



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

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN PALLATANGA,  
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA TITULACIÓN DE GRADO**

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

**IVETTE DE LOS ÀNGELES ECHEVERRÍA SINCHE**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2017**

## CERTIFICACIÓN

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

El Tribunal de Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, de responsabilidad de la señorita egresada Ivette de los Ángeles Echeverría Sinche, ha sido minuciosamente revisado quedando autorizada su presentación.

**TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**



---

**ING. CATALINA MARGARITA VERDUGO BERNAL**  
**DIRECTORA**



---

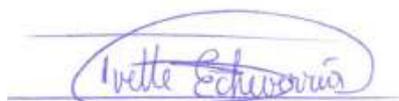
**ING. CARLOS RENATO CHÁVEZ VELASQUEZ**  
**ASESOR**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Ivette de los Ángeles Echeverría Sinche, declaro el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que proviene de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 20 de febrero del 2017

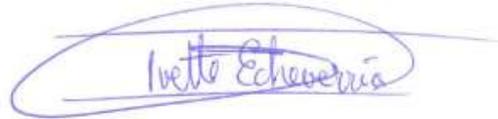


**Ivette de los Ángeles Echeverría Sinche**

**C.I 060486362-1**

**Página de responsabilidad y compartir derechos**

Yo, Ivette de los Ángeles Echeverría Sinche soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

**IVETTE DE LOS ÁNGELES ECHEVERRÍA SINCHE**

## **DEDICATORIA**

*Quiero dedicar este trabajo principalmente a Dios Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.*

*A mi madre Celia pilar fundamental de todo lo que soy, por estar apoyándome en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor infinito.*

*A mi padre Ernesto por su apoyo constante por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante.*

*A mis hermanas Shirley y Britney a las que amo con todo mi corazón con sus palabras de aliento y ánimos son el pilar fundamental de mi vida.*

*Y a Dorian, mi compañero en este largo camino por haber estado conmigo en todo momento incluso en los más difíciles, por todo su gran amor y comprensión gracias mi amor.*

***Ivette Echeverría***

## **AGRADECIMIENTO**

Principalmente quiero dar las gracias a Dios, por permitirme lograr este momento importante en mi vida como lo es mi formación profesional.

A la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO por ser la gestora de mi aprendizaje y experiencias por hacer realidad mi gran sueño de cumplir con este anhelado objetivo.

A la Ing. Catalina Verdugo y al Ing. Renato Chávez, un Dios le pague de corazón por ser mis guías en este proceso, ha sido un placer poder contar con su paciencia, apoyo y consejos.

A mi querida familia por su gran apoyo, por su influencia de gracia, de dulzura, de amor, son mi principal motivación.

## TABLA DE CONTENIDOS

Tabla de contenidos.....	vii
Lista de tablas.....	ix
Lista de fotografías.....	xii
Lista de figuras.....	xiii
<b>I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO .....</b>	<b>ix1</b>
<b>II. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
A. JUSTIFICACIÓN .....	3
<b>III. OBJETIVOS .....</b>	<b>4</b>
A. OBJETIVO GENERAL.....	4
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
<b>IV. HIPÓTESIS .....</b>	<b>5</b>
<b>V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>6</b>
A. TURISMO .....	6
B. ECOTURISMO.....	13
C. COMPLEJO TURÍSTICO .....	15
D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....	16
E. ESTUDIO DE MERCADO .....	20
F. ESTUDIO TÉCNICO.....	24
G. ESTUDIO AMBIENTAL.....	25
H. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO.....	30
I. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....	32
<b>VI. MATERIALES Y MÉTODOS .....</b>	<b>37</b>
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR .....	37
B. MATERIALES .....	38
C. METODOLOGÍA .....	39
<b>VII.RESULTADOS .....</b>	<b>48</b>
<b>A. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>48</b>
1. Análisis de la oferta .....	48
2. Análisis de la demanda .....	122
3. Confrontación oferta – demanda .....	163

<b>B. ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	165
1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística .....	165
2. Estudio de mercadotecnia (área comercial) .....	192
<b>C. ESTUDIO AMBIENTAL</b> .....	207
1. Delimitación del área .....	207
2. Identificación de acciones que puedan causar impacto .....	207
3. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptibles a recibir impactos .....	208
4. Matriz de evaluación de impactos ambientales .....	210
5. Interpretación de la matriz .....	212
6. Medidas de mitigación para los impactos negativos .....	213
<b>D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL</b> .....	214
1. Estudio administrativo .....	214
2. Estudio legal .....	236
<b>E. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO</b> .....	249
1. Análisis económico .....	249
2. Evaluación financiera .....	260
<b>VIII. CONCLUSIONES</b> .....	262
<b>IX. RECOMENDACIONES</b> .....	263
<b>X. RESUMEN</b> .....	264
<b>XI. SUMMARY</b> .....	265
<b>XII. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	266
<b>XIII. ANEXOS</b> .....	270

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Elementos de la fórmula de la muestra.....	40
Tabla 2. Elementos de la fórmula para la demanda actual .....	41
Tabla 3. Elementos de la fórmula del incremento compuesto .....	42
Tabla 4. Elementos de la fórmula para la demanda insatisfecha .....	42
Tabla 5. Modelo de la matriz de Lázaro Lagos .....	45
Tabla 6. Infraestructura turística de los servicios básicos .....	48
Tabla 7. Cascada Las Almas .....	50
Tabla 8. Cascada Santa Rosa .....	53
Tabla 9. Cascada Santa Teresita .....	55
Tabla 10. Cascada Chazazal .....	58
Tabla 11. Mirador Las Tres Marías .....	60
Tabla 12. Mirador Zarate .....	63
Tabla 13. Mirador San Vicente.....	65
Tabla 14. Cascada San Jorge Bajo.....	67
Tabla 15. Cascada San Miguel (Virgen del Agricultor) .....	70
Tabla 16. Cascada de Guangashi .....	72
Tabla 17. Cascada El Dorado .....	75
Tabla 18. Mirador Balazul .....	77
Tabla 19. Bosque Protector El Corazón.....	80
Tabla 20. Bosque Protector El Paraíso .....	82
Tabla 21. Cascada de Guaro .....	85
Tabla 22. Bosque nativo Guaro Grande.....	87
Tabla 23. Cascada La Soledad.....	90
Tabla 24. Resumen de los atractivos naturales .....	92
Tabla 25. Fritada, choclo con queso .....	93
Tabla 26. Hornado .....	97
Tabla 27. Tortillas de china .....	101
Tabla 28. Fiestas en honor a los Santos Patronos .....	105
Tabla 29. Monumento a la Reina Palla.....	110
Tabla 30. Puente Cornelio Dávalos .....	114
Tabla 31. Resumen patrimonio cultural.....	117
Tabla 32. Oferta complementaria, catastro turístico 2015 del Cantón Pallatanga.....	118
Tabla 33. Hostería El Pedregal .....	119
Tabla 34. Hostería - Hacienda Milliguayco.....	119
Tabla 35. Hostería Ecovita.....	120
Tabla 36. Hostería El Valle.....	120
Tabla 37. Proyección de la oferta para los próximos 5 años .....	121
Tabla 38. Género de turistas nacionales .....	124
Tabla 39. Edad de turistas nacionales .....	125
Tabla 40. Procedencia de turistas nacionales.....	126
Tabla 41. Nivel de educación de turistas nacionales .....	127
Tabla 42. Ocupación de turistas nacionales.....	128
Tabla 43. Ingresos económicos de turistas nacionales .....	129
Tabla 44. Aceptación del proyecto por turistas nacionales .....	130
Tabla 45. Actividades turísticas preferidas por turistas nacionales .....	131
Tabla 46. Servicios turísticos preferidos por turistas nacionales.....	132

Tabla 47. Gastronomía preferida por los turistas nacionales.....	133
Tabla 48. Tiempo de permanencia de los turistas nacionales.....	134
Tabla 49. Frecuencia de visita de turistas nacionales.....	135
Tabla 50. Compañía de viaje de turistas nacionales.....	136
Tabla 51. Gasto por persona de turistas nacionales.....	137
Tabla 52. Forma de pago de turistas nacionales.....	138
Tabla 53. Modalidad de viaje de turistas nacionales.....	139
Tabla 54. Medios de información preferidos por turistas nacionales.....	140
Tabla 55. Resumen del perfil del turista nacional.....	141
Tabla 56. Género de turistas extranjeros.....	143
Tabla 57. Edad de turistas extranjeros.....	144
Tabla 58. Procedencia de turistas extranjeros.....	145
Tabla 59. Nivel de educación de turistas extranjeros.....	146
Tabla 60. Ocupación de turistas extranjeros.....	147
Tabla 61. Ingresos económicos de turistas extranjeros.....	148
Tabla 62. Aceptación del proyecto por turistas extranjeros.....	149
Tabla 63. Actividades turísticas preferidas por turistas extranjeros.....	150
Tabla 64. Servicios turísticos preferidos por turistas extranjeros.....	151
Tabla 65. Tipo de gastronomía preferida por turistas extranjeros.....	152
Tabla 66. Tiempo de permanencia por turistas extranjeros.....	153
Tabla 67. Frecuencia de visita de turistas extranjeros.....	154
Tabla 68. Compañía de viaje de turistas extranjeros.....	155
Tabla 69. Capacidad de gasto de turistas extranjeros.....	156
Tabla 70. Forma de pago de turistas extranjeros.....	157
Tabla 71. Modalidad de viaje de turistas extranjeros.....	158
Tabla 72. Medios de información preferidos por turistas extranjeros.....	159
Tabla 73. Resumen del perfil del turista extranjero.....	160
Tabla 74. Elementos de la fórmula del incremento compuesto.....	162
Tabla 75. Proyección de la demanda potencial nacional para los próximos 5 años.....	162
Tabla 76. Elementos de la fórmula del incremento compuesto.....	163
Tabla 77. Proyección de la demanda potencial nacional para los próximos 5 años.....	163
Tabla 78. Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.....	164
Tabla 79. Proyección de la demanda objetivo para los próximos 5 años.....	164
Tabla 80. Número de clientes proyectados.....	165
Tabla 81. Preferencia de servicios turísticos por la demanda nacional.....	166
Tabla 82. Preferencia de servicios turísticos por la demanda extranjera.....	166
Tabla 83. Preferencia de actividades turísticas por la demanda nacional.....	167
Tabla 84. Preferencia de actividades turísticas por la demanda extranjera.....	167
Tabla 85. Distribución de las áreas.....	172
Tabla 86. Análisis de precios unitarios.....	181
Tabla 87. Requerimientos de la infraestructura turística.....	182
Tabla 88. Requerimiento de muebles y enceres.....	183
Tabla 89. Requerimiento de equipos.....	183
Tabla 90. Insumos y materiales.....	186
Tabla 91. Materia prima para el área de alimentación.....	188
Tabla 92. Remuneración anual para la mano de obra directa del área productiva.....	190
Tabla 93. Remuneración anual para la mano de obra indirecta del área productiva.....	190
Tabla 94. Remuneración anual para la mano de obra indirecta del área de recreación.....	190
Tabla 95. Combustible.....	191
Tabla 96. Servicios básicos.....	191

