo todo. Pon encima de las patatas las piezas de pollo y sobre el pollo unas rodajas de tomate y los ajos y los ajos laminados. Lo rociamos todo con un buen chorro de aceite de oliva y con vino blanco y lo metemos en el horno durante unos 25-30 minutos.				

Elaborado por: Verónica Erazo M

h. Requerimiento de talento humano para el área productiva

Cuadro No. 73. Remuneración del Talento Humano para el área productiva.

CARGO	N°	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL	BENEFICIOS DE LEY					REMUNERACIÓN ANUAL TOTAL
				DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO RESERVA	APORTE IESS	
				12%	2 smv		9,35%	12,15%	
Mesero	2	480,00	5.760,00	537,60	524,88	105,00	538,56	699,84	8.165,88
Chef	1	270,00	3.240,00	302,40	295,25	105,00	302,94	393,66	4.639,25
Cocinero	1	240,00	2.880,00	268,80	262,44	105,00	269,28	349,92	4.135,44
TOTAL ANUAL									16.940,57

Elaborado por: Verónica Erazo M.

i. Servicios básicos

Cuadro No. 74. Servicios básicos

RUBRO	PROVEEDOR	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Luz	EERSA	170 kwh	\$ 10,00	\$ 120,00
Agua	EMAPAR	100 m ³	\$ 7,50	\$ 90,00
Teléfono	CNT	350 mm	\$ 12,00	\$ 144,00
TOTAL			\$ 29,50	\$ 354,00

Elaborado por: Verónica Erazo M.

j. Mantenimiento

Para el mantenimiento se ha considerado los activos fijos del área productiva del eco-restaurante-mirador, con el 1%.

Cuadro No. 75. Mantenimiento de activos fijos

ACTIVOS FIJOS	COSTO
Equipo de computo	\$ 1.385,00
Muebles y enseres	\$ 655,00
Menaje del restaurante	\$ 4.900,50
Menaje del baño	\$ 149,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 7.089,50
1%	\$ 70,90

Elaborado por: Verónica Erazo M.

D. ESTUDIO MERCADOTÉCNICO (ÁREA COMERCIAL)

1. Estrategia de posicionamiento

Basados en la investigación de mercado, se identificó que el fundamental beneficio apreciado por el cliente es la gastronomía típica, primando un servicio de calidad en un espacio de recreación natural.

Con lo expuesto anteriormente, se decidió que el principal valor a posicionar en el mercado objetivo es el servicio de gastronomía típica en un entorno rodeado por paisajes únicos. Complementario a esto, el principal atributo a posicionar es la majestuosidad del volcán Tungurahua en un área fuera de riesgo.

2. Marketing mix

a. Producto

1) Valor diferencial

El presente proyecto cuenta con características esenciales que marcan la diferencia como:

- Interrelación armónica entre la naturaleza y ser humano.
- Distribución equitativa y responsable de los beneficios generados por la actividad turística para los miembros de la comunidad anfitriona.
- Equilibrio entre las actividades de desarrollo turístico y la utilización racional de los recursos, garantizando una reinversión de los beneficios económicos para la protección y conservación de los patrimonios natural y cultural utilizados como atractivos turísticos.
- Control de calidad permanente en el servicio de alimentación, innovando según las necesidades y requerimientos del cliente.
- Nueva perspectiva enfocada hacia la mejora de los servicios turísticos en el cantón Penipe, en un ambiente natural propicio para observar la majestuosidad del volcán Tungurahua pero sobre todo en un área segura.

- Deleite de gastronomía típica de la zona, preparada con productos cultivados por sus propios moradores.
- Adquirir conocimiento acerca del volcán Tungurahua, en su parte mitológica es decir su origen, desarrollo, características y también en su parte vulcanológica es decir su continua actividad eruptiva.
- Información adecuada de los sitios turísticos aledaños a visitar y además de guías nativos que colaborarán en llegar fácilmente hacia ellos.

2) Branding

Para que el Restaurante-Mirador alcance posicionamiento en el mercado, debe tener una marca que lo identifique es decir logotipo y slogan, esto permitirá establecer una diferencia con la competencia. Por lo tanto el slogan es: “En el ojo del volcán, deleitando su paladar”.

a) Logotipo de la empresa



b) Componentes

Se consideró que el proyecto está enfocado en el desarrollo turístico sostenible por lo tanto se priorizará la utilización de productos orgánicos que son el fruto del trabajo de la población, donde el logotipo está constituido por:

- El majestuoso Tungurahua que se impone con sus constantes actividades eruptivas y sus sempiternas nubes a la vez contrastan con este maravilloso espectáculo visual, en medio de este encanto natural.
- También se destaca el talento humano representado en una mano que sostiene la bandeja charol; simboliza trabajo realizado para llegar la culminación de cada uno de los platillos ofertados en el menú.
- Una bandeja de chef, que simboliza el servicio de alimentación que estará a disposición de turistas con el menú de su preferencia. Además el símbolo de la bandeja y la mano refleja que se prestará un servicio de calidad basado en una buena manipulación de alimentos y exquisito.

c) Color de identificación de la empresa

- Rojo añil, su característica primordial es que aumenta la energía y vitalidad, se utilizó como un color de optimismo para que la población local se encuentre cada vez más ávida para trabajar en emprendimientos ecoturísticos que beneficien a ambos sectores involucrados (comunidad-gobierno local).
- Blanco, representa la paz, tranquilidad, verdad y además una adecuada manipulación, conservación y almacenamiento de los alimentos dentro del área de producción; así también en cada rincón del eco-restaurante mirador.
- Negro, simboliza la tendencia misteriosa y enigmática del volcán Tungurahua, que cada momento se manifiesta con sus actividades permanentes.

b. Precio

1) Precio final de productos

Se estableció los precios en relación a la competencia, para que de esta manera sean accesibles en el mercado y además generen ingresos rentables para la comunidad, cabe recalcar que los precios irán renovando de acuerdo a las condiciones del mercado.

Cuadro No. 76. Precio de servicios turísticos en el Eco-restaurante-mirador

PRODUCTOS	ESPECIFICACIÓN	PRECIO (\$)	INCLUYE
RESTAURANTE	DESAYUNOS		
	Desayuno tradicional	2,00	• Café en agua, tortillas de maíz hechas en piedra, huevos revueltos con queso, fruta.
	Desayuno americano	2,50	• Colada de manzana, café en agua, tortillas de maíz hechas en piedra, huevos revueltos con queso y jamón, fruta.
	MENÚ PLATOS TÍPICOS		
	Tortillas de maíz	2,00	• Tortillas de maíz hechas en piedra.
	Caldo de gallina criolla	2,50	• Caldo de gallina + vaso de chicha de manzana.
	Papas con cuy	3,50	• Papas con cuy, salsa de maní + vaso de chicha de manzana.
	Papas con conejo	4,00	• Papas con conejo, salsa de maní + vaso de chicha de manzana.
	Seco de gallina	2,50	• Seco de gallina + vaso de chicha de manzana.
	Trucha asada	4,00	• Trucha asada con papas, ensalada + vaso de chicha de manzana.
	Yahuarlocro	3,00	• Yahuarlocro + vaso de chicha de manzana.
	MENÚ EXTRANJEROS		
	Carne a la plancha con vegetales	3,50	• Carne a la plancha con vegetales + vaso de chicha de manzana.
	Trucha al ajillo	4,50	• Trucha al ajillo + vaso de chicha de manzana.
	Asado de pollo	3,50	• Asado de pollo + vaso de chicha de manzana.
	ESPECIALES		
	Cuy entero	20,00	• Cuy entero, porción de papas, salsa de maní.
	Conejo entero	25,00	• Conejo entero porción de papas, salsa de maní.
	ADICIONALES		
	Tortillas de maíz	2,50	• Tortillas de maíz hechas en piedra + /chicha de manzana.
Jarra de chicha de manzana/Claudia	2,00	• Chicha de manzana	
PASEOS A CABALLO	Alquiler por persona, 30 minutos	2,00	• Apoyo guía local • Caballo y montura
ARTESANÍAS	Impulsar productos de microempresas a nivel cantonal	5,00	• Cebyseda

Elaborado por: Verónica Erazo M.

2) Política de cobro e instrumentos de pago

El Eco-Restaurante-Mirador “La Hoguera” definió la política de cobro de sus potenciales consumidores de la siguiente manera:

- Contado al 100%, es decir servicio proporcionado, servicio que deberá ser pagado de inmediato.
- Conciliación al 50%(contado)-50%(crédito), esto es en caso de grupos mayores a 15 personas, se cobrará el 50% previo a la reservación del servicio y 50% restante al término del mismo.
- Para grupos de más de 20 personas se proporcionará el 5% de descuento.

Para impulsar las ventas de El Eco-Restaurante-Mirador “La Hoguera”, se incentivará a los clientes con tarifas especiales generalmente a los que viajan en grupos. Los incentivos deben procurar ser originales de tal forma que atraigan a los visitantes y que se difunda de la mejor manera la existencia del Restaurante-Mirador, se debe considerar promociones por fechas especiales, segmentos de mercado, feriado, fines de semana, entre otros.

Complementario a esto se hará un convenio con guías nativos, en caso de que los turistas deseen visitar atractivos aledaños, pero ello significará un valor adicional.

c. Plaza

1) Canales de distribución

a) Directa

Prioritariamente se trabajará de forma directa, para evitar un incremento evidente hacia el consumidor final, posicionándose en el mercado con precios accesibles. El servicio de gastronomía se prestará en la comunidad de Utuñag, perteneciente a la parroquia el Altar, cantón Penipe.



Cuadro No. 77. Canales de distribución y comercialización de productos

Objetivo: Captar una cuota de mercado representativa para lograr la sostenibilidad financiera del Eco-Restaurante-Mirador			
Estrategia	Táctica	Política de funcionamiento	Target
Venta directa	<ul style="list-style-type: none"> • Venta directa del producto a turistas que lleguen al Restaurante mirador. • Promoción del producto a través de la entrega de material publicitario como afiches, trípticos, postales, revistas. • Ofertar directamente los productos con establecimientos comunitarios públicos y privados, mediante visitas de negociación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto personal entre vendedor y comprador. • Proporcionar información veraz y oportuna acerca de la gastronomía que se ofrece. • Poder de convencimiento hacia el turista. • Capacidad de obtener información y sugerencias del turista. • Precisar la venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • PEA de la ciudad de Riobamba, por la cercanía al cantón Penipe. • Turistas nacionales y extranjeros que llegan a la parroquia El Altar, por visitar los atractivos aledaños.

Elaborado por: Verónica Erazo.

d. Promoción y publicidad

Se manejó los datos obtenidos en las encuestas, por lo tanto los turistas generalmente se informan mediante internet. También se hará anuncios publicitarios en la radio.

1) Plan estratégico de comunicación

Cuadro No. 78. Plan de promoción y difusión para el Eco-Restaurante Mirador.

Objetivo: Comercializar el Restaurante-Mirador, en segmentos de mercado específicos fortaleciendo la imagen de la entidad.			
Estrategia	Táctica	Política de funcionamiento	Target
Organizar reuniones y alianzas con empresas de turismo.	Reuniones con miembros involucrados con el desarrollo turístico sostenible, como representantes de ONG's, Consejo Provincial, Cámara de Turismo y Ministerio de Turismo.	- Colaborar en reuniones estratégicas una vez al mes, las mismas pueden ser: Informales (establecer el nexos) y Formales (pedir asesoría concreta).	- Equipo técnico en el ámbito turístico.
Dar a conocer el R/M a empresas e instituciones públicas, privadas y comunitarias de la ciudad de Riobamba e involucrar a personal capacitado en toma de decisiones.	Convenios con instituciones y empresas públicas, privadas y comunitarias.	- Visitar entidades para difundir el R/M. - Efectuar una base de datos con las empresas e instituciones prestas a involucrarse en el sector turístico. - Fijar la venta y dar un seguimiento.	- Empleados y trabajadores de empresas e instituciones públicas, privadas y comunitarias.
Elaborar exposiciones multitudinarias del R/M.	Intervención en ferias y eventos de turismo como: FITE, BITE, etc.	- Promocionar el R/M en ferias y eventos de turismo, mediante alianzas con el Ministerio de Turismo, Unidades de Turismo.	- Población de Quito, Guayaquil, Cuenca, Riobamba, ciudades sede de la Convención Nacional de Turismo. - Turistas internacionales que visitan Riobamba
Negociación de espacios publicitarios en guías o revistas especializadas de turismo sostenible y afines	Promocionar los productos turísticos en las guías de turismo a nivel nacional e internacional.	- Identificación de las revistas especializadas. - Planificación de visitas con corresponsables. - Clasificación de información e imágenes.	- Turismo receptivo
Disposición suficiente de medios de publicidad.	Presencia constante de medios y papelería tanto en unidades de turismo como empresas relacionadas.	- En base a lo determinado en el respectivo plan de publicidad y promoción.	- Población de Quito, Guayaquil, Cuenca, Riobamba, Ambato. - Turistas internacionales que visitan Riobamba
Valor agregado	Capacitación continúa en las diferentes áreas del sector turístico.	- Programas de capacitación con los que se pueda involucrar a los diversos sectores sociales en la actividad turística.	- Mercado laboral en el área del sector turístico.