Tabla 97. Tipografía .....	195
Tabla 98. Precio del hospedaje .....	198
Tabla 99. Precio de las actividades turísticas .....	198
Tabla 100. Activos fijos del área comercial .....	204
Tabla 101. Gastos de publicidad para el área comercial.....	205
Tabla 102. Insumos y materiales .....	205
Tabla 103. Talento humano y remuneración económica para el área comercial.....	206
Tabla 104. Inversiones diferidas para el área comercial.....	206
Tabla 105. Matriz de evaluación de impactos ambientales Lázaro Lagos .....	210
Tabla 106. Matriz de cuantificación .....	211
Tabla 107. Medidas de mitigación.....	213
Tabla 108. Manual de funciones del gerente .....	216
Tabla 109. Manual de funciones del recepcionista.....	217
Tabla 110. Manual de funciones del chofer.....	218
Tabla 111. Manual de funciones de ama de llaves .....	219
Tabla 112. Manual de funciones de camarera de pisos .....	221
Tabla 113. Manual de funciones del cocinero polivalente .....	222
Tabla 114. Manual de funciones del mesero .....	223
Tabla 115. Manual de funciones de ayudante / auxiliar de servicios .....	224
Tabla 116. Análisis de la fundamentación legal .....	242
Tabla 117. Gastos de constitución .....	247
Tabla 118. Activos fijos para el área administrativa .....	247
Tabla 119. Insumos y materiales para el área administrativa .....	248
Tabla 120. Talento humano y remuneración económica para el área administrativa...	248
Tabla 121. Inversiones del proyecto .....	249
Tabla 122. Fuentes y usos del proyecto.....	250
Tabla 123. Financiamiento del proyecto.....	250
Tabla 124. Tabla de amortización.....	251
Tabla 125. Depreciación de activos fijos.....	252
Tabla 126. Amortización de activos diferidos .....	253
Tabla 127. Estructura de costos y gastos .....	253
Tabla 128. Precio de la habitación.....	255
Tabla 129. Estructura de ingresos de turistas nacionales y extranjeros .....	256
Tabla 130. Estado de ingresos totales .....	256
Tabla 131. Estado de resultados .....	256
Tabla 132. Balance general.....	257
Tabla 133. Flujo de caja.....	258
Tabla 134. Flujo de caja.....	259
Tabla 135. Valor actual neto.....	260
Tabla 136. Tasa interna de retorno .....	260
Tabla 137. Periodo de recuperación .....	261

## LISTA DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Cascada Las Almas .....	50
Fotografía 2. Cascada Santa Rosa.....	53
Fotografía 3. Cascada Santa Teresita.....	55
Fotografía 4. Cascada Chazazal.....	58
Fotografía 5. Mirador Las Tres Marías.....	60
Fotografía 6. Mirador Zarate .....	63
Fotografía 7. Mirador San Vicente .....	65
Fotografía 8. Cascada San Jorge Bajo .....	67
Fotografía 9. Cascada San Miguel (Virgen del agricultor).....	70
Fotografía 10. Cascada de Guangashi.....	72
Fotografía 11. Cascada El Dorado .....	75
Fotografía 12. Mirador Balazul .....	77
Fotografía 13. Bosque Protector El Corazón .....	80
Fotografía 14. Bosque Protector El Paraíso.....	82
Fotografía 15. Cascada de Guaro.....	85
Fotografía 16. Bosque Protector El Paraíso.....	87
Fotografía 17. Cascada La Soledad .....	90
Fotografía 18. Fritada .....	96
Fotografía 19. Fritadería .....	96
Fotografía 20. Sra. Patricia Sinche, vendiendo el hornado.....	100
Fotografía 21. Horno de leña .....	100
Fotografía 22. Hornado.....	100
Fotografía 23. Tortilla de china .....	104
Fotografía 24. Tortilla de china con café.....	104
Fotografía 25. Corrida de toros.....	109
Fotografía 26. Juegos populares .....	109
Fotografía 27. Monumento a la Reina Palla .....	113
Fotografía 28. Reina Palla en la noche .....	113
Fotografía 29. Puente Cornelio Dávalos.....	116
Fotografía 30. Hostería El Pedregal.....	119
Fotografía 31. Hostería Milliguyaco.....	120
Fotografía 32. Hostería Ecovita.....	120
Fotografía 33. Hostería El Valle .....	121

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Género de turistas nacionales .....	124
Figura 2. Edad de turistas nacionales.....	125
Figura 3. Procedencia de turistas nacionales .....	126
Figura 4. Nivel de educación de turistas nacionales .....	127
Figura 5. Ocupación de turistas nacionales .....	128
Figura 6. Ingresos económicos de turistas nacionales .....	129
Figura 7. Aceptación del proyecto por los turistas nacionales .....	130
Figura 8. Actividades turísticas preferidas por turistas nacionales.....	131
Figura 9. Servicios turísticos preferidos por turistas nacionales .....	132
Figura 10. Gastronomía preferida por los turistas nacionales .....	133
Figura 11. Tiempo de permanencia de los turistas nacionales .....	134
Figura 12. Frecuencia de visita de turistas nacionales.....	135
Figura 13. Compañía de viaje de turistas nacionales.....	136
Figura 14. Gasto por persona de turistas nacionales.....	137
Figura 15. Forma de pago turistas nacionales.....	138
Figura 16. Modalidad de viaje de turistas nacionales.....	139
Figura 17. Medios de información preferidos por turistas nacionales.....	140
Figura 18. Género de turistas extranjeros .....	143
Figura 19. Edad de turistas extranjeros.....	144
Figura 20. Procedencia de turistas extranjeros .....	145
Figura 21. Nivel de educación de turistas extranjeros .....	146
Figura 22. Ocupación de turistas extranjeros.....	147
Figura 23. Ocupación de turistas extranjeros.....	148
Figura 24. Aceptación del proyecto por turistas extranjeros .....	149
Figura 25. Actividades turísticas preferidas por turistas extranjeros.....	150
Figura 26. Servicios turísticos preferidos por turistas extranjeros.....	151
Figura 27. Tipo de gastronomía preferida por turistas extranjeros.....	152
Figura 28. Tiempo de permanencia de turistas extranjeros .....	153
Figura 29. Frecuencia de visita de los turistas extranjeros .....	154
Figura 30. Compañía de viaje de turistas extranjeros.....	155
Figura 31. Capacidad de gasto de los turistas extranjeros .....	156
Figura 32. Forma de pago de turistas extranjeros .....	157
Figura 33. Modalidad de viaje de turistas extranjeros .....	158
Figura 34. Medios de información preferidos por turistas extranjeros.....	159
Figura 35. Área de cocina .....	174
Figura 36. Distribución general de las áreas del complejo vacacional .....	174
Figura 37. Área de hospedaje .....	175
Figura 38. Caballeriza.....	176
Figura 39. Piscina .....	177
Figura 40. Recepción y lavandería .....	178
Figura 41. Parqueadero de bicicletas .....	179
Figura 42. Logotipo de la empresa .....	194
Figura 43. Tarjetas de presentación .....	196
Figura 44. Hojas membretadas .....	197
Figura 45. Carpetas .....	197
Figura 46. Bolsas de papel ecológico .....	198
Figura 47. Canal de distribución directo.....	199
Figura 48. Canal de distribución indirecto.....	200

Figura 49. Página web .....	201
Figura 50. Página en redes sociales .....	201
Figura 51. Volantes .....	202
Figura 52. Gorras .....	203
Figura 53. Llaveros .....	203
Figura 54. Tazas.....	203
Figura 55. Organigrama estructural .....	214
Figura 56. Organigrama estructural .....	215
Figura 57. Flujograma general de producción de servicios turísticos .....	226
Figura 58. Flujograma de servicio de hospedaje .....	227
Figura 59. Flujograma de servicio de alimentación.....	228
Figura 60. Flujograma de ciclismo .....	229
Figura 61. Flujograma de ciclismo .....	230
Figura 62. Flujograma de ciclismo .....	231

# **I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

## **II. INTRODUCCIÓN**

El turismo durante años ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico mundial (OMT, 2008).

En América Latina y el Caribe, el turismo está en crecimiento hace ya unos años, y la OMT arroja datos importantísimos que comprueban que cada vez son más los viajeros extranjeros alentados por la depreciación de las monedas, que permite que sea más accesible elegir a América Latina como destino para vacacionar. Se proyecta además que, seguirá creciendo entre el 4% y 5% que, según esta organización, es la mayor cifra registrada en la última década, debido a un alza en el valor del dólar esta ola creciente de viajeros se debe principalmente a una mayor entrada a la región de turistas estadounidenses, que llegan con un dólar cada vez más fuerte. Además, aumentó la cantidad de turistas latinoamericanos de clase media, quienes eligen vacacionar dentro de Latinoamérica. De esta manera, siete de cada diez turistas proviene de otro país de Latinoamérica (Diario Infobae, 2016).

A su vez en el Ecuador el turismo se ha convertido en una de las principales actividades generadoras de divisas, en el primer trimestre del 2015 el país fue visitado por 416.030 turistas lo que evidencia un crecimiento de 6,4% con relación a igual período de 2014 cuando llegaron 319.167 visitantes, es por ello que en el país todos los ministerios tienen dentro de sus líneas estratégicas el turismo como actividad se volvió una prioridad nacional (Tapia, 2015).

Ecuador, y sus cuatro mundos: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía, son mucho más que un buen mensaje de comunicación y mercadeo, este maravilloso país como centro

del mundo posee prodigiosas fuentes de recursos naturales y humanos, una gran variedad de ecosistemas, climas, nacionalidades y especies de flora y fauna, país auténtico capaz de hechizar al turista.

La mágica provincia de Chimborazo es visitada por turistas nacionales y extranjeros ya que está ubicada en el centro del callejón interandino y a su vez está rodeada por cuatro volcanes Chimborazo (el más alto del Ecuador), Tungurahua, Altar, y el grupo de montañas no volcánicas llamadas Los Cubillines. Su geografía alberga una variedad de paisajes y ecosistemas por estar formada por 10 cantones que permiten a los viajeros disfrutar de la maravilla de la naturaleza, y a los amantes de la aventura, la oportunidad de practicar actividades al aire libre (MINTUR, 2013).

Unos de los cantones de la provincia de Chimborazo es el cantón Pallatanga pedazo del paraíso terrenal anclada en un clima templado llena de especies nativas quizás de las pocas que se encuentran en el mundo, el mismo que se ha convertido en un destino turístico innovador gracias a sus atractivos naturales con su clima subtropical, su gente, su exquisita gastronomía, historia, fiestas, y tradiciones.

Por consiguiente, el presente proyecto pretende hacer del cantón un sitio ideal para el descanso, convirtiéndose en un lugar estratégico para implementar actividades turísticas, una alternativa que brindará la mejor de las experiencias de descanso, recreación y así fortalecer una base sólida en favor de un desarrollo económico y sostenible en el territorio.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

El turismo puede ser el incentivo para el desarrollo local de diferentes zonas, siempre y cuando se realice de una manera adecuada mediante planificación, investigaciones y estudios previos a la ejecución de esta actividad.

En el cantón Pallatanga sus habitantes viven en la parada perfecta entre la sierra y la costa, cobijados con paisajes de singular belleza, montañas cascadas y ríos; su cabecera cantonal del mismo nombre es un valle encantador donde se fusionan pueblos y culturas, conectados por el puente ideal entre serranos y costeños “Cornelio Dávalos” o “Salsipuedes”

Siendo este cantón aventajado por la exuberancia de su biodiversidad cuyos atractivos por falta de creatividad, recursos económicos y organización han sido poco utilizados como un potencial turístico.

La contribución del turismo al bienestar económico y el desarrollo del lugar dependen de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. Es así que el presente proyecto de implementación del complejo turístico bajo la categoría de complejo vacacional en el cantón Pallatanga es una iniciativa privada que impulsará y apoyará al desarrollo turístico, generando nuevas fuentes de ingresos para la población así como solventar la falta de esparcimiento aprovechando los recursos que posee la zona.

### **III. OBJETIVOS**

#### **A. OBJETIVO GENERAL**

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de un Complejo Turístico en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

#### **B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Realizar el estudio de mercado.
2. Efectuar el estudio técnico.
3. Elaborar el estudio ambiental.
4. Determinar el estudio administrativo legal.
5. Realizar el estudio económico – financiero.

#### **IV. HIPÓTESIS**

##### **A. HIPÓTESIS DE TRABAJO**

El desarrollo del presente estudio de factibilidad de un complejo turístico bajo la categoría de complejo vacacional permitirá al inversionista privado saber la viabilidad técnico, ambiental, administrativo, legal y económico financiero.

## V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

### A. TURISMO

#### 1. Definición

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo (OMT, 2007).

#### 2. Tipos generales de turismo

Masivo: Sol y playa

Alternativo: Todo lo que no es sol y playa

#### 3. Factores determinantes del turismo

Para desarrollar la actividad turística, se debe contar con una serie de condiciones indispensables, de acuerdo del tipo de turismo a efectuar, entre las que se puede citar:

- Desarrollar una conciencia turística
- Atractivos en perfectas condiciones
- Infraestructura: vial, comunicaciones, sanitaria, energética
- Planta turística de calidad (alojamiento, restauración, animación)
- Instalaciones complementarias (senderos, miradores, pasarelas, parasoles, muelles, centros de interpretación, campos deportivos, etc.)
- Calidad de los atractivos: autenticidad, novedad, seguridad
- Mejoramiento de la estética de los atractivos turísticos
- Estímulos para la inversión
- Buenos servicios públicos
- Crecimiento económico favorable para los negocios
- Sistema de información turística
- Política integral de protección al ambiente
- Sistema de monitoreo a la calidad de los servicios turísticos
- Centros comerciales
- Centros artesanales
- Conectividad aérea, marítima, fluvial, terrestre
- Dominio de idiomas extranjeros
- Guianza especializada
- Fácil accesibilidad (dependiendo del tipo de turismo)
- Seguridades físicas (balnearios, etc.)
- Programas promocionales adecuados y continuos para mantener la imagen

**a. La demanda turística**

Está constituida por los clientes, turistas, visitantes o consumidores que seleccionan, compran y utilizan bienes y servicios para satisfacer deseos y necesidades.

De acuerdo a los grupos de consumidores que comparten necesidades y deseos o gustos parecidos, surge la segmentación de mercado (agrupamiento de personas de acuerdo a necesidades y deseos comunes entre sí).

## **b. La oferta turística**

La oferta turística son los bienes y servicios que entran en el mercado consumidor y a un precio dado y por un período determinado.

La oferta turística está integrada por elementos como los atractivos turísticos, los servicios básicos, los servicios turísticos, los servicios complementarios y los productos o modalidades de turismo.

### **1) Servicios turísticos**

En el turismo se realiza la prestación de servicios, en este aspecto en el Ecuador los servicios turísticos son considerados como actividades turísticas las cuales pueden ser desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen, a la prestación remunerada de modo habitual de estas actividades o servicios.

- Alojamiento
- Servicio de alimentación y bebidas; restaurante, cafeterías, fuentes de soda, bares
- Transportación
- Operación; agencia de viajes mayoristas, agencia de viajes internacionales, y agencias operadoras de turismo
- Guianza

### **2) Servicios complementarios**

Comprenden todas las acciones que realizan los turistas o visitantes en un destino turístico. Son las motivaciones que determinan o ayudan a tomar la decisión y realizar el viaje a más de constituir la imagen que tiene ese producto; tales como:

- Observación de flora
- Observación de fauna
- Observación de aves (Bird watching)
- Fotografía
- Caminatas cortas y largas (Trekking)
- Camping
- Ascensión a montañas (Climbing)
- Cabalgatas
- Natación
- Rafting
- Kayaking
- Canyoning
- Canotaje
- Andinismo
- Clavadismo
- Buceo
- Senderismo
- Visita a museos, cines, centros de espectáculos

Dada la transitoriedad de los servicios y en consideración de que la demanda es igualmente transitoria para que un servicio turístico se convierta en oferta turística es imprescindible que el consumidor potencial conozca de su existencia.

### **c. El producto turístico**

Son todos los bienes y servicios solicitados por los consumidores en los sitios que estos visitan, puestos para la satisfacción de necesidades y deseos. Integrados en un proceso de producción se los puede brindar como productos finales dentro de la oferta turística.

El producto turístico está conformado por los bienes y servicios que integran la oferta turística, a los que debemos sumar las motivaciones que determinan o ayudan en tomar la decisión y realizar el viaje (servicios complementarios).

Los productos turísticos dentro del sistema turístico los podemos asociar con las modalidades de turismo, las cuales se podrían dividir en dos categorías:

- 1) **Modalidades de turismo tradicional.-** Como la de sol y playa, el turismo cultural, turismo religioso.
- 2) **Modalidades de turismo alternativo.-** Nuevas modalidades de turismo, se consolidan a inicios de la década de los 80s, han sido generados por la nueva estructura social y formas de vida de la gente, entre otras tenemos:
  - **Turismo de aventura.-** Utiliza la naturaleza como el escenario de programas de acción y riesgo controlado. Motivación principal es la emoción de enfrentarse a lo desconocido. Expediciones, senderismo, campismo, etc.
  - **Turismo deportivo.-** Promueve actividades de competencia y conquista de méritos, incluye prácticas deportivas tradicionales como caza, pesca, ciclismo, actividades náuticas, buceo , escalada y otras son motivaciones más actuales como kayaking, parapentismo, etc.
  - **Turismo educativo – científico.-** Incentiva giras de investigación y estudio, desde simple observación de corta estadía, hasta misiones científicas para fines específicos.
  - **Ecoturismo.-** Modalidad de turismo selectivo caracterizada como una experiencia de visita a áreas naturales, para entender la historia natural y la cultura local, con apoyo de las técnicas de interpretación y guianza especializada.
  - **Turismo comunitario.-** “un espacio que posibilita la autoafirmación de la identidad, la revitalización cultural, la preservación de la memoria colectivas, contribuyendo al fortalecimiento socio- organizativo y a la preservación a manejo sostenible del medio ambiente”.
  - **Turismo vinculado a proyectos.-** Visita a proyectos de protección al medio ambiente, agrarios, forestales y sociales.
  - **Turismo de salud.-** Visita a fuentes formales y minerales, regiones calidad, frías o tropicales.

#### **d. Los atractivos turísticos**

Los atractivos turísticos son la materia prima de la actividad turística, nadie viaja por dormir en un hotel o comer en un restaurante, sino que hubo un atractivo turístico que motivó su deseo de viajar y como consecuencia de este viaje, debe contratar servicios que le permiten o faciliten su estadía en ese lugar.

- 1) **Atractivos Naturales.-** Son propios de la naturaleza se les da la categoría de Sitios Naturales y se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costa o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistema de áreas protegidas, etc.
  
- 2) **Atractivos Culturales.-** Tienen que ver con participación humana. Su categoría es de Manifestaciones Culturales y se reconocen los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas, científicas y artísticas, acontecimientos programados, folklore. Otra categorización de las características culturales son; la arquitectura, vestimenta, gastronomía, música y danza, tradiciones, ceremonias, festividades, formas de vida, etc.

#### **e. La planta turística**

Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que dominamos “planta turística” que está integrado por dos elementos:

##### **1) Equipamiento**

Incluye todos los establecimientos administrativos por la empresa pública y privada que se dedican a la prestación de servicios turísticos. Se dividen en cuatro categorías que a su vez tienen otras subdivisiones.

- Alojamiento
- Alimentación
- Esparcimiento (recreación)
- Otros servicios

## **2) Instalaciones**

Son todas las construcciones especiales (distintas a las determinadas en equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

- De agua
- De montaña
- Generales

### **f. La infraestructura básica - servicios básicos**

La infraestructura básica constituye en muchos países un condicionante para el desarrollo turístico por la insuficiencia de la infraestructura básica; en cuanto a su expresión física, la infraestructura puede formar una red o un sistema y en lo que se refiere a su localización, se puede hablar de infraestructura interna y externa, o sea endógena o exógena al sector del turismo.

Una de las labores primordiales, de la infraestructura básica es vincular entre sí a los asentamientos humanos y resolver las necesidades de los mismos; la circulación de personas, mercaderías, fluidos, energía, etc. Van formando en el territorio una red, que se hace más compleja a medida que los países progresan en su desarrollo.

La infraestructura tiene las siguientes categorías:

- Transporte
- Comunicaciones
- Sanidad
- Salud

- Vivienda
- Energía
- Seguridad
- Vialidad, etc.

#### **g. La superestructura**

Para que el sistema turístico funcione adecuadamente, requiere de un subsistema superior que regule todo el sistema, y al que se denomina superestructura que comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como privados (Municipio, Consejo Provincial, Cámara de Turismo, Ministerios de Turismo y Ambiente, etc), encargados de la planificación, organización, dirección y control de turismo, optimizando y cambiando cuando fuera necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema y buscando el equilibrio de sus interrelaciones, con el propósito de facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico (Tierra, 2006).

## **B. ECOTURISMO**

### **1. Definición**

El ecoturismo es un concepto relativamente nuevo, y con frecuencia es mal interpretado y mal utilizado. Algunas empresas han abusado del término por atraer a viajeros conscientes de la conservación a lo que, en realidad son simplemente programas turísticos de naturaleza que puedan causar impactos ambientales y sociales negativos (Tierra, 2006).

### **2. Evolución del Ecoturismo**

Ecoturismo es un concepto que ha evolucionado durante los últimos 20 años mientras la comunidad conservacionista, la gente que vive en y alrededor de las áreas protegidas y la industria del viaje han sido testigos de una explosión en el turismo de naturaleza y se han dado cuenta de su mutuo interés en dirigir su crecimiento. El ecoturismo ha traído

la promesa de lograr los objetivos de la conservación, de mejorar el bienestar de las comunidades locales y de generar nuevas empresas, prometiendo una situación siempre positiva (Tierra, 2006).

### **3. Términos relacionados con el Ecoturismo**

#### **a. Turismo de naturaleza**

Es simplemente el turismo basado en la visita de recursos naturales y está estrechamente relacionado al ecoturismo pero no involucra necesariamente la conservación o la sustentabilidad. Este es el tipo de turismo que existe actualmente en muchas de las áreas naturales.

#### **b. Turismo de naturaleza sustentable**

Está muy cerca del ecoturismo pero no cubre todos los criterios del verdadero ecoturismo. En áreas altamente visitadas y alteradas, el turismo de naturaleza sustentable puede ser una iniciativa apropiada.

#### **c. Turismo científico o de investigación**

Es el turismo con objetivos específicos de investigación. Estos tipos de proyectos son comunes en áreas naturales y a menudo contribuyen a conservarlos.