2) Plan de promoción y publicidad (Anexo No. 06)

Cuadro No. 79. Planificación de medios de promoción y publicidad

Tipo publicidad	Objetivo	Detalle	Política Funcionamiento	Target	Presupuesto anual (\$)
MEDIOS					
Internet	Atraer turistas que buscan destinos, a través del internet.	Página web. Contratación anual y asistencia técnica.	Web site con dominio propio. Página web anexa al I. Municipio de Penipe.	Turistas que buscan nuevos destinos por medio de internet.	500
Radio	Difundir a que turistas visiten el R/M, escuchando los anuncios radiales.	Transmitir en emisoras locales de mayor sintonía a nivel local y nacional.	Los anuncios se realizarán en 2 emisoras, con 5 cuñas diarias de lunes a domingo.	Población ciudad de Riobamba y zona centro del país.	1250
Televisión	Promocionar la imagen turística del R/M, los servicios turísticos que ofrece.	Canales de televisión a nivel local: TVS y Ecuavisión, a nivel regional: RTU (programa de turismo Ecuador Maravilloso)	Promoción a través de spots publicitarios, con una duración de 40 segundos. Proyección de videos promocionales.	Población de la ciudad de Riobamba y zona centro del país.	800
		Reportajes en programas de TV nacional dedicados hacer promoción turística del Ecuador. Coordinación con medios.	Presentación bimensual en medios de televisión a nivel nacional.	Población ciudades emisoras de turismo interno: Quito, Guayaquil Cuenca, Ambato.	Gratuito
Revista	Definir la imagen turística del R/M, los productos y los servicios turísticos que oferta al mercado.	Registrar el R/M en guías de turismo y directorios especializados de la Regional Sierra Centro del MITUR, Consejos provinciales y Municipios (ITUR), Guías turísticas internacionales como: Ecuador Handbook, The New Key to Ecuador & Galapagos, Planet, Travel Book.	Distribución en lugares de gran afluencia turística a nivel de la provincia y país, enfatizando en embajadas, consulados y tour operadoras de Riobamba y Quito.	Turismo interno y receptivo.	Gratuito

		Turismo y comercio: BITE, FITE. Participación en rondas de negociación.	Participación en la revista oficial BITE, FITE	Personas inmersas en el sector turístico.	800
Señalética informativa.	Captar turistas nacionales y extranjeros	Un letrero de madera con los servicios ofertados. Diseño y construcción atractiva, que capte la atención del visitante.	Ubicación, en la entrada al cantón Penipe, como estrategia de promoción.	Turistas nacionales y extranjeros que vienen por esta vía.	400
PAPELERÍA					
Pósters	Promocionar y difundir los servicios que ofrece en R/M.	Tamaño ½ pliego impresos a full color en papel couché de 150 gramos. Se imprimirán 1000 unidades al año. Contratación anual y en diferentes modelos.	Distribuir lugares estratégicos de diferentes ciudades como: Regional Sierra Centro MITUR, Cámaras de Turismo, Agencias de Viajes, i-TUR.	Turistas en mercados emisores a nivel nacional: Quito Guayaquil Cuenca, Latacunga, Ambato, Riobamba.	290
Bípticos	Promocionar y difundir los servicios que ofrece en R/M.	Formato A4 impresos a full color en papel couché de 150 gramos. Se imprimirán 1000 unidades al año. Contratación anual y en diferentes modelos.	Repartir de forma masiva en las empresas, ferias, sitios de información turística.	Población y turistas en mercados emisores a nivel nacional: Quito Guayaquil Cuenca, Latacunga, Ambato, Riobamba.	95
Folletos	Proporcionar información veraz acerca de la comunidad y difundir los servicios que ofrece en R/M.	Formato A4 impresos a full color en papel couché. Se imprimirán 1000 unidades para todo el año. Contratación anual y en diferentes modelos	Repartir de forma masiva en empresas turísticas, ferias, sitios de información turística, embajadas, consulados, aeropuertos.	Turismo receptivo e interno	1200
PAPELERÍA ESPECIAL					
Postales	Posicionar en el mercado actual, la imagen turística de la comunidad, así como los servicios que oferta.	En cartulina plegable a full color con barniz Uv. 1000 unidades al año. Con este tipo de papelería se incentiva al cliente y es una manera de asegurar su fidelidad.	Material publicitario opcional, solo cuando exista la posibilidad de hacerlo, para entregar a sus clientes en fechas importantes.	Clientes actuales y potenciales	75
TOTAL					5 410

3. Cargos y funciones del área comercial

a. Cargos y funciones para el talento humano del área comercial, administrativa, financiera.

Cuadro No. 80. Remuneración para el talento humano del área comercial

CARGO	N°	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL	BENEFICIOS DE LEY					REMUNERACIÓN ANUAL TOTAL
				DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO RESERVA	APORTE IESS	
				12%	2 smv		9,35%	12,15%	
Gerente/ administrador	1	350,00	4.200,0	392,00	382,73	105,00	392,70	510,30	5.982,73

Elaborado por: Verónica Erazo M:

b. Costos y gastos del área comercial

1) Activos fijos del área comercial

Cuadro No. 81. Activos fijos del área comercial

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Total
<i>Equipos de computo</i>			\$ 1.635,00
Computadora	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Televisión	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Sumadora	1	\$ 35,00	\$ 35,00
<i>Muebles y enseres</i>			\$ 655,00
Escritorio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Mueble/computadora	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Silla giratoria	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Sillas	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Archivador	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Cuadros decorativos	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Alfombra	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Útiles de oficina		\$ 50,00	\$ 50,00
Total			\$ 2.290,00

Elaborado por: Verónica Erazo M.

2) Costos y gastos del área comercial

Cuadro No.82. Costos y Gastos del área comercial

RUBRO	COSTO	
	MENSUAL	ANUAL
Publicidad y promoción	\$ 450,83	\$ 5.409,96
Talento humano	\$ 450,00	\$ 5.982,73
TOTAL		\$ 11.392,69

Elaborado por: Verónica Erazo M:

Cuadro No.83. Inversiones diferidas o gastos preoperativos

RUBRO	COSTO
Publicidad radial previa (1 mes)	\$ 200,00
Anuncio prensa previo (1 mes)	\$ 80,00
TOTAL	\$ 280,00

Elaborado por: Verónica Erazo M:

E. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

1. Método de Leopold

a. Delimitación del área

1) Ubicación

La comunidad Utuñag, parroquia El Altar, pertenece al cantón Penipe, localizado en el centro andino del Ecuador al nororiente de Chimborazo, a una distancia de 22 km de Riobamba.

2) Coordenadas Geográficas

Latitud: 1° 31' 39" S,
Longitud: 78° 29' 39" O,
Altitud: 2540 msnm.

3) Características climáticas

Temperatura media anual: 15° C, precipitación media anual: 500 – 1 000 mm, humedad relativa: 76%, clima: Ecuatorial Mesotérmico Semi-Húmedo, Ecuatorial Mega térmico Húmedo.

4) Clasificación ecológica

Las zonas de vida del cantón Penipe pertenecen a las categorías: Bosque seco montano bajo (en su límite más alto) y bosque húmedo montano bajo (2.600 a 3.400 m.s.n.m.) en el sector occidental del cantón. En el sector oriental pertenecen a las categorías bosque muy húmedo montano, páramo pluvial subalpino (sobre los 3.400 m.s.n.m.) y el bosque pluvial montano.

5) Características del suelo

La constitución del suelo es de origen Volcánico por encontrarse cerca del volcán Tungurahua; es su mayor parte el suelo es franco arenoso, el pH se calcula en 6,5 neutro. El

suelo tiene presencia de nutrientes, pendientes fuertes, altas temperaturas, imposibilidad de agricultura. Los tipos de suelo van desde lo fango arenoso, areno limoso, areno arcilloso y limoso, por lo tanto son favorables para la agricultura. (ARUT 1998)

b. Determinación de acciones

Las acciones que contempla este proyecto y que pueden causar alteraciones a los distintos componentes del medio ambiente son:

- Construcción de infraestructura
- Excavaciones
- Pavimento
- Ruido vibraciones
- Estructuras recreacionales
- Desmontes y rellenos
- Manipulación de alimentos
- Modificación del paisaje
- Tránsito de vehículos
- Tránsito de personas
- Operación turística
- Implementación de senderos
- Intercambio cultural
- Implementación de señalética

c. Determinación de factores ambientales

Los factores ambientales inmersos dentro del proyecto son:

- 1) Suelo
 - a) Compactación.
 - b) Contaminación con desechos orgánicos e inorgánicos
 - c) Erosión

2) Agua

- a) Generación de aguas grises y negras

3) Flora y fauna.

- a) Alejamiento de especies de fauna
- b) Protección de especies
- c) Microflora

4) Socio-económicos.

- a) Dinamización de la economía local
- b) Sensibilización de turistas y comunidad
- c) Empleo
- d) Comercialización de productos de unidades productivas

5) Recreativos

- a) Pesca
- b) Camping
- c) Excursión

d. Determinación de magnitud

Se determinó la magnitud en función de los factores ambientales, haciendo énfasis en la pregunta. ¿Cuánto se ha alterado el ambiente?

La magnitud fue medida con una escala de valoración del 1 al 5, sabiendo que 1 representa la magnitud menor y 5 la magnitud mayor.

Cuadro No. 84. Valoración de la magnitud de impactos ambientales

M A G N I T U D	Valoración	Intensidad	Afectación
	1	Baja	Baja
	2	Baja	Alta
	3	Media	Baja
	4	Media	Alta
	5	Alta	Alta

Elaborado por: Verónica Erazo M.

e. Determinación de importancia

Se estableció por la trascendencia del impacto que tiene con respecto al resto, esta valoración es más subjetiva. La importancia fue medida con una escala de valoración del 1 al 5, sabiendo que 1 representa la importancia menor y 5 la importancia mayor. Pero a este valor se antepone el signo (+) cuando genera una acción beneficiosa y el signo (-) cuando genera una acción perjudicial.

Cuadro No. 85. Valoración de la importancia de impactos ambientales

I M P O R T A N C I A	Valoración	Intensidad	Afectación
	1	Temporal	Puntual
	2	Permanente	Puntual
	3	Media	Local
	4	Temporal	Regional
	5	Permanente	Nacional

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 86. Evaluación de Impactos Ambientales del proyecto ecoturístico en la parroquia El Altar, cantón Penipe.

FACTORES AMBIENTALES \ ACCIONES		Excavaciones	Desmontes y rellenos	Ruido vibraciones	Pavimento	Infraestructura	Estructura recreacional	Manipulación de alimentos	Modificación del paisaje	Tránsito de vehículos	Tránsito de personas	Operación turística	Implementar senderos	Intercambio cultural	Implementar señalética	Afecciones (+)	Afecciones (-)	AGREGACIÓN DE IMPACTOS
SUELO	Compactación	-1/1	-1/1	-1/1	-2/2	-2/2	-2/1			-3/2	-2/2	-2/2	-2/2		+1/1	1	10	-30
	Contaminación desecho orgánico e inorgánico	-2/1	-2/1		-2/1	-2/1	-2/1	-2/3	-2/1	-1/1	-2/1	-2/1	-2/1		-1/1	0	12	-26
	Erosión	-2/1	-2/2							-1/1	-1/1	-2/1				0	5	-10
AGUA	Generación de aguas grises y negras					-3/2		-2/1				-3/2				0	3	-14
FLORA Y FAUNA	Alejamiento de especies de fauna			-3/2	-2/2	-2/1	-2/1		-3/2	-3/2	-2/2	-2/2				0	8	-34
	Protección de especies						+2/1				+2/2	+1/1	+2/2	+3/2	5	0	+17	
	Microflora	-2/2	-2/2		-2/2	-2/2	-2/1		-2/1	-2/1	-1/1	-2/1	-2/2	+1/1	+1/1	2	10	-27
SOCIO-ECONÓMICO	Dinamización economía local				+1/1	+3/3	+3/2			+3/2	+3/2	+4/3	+3/3	+2/2	+3/3	9	0	+62
	Sensibilización de turista y comunidad						+1/1	+1/1	+3/3	+1/1	+1/1	+4/3	+1/1	+2/2	+4/3	9	0	+42
	Empleo	+2/2	+2/2			+2/2	+2/2	+1/1				+4/3	+2/2		+2/2	8	0	+37
	Comercialización de productos u. productivas				+1/1	+2/2	+2/2			+3/3	+3/3	+4/3	+3/2	+2/2	+3/2	9	0	+55
RECREATIVO	Pesca			-1/1					-2/1	+2/2	+2/1	+2/1	+2/2	+2/1	+2/1	6	2	+13
	Camping			-1/1	-2/2					+2/2	+2/1	+2/2	+2/2	+2/1	+2/1	6	2	+13
	Excursión								-2/1	+2/2	+2/1	+2/2	+2/2	+2/1	+2/1	6	1	+16
Afecciones (+)		1	1	0	2	3	5	2	1	6	6	8	8	8	10	61		
Afecciones (-)		4	4	4	5	5	4	2	5	5	5	6	3	0	1		53	
AGREGACIÓN DE IMPACTOS		-5	-7	-9	-16	-1	+9	-6	-5	+12	+10	+42	+23	+23	+44			+114

Elaborado por: Verónica Erazo M.

1) Resultados de la Matriz de Leopold

Los resultados de la evaluación de impactos ambientales reflejan que, las actividades a realizar por la implementación de infraestructura en el proyecto, son impactos positivos en 61 puntos imperando ante los impactos negativos con 53 puntos, generando un total de 114 puntos.

Siendo el factor socio-económico con 196 puntos el que contribuye como mayor impacto positivo, seguido del factor de recreación con 42 puntos que conjuntamente proporcionarán mejoramiento en la calidad de vida de la población.

En cambio los impactos negativos se ven reflejados mayoritariamente en el factor suelo con -66 puntos, continuando con el factor flora y fauna con -44 puntos y finalizando con el factor agua en -14 puntos, esto quiere decir que los impactos negativos afectan primordialmente al suelo por la implementación de infraestructura turística, que es necesaria para llevar a cabo esta actividad pero éstos no amenazan el ecosistema de manera abrupta; ya que mediante una el ecoturismo se trata de mitigar los impactos ambientales causados por ésta industria con la concienciación a turistas y población en general.

Se puede concluir que los impactos causados por la ejecución de este proyecto son bajos en relación a los beneficios que aportará a la población, siendo más relevante los impactos positivos en magnitud e importancia que los impactos negativos.

Por ende desde el punto de vista ambiental el proyecto resulta factible ya que es beneficioso para la población principalmente y también para el ambiente.

Cuadro No. 87. Acciones y requerimientos para mitigación de impactos ambientales

DAÑOS POR PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y ACTIVIDADES PRE-OPERATIVAS		MEDIDAS DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTOS	COSTO (\$)
SUELO	Compactación	Controlar excesivas concentraciones de turistas.	Señalización de prohibición, prevención y concienciación.	100
	Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Prohibir terminantemente arrojar basura. Proveer un sistema de manejo de desechos sólidos, que capacitará al personal sobre cómo tratar reciclar los desechos del restaurante.	Señalización de prohibición, prevención y concienciación. Recipientes para desechos orgánico e inorgánico.	150
	Erosión	Planificar y diseñar senderos, cerrando periódicamente y de manera rotativa a peatones. Realizar movimientos de tierra manualmente.	Mano de obra local. Material de limpieza.	100
AGUA	Generación de aguas negras y grises	Colocar diferente tubería para cada una, para el tratamiento de las negras se utilizará el proceso de sedimentación y cribas. Para las grises construcción de pozas con plantas acuáticas flotantes (purifican).	Plantas acuáticas. Ladrillo, cemento, pala, carretilla, tubos.	4500
FAUNA Y FLORA	Alejamiento de especies Protección de especies	Se explicará a turistas y población local sobre la importancia de las especies para la concienciación sobre su protección.	Señalización de prohibición, prevención y concienciación.	100
	Microflora	Prohibir al turista que se salga de senderos y miradores.		
SOCIO-ECONÓMICO	Dinamización economía local	Realizar charlas interpretativas de concienciación tanto para turistas como población local, facilitando las formas de reciclaje.	Personal apto para charlas. Material didáctico para charla	50
	Sensibilización a personas	Mitigar el uso de productos con muchos empaques y no degradables.	Señalización de concienciación.	100
RECREATIVO	Pesca	Regular la pesca indiscriminada de peces	Señalización de prohibición, y concienciación. Materiales del lugar.	150
	Camping	Prohibir concentraciones excesivas de turistas en áreas de camping.		
	Excursión	Propender que existan senderos claramente señalizados y fomentar a turistas que no se salgan de ellos.	TOTAL	5250

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

F. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Estructura organizativa de la empresa

a. Remuneración de la empresa.

Para minimizar gastos por la inversión en una nueva empresa, se fusionó el área comercial con el área administrativa – financiera. Por lo tanto se cuenta con dos área bien definidas: el área comercial y el área productiva.