#### **d. Turismo cultural, etnográfico o de patrimonio cultural**

Se concentra en las tradiciones formalizadas y en la gente como atractivos principales. Este tipo de turismo puede también ser llamado:

- **Convencional**

Es en el que los turistas vivencian la cultura a través de presentaciones formalizadas de música y danza, en teatros, hoteles y, ocasionalmente en las mismas comunidades (Tierra, 2006).

## **C. COMPLEJO TURÍSTICO**

### **1. Definición**

Son conformaciones poco frecuentes porque dependen de la presencia de uno o más atractivos de la más alta jerarquía, cuya visita junto a los de otros que los complementan, implican una permanencia de tres días o a veces más.

El tipo de atractivo referido no debe ser de la misma clase que los que sirven de base a los centros de estadía (en los cuales la permanencia media en los turistas es superior a los tres días). Un complejo turístico llega a ser una derivación de los centros turísticos de distribución que alcanzan un orden superior.

Para que un complejo turístico funcione adecuadamente requiere la presencia de por lo menos un centro turístico de distribución (Tierra, 2012).

Se ejecutó una revisión bibliográfica de complejo turístico donde se reconoce a esta tipología a nivel mundial fundamentalmente en complejos europeos como España, pero en el ámbito nacional del Reglamento general de Actividades Turísticas de la clasificación general de los alojamientos extra hoteleros el Ministerio de Turismo del Ecuador 2011 no registra a este tipo de establecimiento, por ello en el trabajo de investigación se trabajó con la categoría Complejo Vacacional (Hotel Bienestar, 2012).

#### **a. Complejo Vacacional**

Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial

No se regulan por este reglamento los complejos vacacionales instalados con fines de asistencia social y sin ánimo de lucro, por corporaciones de derecho privado o instituciones del estado. Estas últimas estarán obligadas, únicamente a comunicar con

anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañado una memoria descriptiva de sus características, capacidad en plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios y régimen de funcionamiento (MINTUR, 2008).

## **D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

### **1. Definición**

Se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto.

El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

#### **a. Objetivos que determinan la factibilidad**

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios
- Integración de todas las áreas y subsistemas
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios
- Hacer un plan de producción y comercialización
- Aceleración en la recopilación de los datos
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas
- Automatización óptima de procedimientos manuales
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados
- Saber si es posible producir con ganancias
- Conocer si la gente comprará el producto

## **b. Estructura**

Un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- Presentar un resumen de proyecto
- Elaborar cada parte por separado
- Fundamentar cada parte en las anteriores
- Elaborar conclusiones y recomendaciones
- Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes

## **c. Evaluación de un proyecto factible**

Un proyecto factible, es el que ha aprobado cinco evaluaciones básicas:

- Evaluación Técnica
- Evaluación Ambiental
- Evaluación Financiera
- Evaluación Socio-económica
- Evaluación legal – administrativo

La aprobación de cada evaluación se le puede llamar viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.

## **d. Proyecto factible**

Si el proyecto es factible, se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado.

Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intenta producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad; para ello se necesita definir su rentabilidad o no, éste es el objetivo de la evaluación financiera.

#### **e. Factibilidad operacional**

Comprende una determinación de posibilidad que un nuevo sistema se use como se supone. Se deben considerar cuatro aspectos:

- La utilización de un nuevo sistema puede ser demasiado complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema.
- Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazado u otras razones.
- Un sistema nuevo puede introducir cambios demasiado rápidos que no permita al personal adaptarse a él y aceptarlo.

#### **f. Factibilidad técnica**

Permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté planificando, también se consideran las inter fases entre los sistemas actuales y los nuevos.

Así mismo, estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

#### **g. Factibilidad económica**

Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto.

Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos. Esto permite seleccionar el más conveniente para la empresa.

Se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan los costos.
- La proporción costo/beneficio de cada alternativa se comparan con las que proporcionan los costos/beneficios de las otras alternativas para escoger la mejor.
- Se determinan las formas en que la organización podría gastar su dinero.

## **2. Concepto de viabilidad**

Es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo.

Está relacionada con principios de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto en términos de los elementos conceptuales que lo componen, la información utilizada, la coherencia de los planteamientos y el mayor acercamiento a la realidad a la que se refiere el proyecto.

### **a. Tipos de viabilidad**

La viabilidad está conformada por: aspectos técnicos, socioeconómicos, ambientales e institucionales.

#### **1) Viabilidad técnica**

Permite determinar la calidad y coherencia de la información relacionada con el objetivo mismo del proyecto, sus planteamientos básicos, la dimensión de las variables que intervienen, soluciones y actividades.

Cuando se realiza la evaluación se debe revisar la identificación de la situación, las alternativas técnicas propuestas, las actividades y los costos.

## **2) Viabilidad socioeconómica**

Permite identificar y valorar los beneficios, con el fin de determinar si el proyecto genera efectivamente dichos beneficios y si su valoración se encuentra en rango aceptable.

Los criterios socioeconómicos se refieren al impacto económico del proyecto a nivel regional o local y a los efectos sociales sobre los grupos de personas afectadas.

## **3) Viabilidad Institucional**

Se refiere al análisis de los mecanismos de ejecución propuestos en el proyecto; la evaluación de la capacidad institucional para su ejecución, operación y seguimiento de los proyectos.

Se relaciona al análisis de impacto ambiental, como las medidas planteadas para su mitigación, prevención o compensación, según sea el caso.

Estos criterios se aplican especialmente a los proyectos que involucran obras que tienen relación con infraestructuras y que pueden generar impactos en el ambiente tanto positivos como negativos (Varela, 2006).

## **E. ESTUDIO DE MERCADO**

### **1. Definición**

Es la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización.

El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio metódico y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de

un nuevo competidor en el mercado. Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero es perceptible, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos.

El estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta importante del estudio: ¿existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva, el estudio continúa. Si la respuesta es negativa, se plantea la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y confiable. Si la intención de invertir en el proyecto es irrenunciable y no se detecta una clara demanda potencial insatisfecha del producto, el camino a seguir es incrementar sustancialmente el gasto de mercadotecnia y publicidad para promover con fuerza la aceptación del nuevo proyecto (Baca, 2010).

## **2. Análisis de la demanda turística**

### **a. Segmentación del mercado**

Segmentación es el proceso de análisis metodológico mediante el cual se estudia el mercado de consumidores. Consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.

El comportamiento del consumidor suele ser demasiado complejo como para explicarlo con una o dos características, se deben tomar en cuenta varias dimensiones, partiendo de las necesidades de los consumidores. Se recomienda pues, presentar ofertas de mercado flexibles al segmento de mercado. La oferta de demanda flexible consiste en:

Una solución que conste de elementos del producto y servicio que todos los miembros del segmento valoran y opciones que solo unos cuantos valoren, cada opción implica un cargo adicional.

Lo primero que debe realizarse es identificar a los turistas potenciales que quiere atraer, por tanto la segmentación de mercado busca personas con necesidades, motivaciones y características similares a manera de identificar el mercado meta. La segmentación de mercado es un proceso que consta de dos pasos.

- Decidir cómo agrupar los visitantes potenciales (segmentos de mercado)
- Seleccionar grupos específicos (mercado meta)

#### **b. Tamaño de la muestra**

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

#### **Dónde:**

**N:** Universo de estudio

**n:** Tamaño de la muestra

**p:** La probabilidad de ocurrencia (0.5)

**q:** Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

**e:** Margen de error o precisión admisible (8%)

**z:** Nivel de confianza (depende de la varianza)

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

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

#### **c. Análisis de la competencia**

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta. La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre muestra representativa ubicación, cuántos son, productos que ofrecen, quiénes son sus clientes, por qué le compran, qué piensa sus clientes de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución, etc. La empresa analiza las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades frente a sus principales competidores. Realiza un completo diagnóstico con respecto a la competencia.

#### **d. Oferta vs demanda**

Con la información obtenida se procede a realizar el balance demanda-oferta, es decir, la determinación de la demanda insatisfecha, que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potenciales. Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser desfavorable. Si resulta positiva, se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto, que normalmente es un porcentaje (menor al 100%), del balance, si éste resultó favorable.

#### **e. Demanda objetivo**

Seleccionar la demanda objetivo implica cuantificar el porcentaje de la demanda potencial a ser captada del mercado. Se recomienda que en una etapa inicial o de lanzamiento de un producto se inicie captando hasta el 10% de la demanda insatisfecha, este porcentaje variará conforme pase el tiempo y en función de la capacidad instalada (Tierra, 2012).

## **F. ESTUDIO TÉCNICO**

### **1. Definición**

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio.

El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, y la ingeniería del proyecto.

La determinación de un tamaño óptimo es fundamental, las técnicas existentes para su determinación son iterativas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos a trabajar ya que para cierto equipo la producción varía directamente de acuerdo al número de turnos que se trabaje.

Acerca de la determinación de la localización óptima del proyecto, es necesario tomar en cuenta no solo factores cuantitativos, como los costos de transporte de materia prima y del producto determinado, sino también de los factores cualitativos, tales como el clima, la actitud de la comunidad y otros. Los análisis deben ser integrales, si se realizan desde un solo punto de vista conducirán a resultados poco satisfactorios.

Respecto de la ingeniería del proyecto se puede decir que, en términos técnicos, existen diversos procesos productivos opcionales, que son los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital. En esta misma parte se engloban otros estudios, como el análisis y la selección de los equipos necesarios así como la propuesta de la distribución general, en la que se calculan todas y cada una de las áreas que formarán la empresa (Baca, 2010).

## **G. ESTUDIO AMBIENTAL**

### **1. Definición**

#### **a. Impacto ambiental**

Es la alteración positiva o negativa del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o una actividad en un área determinada. Es la consecuencia o el producto final de los efectos, representando por la variación de los atributos del medio expresados en términos cuantitativos o cualitativos de las modificaciones del ambiente.

#### **1) Estudio de impacto ambiental (EsIA)**

Son estudios técnicos que proporcionan antecedentes para la predicción e identificación de los impactos ambientales. Además describen las medidas para prevenir, controlar, mitigar, y compensar las alteraciones ambientales significativas.

#### **2) Evaluación de impacto ambiental EIA**

Es el procedimiento administrativo de carácter técnico que tiene por objeto determinar obligatoriamente y en forma previa, la viabilidad ambiental de un proyecto, obra o actividad pública o privada. Su aplicación abarca desde la fase de pre factibilidad hasta la de abandono o desmantelamiento del proyecto, obra o actividad.

#### **a) Consecuencia de no evaluar de forma previa los impactos ambientales de un proyecto**

- Mayor oposición del proyecto
- Demora para obtención de autorizaciones gubernamentales o su negociación
- Decisiones inapropiadas para la localización del proyecto

**b) Beneficios de la evaluación de impactos ambientales EIA**

- Detienen el proceso degenerativo
- Evitan graves problemas ecológicos
- Mejoran el entorno y calidad de vida
- Ayudan a perfeccionar el proyecto
- Defienden y justifican una solución acertada
- Canalizan la participación ciudadana y generan aceptación social
- Su control aumenta la experiencia práctica

**3) Diagnóstico ambiental (Línea base )**

- Es la interpretación completa del medio tal y como se encuentra al momento de iniciar un proyecto.
- Permite obtener la información básica que posibilitará desarrollar un soporte en el cual se sustentarán las siguientes etapas de la EIA.
- Se estructura tomando en cuenta parámetros de los elementos físico – químico, biótico, cultural y socio económico.
- Previo a la línea base se deberá establecer el “Área de influencia del Proyecto”.

**4) Propósitos de la línea base**

- Formar una base para la valoración del impacto ambiental debido a la acción a tomarse o de sus alternativas (incluida la de no hacer el proyecto).
- Provisión de suficiente información respecto al área de estudio y sus características ambientales.

- Identificar cualquier componente ambiental potencialmente vulnerable a la acción a tomarse y permitir la previsión de cualquier cambio crítico que el ambiente pueda sufrir (corrientes con pobre calidad de aguas, sitios arqueológicos importantes, riesgo sísmico, etc.)

## **5) Estructura de la línea base**

- Componente físico
- Biótico
- Componente socioeconómico

### **b. Áreas de influencia**

El Área de influencia del proyecto constituye el espacio físico sobre el cual ejercerá su influencia el proyecto ya sea en forma directa o indirectamente.

#### **1) Área de influencia directa**

El AID es el espacio físico (m, km) donde se produce una alteración por la acción directa del proyecto.

##### **a) Consideraciones**

- La proximidad de algunos elementos sensibles al área de explotación.
- El alcance o consecuencias que se estima podrían tener alguna de las afectaciones resultantes de las actividades del proyecto.

#### **2) Área de influencia indirecta**

La definición del AII es arbitraria, flexible e involucra puntos más extremos hasta donde se prevé la afectación positiva o negativa del proyecto. Involucra pueblos de una zona o región (MAE, 2007).

### c. Matriz de Lázaro Lagos

La Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle – Columbus, todo gracias al ingenio del científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa.

A continuación se encuentran los parámetros para la evaluación de impactos ambientales.

1) **Naturaleza.** Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-)

2) **Magnitud.** La magnitud se determina a través de tres rangos:

1. Baja intensidad. Cuando el área afectada es menor a 1 ha.
2. Moderada intensidad. Cuando el área afectada está entre 1 a 10 has
3. Alta intensidad. Cuando el área afectada es mayor a 10 has.

3) **Importancia.** Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

0. Sin importancia
1. Menor importancia
2. Moderada importancia

4) **Certeza.** Se determina a través de tres rangos definidos con letras:

- C Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%
- D Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%
- I Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

**5) Tipo.** Se define a través de:

(Pr) Primario. Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto.

(Sc) Secundario. Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto.

(Ac) Acumulativo. Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

**6) Reversibilidad.** Puede ser de dos tipos:

1. Reversible. Si el impacto es transformable por mecanismos naturales.

2. Irreversible. Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales.

**7) Duración.** Se determina a través del tiempo en:

1. A corto plazo. Si el impacto permanece menos de 1 año

2. A mediano plazo. Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años.

3. A largo plazo. Si el impacto permanece más de 10 años

**8) Tiempo en aparecer.** Determinado también por el tiempo se clasifica en:

C Corto plazo. Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.

M Mediano plazo. Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.

L Largo plazo. Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto.

**9) Considerado en el proyecto.** Se define por las alternativas:

S Sí. Si el impacto fue considerado en el proyecto

N No. Si el impacto no fue considerado en el proyecto

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del medioambiente en general (Caballero, 2006).

## **H. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO**

### **1. Definición**

#### **a. Estudio Administrativo**

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que define el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas.

Uno de los aspectos que poco se tiene en cuenta en el estudio de un proyecto es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales, por lo que el Estudio Administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación.

Su objetivo es realizar un análisis que permita obtener la información pertinente para la determinación de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos, aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos.

## **1) Organigramas**

Consiste en recuadros que representan los puestos en una organización y los niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y responsabilidad. Deben ser claros, procurar no anotar el nombre de las personas que ocupan el puesto y no deben ser demasiado extensos ni complicados y mostrar solamente la estructura del cuerpo administrativo de la empresa. Una vez que se tiene un organigrama se deben definir los puestos ya que ello muestra claridad a la administración del proyecto, pues son las personas las que deberán ejecutar el trabajo para lograr los objetivos empresariales.

## **2) Planificación de recursos humanos**

Una organización que no planifica sus recursos humanos puede encontrar que no está satisfaciendo sus requisitos de personal ni sus metas generales debidamente. Esta planificación apoya al proyecto de inversión para tener en claro cuántas personas se requieren y con qué habilidades específicas para cada puesto. Tener un equilibrio en las contrataciones es de suma importancia ya que no se debe incorporar a empleados de más o de menos que no puedan desarrollar sus actividades laborales con satisfacción (López, 2013).

### **b. Estudio legal**

El estudio legal son todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado. El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales (Fernández, 2007).

## **I. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

### **1. Definición**

#### **a. Estudio Económico**

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores, y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Comienza con la determinación de los costos totales y la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería, continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. Otro punto importante es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación ni a amortización, dada su naturaleza líquida. Cuando se habla de financiamiento es necesario mostrar cómo funciona y cómo se aplica en el estado de resultados, pues modifica los flujos netos de efectivo. De esta forma se selecciona un plan de financiamiento, y se muestra su cálculo tanto en la forma de pagar intereses como en el pago de capital.

En todos los proyectos, determinados desde una perspectiva económica, se tienen tres elementos monetarios importantes:

#### **1) Inversiones**

Son gastos en material que son amortizables a lo largo de los años. La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar la operación de la empresa.

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa como: terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales operativos de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono, internet, agua y servicios notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa (Baca, 2010).

**2) Gastos:** Son disminuciones del patrimonio neto, distintas de las atribuciones de fondos de la entidad a los propietarios, como consecuencia de la actividad económica de la adquisición de bienes y servicios, o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente (Alcarria, 2009).

**3) Ingresos:** Son incrementos del patrimonio neto, distinto de las aportaciones de fondos a la entidad por parte de los propietarios, como consecuencia de las actividades económicas de venta de bienes o prestación de servicios, o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente (Alcarria, 2009).

#### **b. Estudio Financiero**

El estudio financiero está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de la operaciones necesarias para que un empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo.

De ahí la importancia que al iniciar cualquiera idea de proyecto o negocio contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran el costo efectivo que con lleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y pre operativo hasta obtener los indicadores financieros en los Estados Financieros como son: el balance general, estado de pérdidas y ganancias y flujo de efectivo (Baca, 2010).

## 1. Flujo de Caja

El flujo de caja es cuando genera un movimiento permanente de entrada y salidas de recursos económicos, representa la previsión, el control o el registro de este movimiento durante un periodo determinado. En sí es una proyección de liquidez del negocio que registra las entradas y salidas de efectivo, antes y después del inicio de operaciones.

Se obtiene de la suma de los Ingresos totales actualizados menos los Egresos totales actualizados (Sapag, 2011).

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

Flujo de Caja = Ingresos actualizados – Egresos Actualizados

## 2. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto VAN es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer período de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0.

Si el resultado es mayor que 0; mostrará cuanto se gana en el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa de retorno que se exigía al proyecto; si el resultado es igual a 0, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido; y si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

Cuando el VAN es negativo, el proyecto puede tener una alta rentabilidad, pero será inferior a la exigida. En algunos casos el VAN negativo puede incluso indicar que, además de que no se obtiene rentabilidad, parte o toda la inversión no se recuperará (Sapag, 2011).

$VAN = \text{Sumatoria de Ingresos descontados} - \text{Sumatoria de desembolsos descontados.}$

### 3. Tasa interna de retorno o rendimiento (TIR)

Se define como el tipo de rendimiento que anula el VAN, de modo que evaluando este TIR frente a los criterios de rendimiento financiero de la empresa, podamos determinar si la inversión merece o no la pena. El TIR es un concepto teórico que busca la tasa que iguala la inversión puesta a un tipo de interés desde el momento cero, con los resultados año a año, puestos a ese mismo tipo de inversión. Este cálculo requiere otras consideraciones, sencillas si todos los márgenes de los años son positivos, y que deben tener en cuenta otras consideraciones si son negativos (necesidades financieras) (Sapag, 2011).

$$TIR = i_1 + (i_1 - i_2) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

### 4. Período de recuperación o Payback

El periodo de recuperación de la inversión tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado, una parte de flujo va a pagar la rentabilidad deseada y otra va a recuperar la inversión.

La importancia de este indicador es que complementa la información, muchas veces oculta por el supuesto de que, si el flujo no alcanza, “se adeuda” tanto del VAN como del TIR.

Se define de forma simple como el tiempo que debe pasar para que el resultado de ingresos y gastos a lo largo de los años, compense la inversión realizada. En este período primar el criterio de liquidez (no de rentabilidad, es decir, el beneficio que se logra una vez que la inversión ha sido recuperada) y no considera la depreciación del dinero con el tiempo.

Además viene marcado por el punto concreto en que la “caja” se pone en 0, es decir cuando comenzamos a “ganar dinero”, más allá de lo que diga el Beneficio (que tiene en cuenta las amortizaciones).

Para obtener el período de recuperación del capital, se divide 100 para la tasa interna de retorno. Así, el período de recuperación del capital se manifiesta en período de año y meses  $\text{Payback} = 100/\text{TIR}$  (Sapag, 2011).

## 5. Relación Costo/Beneficio

La relación beneficio – costo compara el valor anual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es en 0, la relación beneficio – costo es igual a 1. Si el VAN es mayor que 0, la relación es mayor que 1, y si el VAN es negativo, esta es menor que 1 (Sapag, 2011).

$$\text{B/C} = \frac{\text{Sumatoria de Ingresos descontados} + \text{valor de salvamento descontado}}{\text{Sumatoria de Egresos descontados} + \text{inversiones descontadas}}$$

## **VI. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

#### **1. Localización**

El presente proyecto se lo realizó en el Cantón Pallatanga, ubicado al Sur - Oeste de la provincia de Chimborazo, 84 km. de la ciudad de Riobamba capital provincial.

#### **2. Ubicación geográfica**

Coordenadas proyectadas UTM Zona 17S, Datum WGS 84

**X:** 726262 E

**Y:** 9778994 N

**Altitud:** 1.285 msnm

#### **3. Límites**

**Norte:** Cantón Colta

**Sur:** Cantón Alausí

**Este:** Cantón Guamote

**Oeste:** Cantón Chillanes de la Provincia de Bolívar

#### **4. Características climáticas**

El clima de Pallatanga es Ecuatorial mesotérmico semi - húmedo y Ecuatorial de alta montaña, su temperatura media es de 18.5 °C, y los rangos de precipitación están entre los 750 y 1250 milímetros, y presenta una humedad relativa del aire de 72.6%.

## **5. Clasificación Ecológica**

La clasificación ecológica del cantón Pallatanga con base en la Publicación “Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador Continental”, este sector corresponde a Bosque siempre verde montano bajo del sur de la cordillera oriental de los Andes (MAE, 2012 ).

### **B. MATERIALES**

#### **1. Materiales**

Hojas de papel bond, esferos, lápiz, borrador, libreta de campo, pilas, CDs, tinta de impresora.

#### **2. Equipos**

Memory flash, GPS, computadora, impresora, cámara digital.