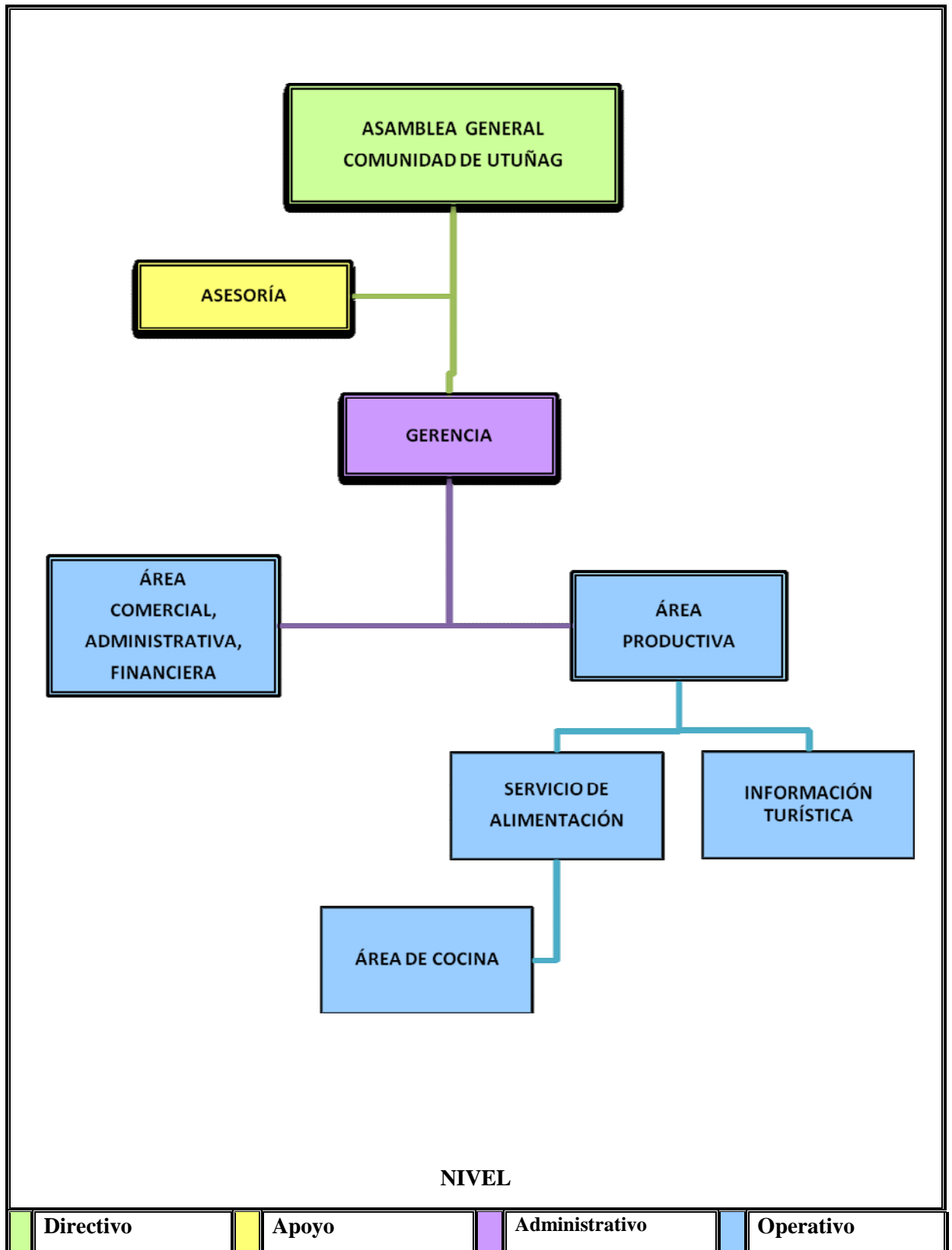
Cuadro No.88. Remuneración total del restaurante.

CARGO	Nº	SALARIO MENSUA L	SALARIO ANUAL	BENEFICIOS DE LEY					REMUNERACIÓ N ANUAL TOTAL
				DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIO NES	FONDO RESERVA	APORTE IESS	
				12%	2 smv		9,35%	12,15%	
Gerente/ administrador	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 392,00	\$ 382,73	\$ 105,00	\$ 392,70	\$ 510,30	\$ 5.982,73
Mesero	2	\$ 480,00	\$ 5.760,00	\$ 537,60	\$ 524,88	\$ 105,00	\$ 538,56	\$ 699,84	\$ 8.165,88
Chef	1	\$ 270,00	\$ 3.240,00	\$ 302,40	\$ 295,25	\$ 105,00	\$ 302,94	\$ 393,66	\$ 4.639,25
Cocinero	1	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 268,80	\$ 262,44	\$ 105,00	\$ 269,28	\$ 349,92	\$ 4.135,44
TOTAL ANUAL									\$ 22.923,29

Elaborado por: Verónica Erazo M.

b. Organigrama estructural

Figura: Organigrama estructural y funcional del Eco-Restaurante Mirador “La Hoguera”



Fuente y Elaboración: Verónica Erazo M.

c. Competencias laborales¹¹

Con el propósito de impulsar el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios del sector turístico para elevar la competitividad del Ecuador como destino de clase mundial; la FENACAPTUR, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo y las Cámaras de Turismo de Pichincha y Guayas, se encuentra desarrollando el “Sistema de Certificación de Competencias Laborales en el sector Turismo”, apoyando de esta manera al avance del sector turístico en nuestro país.

Logrando como resultado una Norma de Competencia Laboral, conseguida a través de un proceso sistemático y participativo que involucró a los actores clave del sector turístico: gobierno, universidades, técnicos, trabajadores, empleadores y consumidores.

Esta norma será válida y aplicable a nivel nacional, sirviendo como base para que los trabajadores puedan alcanzar la certificación.

A continuación se detallará la competencia laboral del personal involucrado en este proyecto:

¹¹ Norma Técnica Ecuatoriana. Turismo. Competencias Laborales. Primera Edición.

Cuadro No. 89. Competencia laboral del gerente/administrador.

Norma Técnica Ecuatoriana	<p style="text-align: center;">TURISMO</p> <p style="text-align: center;">ADMINISTRADOR DE RESTAURANTE</p> <p style="text-align: center;">REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL</p>	<p style="text-align: center;">NTE INEN</p> <p style="text-align: center;">2 436:2007</p>
<p>1. OBJETO</p> <p>1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el administrador de restaurante.</p>		
<p>2. ALCANCE</p> <p>2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como administrador de restaurante en empresas de alimentos y bebidas, restauración, hospitalidad y otras similares.</p>		
<p>3. DEFINICIONES</p> <p>3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:</p> <p>3.1.1 <i>Actitud.</i> Disposición de ánimo manifestada exteriormente.</p> <p>3.1.2 <i>Ciclo.</i> Período de tiempo en donde el consumidor tiene un comportamiento predefinido.</p> <p>3.1.3 <i>Cliente especial.</i> Todo cliente que puede necesitar de un trato diferenciado: cliente importante, cliente con necesidades especiales, cliente con discapacidad.</p> <p>3.1.4 <i>Competencia.</i> Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos.</p> <p>3.1.5 <i>Conocimiento.</i> Noción, idea, información, es el saber.</p> <p>3.1.6 <i>Enología.</i> Ciencia que trata de la producción, conservación y consumo de vinos.</p> <p>3.1.7 <i>Espirituosos.</i> Denominación que se aplica a los aguardientes.</p> <p>3.1.8 <i>Estacionalidad.</i> Temporada definida de demanda de mercado para consumo de bienes o servicios. Ciclos variables de demanda.</p> <p>3.1.9 <i>Existencia (stock).</i> Existencia de productos en almacenamiento bajo los parámetros y las políticas mínimas y máximas de provisión requeridas, de acuerdo a los consumos realizados en un período determinado de tiempo.</p> <p>3.1.10 <i>Habilidad.</i> Destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.</p> <p>3.1.11 <i>Hospitalidad.</i> Industria que incluye todos los negocios relacionados a servicios hospitalarios: hoteles, hosterías, hostales, hospitales, clínicas, entre otros.</p> <p>3.1.12 <i>Ocupación.</i> Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.</p> <p>3.1.13 <i>Restauración.</i> Actividades relacionadas con la producción y servicio de alimentos y bebidas.</p> <p>3.1.14 <i>Resultados esperados.</i> Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.</p> <p>3.1.15 <i>Seguridad alimentaria.</i> Normas de seguridad y manipulación de alimentos que incluye estándares y procesos en compras, recepción, almacenamiento, producción, despacho, servicio, y manipulación de desechos y desperdicios.</p>		
<p>4. DISPOSICIONES GENERALES</p> <p>4.1 Descripción de la ocupación. El administrador de restaurante se ocupa principalmente, de administrar el servicio de un restaurante o de un área de alimentos y bebidas, incluyendo la planificación y la administración de personal, compra, almacenaje y venta de productos y servicios, control contable financiero; apoyar a la dirección y asegurar la satisfacción del cliente.</p>		
<p>5. REQUISITOS</p> <p>5.1 Resultados esperados</p> <p>5.1.1 <i>El administrador de restaurante debe:</i></p>		

5.1.1.1 Planificar el trabajo:

- a) Desarrollar estrategias competitivas;
- b) establecer prioridades en la asignación de recursos;
- c) prever problemas;
- d) crear soluciones alternativas;
- e) definir políticas de venta;
- f) analizar resultados y rentabilidad;
- g) elaborar planes, presupuestos y sistemas de control;
- h) definir distribución de elementos en un ambiente;
- i) apoyar la planificación y organización desarrollada por la dirección;
- j) anticiparse a cambios del mercado;
- k) definir tendencias y modas en la gastronomía;
- l) análisis y juzgamiento con base en datos;
- m) prever demanda futura basada en ciclos o estacionalidades.

5.1.1.2 Participar en la composición del menú:

- a) Realizar investigación de mercado, tipos de clientes, producto y proveedor;
- b) elaborar ficha técnica de los platos;
- c) establecer directrices de planificación y producción del menú;
- d) establecer costo y precio de venta final.

5.1.1.3 Coordinar el servicio:

- a) Efectuar compras de alimentos y bebidas;
- b) controlar existencias (*stock*);
- c) efectuar control financiero y contable de costos y personal;
- d) operar sistema gerencial computarizado;
- e) elaborar reporte gerencial para la toma de decisión sobre el negocio;
- f) asegurar el cumplimiento de la legislación y reglamentación;
- g) establecer procesos y estándares en manuales de trabajo y aplicación de procesos.

5.1.1.4 Atender o supervisar la atención al cliente:

- a) Revisar los datos de la reserva;
- b) acoger y recibir al cliente;
- c) investigar preferencias y necesidades;
- d) supervisar la seguridad y la recepción de clientes especiales;
- e) esclarecer duda sobre el gasto efectuado;
- f) explicar y acordar la forma de pago;
- g) despedir al cliente e incentivar su retorno.

5.1.1.5 Cuidar de la seguridad alimentaria:

- a) Asegurar la aplicación de los procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos, en la limpieza de utensilios usados, en la higiene y limpieza personal del equipo y del espacio físico.

5.1.1.6 Promover ventas:

- a) Promocionar campañas publicitarias;
- b) contratar atracciones artísticas;
- c) realizar festivales gastronómicos y almuerzos conmemorativos;
- d) autorizar descuentos;
- e) negociar contratos y acuerdos comerciales.

5.1.1.7 Velar por la seguridad empresarial y patrimonial:

- a) Definir y hacer cumplir el plan de seguridad del establecimiento y del cliente;

b) contratar servicios de seguridad.

5.1.1.8 Apoyar al cliente:

- a) Brindar información sobre el establecimiento y los servicios que ofrece;
- b) aclarar dudas sobre reserva, precio, productos y servicios;
- c) recibir visitas y clientes especiales;
- d) solucionar problemas.

5.1.1.9 Asegurar la satisfacción del cliente:

- a) Solucionar problemas;
- b) supervisar el servicio de atención al cliente;
- c) investigar satisfacción del cliente sobre productos y servicios;
- d) verificar el cumplimiento con estándares de calidad de productos y servicios;
- e) brindar servicio personalizado;
- f) cuidar de la privacidad y seguridad del cliente;
- g) efectuar la evaluación final junto al cliente;
- h) atender quejas y verificar eficacia de las acciones tomadas.

5.1.1.10 Apoyar al equipo:

- a) Ayudar al equipo en la atención al cliente;
- b) supervisar y orientar el arreglo del salón, mesas y utensilios;
- c) reemplazar al capitán de meseros.

5.1.1.11 Liderar al equipo:

- a) Definir directrices para reclutamiento, selección y promoción de personal;
- b) establecer política de remuneración y beneficios;
- c) promover la capacitación;
- d) administrar al equipo;
- e) incentivar la cooperación;
- f) desarrollar acciones motivadoras.

5.2 Competencia

5.2.1 El administrador de restaurante, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) procesos básicos de liderazgo y gestión de personal;
- b) técnicas de manejo de crisis;
- c) métodos básicos de control contable y gestión financiera;
- d) indicadores económicos para toma de decisiones
- e) herramientas de control gerencial, financiero y contable;
- f) sistemas básicos de administración de la producción y de administración de las existencias (*stock*);
- g) ingredientes de platos en venta;
- h) NTE INEN 2 458;
- i) principios de almacenamiento y conservación de alimentos y bebidas;
- j) ingredientes de platos y bebidas nacionales;
- k) términos técnicos relativos al servicio de alimentos y bebidas;
- l) diversos servicios de un restaurante;
- m) normas de etiqueta en la mesa y en el salón;
- n) procedimientos en casos de emergencia;
- o) enología, espirituosos, bebidas alcohólicas y su servicio;
- p) herramientas de gestión especializadas para el manejo de alimentos y bebidas;
- q) leyes y regulaciones especiales que aplican al sector de alimentos y bebidas.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Comunicación verbal clara, articulada y expresiva con empleo de gramática y vocabulario adecuados;
- b) planificación de corto, mediano y largo plazo;
- c) toma de decisiones en situaciones críticas con clientes;
- d) raciocinio lógico y verbal;
- e) raciocinio numérico aplicado a negocios;
- f) análisis del comportamiento humano e interpretación del lenguaje corporal, en particular, gestual;
- g) actuar de forma independiente para acelerar decisiones;
- h) relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales;
- i) capacidad para solucionar conflictos internos;
- j) capacidad para evaluar ideas.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) *Detallista*. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- b) *Confiable*. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
- c) *Atento*. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- d) Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- e) *Controlador*. Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No.90. Competencia laboral del mesero.

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO MESERO POLIVALENTE REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN 2 453:2007
1. OBJETO		
1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el mesero polivalente.		
2. ALCANCE		
2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como mesero polivalente en empresas de alimentos y bebidas, restauración, hospitalidad y otras similares.		
3. DEFINICIONES		
3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:		
3.1.1 <i>Actitud</i> . Disposición de ánimo manifestada exteriormente.		
3.1.2 <i>Banquete</i> . Servicio de comidas prestado por hoteles, restaurantes y otros similares que tengan infraestructura para ello, y que constituye una fuente de ingresos complementaria. Consiste en la preparación de comida para un gran número de comensales.		
3.1.3 <i>Cliente especial</i> . Todo cliente que puede necesitar de un trato diferenciado: cliente importante, cliente con necesidades especiales, cliente con discapacidad.		
3.1.4 <i>Comanda</i> . Documento en donde se registra el pedido del cliente.		
3.1.5 <i>Competencia</i> . Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño del trabajo en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos.		

- 3.1.6 Conocimiento.** Noción, idea, información, es el saber.
- 3.1.7 Función polivalente.** Persona que posee un conocimiento básico de algunas funciones, sin ser especialista en alguna de ellas.
- 3.1.8 Habilidad.** Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.
- 3.1.9 Hospitalidad.** Industria que incluye todos los negocios relacionados a servicios hospitalarios: hoteles, hosterías, hostales, hospitales, clínicas, entre otros.
- 3.1.10 Ocupación.** Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.
- 3.1.11 Puesta a punto (mise en place).** Expresión francesa usada para el conjunto de operaciones precisas para la puesta a punto de los elementos necesarios en la ejecución de un trabajo o servicio.
- 3.1.12 Restauración.** Actividades relacionadas con la producción y servicio de alimentos y bebidas.
- 3.1.13 Resultados esperados.** Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.
- 3.1.14 Seguridad de los alimentos.** Normas de seguridad y manipulación aplicadas a técnicas de producción de alimentos y bebidas.
- 3.1.15 Servicio a la francesa.** Servicio que presta un mesero al cliente en la mesa. Consiste en el ofrecimiento de los alimentos preparados en bandejas para que el cliente se sirva según su apetencia.
- 3.1.16 Servicio a la inglesa.** Servicio que presta un mesero al cliente en la mesa. Consiste en la distribución, por parte del mesero, de los alimentos servidos desde la cocina, en los platos situados en la mesa de los comensales.
- 3.1.17 Vocabulario técnico.** Conjunto de palabras de un idioma pertenecientes al uso de una actividad determinada.

4. DISPOSICIONES GENERALES

4.1 Descripción de la ocupación. El mesero polivalente se ocupa, principalmente, de recibir y acoger al cliente; servir alimentos y bebidas y cuidar del arreglo del punto de venta o servicio.

5. REQUISITOS

5.1 Resultados esperados

5.1.1 El mesero polivalente debe:

5.1.1.1 Atender al cliente:

- a) Recibir, guiar y acomodar al cliente en la mesa o en un área de realización de evento, como almuerzo, cóctel o fiesta;
- b) asistir al cliente especial.

5.1.1.2 Presentar el menú o carta:

- a) Esclarecer el contenido y disponibilidad del menú;
- b) recibir pedidos;
- c) anular pedidos;
- d) entregar las demandas en la barra o en la cocina.

5.1.1.3 Servir al cliente:

- a) Atender pedidos y solicitudes simultáneas;
- b) servir bebidas, platillos, postres, café, refrigerios, canapés, bocaditos de dulce y de sal;
- c) aplicar técnicas de servicio avanzadas como son el servicio a la inglesa, a la francesa, entre otros.

5.1.1.4 Actuar como nexo entre el cliente y las otras áreas del establecimiento:

- a) Levantar y retirar pedidos en la cocina, comedor, cafetería, lugar dónde se preparan alimentos ligeros o bar;
- b) reponer bandejas de bocaditos de dulce, sal, pan, mantequilla y bebidas en el área de apoyo a un evento, banquete y similar;

- c) resolver problemas;
- d) establecer prioridades.

5.1.1.5 Finalizar la atención y recibir el pago:

- a) solicitar la cuenta al cajero;
- b) presentar la cuenta al cliente;
- c) esclarecer o encaminar dudas para el supervisor;
- d) recoger pago y llevarlo a la caja.

5.1.1.6 Cuidar de la seguridad de los alimentos:

- a) Aplicar los procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos y bebidas;
- b) aplicar los procedimientos de higiene en la limpieza de utensilios manipulados.

5.1.1.7 Cuidar del arreglo del punto de venta:

- a) Limpiar, higienizar, arreglar y hacer la puesta a punto (*mise en place*) del punto de venta donde actúa;
- b) velar por la imagen del local de trabajo.

5.1.1.8 Representar y vender:

- a) Informar sobre el punto de venta donde esté actuando;
- b) esclarecer dudas sobre reservación, precio, productos y servicios;
- c) apoyar al cliente en la toma de decisión.

5.1.1.9 Operar equipos del salón y del punto de venta:

- a) Operar calentadores, máquina de café y de otras bebidas, comandas electrónicas, considerando procedimientos de seguridad.

5.1.1.10 Asegurar la satisfacción del cliente:

- a) Aproximarse sin necesidad de ser llamado;
- b) recibir y atender solicitudes;
- c) reponer productos sin que el cliente solicite;
- d) retirar utensilios que no estén en uso;
- e) limpiar mesa y muebles de servicio;
- f) constatar satisfacción sobre productos y servicios ofertados.

5.1.1.11 Cuidar de la presentación personal:

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

5.1.1.12 Apoyar al equipo:

- a) Alertar sobre solicitud de cliente de otra mesa;
- b) atender la mesa de otro mesero en la preparación de platos o bebidas;
- c) atender solicitudes bajo presión de tiempo.

5.2 Competencia

5.2.1 El mesero polivalente, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) Tipos de servicio a la mesa y al cliente según puntos de venta;
- b) normas de etiqueta a la mesa y en el salón;
- c) preparación básica de alimentos y bebidas;
- d) técnicas para servir bebidas, licores, bajativos, digestivos y vino;
- e) procedimientos de emergencia;
- f) requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación;
- g) NTE INEN 2 458;
- h) operación de los equipos de salón y comedor, cafetería, lugar donde se preparan alimentos ligeros y procedimientos de seguridad;

- i) técnicas de comunicación en el servicio;
 - j) técnicas de trabajo en equipo;
 - k) técnicas de servicio.
- 5.2.1.2 Habilidades:**
- a) Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas;
 - b) lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios con caligrafía legible;
 - c) comunicación oral clara y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuados;
 - d) trabajo en equipo;
 - e) interpretación de lenguaje corporal, en particular, gestual;
 - f) capacidad para transportar pequeños pesos y permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo;
- 5.2.1.3 Actitudes:**
- a) *Detallista*. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
 - b) *Confiable*. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
 - c) *Equilibrado emocionalmente*. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No.91. Competencia laboral del chef de cocina.

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO CHEF DE COCINA REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN 2 442:2007
1. OBJETO		
1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el chef de cocina.		
2. ALCANCE		
2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como chef de cocina en empresas de alimentos y bebidas, restauración, hospitalidad y otras similares.		
3. DEFINICIONES		
3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:		
3.1.1 <i>Actitud</i> . Disposición de ánimo manifestada exteriormente.		
3.1.2 <i>Banquete</i> . Servicio de comidas prestado por hoteles, restaurantes y otros similares que tengan infraestructura para ello, y que constituye una fuente de ingresos complementaria. Consiste en la preparación de comida para un gran número de comensales.		
3.1.3 <i>Competencia</i> . Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos.		
3.1.4 <i>Conocimiento</i> . Noción, idea, información, es el saber.		
3.1.5 <i>Existencia (stock)</i> . Existencia de productos en almacenamiento bajo los parámetros y las políticas mínimas y máximas de provisión requeridas, de acuerdo a los consumos realizados en un período determinado de tiempo.		
3.1.6 <i>Habilidad</i> . Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.		
3.1.7 <i>Hospitalidad</i> . Industria que incluye todos los negocios relacionados a servicios hospitalarios: hoteles, hosterías, hostales, hospitales, clínicas, entre otros.		
3.1.8 <i>Ocupación</i> . Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas		

y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.

3.1.9 Restauración. Actividades relacionadas con la producción y servicio de alimentos y bebidas.

3.1.10 Resultados esperados. Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.

3.1.11 Seguridad alimentaria. Normas de seguridad y manipulación de alimentos que incluye estándares y procesos en compras, recepción, almacenamiento, producción, despacho, servicio y manipulación de desechos y desperdicios.

3.1.12 Seguridad de los alimentos. Normas de seguridad y manipulación aplicadas a técnicas de producción de alimentos y bebidas.

3.1.13 Vocabulario técnico. Conjunto de palabras de un idioma pertenecientes al uso de una actividad determinada.

4. DISPOSICIONES GENERALES

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

5. REQUISITOS

5.1 Resultados esperados

5.1.1 El chef de cocina debe:

5.1.1.1 Planificar y controlar la cocina:

- a) Efectuar investigación de mercado y evaluar nuevos productos y proveedores;
- b) definir metas de productividad;
- c) realizar control de aprovechamiento y desperdicio, controlar manipulación, acondicionamiento y desecho de la basura;
- d) analizar reportes, estadísticas y desempeño de la cocina;
- e) buscar la mayor rentabilidad para el negocio;
- f) cuidar equipos, maquinaria e instalaciones;
- g) solicitar servicios de mantenimiento.

5.1.1.2 Elaborar programación de la cocina:

- a) Mantener al día información sobre la demanda del servicio para la planificación de la producción;
- b) programar y distribuir el trabajo y el personal necesario para la realización del servicio de la cocina;
- c) elaborar horarios de trabajo normal y en situación especial o emergente;
- d) verificar la disponibilidad de recursos y tiempo para la realización del trabajo;
- e) emitir instrucción verbal o escrita y horario de trabajo.

5.1.1.3 Elaborar menú o carta:

- a) Definir el menú considerando la opinión de los integrantes del equipo de la cocina y del salón;
- b) equilibrar el menú según la apariencia, sabor, textura, temperatura, temporada, variedad y propiedad nutricional y dietética de los alimentos;
- c) analizar costos y rentabilidad del menú;
- d) definir estilo y especialización del establecimiento, capacidad de producción y de organización, recursos y equipos disponibles, clientela y política de precio.

5.1.1.4 Crear recetas y preparar platos:

- a) Crear y adaptar receta y sustituir ingredientes;
- b) efectuar levantamiento de material necesario y costos;
- c) definir y establecer estándar de porción y acompañamiento, preparación, tipo de presentación, costo y precio del plato;

- d) elaborar ficha técnica;
- e) realizar prueba de degustación;
- f) realizar preparación, cocción, montaje y presentación de plato.

5.1.1.5 Administrar existencia (stock) y consumo:

- a) Analizar el consumo frente al menú;
- b) definir nivel de existencia (stock) con el cocinero;
- c) solicitar compra de mercadería;
- d) recibir y verificar calidad de la mercadería;
- e) presentar reporte de no-conformidad de la mercadería recibida o devuelta;
- f) coordinar la realización de inventario y control de equipos, maquinaria, utensilios, herramientas y productos perecibles;
- g) solicitar reposición de material de producción que se encuentre en mal estado.

5.1.1.6 Coordinar el trabajo de la cocina para banquete y servicio especial:

- a) Recibir y analizar la orden de servicio;
- b) presentar sugerencia de menú y precio;
- c) planificar y determinar el personal necesario y disponible para el servicio;
- d) coordinar la actividad de la cocina e interactuar con otras áreas involucradas;
- e) participar en la definición de la preparación y en la disposición de montaje del banquete.

5.1.1.7 Administrar al equipo:

- a) Seleccionar, entrenar y supervisar colaboradores;
- b) verificar el cumplimiento del personal con los estándares de servicio y el uso correcto de técnicas de trabajo;
- c) analizar el desempeño y comportamiento de los integrantes del equipo;
- d) mantener la disciplina y solucionar conflictos;
- e) efectuar inspección en la cocina;
- f) verificar la evolución y ejecución de los servicios;
- g) estudiar nuevos métodos y procedimientos de trabajo;
- h) definir colaboradores para la realización de las actividades de acuerdo con las habilidades;
- i) gestionar reclamos del cliente;
- j) planificar y autorizar reasignación y vacaciones;
- k) desarrollar acciones motivadoras, de cooperación y espíritu de equipo;
- l) coordinar la integración de nuevos colaboradores.

5.1.1.8 Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos:

- a) Supervisar al equipo y aplicar los cuidados de higiene, presentación personal, uniforme y accesorios que afectan la seguridad personal;
- b) supervisar la aplicación de procedimientos de higiene y seguridad de los alimentos;
- c) supervisar la limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios;
- d) supervisar el uso de técnicas de control de contaminación;
- e) supervisar el mantenimiento, seguridad y limpieza del lugar de trabajo;
- f) supervisar el cumplimiento de estándares de acondicionamiento y desecho de basura y el cumplimiento de la legislación específica.

5.1.1.9 Representar a la organización:

- a) Participar de eventos, festivales gastronómicos, charlas, cursos y seminarios;
- b) dar entrevistas relacionadas a cocina, administración culinaria y cultura gastronómica.

5.2 Competencia

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

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) Prácticas administrativas de planificación;
- b) elaboración de presupuesto;
- c) análisis y control de costos y resultados;
- d) administración de la producción;
- e) principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas;
- f) principios de administración de alimentos y bebidas;
- g) técnicas de administración del recurso humano, herramientas de gestión;
- h) manejo de indicadores de gestión y cumplimiento de metas;
- i) procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal;
- j) creación de planes de capacitación para los integrantes del grupo;
- k) recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio;
- l) NTE INEN 2 458;
- m) términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas;
- n) primeros auxilios básicos;
- o) seguridad industrial;
- p) ingredientes, variedad, sazón de productos e insumos básicos de la cocina;
- q) técnicas de preparación, técnicas de cocción, disposición, montaje y presentación de platos, técnicas de servicio;
- r) técnicas de aprovechamiento, porcionamiento de alimentos y sustitución de ingredientes, que resulten en pérdidas mínimas;
- s) técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual;
- t) aspectos básicos de nutrición y dietas alimenticias;
- u) principales tipos, estructura y funcionamiento de establecimientos de alimentación y tipos de servicio y presentación de platos;
- v) maquinaria, equipos y utensilios de cocina;
- w) términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía;
- x) requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Leer e identificar hora, temperatura y peso;
- b) cálculo estimativo de tiempo, peso, dimensión, cantidad y costo de los alimentos;
- c) calcular operaciones aritméticas básicas, porcentajes y fracciones;
- d) memoria de corto y largo plazo;
- e) comunicación clara y articulada, en forma oral y escrita;
- f) capaz de escuchar, orientar, supervisar, motivar y relacionarse con el equipo de trabajo;
- g) capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante el período de trabajo y con temperatura elevada;
- h) iniciativa para prevenir y solucionar problemas;
- i) juzgar sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos;
- j) reflejos rápidos, coordinación motriz fina.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) *Detallista*. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- b) *Confiable*. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
- c) *Atento*. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.

- d) *Equilibrado emocionalmente*. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- e) *Controlador*. Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 92. Competencia laboral del cocinero.