## C. METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación se basó en una metodología aplicada, la misma que se llevó a cabo aplicando técnicas de investigación bibliográfica y de campo, cuyos objetivos se cumplieron de la siguiente manera:

### 1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Realizar el estudio de mercado.

#### a. Análisis de la oferta

##### 1) Análisis de la oferta actual

Para el análisis de la oferta actual se diagnosticó la situación actual de la zona de estudio con mayor relevancia en los siguientes elementos.

- a. Condiciones ambientales y de infraestructura turística (servicios básicos).
- b. Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales.

##### 2) Análisis de la oferta complementaria

Se tomó en cuenta la información del catastro turístico del cantón Pallatanga proporcionado por el técnico del ITUR de los establecimientos turísticos del cantón (hostales, alimentación, transporte, operación) con su categoría y precio, considerando su relación directa o indirecta con el producto.

##### 3) Análisis de la competencia

Se realizó un diagnóstico de todos los establecimientos turísticos que ofrecen productos semejantes a los que se ambiciona poner en el mercado con la ejecución y operación del producto haciendo énfasis en servicios, precio, número de plazas.

## b. Análisis de la demanda

Para determinar el universo de estudio se tomó en cuenta los siguientes pasos:

### 1) Segmentación

Se utilizó segmentación de mercado, que permitió definir el sector específico con características y necesidades semejantes que ofrece las oportunidades relevantes para el producto.

### 2) Universo de estudio

Se tomó en cuenta la información del ITUR del Cantón Pallatanga del número de turistas que visitaron el cantón en el año 2015 los cuales fueron 12.160 turistas nacionales y 640 turistas extranjeros en total suman 12.800 turistas.

### 3) Cálculo de la muestra

Se utilizó la fórmula de la muestra para poblaciones finitas:

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

Dónde:

**Tabla 1.** Elementos de la fórmula de la muestra

N	Universo de estudio
n	Tamaño de la muestra
P	Probabilidad de ocurrencia de un evento 0.5
Q	Probabilidad de no ocurrencia de un evento 0.5
E	Margen de error 0.05
Z	Valor de confianza 1.96

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

#### 4) Análisis y síntesis de información

Se utilizó la encuesta como herramienta para obtener información sociodemográfica, psicográficas y principales intereses del turista que visita el cantón Pallatanga, la misma contenía preguntas cerradas y fáciles de entender.

#### 5) Determinar el perfil del turista de acuerdo al segmento

Se tabuló los datos con la información arrojada por las encuestas aplicadas y se procedió a determinar el perfil del turista nacional y extranjero según sus gustos y preferencias.

#### 6) Proyección de la demanda potencial

Para la proyección de la demanda potencial se utilizó la siguiente fórmula:

$$Q = n \cdot p \cdot q$$

Donde:

**Tabla 2.** *Elementos de la fórmula para la demanda actual*

Q	Demanda potencial
N	Número de compradores posibles para el mismo tipo de producto en un determinado mercado
P	Precio promedio del producto en el mercado
Q	Cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

Se proyectó la demanda y oferta a 5 años según la vida útil del proyecto, se aplicó la siguiente fórmula:

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

Donde:

**Tabla 3.** *Elementos de la fórmula del incremento compuesto*

Cn	Incremento compuesto
Co	Número de clientes iniciales
I	Índice de crecimiento del sector turístico
N	Años a proyectar

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### c. Confrontación oferta – demanda

#### 1) Demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se utilizó la siguiente fórmula:

$$DI = D - O$$

Donde:

**Tabla 4.** *Elementos de la fórmula para la demanda insatisfecha*

DI	Demanda insatisfecha
D	Demanda existente
O	Oferta existente

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

#### 2) Demanda objetivo

Se estimó captar el 15% de la demanda insatisfecha para este proyecto.

### 2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Efectuar el estudio técnico.

Para la realización del estudio técnico del proyecto se siguieron los siguientes pasos:

## **a. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística**

Para la planificación y el diseño técnico se tomó en cuenta los datos obtenidos en el estudio de mercado y a su vez se analizaron los siguientes aspectos:

### **1) Localización del proyecto**

Se efectuó la macro y micro localización.

### **2) Tamaño del proyecto**

Se tomó en cuenta el número de clientes proyectados.

### **3) Tipología de la construcción**

Para definir la tipología se tomó en cuenta las condiciones ambientales y según eso se definió el tipo de materiales.

### **4) Diseño técnico arquitectónico**

Se realizó diseño arquitectónico, distribución de las áreas de la construcción y análisis de precios unitarios.

### **5) Rubro de infraestructura turística**

Se estableció el valor total de la implementación de la infraestructura.

### **6) Equipamiento y menaje**

Se estableció los precios de: muebles y encerados, equipos y menaje del producto por área de servicio.

## **b. Análisis mercadotécnico**

En este estudio se estableció estrategias de captación de mercado en base al marketing mix producto, precio, plaza y promoción.

### **3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Elaborar el estudio ambiental.**

Se evaluó el grado de impacto ambiental que causó la implementación, mediante la aplicación de la Matriz de Lázaro Lagos quien relaciona causa y efectos evaluando así los impactos biológicos, socio-cultural y económicos. Adicionalmente se establecieron estrategias de mitigación de impactos ambientales negativos.

#### **a. Metodología para usar la matriz de lázaro lagos**

- 1) Delimitar el área a evaluar
- 2) Determinar los componentes ambientales (aire, suelo, agua, flora – fauna, socio - económico, paisaje) que serán afectados por el proyecto sobre el área (1)
- 3) Determinar para cada componente ambiental de (2), que actividad(es) lo afectan
- 4) Determinar los impactos que producen las actividad(es) (3), sobre los componentes ambientales (2)
- 5) Determinar cuáles son los impacto(s) (4) que generan las actividad (es) (3) sobre los componentes ambientales (2), esto se logra mediante el rayado de una «X» en las cuadrículas de intersección que se forman ente estos
- 6) Determinar si el impacto del proyecto es positivo o negativo sobre la naturaleza, si es positivo se marcara con (+) y si es negativo se marcara con (-)
- 7) Determinar la magnitud del impacto (4), el cual se mide en un rango de 1<sup>a</sup> 3
- 8) Determinar la importancia del impacto (4) sobre el área (1), la cual se mide en un rango de 0 a 2
- 9) Determinar la certeza que se tiene del impacto (4), sobre el área (1), en rangos de letras C (75%), D (50 – 75 %), I (estudios específicos)
- 10) Determinar el tipo de impacto (4), sobre el área (1), a través de: Primario (Pr), Secundario (Sc), Acumulativo (Ac)
- 11) Determinar la reversibilidad del impacto (4), mediante un rango de 1 a 2
- 12) Determinar la duración del impacto (4) mediante un rango de 1 a 3

- 13) Determinar el tiempo que se demora el impacto (4), en aparecer en el proyecto, mediante un rango de letras, C, M, L
- 14) Determinar si el impacto (4), fue considerado en el proyecto, mediante Si (S), No (N)
- 15) Determinar la ponderación de los criterios a evaluar, para lo cual se multiplica magnitud por importancia y se suma el resto
- 16) Realizar la matriz de cuantificación, en donde se coloca los componentes ambientales y las actividades
- 17) Determinar la ponderación total de la interacción de componentes ambientales y actividades
- 18) Realizar la suma tanto vertical como horizontalmente y por último
- 19) Determinar el total

#### b. Matriz de Lázaro Lagos

**Tabla 5.** Modelo de la matriz de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES						IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN												
								1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación			
<b>A. AIRE</b>																				
<b>B. SUELO</b>																				
<b>C. AGUA</b>																				
<b>D. FLORA Y FAUNA</b>																				
<b>E. SOCIO-ECONÓMICO</b>																				
<b>F. PAISAJE</b>																				

Fuente: Caballero, 2006

**4. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Determinar el estudio administrativo legal.**

**a. Estudio administrativo**

Para el cumplimiento de este estudio se determinó los siguientes aspectos:

**1) El organigrama estructural y funcional.**

Se definió la estructura de la empresa mediante dos organigramas de acuerdo a las áreas y el personal que laborara en las mismas.

**2) Manual de funciones de cada área**

Se elaboró un cuadro donde se especifica el perfil y características requeridas para el personal que solicita el complejo turístico.

**3) Diagrama de flujo**

Se elaboró diferentes diagramas de flujo para cada servicio y actividad que los turistas deseen llevar a cabo.

**4) Reglamento para empleados y visitantes**

Se establecieron políticas que deben cumplir los empleados y los visitantes en función de los requerimientos de la empresa.

**5) Talento humano y remuneración económica**

Se determinó el personal requerido y la remuneración económica acorde a lo estipulado en la Ley.

## **b. Estudio legal**

Para el estudio legal se analizaron fuentes de información secundaria y a su vez las leyes establecidas dentro de: Constitución Política del Ecuador, Ley de Turismo, Reglamento de Actividades Turísticas, Ley de compañías y otras ; considerados como marcos legales normativos relevantes para obtención de permisos, patentes y licencias para la legalización y funcionamiento de proyectos turísticos.

## **5. Para el cumplimiento del quinto objetivo: Realizar el estudio económico – financiero.**

### **a. Análisis económico**

Para llevar a cabo este estudio se tomó en cuenta todos los gastos que se formaron en la instauración del proyecto.

- 1) Fuentes y usos del proyecto
- 2) Cálculo de depreciaciones
- 3) Cálculo de amortizaciones
- 4) Estructura de costos y gastos
- 5) Presupuesto de ingresos
- 6) Estado de resultados
- 7) Flujo de caja del proyecto
- 8) Punto de equilibrio

### **b. Evaluación financiera**

Mediante la evaluación financiera se analizó y determinó la rentabilidad del proyecto mediante el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la relación Beneficio – Costo (B/C).

## VII. RESULTADOS

### A. ESTUDIO DE MERCADO

#### 1. Análisis de la oferta

##### a. Análisis de la oferta actual

##### 1) Infraestructura turística

**Tabla 6.** *Infraestructura turística de los servicios básicos*

CATEGORÍA	TIPO	SUB - TIPO
Transporte	Terrestre	<b>Red de carreteras</b>
		Vía panamericana - Buses interprovinciales Riobamba - Guayaquil.
		<b>Servicios para el automotor</b>
		Dos gasolineras ubicadas en el cantón
		Vulcanizadoras, lavadoras y talleres mecánicos.
		Señalización vial y mantenimiento de las vías
		Vías pavimentadas de primer y de segundo orden
		<b>Servicios para el turista</b>
		Servicios de información, alimentación, alojamiento, recreación y descanso.
		<b>Servicio de seguridad</b>
		Policía, bomberos, subcentro de salud.
		Señalización vial y turística.
<b>Servicio de transporte público</b>		
Transporte interno a las comunidades rurales mediante camionetas de uso público de la "Cooperativa de Trans Pallatanga" por vías pavimentadas y de segundo orden.		
Comunicación	Internet	Disponibilidad de internet SI 60% NO 40%
	Telefonía	En la zona urbana con una cobertura del 60% y en la rural el 2%
	TV Cable	Cuentan con el servicio 704 viviendas las 24 horas del día
Sanidad	Red de aguas	El 82,32% se abastecen de red pública, 1,73% de agua de pozo, 15,66% del río o vertientes, 0,29% de otros mecanismos.
	Alcantarillado	El 90,49% de las viviendas están conectadas a la red pública de alcantarillado, el 3,46% pozo séptico y ciego, apenas 1 vivienda posee letrina.