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO COCINERO POLIVALENTE REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN 2 441:2007
1. OBJETO		
1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el cocinero polivalente.		
2. ALCANCE		
2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como cocinero polivalente en empresas de alimentos y bebidas, restauración, hospitalidad y otros similares.		
3. DEFINICIONES		
3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:		
3.1.1 <i>Actitud</i> . Disposición de ánimo manifestada exteriormente.		
3.1.2 <i>Autoservicio (self – service)</i> . Servicio mediante el cual el cliente se atiende por sí solo.		
3.1.3 <i>Banquete</i> . Servicio de comidas prestado por los hoteles, restaurantes y otros similares que tengan infraestructura para ello, y que constituye una fuente de ingresos complementaria. Consiste en la preparación de comida para un gran número de comensales.		
3.1.4 <i>Caza</i> . Conjunto de animales comestibles que viviendo en estado salvaje se cazan en determinadas épocas y se comercializan.		
3.1.5 <i>Competencia</i> . Capacidad de movilizar, desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos.		
3.1.6 <i>Conocimiento</i> . Noción, idea, información, es el saber.		
3.1.7 <i>Existencia (stock)</i> . Existencia de productos en almacenamiento bajo los parámetros y las políticas mínimas y máximas de provisión requeridas, de acuerdo a los consumos realizados en un período determinado de tiempo.		
3.1.8 <i>Flambear</i> . Técnica que se aplica en la preparación de recetas y consiste en rociar un plato con licor y prenderle fuego para dejar el sabor y aroma en el preparado.		
3.1.9 <i>Fondos</i> . Son preparaciones básicas de distinta naturaleza, se refieren a distintos caldos obtenidos de la cocción de materias primas nutritivas, unas procedentes de animales, otras aromáticas y vegetales como cebolla, zanahoria, puerro y apio.		
3.1.10 <i>Función polivalente</i> . Persona que posee un conocimiento básico de algunas funciones, sin ser especialista en alguna de ellas.		
3.1.11 <i>Garnish</i> . Guarnición preparada de manera decorativa.		
3.1.12 <i>Guisar</i> . Preparar o cocinar los alimentos sometidos a la acción del fuego. Preparar los alimentos haciéndolos cocer, después de rehogados en una salsa compuesta de grasa,		

agua o caldo, cebolla y otros condimentos.

3.1.13 Gratinar. Acción de dorar en un horno determinadas preparaciones, con o sin salsa pero generalmente espolvoreadas de queso rallado y algo de mantequilla.

3.1.14 Guarnición. Acompañantes comestibles del género principal del plato.

3.1.15 Habilidad. Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.

3.1.16 Hospitalidad. Industria que incluye todos los negocios relacionados a servicios hospitalarios: hoteles, hosterías, hostales, hospitales, clínicas, entre otros.

3.1.17 Marinar. Técnica en la que se agrega productos que pueden aportar sabor y aroma a la preparación principal, dejando reposar en frío por períodos extensos.

3.1.18 Ocupación. Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.

3.1.19 Puesta a punto (*mise en place*). Expresión francesa usada para el conjunto de operaciones precisas para la puesta a punto de los elementos necesarios en la ejecución de un trabajo o servicio.

3.1.20 Rehogar. Cocinar un género a fuego lento en una pequeña cantidad de materia grasa.

3.1.21 Restauración. Actividades relacionadas con la producción y servicio de alimentos y bebidas.

3.1.22 Resultados esperados. Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.

3.1.23 Saltear. Cocer a fuego lento y con poco aceite, en sartén, removiendo enérgicamente.

3.1.24 Seguridad alimentaria. Normas de seguridad y manipulación de alimentos que incluye estándares y procesos en compras, recepción, almacenamiento, producción, despacho, servicio y manipulación de desechos y desperdicios.

3.1.25 Seguridad de los alimentos. Normas de seguridad y manipulación aplicadas a técnicas de producción de alimentos y bebidas.

3.1.26 Vocabulario técnico. Conjunto de palabras de un idioma pertenecientes al uso de una actividad determinada.

4. DISPOSICIONES GENERALES

4.1 Descripción de la ocupación. El cocinero polivalente se ocupa, principalmente, de ejecutar recetas; comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.

5. REQUISITOS

5.1 Resultados esperados

5.1.1 El cocinero polivalente debe:

5.1.1.1 Apoyar al jefe de cocina en la administración de existencias (*stock*) y control de consumo de la cocina:

- a) Conocer la carta o menú y ayudar en la definición de la calificación y cuantificación de producto;
- b) recibir, verificar y almacenar mercadería comprada o solicitada;
- c) inspeccionar cantidad de acuerdo con la solicitud;
- d) verificar calidad y controlar tiempo máximo de consumo;

- e) organizar y hacer rotación de producto de la cámara fría;
- f) participar en la ejecución del inventario de la cocina;
- g) apoyar en el control diario de consumo de ingrediente, producto y material;
- h) evitar desperdicio.

5.1.1.2 Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta:

- a) Sugerir platos;
- b) equilibrar la carta según el color, sabor, textura, tamaño, temporada o estación, conservación, método y tiempo de cocción, rendimiento de los alimentos, rentabilidad y economía para el establecimiento;
- c) mantener registro en fichas técnicas.

5.1.1.3 Realizar corte y preparación de comestibles variados:

- a) Cortar, tornear, picar, moler, rallar y licuar el producto alimenticio;
- b) moldear verduras y legumbres;
- c) limpiar, cortar, deshuesar y conservar ave, carne, caza, pescados y mariscos;
- d) condimentar y marinar alimento;
- e) aplicar técnica de congelamiento, deshielo, manipulación, corte, almacenamiento y conservación de alimento;
- f) utilizar técnica de aprovechamiento, porcionamiento y sustitución de ingrediente con pérdida mínima;
- g) cortar comestibles fríos, frescos, preparados, listos para cocinar, listos para servir y otros.

5.1.1.4 Realizar cocción:

- a) Cocinar, asar, freír, rehogar, estofar, saltear, guisar y gratinar alimento;
- b) utilizar técnicas de cocción;
- c) observar punto, textura, sabor, color y conservación de las propiedades del alimento;
- d) controlar tiempo y temperatura del producto alimenticio.

5.1.1.5 Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos:

- a) Preparar ensalada, plato caliente y frío de carne, ave, caza, pescado y mariscos, guarnición, fondo, salsa, sopa, sánduche, canapé, rellenos, gelatina y postre caliente o frío de la cocina nacional e internacional;
- b) montar y presentar plato;
- c) acondicionar el plato en recipiente propio de acuerdo con el tipo de servicio;
- d) flambear el alimento;
- e) dar información sobre composición de plato, en el salón o en la cocina;
- f) montar servicio de banquete, autoservicio (*self-service*) y similar;
- g) Utilizar vocabulario técnico de la cocina internacional.

5.1.1.6 Cuidar de la higiene y seguridad alimentaria:

- a) Aplicar los procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos, limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios;
- b) aplicar técnica de control de contaminación;
- c) mantener el área limpia, segura y saludable.

5.1.1.7 Cuidar del área de trabajo:

- a) Planificar y organizar el propio trabajo;
- b) preparar y arreglar el área de trabajo para el inicio de la puesta a punto (*mise en place*);

- c) realizar el cierre del servicio de la cocina;
- d) coordinar o realizar la limpieza;
- e) mantener higiene y seguridad permanentes en el área de trabajo.

5.1.1.8 Operar equipos y maquinaria:

a) Operar cocina, horno, plancha, parrilla, horno de microondas, cámara frigorífica, refrigeradora, batidora, sartén, mezcladora, licuadora, picador, molino, cortadora de embutidos, descascarador, multiprocesador y otros equipos destinados a la confección de alimentos.

5.1.1.9 Orientar ayudantes:

- a) Orientar, asistir, supervisar y entrenar a los ayudantes durante el trabajo;
- b) controlar y aplicar procedimientos de operación;
- c) reorientar el proceso;
- d) transmitir nuevos conocimientos;
- e) planificar, distribuir y coordinar tareas junto al ayudante;
- f) cuidar de los pedidos en la cocina;
- g) obtener la colaboración constante del ayudante para atender reclamos y pedidos especiales del cliente.

5.1.1.10 Cuidar de su higiene y presentación personal:

a) Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la seguridad personal y de los alimentos.

5.1.1.11 Mantener al equipo de trabajo motivado:

- a) Planear el logro de metas y la ejecución de tareas repetitivas, desagradables y cansadas;
- b) asumir o acompañar el trabajo de otro colaborador;
- c) desarrollar cooperación y espíritu de trabajo en equipo.

5.2 Competencia

5.2.1 El cocinero polivalente, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) Procedimientos básicos de inventario y de rotación de existencia (*stock*);
- b) técnicas de manipulación, conservación y almacenamiento de alimentos;
- c) NTE INEN 2 458;
- d) procedimientos de emergencia;
- e) procedimientos de apertura y cierre del área de trabajo;
- f) técnicas de corte y moldeado;
- g) aprovechamiento y porcionamiento de alimentos;
- h) ingredientes e insumos básicos de la cocina, alternativas de sustitución, temporada y formas de temperar y marinar alimentos;
- i) datos históricos y recetas básicas de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres calientes y fríos de la cocina nacional e internacional, para los varios tipos de servicios;
- j) técnicas de descongelación, cocción y flambé, con observación de punto, tiempo, textura, sabor, color y conservación de las propiedades de los alimentos;
- k) técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y

aspecto visual;

- l) principales tipos de servicio y presentación de platos;
- m) maquinaria, equipos y utensilios básicos de la cocina;
- n) vocabulario técnico de la cocina internacional;
- o) requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación;
- p) primeros auxilios básicos;
- q) programas informáticos para manejo de inventarios;
- r) técnicas de decoración de platos;
- s) principios de repostería, panadería y pastelería;
- t) principios de garnish;
- u) elaboración de presupuestos.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas;
- b) lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios;
- c) lectura e identificación de hora, temperatura y peso;
- d) cálculos de estimativa de tiempo, peso, dimensión, cantidad, rendimiento y costo de los alimentos;
- e) identificación de sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos;
- f) memoria de corto y largo plazo;
- g) reflejo rápido, coordinación motriz, mano firme y destreza manual para transportar y utilizar objeto, instrumento y equipo leve;
- h) motricidad fina;
- i) capacidad para resistir largas jornadas de trabajo y gran espíritu de adaptación;
- j) capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo y en ambiente con temperatura elevada.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) *Detallista*. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- b) *Confiante*. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
- c) *Equilibrado emocionalmente*. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

2. Viabilidad legal.

La viabilidad legal de éste proyecto se basa con: la Constitución Política de la República del Ecuador 2008, el Ministerio de Turismo, el Ministerio del Ambiente, Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

a. Constitución Política de la República del Ecuador

Considerando la constitución aprobada el 28 de Septiembre de 2008, en la sección séptima, capítulo cuarto, de los Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 56.- Se reconoce y garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

- Mantener, desarrollar, y fortalecer libremente su identidad, sentido o pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
- Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales, renovables que se hallen en sus tierras.
- Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.
- Construir y mantener organizaciones que los representen, en marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa. El Estado reconocerá y promoverá todas las formas de expresión y organización.

Promoviendo el cuidado y protección de la naturaleza la Constitución 2008 en el capítulo Séptimo de los Derechos de la Naturaleza dice:

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete íntegramente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a autoridades públicas el cumplimiento de los derechos de la naturaleza.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permita el buen vivir.

Al ver imprescindible el hecho de que las comunidades tengan derecho a organizarse y ser reconocidas como tales el Capítulo sexto del trabajo y la producción en su sección primera de las formas de organización de la producción y su gestión señala:

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.

El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

b. Acuerdo Ministerial de Turismo

Para legalizar las iniciativas y gestiones turísticas a nivel comunitario entra en vigencia el acuerdo N°. 200030075 del Ministerio de Turismo, desde el 05 de agosto del 2003, con el fin de que en el Ecuador, todas las actividades turísticas tengan un carácter de sostenibilidad y que las comunidades ingresen a este campo, con igualdad de derechos. El acuerdo tiene los siguientes artículos, que se deben cumplir a cabalidad por el proyecto:

Art. 1.- Para el ejercicio de las actividades turísticas por parte de las comunidades indígenas, campesinas, montubias y afro ecuatorianas se requiere que estén organizadas y capacitadas previamente para que el ejercicio de su actividad se realice con calidad y con atención personalizada.

Art.2.- Las actividades turísticas realizadas por las comunidades deben promover la conservación de los recursos naturales como presentar la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 3.- Los requisitos para el registro y la obtención de la licencia anual de funcionamiento de los Centros Turísticos Comunitarios de acuerdo a las normas vigentes son los siguientes:

Art. 4.- El registro de turismo se lo deberá hacer en el Ministerio de Turismo por una sola vez en la oficina regional correspondiente o en su oficina nacional. En el registro se establecerá la categoría de Centro Turístico Comunitario.

Art. 5.- La Licencia Única Anual de Funcionamiento deberá obtenerse en el Municipio de la jurisdicción correspondiente de encontrarse descentralizado o en el Ministerio de Turismo.

Los requisitos para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento son:

- Memoria descriptiva (Formato de Ministerio de Turismo) de sus características, capacidad de plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios, régimen de funcionamiento y listas de precios.
- Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo:

Art. 6.- Se considera Centro Turístico Comunitario al establecimiento que facilite servicios de alojamiento, comidas y bebidas, distracción y esparcimiento con o sin servicios complementarios y brinde atención personalizada.

Art. 7.- El valor por concepto de registro para la categoría de Centro Turístico Comunitario es de \$80.00 que se paga por una sola vez y previo al inicio de la operación.

c. Reglamento para el registro de centros turísticos comunitarios

Art. 1. Se entiende pro actividad turística comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones, en los

términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

Art. 2. Para que una comunidad pueda prestar servicios turísticos a terceros, deberá acreditar ante el Ministerio de Turismo:

- Copia certificada de su personalidad jurídica, con atención a lo dispuesto por el artículo 7 de la Ley de Turismo.
- Copia certificada del nombramiento inscrito y vigente del representante legal y de sus documentos de identidad;
- Copia certificada o Acta de Asamblea General que autoriza a su representante legal el Registro de la comunidad ante el Ministerio de Turismo.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad, hayan recibido capacitación y/o formación profesional en turismo;
- Informe expedido por: El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE) de que la persona jurídica a registrarse tenga las características de comunitario, para el caso de registro de centros de pueblos y nacionalidades indígenas; o Por la autoridad pública que otorgó la personalidad jurídica, para lo cual se deberá contar con el informe previo de la FEPTCE sobre las características de comunitario, en el caso de centros que no pertenecen a comunidades indígenas, campesinas o afro ecuatorianas.
- Solicitud de Registro, en el formato expedido por el Ministerio de Turismo; y,
- Pago del valor de \$80,00.

No se exigirán más requisitos que los expresamente señalados en el presente acuerdo.

Art. 3. El registro de turismo se lo realizará en la oficina regional correspondiente o en la oficina nacional y es el único documento por el cual la comunidad adquiere la categoría de Centro Turístico Comunitario.

Art. 4. La licencia Anual de Funcionamiento se expedirá por la Municipalidad de la jurisdicción correspondiente de encontrarse descentralizado, o por el Ministerio de Turismo, previo el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- a) Certificado del Registro de Turismo, y
- b) Pago del valor vigente por este concepto.

d. Registro Único de Contribuyentes

Instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como propósito informar a la administración tributaria.

Para obtener el RUC de personas jurídicas se requiere:

- La escritura de constitución de la compañía.
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- Llenar el formulario.

e. Requisitos para registro de centros comunitarios

- Copia certificada de la Escritura de la personalidad jurídica de la Comunidad.
- Constancia o nombramiento que le acredite al solicitante como representante legal de la comunidad. Copia certificada del Nombramiento inscrito y vigente del Representante Legal y de sus documentos de identidad,
- Copia certificada o Acta de la asamblea general que autoriza a su representante legal, Registro de la Comunidad ante el Ministerio de Turismo.
- Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes.
- Certificado de búsqueda del nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), De no encontrarse registrada la razón social, (nombre del Centro Turístico de la Comunidad).
- Documentos y/o Certificados que demuestren que los responsables de los servicios turísticos ofertados por la Comunidad, hayan recibido capacitación y/o formación profesional en turismo,
- Copia certificada del informe expedido por:
- Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, CODENPE, de que la persona jurídica a registrarse tenga las características de comunitario, para el caso de registro de centros de pueblos y nacionalidades indígenas.

- Por la autoridad pública que el otorgó la personalidad jurídica, para lo cual se deberá contar con un informe previo del CODENPE sobre las características de comunitario, en el caso de centros que no pertenecen a comunidades indígenas, campesinas o afro ecuatorianas.
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (Formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados).

Cuadro No. 93. Gastos de constitución del eco-restaurante mirador

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Estatuto CTC	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Elevación escritura registro	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Registro nombramiento legal	1	\$ 150,00	\$ 150,00
IEPI	1	\$ 100,00	\$ 100,00
CODENPE	1	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL			\$ 1.100,00

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Cuadro No. 94. Gastos de patentes y licencias

Detalle	Valor
Registro del MINTUR	\$ 80,00
Licencia de funcionamiento	\$ 80,00
TOTAL	\$ 160,00

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.

Elaborado por: Verónica Erazo M.

f. Financiamiento

a. Ministerio de Turismo (MINTUR)

El Ministerio de Turismo trata de impulsar el turismo, mediante el desarrollo económico local, incrementando la inversión pública en programas que impulsen al sector microempresarial en el contexto de la Reactivación Económica Nacional.

Se puede adquirir financiamiento mediante el Ministerio de turismo, ya que en el PLANDETUR 2020 se estipula dentro del marco del "Fomento de Inversiones y Gestión Financiera", impulsar iniciativas y proyectos de desarrollo turístico sostenible en el Ecuador.

Los proyectos que se apoyen desde este fondo deberán guardar coherencia con la visión y los criterios de turismo sostenible planteados para el Ecuador, esta instancia coordinará acciones principalmente con la FEPTCE y con la otra asociación representativa del turismo comunitario que pudiera surgir a futuro. Así se establecerán acuerdos entre instituciones, comunidades y el Fondo de Desarrollo para la aplicación de financiamientos.

b. El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)

El Ministerio de Inclusión Económica y Social es el organismo responsable de formular, dirigir y ejecutar la política estatal en materia de protección de menores, mujeres, jóvenes, ancianos, personas discapacitadas, indígenas y campesinos. Además debe promover e impulsar la organización comunitaria, el cooperativismo con fines productivos y de desarrollo, y otras tareas orientadas a lograr el bienestar de la colectividad, mediante mecanismos que faciliten el acceso a la alimentación, vivienda, salubridad, protección, desarrollo social y a la satisfacción de aquellas necesidades que permitan a los sectores poblacionales más vulnerables de la sociedad, desarrollar su vida en condiciones aceptables.

De tal manera el MIES, se encuentra apoyando a iniciativas emprendedoras para contribuir a la dinamización del turismo generando empleo a la colectividad. Para ello hay que tener claras las metas, trazarse objetivos y unir esfuerzos, son las claves para que los proyectos empresariales si aporten al desarrollo y mejoren la calidad de vida de la población.

g. Redistribución de fondos

Para la consolidación del proyecto; es necesario que esté bien definida la fuente de recursos, la estructura organizativa, las funciones y modalidades de financiamiento, con la finalidad que posteriormente los fondos sean redistribuidos a los actores involucrados de manera equitativa e incluyente, es decir en partes iguales, velando el fortalecimiento del desarrollo del turismo, más allá de intereses políticos.

G. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Inversiones del proyecto

Cuadro No. 95. Inversiones del proyecto

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
INVERSIONES FIJAS		71509,50	71509,50
Terreno		10000,00	10000,00
Edificaciones y construcciones		54305,00	54305,00
Menaje restaurante		4940,50	4940,50
Menaje baño		134,00	134,00
Equipo de computo		1385,00	1385,00
Muebles y enseres		655,00	655,00
Línea telefónica		90,00	90,00
ACTIVOS DIFERIDOS		1540,00	1540,00
Gastos de constitución		1100,00	1100,00
Gastos de patentes y licencias		160,00	160,00
Gastos de publicidad/ comercialización (preoperativos)		280,00	280,00
CAPITAL DE TRABAJO		2859,41	2859,41
Materia prima		315,54	315,54
Materiales e insumos		133,60	133,60
Mano de obra		1910,27	1910,27
Caja y bancos		500,00	500,00
TOTAL		75908,91	75908,91

Elaborado por: Verónica Erazo M.

2. **Fuentes y usos del proyecto**

Cuadro No. 96. Fuentes y usos del proyecto

RUBROS	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO	GOBIERNO CENTRAL	ONG
INVERSIONES FIJAS	71509,50			75908,91	
Terreno	10000,00				
Edificaciones y construcciones	54305,00				
Menaje restaurante	4940,50				
Menaje baño	134,00				
Equipo de computo	1385,00				
Muebles y enseres	655,00				
Línea telefónica	90,00				
ACTIVOS DIFERIDOS	1540,00				
Gastos de constitución	1100,00				
Gastos de patentes y licencias	160,00				
Gastos de publicidad/ comercialización preoperativos)	280,00				
CAPITAL DE TRABAJO	2859,41				
Materia prima	315,54				
Materiales e insumos	133,60				
Mano de obra directa	1910,27				
Caja y bancos	500,00				
TOTAL	75908,91			75908,91	

Elaborado por: Verónica Erazo M.

3. Clasificación de las inversiones

Cuadro No. 97. Clasificación de las inversiones

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Terreno	10000,00
Edificaciones y construcciones	54305,00
Menaje restaurante	4940,50
Menaje baño	134,00
Equipo de computo	1385,00
Muebles y enseres	655,00
Línea telefónica	90,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	71509,50
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR
Gastos de constitución	1100,00
Gastos de patentes y licencias	160,00
Gastos de publicidad/comercialización (preoperativos)	280,00
TOTAL CARGOS DIFERIDOS	1540,00
CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
Materia prima	315,54
Materiales e insumos	133,60
Mano de obra directa	1910,27
Caja y bancos	500,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	2859,41
TOTAL DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	71509,50
ACTIVOS DIFERIDOS	1540,00
CAPITAL DE TRABAJO	2859,41
TOTAL	75908,91

Elaborado por: Verónica Erazo M.

4. Financiamiento del proyecto

Cuadro No.98. Financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO	
GOBIERNO CENTRAL	75908,91
TOTAL FINANCIAMIENTO	75908,91

Elaborado por: Verónica Erazo M.

5. Depreciación de los activos fijos

Cuadro No.99. Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPR. ANUAL	VALOR SALVAMEN.	VALOR A DEPRECIAR	% DEPR.	AÑOS
Edificaciones y construcciones	54305,00	543,05	0,00	54305,00	100	20
Menaje restaurante	4940,50	98,81	2470,25	2470,25	50	10
Menaje baño	134,00	8,93	113,90	20,10	15	3
Equipo de computo	1385,00	27,70	692,50	692,50	50	10
Muebles y enseres	655,00	13,10	327,50	327,50	50	10
Línea telefónica	90,00	1,80	45,00	45,00	50	10
		693,39	3649,15			

Elaborado por: Verónica Erazo M.

6. Amortización de los activos diferidos

Cuadro No.100. Amortización de los activos diferidos

DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	1.540,00	308,00	308,00	308,00	308,00	308,00
Gastos de constitución	1.100,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00
Gastos de patentes y licencias	160,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
Gastos de publicidad/comercialización (preoperativos)	280,00	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00

Elaborado por: Verónica Erazo M.

7. Estructura de costos para la vida útil del proyecto

Cuadro No.101. Estructura de costos para la vida útil del proyecto

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN	1	2	3	4	5
Materia prima	3.786,48	4.060,24	4.353,80	4.668,58	5.006,12
Materiales e insumos	1.603,20	1.719,11	1.843,40	1.976,68	2.119,60
Mano de obra directa	16.940,57	18.165,37	19.478,72	20.887,04	22.397,17
Combustibles	5,00	5,36	5,75	6,16	6,61
Dep. construc. y edificios	543,05	543,05	543,05	543,05	543,05
Dep. menaje restaurante	98,81	98,81	98,81	98,81	98,81
Dep. línea telefónica	1,80	1,80	1,80	1,80	1,80
	22.978,91	24.593,74	26.325,33	28.182,12	30.173,15
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y Salarios	5.982,73	6.415,28	6.879,10	7.376,46	7.909,78
Agua, Luz, Teléfono	354,00	379,59	407,04	436,47	468,02
Mantenimiento	71,15	76,29	81,80	87,72	94,06
Amort. Gastos de Constitución	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00
Dep. Muebles y Enseres	13,10	13,10	13,10	13,10	13,10
Dep. Equipo de Computo	27,70	27,70	27,70	27,70	27,70
Dep. menaje baño	8,93	8,93	8,93	8,93	8,93
	6.677,60	7.140,89	7.637,68	8.170,38	8.741,60
3. COSTO DE VENTAS					
Publicidad	5.409,96	5.409,96	5.409,96	5.409,96	5.409,96
	5.409,96	5.409,96	5.409,96	5.409,96	5.409,96
4. COSTOS FINANCIEROS					
Intereses bancarios	-	-	-	-	-
TOTAL	35.066,47	37.144,60	39.372,97	41.762,46	44.324,71

Elaborado por: Verónica Erazo M.

8. Estructura de ingresos

Para la estructura de los ingresos se procedió a realizar el siguiente cálculo: el total de encuestados que prefieren el servicio de alimentación por el precio promedio de platos a vender.

Cuadro No. 102. Estructura de ingresos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL INGRESOS	48.464,37	51.968,35	55.725,66	59.754,63	64.074,89

Elaborado por: Verónica Erazo M.

9. Estado proforma de resultados

Cuadro No. 103. Estado proforma de resultados

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	48.464,37	51.968,35	55.725,66	59.754,63	64.074,89
- Costos de producción	22.978,91	24.593,74	26.325,33	28.182,12	30.173,15
= Utilidad Bruta	25.485,47	27.374,61	29.400,33	31.572,51	33.901,74
- Costos de administración	6.677,60	7.140,89	7.637,68	8.170,38	8.741,60
- Costo de ventas	5.409,96	5.409,96	5.409,96	5.409,96	5.409,96
= Utilidad Operativa	13.397,91	14.823,75	16.352,69	17.992,17	19.750,18
- Costo financiero	-	-	-	-	-
= Utilidad antes de la repart. Utilidades	13.397,91	14.823,75	16.352,69	17.992,17	19.750,18
- Reparto de utilidades 15%	2.009,69	2.223,56	2.452,90	2.698,83	2.962,53
= Utilidad Neta antes de impuestos	11.388,22	12.600,19	13.899,79	15.293,34	16.787,65
- Impuesto 25%	2.847,06	3.150,05	3.474,95	3.823,34	4.196,91
= UTILIDAD NETA	8.541,17	9.450,14	10.424,84	11.470,01	12.590,74

Elaborado por: Verónica Erazo M.

10. Balance general

Cuadro No.104. Balance general

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Activo corriente (capital de trabajo)	2.859,41	12.925,97	20.514,49	28.168,73	35.893,43
Activo fijo	71.509,50	71.509,50	71.509,50	71.509,50	71.509,50
Depreciación acumulada		693,39	6.540,93	12.388,47	18.236,01
Ac. diferidos (valor anual de amort)	1.540,00	708,00	124,00	956,00	1.788,00
TOTAL DE ACTIVOS	75.908,91	84.450,08	85.359,06	86.333,75	87.378,92
Pasivo corr (intereses)		-	-	-	-
Pasivo Largo p. (préstamo)	-	-	-	-	-
Patrimonio	75.908,91	75.908,91	75.908,91	75.908,91	75.908,91
UTILIDAD EJERCICIO (Utilidad neta)		8.541,17	9.450,14	10.424,84	11.470,01
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	75.908,91	84.450,08	85.359,06	86.333,75	87.378,92

Elaborado por: Verónica Erazo M.

11. Cálculo del flujo de caja del proyecto (cash flow)

Cuadro No. 105. Cálculo de flujo de caja

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		48.464,37	51.968,35	55.725,66	59.754,63	64.074,89
VALOR SALVAMENTO						3.649,15
COST. DE PRODUC.		22.978,91	24.593,74	26.325,33	28.182,12	30.173,15
GAST. DE ADMINIST.		6.677,60	7.140,89	7.637,68	8.170,38	8.741,60
GASTOS COMERCIAL		5.409,96	5.409,96	5.409,96	5.409,96	5.409,96
GAST. FINANCIEROS		-	-	-	-	-
AMORTI. DE ACTIV. DIFERIDOS		1.540,00	1.540,00	1.540,00	1.540,00	1.540,00
Utild antes de Reparti de Util e Impu		11.857,91	13.283,75	14.812,69	16.452,17	21.859,33
REP. UTILIDAD 15%		1.778,69	1.992,56	2.221,90	2.467,83	3.278,90
UTI. ANTES DE IMPUESTO		10.079,22	11.291,19	12.590,79	13.984,34	18.580,43
IMPUESTOS 25%		2.519,81	2.822,80	3.147,70	3.496,09	4.645,11
UTILIDAD NETA		7.559,42	8.468,39	9.443,09	10.488,26	13.935,32
DEPRECIACIONES		693,39	693,39	693,39	693,39	693,39
AMORT. NOMINAL		308,00	308,00	308,00	308,00	308,00
INV. Terreno	10.000,00					
INV. Edificaciones y construcciones	54.305,00					
INV. Menaje restaurante	4.940,50					
INV. Menaje baño	134,00					
INV. Equipo de computo	1.385,00					
INV. Muebles y enseres	655,00					
INV. Línea telefónica	90,00					
INV. ACTIVO NOMINAL	1.540,00					
INV. CAPITAL TRABAJO		2.859,41				
RECUP CAPITAL TRABAJO						2.859,41
APORTE GOBIERNO CEN.	45.000,00					
PRESTAMO						
AMORTIZACION PRESTAMO		-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA	(23.049,50)	5.701,39	9.469,79	10.444,48	11.489,65	17.796,13
FLUJO EFECTIVO ACUMULADO		5.701,39	15.171,18	25.615,66	37.105,31	54.901,44

Elaborado por: Verónica Erazo M.