	Recolección de basura	Existe un recolector de basura se recoge desechos orgánicos e inorgánicos en todo el cantón y son transportados a una planta de tratamiento de desechos en el cantón Cumandá.
	Salud	Existe un sub centro de salud, y médicos privados en la zona urbana.
<b>Energía</b>	Red eléctrica	A través de la Empresa Eléctrica Riobamba S.A., se recibe el consumo energético en el sector residencial es de 180 Kw/mes, con un porcentaje de cobertura del 98%.
	Combustible	Combustible para los vehículos se recibe a través de las gasolineras, en cuanto al gas para el consumo doméstico lo reciben de los vehículos que distribuyen en el cantón.

**Fuente:** PDOT Pallatanga 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## 2) Validación del inventario de atractivos turísticos del cantón Pallatanga

### a) Atractivos naturales

#### i. Cascada Las Almas

**Tabla 7. Cascada Las Almas**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N° 01</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada Las Almas	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Fotografía 1. Cascada Las Almas</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9780830N	<b>2.5 Longitud:</b> 724857E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Comunidad Santa Ana	1.7 km
Pallatanga	5.1 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1880 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 15 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm /año.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
La cascada está ubicada en el cantón Pallatanga específicamente en la Comunidad Santa Ana, en el sector de la quebrada Las Almas.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
Se recorre por un sendero intervenido en su primer tramo y luego por un sendero de herradura que necesita limpieza y mantenimiento. Al llegar cerca de la cascada se puede divisar un remanente de bosque	

nativo. La cascada tiene dos caídas, la primera de aproximadamente 6 m y la segunda de 50 m, el ancho es de 2m. La escorrentía es de agua cristalina de poco caudal, por lo que en las orillas de la misma se puede bañar, sin acercarse al centro de la caída. Además es una de las cascadas sin mayor dificultad para la visibilidad, incluso de miradores lejanos, especialmente por el tamaño de su caída y su disposición en el espacio.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Chilca (<i>Baccharis ffoubunda</i>), Ortiga Blanca (<i>Urtica dioica</i>), Helechos (<i>Pteridium aquilinum</i>), Mora silvestre (<i>Rubus chamaemorus</i>), Café (<i>Coffea arabíqa</i>), Tiumbil (<i>Passiflora quitacusís</i>), Taxo (<i>Tavaxacum officínatís</i>), Suro (<i>Chasquea kunth</i>), Cola de Caballo (<i>Equisetum araense</i>), Nogal(<i>Tuqans neotropícadíes</i>), Camacho (<i>Xantosoma jacquíní</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Venado (<i>Odocoíleus peruvianus</i>), Pava de monte (<i>Penélope montaqnií</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>), Perdiz (<i>Nothoprocta curvirostris</i>), Torcazas (<i>Columba fascista</i>)</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Para poder ingresar a la cascada se debe contar con el consentimiento de los propietarios de las tierras aledañas a la misma o del representante de la comunidad.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Las aguas de la cascada son usadas como regadío y consumo para animales a través de canales de riego.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Se podría realizar descenso de cascada por cuerdas (rapel), así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de aves.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que no tiene gran afluencia de turistas por el difícil acceso al lugar y el tiempo estimado en realizar la visita.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de recuperación.	
<b>6.2 Causas:</b> Se está permitiendo que ciertas áreas recuperen su vegetación nativa.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Sendero
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Caminando
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> En verano
<b>7.7 Observaciones:</b> Partiendo de la Ciudad de Pallatanga la vía es de primer orden, se gira a la derecha por el desvío cerca del Colegio Provincia de Chimborazo, y a pocos metros tomamos el carretero de tercer orden que nos conducirá hacia el desvío a la cascada localizada a una distancia de 2.7 Kilómetros, cerca de la comunidad Las Almas, la distancia hasta el atractivo a partir del desvío es de 1.25 Km, por un sendero accesible en estado regular. El tiempo de recorrido es de 8 minutos hasta el desvío cerca de la Comunidad Las Almas en carro, y 30 minutos hasta la cascada a pie.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b> Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> No	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No	

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Mirador Zarate	10km	
Mirador Las Almas	5m	
Cascada Santa Teresita	12km	
Cascada Chazazal	10km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	11
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		50
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA II:</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## ii. Cascada Santa Rosa

**Tabla 8.** *Cascada Santa Rosa*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 02
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada Santa Rosa	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Fotografía 2.</b> Cascada Santa Rosa	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9779750N	<b>2.5 Longitud:</b> 723937 E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Santa Ana Norte Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 2 km 4 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1948 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 15.5 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm / año.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> La cascada está ubicada partiendo de la cantón Pallatanga la vía es de primer orden, tomamos un desvío en el Km 0.8 hacia la Comunidad Santa Ana Norte y a los 2 Km de recorrido tomamos un desvío a la derecha, muy cerca de la comunidad.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Salto de agua de aproximadamente 8 m de caída, sobre una roca sólida un poco irregular, un ancho aproximado de 1.5 m, cuenta con aguas cristalinas, no tiene rastros de contaminación, presencia de náyades sobre las rocas símbolo de cuerpo lacustre sano. Las aguas de la cascada son frías, se encuentra en medio de una gran cobertura vegetal, destacándose cerca de ellas los Camachos, helechos, motilón, nogal, entre otros, en el camino se distingue el colorido de las orquídeas.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> • <b>Flora:</b> Chilca ( <i>Baccharis floubunda</i> ), Lechero ( <i>Euphorbia sp.</i> ), Helechos ( <i>Pteridium aquilinum</i> ), Cabuya ( <i>Fourcroya sp.</i> ), Mora silvestre ( <i>Rubus chamaemorus</i> ), Negrillo ( <i>Lozanefta sp.</i> ), Nogal ( <i>Tuglans neotropicadiels</i> ), Suro ( <i>Chasquea kunth</i> ), Zapatito de la virgen ( <i>Paphiopedilum candidum</i> ).	

<p>• <b>Fauna:</b> Venado (<i>Odocoileus peruvianus</i>), Pava de monte (<i>Penélope montagnii</i>), Armadillo (<i>Oasypus noveboracensis</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Guarro (<i>Geranoaetus melanoleucus</i>), Colibrí (<i>Metallura sp.</i>), Conejo de monte (<i>Sylvilagus brasiliensis</i>), Chucuri (<i>Mustela frenata</i>), Ardilla (<i>Microsciurus mimulus</i>), Raposa (<i>Marmosops impavidus</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>), Perdiz (<i>Nothoprocta curvirostris</i>), Torcazas (<i>Columba fasciata</i>).</p>	
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Se debe contar con el permiso y acompañamiento de un miembro de la comunidad como guía.</p>	
<p><b>4.8 Usos</b></p>	
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b> Las aguas de la cascada son utilizadas para riego y consumo de los animales, en menor proporción para consumo humano, además es una de las cascadas que se utiliza en pequeño porcentaje para el turismo. La cobertura vegetal de su alrededor (que es poca) se utiliza para sacar leña.</p>	
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Se podría realizar caminatas, fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.</p>	
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Formar a guías interpretativos, implementar senderos y señalética turística, diseñar folletos interpretativos de tal manera que se brinde seguridad y confort al visitante.</p>	
<p><b>4.9 Impactos</b></p>	
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación de flora y fauna</li> <li>• Valorización del medio ambiente</li> </ul>	
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Generación de basura</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>	
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>	
<p><b>5.1 Estado:</b> Conservado</p>	
<p><b>5.2 Causas:</b> Debido a que no tiene gran afluencia de turistas por el difícil acceso al lugar y el tiempo estimado en realizar la visita.</p>	
<p><b>6. ENTORNO:</b></p>	
<p><b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro.</p>	
<p><b>6.2 Causas:</b> Las zonas aledañas a causa de la agricultura y la ganadería.</p>	
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p>	
<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre</p>	<p><b>7.2 Subtipo:</b> Sendero</p>
<p><b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular</p>	<p><b>7.4 Transporte:</b> Caminando</p>
<p><b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria</p>	<p><b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año</p>
<p><b>7.7 Observaciones:</b> El tiempo de recorrido es de 12 minutos hasta la entrada al sendero en carro, y 40 minutos hasta la cascada, a paso normal.</p>	
<p><b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b> Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.</p>	
<p><b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b></p>	
<p><b>9.1 Agua:</b> No</p>	
<p><b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No</p>	
<p><b>9.3 Alcantarillado:</b> No</p>	
<p><b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b></p>	
<p><b>10.1 Nombre del atractivo:</b></p> <p>Mirador Zarate Mirador Las Almas Cascada Santa Teresita Cascada Chazazal</p>	<p><b>10.2 Distancia:</b></p> <p>6 km 5 m 5 km 7 km</p>

<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		46
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUÍA II</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### iii. Cascada Santa Teresita

**Tabla 9.** *Cascada Santa Teresita*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N° 03</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada Santa Teresita	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Fotografía 3.</b> Cascada Santa Teresita	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9779200N	<b>2.5 Longitud:</b> 723843 E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Santa Ana Norte Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 1 km 3 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1860 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 15.5 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm / año.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Partiendo de la Ciudad de Pallatanga la vía es de primer orden, tomamos un desvío en el Km 0.8 hacia la Comunidad Santa Ana Norte que se encuentra a 2 Km de la cabecera cantonal, la carretera aproximadamente a 500 m antes de llegar a la comunidad se vuelve dificultosa para vehículos pequeños. De allí tomamos un sendero que se encuentra en estado regular, no muy dificultosa, no así para llegar a la caída más grande, ya que no existe sendero y es difícil el acceso.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Por un sendero de alta dificultad que conduce a una masa boscosa de Tiumbil y Guarumo. Durante el trayecto se observa la cascada de 6 saltos, desde la parte más alta el recorrido de las aguas es sobre un declive rocoso y empinado de 30m x 3m de ancho, formando un pailón de 4 m de diámetro. Luego se divide una caída de 17 m con un trecho de 1m, ampliándose en la parte más baja, de allí continúa una serie de saltos pequeños sumando entre los 6 un total de 65 m, cada una formando pailones en su descanso. Las aguas no presentan rastros de contaminación, el caudal es considerable. Existen zonas en las que se puede bañar con tranquilidad.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Suro (<i>Chasquea kunth</i>), mora (<i>Rubus sp.</i>), Palma China (<i>Aiphanes sp.</i>), Chilca (<i>Baccharis floubunda</i>), Tiumbil (<i>Passiflora quitacensis</i>), Arrayán (<i>Eugenia sp.</i>), Mosquera (<i>Croton dimisium</i>), Sidrayota (<i>Sechium edule</i>), Guanto (<i>Bruqmansia versicolor</i>), La morera (<i>Marus alba</i>), Guayaba (<i>Psidium sp.</i>), Huaba (<i>Julli Senecionea sp.</i>), Higo (<i>Ficus carica</i>), Café de monte (<i>Dioicodendron sp.</i>), Jigua (<i>Anthodiscus sp.</i>), Sapán (<i>Clathrotropis brachypatala</i>), Chicharrón (<i>Delostoma rosei</i>), Carrón (<i>Salix sp.</i>), Gigacho (<i>Carica sp.</i>), Guarumo (<i>Cecropia sp.</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Ardillas (<i>Microsciurus mimulus</i>), Chucuri (<i>Mustela frenata</i>), Raposa (<i>Marmosops impavidas</i>), Zorro (<i>Vulpes culpes</i>), Cuchucho (<i>Nasuella olicacea</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Colibrí (<i>Metallura sp.</i>), Guarro (<i>Geranoaetus melanoleucus</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Se debe tener el consentimiento de la comunidad y se necesita un guía de la misma.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Las aguas de la cascada son utilizadas para regadío y consumo de los animales, en menor proporción para consumo humano, además es una de las cascadas que se utiliza en pequeño porcentaje para el turismo. La cobertura vegetal de su alrededor se utiliza para sacar leña. Esta cascada tiene una leyenda que dice que en los pailones de las caídas de la cascada en mención aparecía una paila grande que al momento que se la iba a coger desaparecía.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Se podría realizar descenso de cascada por cuerdas (rapel), así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de aves.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	