12. Costos y gastos

Cuadro No. 106. Costos y gastos

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	C. V	C. F	C. T	C. V	C. F	C. T	C. V	C. F	C. T	C. V	C. F.	C. T	C. V	C. F	C. T
1. COSTOS DE PRODUCCIÓN															
Materia prima	3.786,48		3.786,48	4.060,24		4.060,24	4.353,80		4.353,80	4.668,58		4.668,58	5.006,12		5.006,12
Materiales e insumos	1.603,20		1.603,20	1.719,11		1.719,11	1.843,40		1.843,40	1.976,68		1.976,68	2.119,60		2.119,60
Mano de obra directa	16.940,57		16.940,57	18.165,37		18.165,37	19.478,72		19.478,72	20.887,04		20.887,04	22.397,17		22.397,17
Combustibles	5,00		5,00	5,36		5,36	5,75		5,75	6,16		6,16	6,61		6,61
Dep. construc. y edificios		543,05	543,05		543,05	543,05		543,05	543,05		543,05	543,05		543,05	543,05
Dep. de líneas telefónicas		98,81	98,81		98,81	98,81		98,81	98,81		98,81	98,81		98,81	98,81
Dep. menaje restaurante		1,80	1,80		1,80	1,80		1,80	1,80		1,80	1,80		1,80	1,80
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN															
Sueldos y Salarios		5.982,73	5.982,73		6.415,28	6.415,28		6.879,10	6.879,10		7.376,46	7.376,46		7.909,78	7.909,78
Agua, Luz, Teléfono	354,00		354,00	379,59		379,59	407,04		407,04	436,47		436,47	468,02		468,02
Mantenimiento		71,15	71,15		76,29	76,29		81,80	81,80		87,72	87,72		94,06	94,06
Amort. Gastos de Organización	220,00		220,00	220,00		220,00	220,00		220,00	220,00		220,00	220,00		220,00
Dep. Muebles y Enseres		13,10	13,10		13,10	13,10		13,10	13,10		13,10	13,10		13,10	13,10
Dep. Maq. y Equipos		27,70	27,70		27,70	27,70		27,70	27,70		27,70	27,70		27,70	27,70
Dep. Equipo Cómputo		8,93	8,93		8,93	8,93		8,93	8,93		8,93	8,93		8,93	8,93
3. COSTO DE VENTAS															
Publicidad	5.409,96		5.409,96	5.409,96		5.409,96	5.409,96		5.409,96	5.409,96		5.409,96	5.409,96		5.409,96
4. COSTOS FINANCIEROS															
Interese bancarios															
TOTAL	28319,21	6747,26	35066,47	29959,64	7184,96	37144,60	31718,67	7654,30	39372,97	33604,89	8157,57	41762,46	35627,47	8697,23	44324,71

13. Resumen costos

Cuadro No. 107. Cálculo del punto de equilibrio

Costos Variables Totales	159229,88
Costos Fijos Totales	38441,32
Costos Totales	197671,20

Elaborado por: Verónica Erazo M.

14. Cálculo del punto de equilibrio

Cuadro No. 108. Cálculo del punto de equilibrio

RUBRO	VALORES
Ingresos Totales (\$)	279.987,90
Costos fijos totales (\$)	38.441,32
Costos variables totales (\$)	159.229,88
Unidades a producir (personas)	32.738,00
Precio de mercado (\$)	7,64
CVU = Costo Variable Unitario (\$)	4,86
QE = Punto de equilibrio para las unidades a producir	13.846,56
YE = Punto de equilibrio para los ingresos (\$)	105.787,70
CM = Costo medio de la unidad (\$)	6,04
PE = Precio de equilibrio (\$)	6,04
MG = Margen de ganancia (\$)	1,60
U = Porcentaje de producción (%)	31,83

Elaborado por: Verónica Erazo M.

H. EVALUACIÓN FINANCIERA

Cuadro No. 109. Evaluación financiera

VAN	\$ 7.333,69
TIR	22,71%
PERÍODO RECUPERACIÓN	3,21
RELACIÓN COSTO/BENEFICIO	1,38

Elaborado por: Verónica Erazo M.

VI. CONCLUSIONES

- A.** Mediante el diagnóstico situacional, se determinó que la parroquia El Altar posee atractivos naturales y culturales interesantes con potencial ecoturístico debido a que se encuentra en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay, considerado como Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- B.** Los servicios básicos e infraestructura vial permiten acceder y permanecer plácidamente en esta parroquia, mientras se realiza excursiones naturales por sus alrededores.
- C.** En el estudio de mercado se evidenció que el 91% de turistas muestran interés por conocer la parroquia El Altar; además se identificó las modalidades de turismo de preferencia por parte de turistas nacionales y extranjeros, que para el caso de éste proyecto eco-turístico es el 37%, es decir el mayor porcentaje en comparación con el resto.
- D.** De acuerdo al análisis y selección de alternativas, el proyecto con mejor valoración de acuerdo a las necesidades de la demanda es el servicio de alimentación en un entorno natural, por lo tanto el lugar que se consideró adecuado para brindar este servicio es el mirador al volcán Tungurahua, considerando una oportunidad que genera ingresos rentables a ésta comunidad pero fuera del área en riesgo. Entonces se potenciará al volcán Tungurahua pero desde otra perspectiva, es decir degustando la gastronomía típica del lugar y a la vez conociendo sobre su mitología y vulcanología.
- E.** La infraestructura para la construcción del servicio de alimentación es sismo resistente con la finalidad de prevenir cualquier tipo de eventualidad ocasionada por el volcán Tungurahua, de esta manera también se está precautelando la seguridad de los usuarios.
- F.** A más de contar con una vía de segundo orden pero en buen estado existen vías alternas para abordar al eco-restaurante mirador, es decir si en caso de emergencia se tuviera que evacuar la zona se lo haría adecuadamente por cualquiera de ellas, sin causar estancamiento en la comunidad.

- G.** Para difundir el eco-restaurante mirador se estableció estrategias de producto, precio, plaza y promoción que de manera directa captarán posicionamiento en el mercado.

- H.** Los resultados de la evaluación de impactos ambientales reflejaron que las actividades causadas por la construcción de infraestructura turística son ventajosas ya que los impactos positivos generan 61 puntos y los negativos generan -53 puntos, causando mínimo impacto por tanto se pueden prevenir, controlar y mitigar, mientras que los positivos generan ingresos adicionales para la comunidad; siendo viable desde el punto de vista ambiental.

- I.** El presente proyecto, se constituyó en el marco administrativo-legal como un Centro Turístico Comunitario contando en su fase inicial solo con el personal necesario, para lo cual se ha fusionando el área comercial, administrativa y financiera. Por lo tanto dentro del CTC se definió dos áreas relevantes: comercial y productiva, cada una de estas áreas con la competencia laboral correspondiente a cada prestador del servicio de alimentación según la Norma Técnica Ecuatoriana.

- J.** Con la evaluación económica financiera para este proyecto, se definió los indicadores de rentabilidad: Valor Actual Neto (VAN) equivalente a \$ 7.333,69; Tasa Interna de Retorno (TIR) 22,71%; el periodo de recuperación será en 3 años por lo tanto se demuestra que el proyecto es factible.

- K.** Por ende este proyecto es factible desde el punto de vista comercial, técnico, administrativo-legal, ambiental y financiero.

VII. RECOMENDACIONES

- A.** Ejecutar este proyecto porque de esta manera se podrá contribuir con fuentes alternas de trabajo para la comunidad anfitriona y el Gobierno Municipal; permitiendo la optimización de recursos de forma equitativa y justa.
- B.** Creación de huertos orgánicos para abastecer las necesidades del eco-restaurante mirador y de esta manera minimicen los costos de producción.
- C.** Establecer alianzas estratégicas con operadoras nacionales e internacionales para la venta de los diferentes atractivos del lugar.
- D.** Que el Gobierno Municipal cree una unidad de turismo que se pueda destinar más presupuesto para la inversión en proyectos ecoturísticos.
- E.** Incorporar a éste proyecto un sistema de señalización turística que admite un fácil acceso hacia el mismo, y además hacia el resto de atractivos aledaños.
- F.** Comprometer al gobierno municipal para que realice trabajos de infraestructura vial de calidad, permitiendo vías accesibles para todo tipo de persona hacia los diferentes atractivos existentes en la zona.
- G.** Realizar intensos y constantes programas de promoción y difusión para dar a conocer al Centro Turismo Comunitario, se posicione en el mercado turístico y así turistas nacionales como extranjeros conozcan de su existencia.
- H.** Desarrollar programas de capacitación técnica para los prestadores de servicios turísticos, innovando cada vez sus conocimientos, para que puedan hacer del turismo una actividad rentable y sostenible.
- I.** Creación de programas de educación y concienciación ambiental ya que se debe crear una cultura de protección hacia el medio ambiente.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: El diseño de un proyecto ecoturístico en la parroquia El Altar, cantón Penipe, provincia de Chimborazo. Utilizando la investigación aplicada y deductiva, la metodología de inventarios del MINTUR, las herramientas FODA y CPES, determinación de universo y muestra, encuestas a turistas nacionales y extranjeros, análisis de alternativas de proyectos turísticos; constituyeron la creación del eco-restaurante mirador al volcán Tungurahua en la comunidad de Utuñag, planteando la construcción de la infraestructura en dos plantas con grandes ventanales: La planta baja fue distribuida en: alacena, cocina, baño, stand de información turística, sala de espera, implementando cuadros decorativos sobre mitología del volcán; la planta alta fue diseñada para brindar el servicio de alimentación con cuadros decorativos sobre vulcanología; ofreciendo gastronomía típica y menú para extranjeros; brindando el servicio de manera directa; siendo la principal fuente de información internet y radio; evaluando los impactos ambientales y socioculturales causados por la ejecución del proyecto como bajos en relación a los beneficios que aportará a la población local; constituyendo desde el marco administrativo legal como Centro Turístico Comunitario y la competencia laboral del personal considerada bajo la Norma Técnica Ecuatoriana; se realizó una inversión de 75.908,91 dólares, con la evaluación económica financiera se definió los indicadores de rentabilidad: Valor Actual Neto equivalente a 7.333,69 dólares; Tasa Interna de Retorno 22,71%, el periodo de recuperación será en 3 años, la relación costo/beneficio de 1,38; por lo tanto se demuestra el proyecto es factible. Recomendando una mejora en la calidad de los servicios básicos.

IX. SUMMARY

The following investigation deals with the eco-touring project design in the El Altar Parish, Penipe Canton, Chimborazo Province. Applicable and deductive investigation, inventory methodology of the MINTUR, the FODA and CPES tools were used. The universe and sample as well as questionnaires to national and foreign tourists analysis of touring project alternatives were also determined. The Tungurahua volcano sightseeing eco-restaurant creation was carried out in the Utuñag community designing the infrastructure construction in two floors with large windows: The lower floor was distributed into shelves, kitchen, bathroom, touring information stand, living room, implemented with decorative pictures on the volcano mythology; the second floor was designed to provide the nourishment service with decorative pictures on vulcanology, offering typical gastronomy and menus for foreigners giving a direct service; the principal information source is the radio and the internet, evaluating the environmental and socio-cultural impact caused by the project execution being low as related to the benefits for the local population; this is the administrative legal framework of the Community Touring Center and of the labor competence of the staff considered under the Ecuadorian Technical Norm. The investment was 75.908,91 USD. With the financing economic evaluation the profit indicators were defined. The equivalent Actual Net Value is 7.333,69 USD; the internal Return Rate 22,71 and the recovery period will be 3 years; the cost-benefit relationship was 1,38. It shows that the project is feasible. It is recommended to improve the basic service quality.

X. BIBLIOGRAFÍA

1. CAJAS, Carlos. 2006. Texto Básico Contaminación e Impactos Ambientales. Texto de compilación. Unidad III. 42-52p.
2. FORMACIÓN CIUDADANA; Riobamba, en la historia. Consultado el 29 de diciembre de 2009. Disponible en homepage: <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/chim5.htm>
3. FORMACIÓN CIUDADANA; Riobamba, en la historia. Consultado el 29 de diciembre de 2009. Disponible en homepage <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
4. GARCÉS, Fausto. 1995. Guía metodológica. Desarrollo de Proyectos de Ecoturismo. Quito -Ecuador. E.d. V y O Gráficas. 120 p.
5. HERNÁNDEZ, E. 1997. Planificación del Espacio Turístico. II Edición, Editorial Trillas. Impreso en México. 110 -320 p.
6. INFOMIPYME. 2001. FODA. Consultado el 24 de diciembre del 2010. Disponible en: <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/foda.htm>
7. LUNA Rafael – CHAVES Damaris, 2001. Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos. Proarca /capas/usaid.
8. MENESES, E, 1998. Proyectos. Editorial. Ediespe. Sangolqui – Ecuador.
9. MINTUR. 2004. Metodología para inventarios de atractivos turísticos. Gerencia Nacional de Recursos Turísticos.
10. MUÑOZ, E. 2007. “Formulación y evolución de proyectos productivos relacionados con el ecoturismo”. ESPOCH. Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Guía metodológica de proyectos productivos.
11. NOBOA, P. 2006. Texto de Gestión de Recursos Culturales I. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Escuela de Ecoturismo. 90-138p.

12. NOBOA, P. 2008. Texto de Gestión de Recursos Culturales I Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Escuela de Ecoturismo.3p
13. OMT. 2001. Guía para administradores locales. Desarrollo turístico sostenible. Inskeep Edward consultor. Madrid – España. 22 p.
14. PLANDETUR, 2007. Plan Estratégico de desarrollo del turismo sostenible en Ecuador hacia el año 2020. Edición diciembre 2007. 9- 43 p.
15. ILUSTRE MUNICIPIO DE PENIPE, 2007. Plan para El Desarrollo Integral de La Economía de Penipe.
16. Penipe Emporio de Trabajo y Desarrollo Turístico. 2005. Revista Proyecto Penipe Fase V. 6-7p.
17. THOMPSON Mónica, 2006. Concepto de proyecto. Argentina. Consultado el 26 de diciembre del 2009. Disponible en:
<http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>
18. UAZUAY, 2003. Métodos de evaluación de impactos ambientales. Consultado el 20 de noviembre del 2009. Disponible en:
http://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/ima/metodos_de_eia.ppt
19. ULLOA, Ballardo. 1998. Redacción de Proyectos de Tesis de Grado. Riobamba – Ecuador.
20. YUCTA, P. 2002. Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos. Riobamba – Ecuador. 25 p.
21. ZABALETA, R. 2001. “Optimización aplicada a preparación de estudios de factibilidad”. Universidad de Aquino – Bolivia.

XI. ANEXOS

ANEXO No. 01. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.



ANEXO No. 02. FICHA DE CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

1. DATOS GENERALES 1.1 FICHA N° 1.2 FECHA: 1.3 ENCUESTADOR: 1.4 SUPERVISOR EVALUADOR: 1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: 1.6 CATEGORÍA: 1.7 TIPO: 1.8 SUBTIPO:	
Área de uso para fotografías	Área de uso para fotografías
2. UBICACIÓN 2.1 PROVINCIA: 2.2 CANTÓN: 2.3 PARROQUIA: <p style="text-align: center;">UBICACIÓN GEOGRAFICA</p> LATITUD: LONGITUD:	3. CENTROS URBANOS CERCANOS AL ATRACTIVO 3.1 NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA: 3.2 NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA: 30 Km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO 4.1 ALTITUD: PLUVIOSIDAD: TEMPERATURA 4.2 DESCRIPCIÓN:	
5. USOS (SIMBOLISMO)	
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO 6.1 ALTERADO <input type="checkbox"/> 6.2 NO ALTERADO <input type="checkbox"/> 6.3 CONSERVADO <input type="checkbox"/> 6.4 DETERIORADO <input type="checkbox"/> 6.5 EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> 6.6 CAUSAS:	
7. ESTADO DEL ENTORNO 7.1 CONSERVADO <input type="checkbox"/> 7.2 DETERIORADO <input type="checkbox"/> 7.3 EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> 7.4 CAUSAS:	

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPO- RALIDAD ACCESO
		Bueno	Regular	Malo		Día	Sema- nal	Men- Sual	Even- tual	
TERRESTRE	Asfalto				Bus					DÍAS AL AÑO
	Lastrado				Automóvil					
	Empedrado				4X4					
	Sendero				Tren					
Observaciones:										
9. FACILIDADES TURÍSTICAS										
SERVICIOS	CATEGORÍAS									
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	Nº Estable	Plazas	Nº Estable	Plazas	Nº Estable	Plazas	Nº Estable	Plazas	Nº Estable	Plazas
Alojamiento										
Alimentación										
Esparcimiento										
Otros:										
10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA										
10.1 AGUA										
Potable <input type="checkbox"/> Entubada <input type="checkbox"/> Tratada <input type="checkbox"/> De pozo <input type="checkbox"/> No existe <input type="checkbox"/> Otros										
10.2 ENERGÍA ELÉCTRICA										
Sist. Interconectado <input type="checkbox"/> Generador <input type="checkbox"/> No existe <input type="checkbox"/> Otros.....										
10.3 ALCANTARILLADO										
Red pública <input type="checkbox"/> Pozo ciego <input type="checkbox"/> Pozo séptico <input type="checkbox"/> No existe <input type="checkbox"/> Otros.....										
11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRATIVOS:					12. POSICIONAMIENTO:					
					Local..... <input type="checkbox"/>					
					Provincial..... <input type="checkbox"/>					
					Nacional..... <input type="checkbox"/>					
					Internacional..... <input type="checkbox"/>					

ANEXO NO. 03. MODELO DE ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES.

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

El objetivo de la presente encuesta es conocer la aceptación de un proyecto ecoturístico en la parroquia el Altar. Por favor seleccione una sola opción de cada pregunta y que conteste con seriedad.

19. Edad: () años

20. Género: M () F ()

21. Estado civil:

Soltero () Casado () Divorciado () Viudo ()

22. Ciudad de residencia actual: _____

23. Ocupación:

Profesional () estudiante () otros ()

24. ¿Le gustaría conocer el cantón Penipe, parroquia El Altar?

Si () No ()

25. ¿Considera usted que es necesaria la oferta de un proyecto ecoturístico en la parroquia el Altar?

Si () No ()

26. Generalmente, ¿cuál es el motivo de sus viajes?

Distracción () Negocios ()
Estudios () Visita a familiares ()
Otros, especifique _____

27. ¿Con quién usualmente usted suele viajar?

Pareja () Amigos () Familia () Otros ()

28. De las siguientes modalidades de turismo ¿cuál prefiere Ud.?

Ecoturismo () Turismo de aventura () Turismo comunitario ()
Agroturismo () Turismo científico () Otro, especifique _____

29. De las siguientes actividades, ¿Cuál le gustaría realizar? (puede escoger varias)

Excursiones a sitios naturales (cascadas, ríos, lagunas, cuevas, etc.) ()

Observación de plantas y animales silvestres ()

Visita a lugares históricos (iglesias, parques, etc.) ()

Intercambio cultural ()

Campamentos ()

Avistamiento de aves ()

Paseos a caballo ()

Deportes extremos ()

Otros () Cuál? _____

30. ¿Qué tipo de servicios turísticos suele utilizar?

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| Hospedaje () | Transporte () |
| Alimentación () | Recreación () |
| Información () | Guianza nativos calificados () |
| Equipos para campamento () | Otros (), especifique _____ |

31. ¿Cuál es su tiempo promedio de permanencia cuando viaja?

- 1-2 días () 3-4 días () más de 4 días ()

32. ¿Cuál es su gasto promedio al día, cuando viaja?

- 15-20 USD () 21-25 USD () 26-30 USD () más de 30 ()

33. ¿Usted Viaja a través de?

- Agencias de Viaje () Independiente ()

34. ¿En qué época del año prefiere viajar?

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| Enero - abril () | Mayo - agosto () |
| Septiembre – diciembre () | En cualquier época () |

35. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| Radio () | Familiares o amigos () |
| Internet () | Prensa local () |
| Guías turísticas () | Televisión () |
| Centros de información turística () | Ferias de promoción turística () |

36. ¿Cuál es su forma de pago?

- Tarjeta de crédito () Efectivo ()

¡Gracias por su cooperación!

ANEXO No. 03. MODELO DE ENCUESTA PARA TURISTAS EXTRANJEROS.

**POLYTECHNIC SUPERIOR SCHOOL OF CHIMBORAZO
FACULTY OF NATURAL RESOURCES
ENGINEERING SCHOOL OF ECOTURISM**

The purpose of this survey is to promote tourism in the Penipe canton, located in the Chimborazo province. Please select only one option in each question and please be honest with your answers.

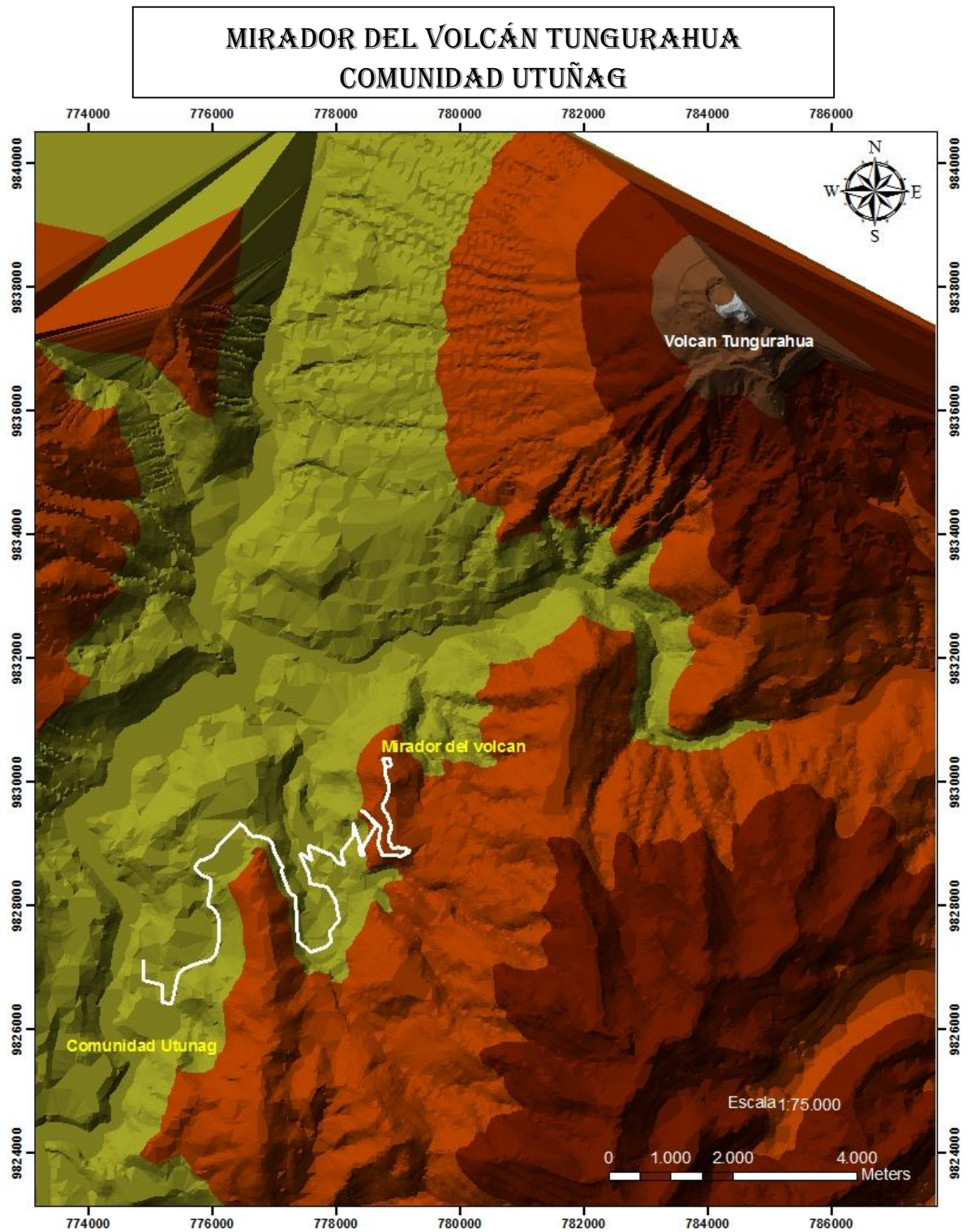
- 1. Age:** _____
- 2. Gender:** M () F ()
- 3. Marital state:**
Single () Married () Divorced () Widow ()
- 4. Country of origen (continent & country) :** _____
- 5. Occupation:**
Professional () student () others ()
- 6. Have you visit Penipe?**
Yes () No ()
- 7. Would you like to realize an activity of distraction in Penipe?**
Yes () No ()
- 8. What would be the motivation for your trip?**
Fun () Business ()
Education () Visit parents ()
Other, specify _____
- 9. Whom usually do you travel with?**
In a pair () Friends () Family () Other ()
- 10. Of the following, which do you prefer?**
Ecotourism () Aventure travels () Communitarian tourism ()
Agro tourism () Scientific tourism () Other, specify _____
- 11. Which of the following activities do you prefer? (it's possible to choose some answers)**
Walks to natural places (waterfalls, rivers, lakes, caves, etc.) ()
Plant and wildlife observation ()
Visiting historical places (churches, parks) ()
Cultural heritage ()
Camping ()
Bird watching ()
Horseback riding ()
Extreme sports ()
Other () Specify? _____

ANEXO NO. 4. RUBROS PARA LA CONTRUCCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA.

CÓDIGO	RUBRO	DESCRIPCIÓN	μ	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
002	ESTRUCTURA	DINTELES	m ³	8,36	48,63	406,55
		MESON DE COCINA HORMIGON ARMADO	ml	7,10	27,06	192,13
003	MAMPOSTERIA	MAMPOSTRIA DE LADRILLO VISTO 15 cm	m ²	441,66	24,28	10723,50
004	ENLUCIDOS	EMPASTADO HORIZONTAL	m ²	217,68	15,06	3278,26
		MASILLADO DE PISOS	m ²	217,68	15,06	3278,26
		CONTRAPISO DE HORMIGON SIMPLE	m ²	203,57	17,30	3521,76
		ALISADO DE PISOS	m ²	203,57	5,50	1119,64
		MASILLADO DE ESCALERAS DE HORMIGON	m ²	380,68	3,30	1256,24
		IMPEARMEABILIZACIÓN DE LOSA	m ²	203,57	11,40	2320,70
005	RECUBRIMIENTOS	CERÁMICA EN PAREDES	m ²	49,50	11,48	568,26
		CERÁMICA EN PISOS	m ²	17,88	13,24	236,73
		PORCELANATO	m ²	164,54	20,68	3402,69
		COLOCACIÓN DE VIGAS EN LA CUBIERTA	m ²	75,17	3,67	275,87
		COLOCACIÓN DE TEJA EN LA CUBIERTA	m ²	145,17	19,67	2855,49
006	CARPINTERIA METAL MADERA	VENTANAS DE ALUMINIO CLARO	m ²	183,47	68,44	12556,69
		BARREDERAS DE MADERA	ml	29,70	2,45	72,77
		PUERTA 0,70 x2,10m MADERA	μ	4,00	122,50	490,00
		PUERTA 1,80 x2,10m MADERA	μ	1,00	350,25	350,25
		PUERTA 0,90 x2,10m MADERA	μ	2,00	115,50	231,00
		PROTECCIÓN PUERTA	ml	4,00	96,80	387,20
		CHAPAS	m ²	17,10	25,85	442,04
		VIDRIO 4mm	m ²	180,47	7,37	1330,06
		MUEBLES BAJO COCINA	ml	6,70	90,27	604,81
		MUEBLES ALTO COCINA	ml	7,10	120,31	854,20
007	INSTALACIONES ELECTRICAS	ILUMINACIÓN	pt o	54,00	18,30	988,20
		TOMACORRIENTES	pt o	24,00	21,50	516,00
		CAJA DE BREAKER 8 PUNTOS	μ	1,00	68,97	68,97
		INSTALACIÓN DE TELÉFONO	pt o	1,00	15,14	15,14
		PUNTOS ELÉCTRICOS ESPECIALES	pt o	5,00	25,03	125,15

		SALIDAS DE ANTENA DE TELEVISIÓN	pt o	4,00	15,89	63,56
008	INSTALACIONES HIDROSANITARIA S	SALIDA DE AGUA POTABLE PVC	pt o	6,00	18,79	112,74
		LAVAPLATOS DE ACERO INOXIDABLE	μ	1,00	96,36	96,36
		LAVAMANOS	μ	4,00	35,45	141,80
		SANITARIOS	μ	4,00	86,80	347,20
		IMPLEMENTOS DE BAÑO	jg o	2,00	20,08	40,16
		PROV. E INST. TUBERÍA PVC 50 mm	ml	7,10	2,35	16,69
		PROV. E INST. TUBERÍA PVC 110 mm	ml	59,88	3,80	227,54
		DESAGUE PVC 2"	pt o	4,00	12,06	48,24
		DESAGUE PVC 4"	pt o	2,00	14,09	28,18
		TUBERIA HG 1/2"	ml	61,35	4,92	301,84
		CAJA DE REVISIÓN 0,60 x 0,60	μ	4,00	35,50	142,00
		LLAVE DE PASO	μ	1,00	6,92	6,92
		TUBERIA HS 150 mm	ml	40,00	6,59	263,60
TOTAL						54305,39

ANEXO NO. 05. MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



VOLCAN TUNGURAHUA

P
E
N
I
P
E
-
E
C
U
A
D
O
R

P
E
N
I
P
E
-
E
C
U
A
D
O
R