<b>4.9.2 Impactos negativos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>		
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> Conservado		
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que no tiene gran afluencia de turistas por el difícil acceso al lugar y el tiempo estimado en realizar la visita.		
<b>6. ENTORNO:</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro.		
<b>6.2 Causas:</b> A causa de la agricultura y la ganadería, pero existe un bosque considerable entre la quebrada que se encuentra conservado.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus, 4X4	
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b>		
El atractivo se encuentra a 1 Km a partir de la Comunidad.		
El tiempo de recorrido es de 10 minutos hasta la Comunidad Santa Ana Norte en carro, y 40 minutos hasta la cascada, a paso normal.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Cascada Las Almas	5 km	
Cascada Chazazal	2 km	
Cascada Santa Rosa	3 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local y provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>57</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA III.</b> Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

#### iv. Cascada Chazazal

**Tabla 10.** *Cascada Chazazal*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 04
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada Chazazal	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Fotografía 4.</b> Cascada Chazazal	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9777808N	<b>2.5 Longitud:</b> 724186 E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Santa Ana Sur Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 1 km 4.6 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1600 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 17 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Partiendo de la ciudad de Pallatanga la vía es de 1er orden, tomamos un desvío en el Km 2.2 hacia la comunidad Santa Ana Sur que se encuentra a 4 Km de la cabecera cantonal aproximadamente a 1.6 Km antes de llegar a la comunidad se vuelve dificultoso para vehículos pequeños, pero accesible hasta cierto punto.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Existen dos caídas denominadas Chazazal, la primera se encuentra aproximadamente a 500 m desde donde inicia el sendero, de fácil acceso y el caudal es considerable, el agua cristalina, sus dimensiones aproximadas son de 14m x 2m de ancho y se encuentra en medio de un pequeño remanente de bosque nativo. La segunda caída es aproximadamente a 1 Km, desde donde da inicio el sendero, la cascada tiene dimensiones de aproximadamente 13 m, de caída por 1m de ancho; esto es a causa del poco caudal que existe en esta zona.	

<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Plátano (<i>Musa paradisiaca</i>), Culantrillo (<i>Adiantum aethiopicu</i>), Tiumbil (<i>Pasiflora quitacuisis</i>), Balza (<i>Ochoroma lagopus</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Ardillas (<i>Microsciurus mimulus</i>), Raposa (<i>Marmosops impavidas</i>), Cuchucho (<i>Nasuella olicaceae</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Se debe contar con la autorización de los dueños de las tierras o del representante de la comunidad.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
Las aguas de la cascada son utilizadas para regadío y consumo de los animales, en menor proporción para consumo humano. La poca cobertura de su alrededor se usa para sacar leña.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Se podría realizar caminatas, fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> En proceso de deterioro.	
<b>5.2 Causas:</b> Contaminación del agua por la presencia de ganado.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Deteriorado	
<b>6.2 Causas:</b> Debido a la agricultura y la ganadería.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus, 4X4
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Tomamos un sendero fácil hacia la primera caída si se quiere llegar a la segunda caída se necesita de mayor esfuerzo, ya que el sendero está sin definir y en mal estado. El tiempo de recorrido es de 10 minutos hasta la comunidad Santa Ana Sur en carro, 25 minutos hasta la primera cascada y 1 hora hasta la segunda cascada, a paso normal.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> No	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
Cascada Santa Teresita	5 km
Cascada Santa Rosa	20 m
Mirador Las Almas	2 km
Cascada Las Almas	3 km
Mirador Zarate	1 km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	

<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		44
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA II.</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## v. Mirador Las Tres Marías

**Tabla 11.** *Mirador Las Tres Marías*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N° 05</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Mirador Las Tres Marías	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Montaña	
<b>1.8 Subtipo:</b> Mirador	
	
<b>Fotografía 5.</b> Mirador Las Tres Marías	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9782564N	<b>2.5 Longitud:</b> 723321E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad San Francisco de Trigoloma Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 6 km  17 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2882 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 12.5 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Está ubicado en la comunidad San Francisco de Trigoloma, sector Las Vigas, el mirador es denominado por los habitantes del sector como Las Tres Marías ya que este punto es colindante con la propiedad que lleva este nombre, perteneciente a la familia Martínez.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> A medida que se transita por el carretero ya se siente el cambio de clima, los vientos más fríos, y la mezcla de cultivos y plantas nativas de la zona crean un paisaje único. Desde la comunidad se puede divisar “La Vertiente del cerro”, lugar donde caen chorros de agua que a través de los años permitieron la formación de pequeños charcos en la ladera de una roca sólida, durante el ascenso se puede observar la carretera panamericana y varias comunidades. Aproximadamente a 5 Km de la comunidad se encuentra La Cocha Grande que es una laguna seca del tamaño de una cancha de fútbol rodeada de vegetación propia de la zona, en la misma aún se puede mirar en época de invierno la acumulación de agua en pequeñas cantidades, según los habitantes del sector hace 40 años se llenaba totalmente. Finalmente se puede distinguir el punto más alto de la montaña de una forma redondeada, con un diámetro aproximado de 15 m, la parte sur cubierta de vegetación boscosa amplia, y la parte alta con una vista espectacular, paisajes montañosos, remanentes de bosques, una cascada, el río Chimbo, alguno recintos de los cantones Colta y Chillanes. Como complemento de este atractivo se puede acceder por una vía carrozable hacia La Cocha Chica aproximadamente a 10 minutos del mirador, cuenta con una vegetación nativa que circunda la cumbre excelente para camping y disfrute del paisaje.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> • <b>Flora:</b> Chilca ( <i>Baccharis floubunda</i> ), Carrón ( <i>Salix sp.</i> ), Palmas ( <i>Cleroxylon sp.</i> ), Helechos ( <i>Pteridium aquilinum</i> ), Mora silvestre ( <i>Rubus chamaemorus</i> ), Huicundo ( <i>Tilandsia sp.</i> ), Tiumbil ( <i>Pasiflora quitacasis</i> ), Taxo ( <i>Tavaxacum officinatis</i> ), Suro ( <i>Chasquea kunth</i> ), Arrayán ( <i>Eugenia sp.</i> ), Lechero ( <i>Euphorbia sp.</i> ), Jigua ( <i>Anthodiscus sp.</i> ), Guaba ( <i>Inga edulis</i> ), Shanshi ( <i>Coriaria thymifolia</i> ), Zapatito de la virgen ( <i>Paphiopedilum candidum</i> ), Pumamaqui ( <i>Oreopanax ecuadorensis</i> ). • <b>Fauna:</b> Venado ( <i>Odocoileus peruvianus</i> ), Pava de monte ( <i>Penelope montagnii</i> ), Mirlo ( <i>Turdus fuscater</i> ), Tórtola ( <i>Zenaida auriculata</i> ), Perdiz ( <i>Nothoprocta curvirostris</i> ), Torcazas ( <i>Columba fascista</i> ).	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Se necesita el consentimiento de los propietarios de las tierras donde está ubicado el mirador para acceder a las mismas.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Se utiliza las zonas con remanentes de bosque nativo para extraer leña, las zonas deforestadas para cultivo y pastizales, el carretero es utilizado para transporte de productos agrícolas.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Se podría realizar caminatas, fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	

<b>4.9 Impactos</b>		
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>		
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>		
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> En proceso de recuperación		
<b>5.2 Causas:</b> Los propietarios del lugar han dejado de cultivar, de tal forma que la naturaleza se está encargando de recuperar la cobertura boscosa natural.		
<b>6. ENTORNO</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro		
<b>6.2 Causas:</b> En las partes bajas del atractivo se encuentran zonas de cultivo y pastizales.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus, 4X4	
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Verano	
<b>7.7 Observaciones:</b>		
A partir de la ciudad de Pallatanga la vía es de primer orden, desde el desvío (Km 11) en la comunidad San Francisco de Trigoloma la carretera es de tercer orden, la distancia hasta el atractivo a partir de la comunidad es de 6 Km El tiempo de recorrido es de 15 minutos hasta Trigoloma y 25 minutos hasta el mirador en camioneta 4x4.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Cabecera cantonal de Pallatanga y su recurso cultural	17 km	
Cascada La Soledad	9 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		46
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA II.</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

Elaborado por: Ivette Echeverría

## vi. Mirador Zarate

Tabla 12. *Mirador Zarate*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 06
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Mirador Zarate	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Montaña	
<b>1.8 Subtipo:</b> Mirador	
	
<b>Fotografía 6.</b> Mirador Zarate	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 978006980N	<b>2.5 Longitud:</b> 72555054E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Allazamba Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 0,8 km 1 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1728 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 16.5 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> El mirador está ubicado en la comunidad El Zarate, en el sector Zarate	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Muy cerca de la urbe se encuentra una pequeña elevación ubicada estratégicamente en el valle, tiene una amplia visión hacia los cuatro extremos de Pallatanga, se pueden ver varias comunidades, y panorámica el valle de Pallatanga, también remanentes de bosque nativo y la cascada Santa Rosa.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Palma (<i>Cleroxylon sp.</i>) y entre otros cultivos propios de la zona.</li> <li>• <b>Fauna:</b> Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>)</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	

Se necesita el consentimiento de los propietarios de las tierras donde está ubicado el mirador para acceder a los mismos.		
<b>4.8 Usos</b>		
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>		
En la actualidad se encuentra una vivienda, el dueño disfruta de esta vista.		
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>		
Se podría realizar caminatas, fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.		
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>		
Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.		
<b>4.9 Impactos</b>		
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>		
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>		
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> Conservado		
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que no existe afluencia de turistas		
<b>6. ENTORNO</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Deteriorado		
<b>6.2 Causas:</b> Por prácticas agrícolas y ganaderas.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus, 4X4	
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Verano	
<b>7.7 Observaciones:</b>		
Es recomendable visitar estos atractivos en época de verano para disfrutar del paisaje y los atardeceres.		
A partir de la Ciudad de Pallatanga tomamos un desvío muy cerca de la gasolinera que queda en la ciudad, cruzamos el Barrio María de Lourdes por una carretera de segundo orden, con fuertes pendientes, la distancia hasta el atractivo a partir del desvío es de 1 Km.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Cascada Chazazal	5 km	
Cascada Santa Rosa	8 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	7

	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		45

### 13. JERARQUIZACIÓN

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

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## vii. Mirador San Vicente

**Tabla 13.** *Mirador San Vicente*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 07
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Mirador San Vicente	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Montaña	
<b>1.8 Subtipo:</b> Mirador	
	
<b>Fotografía 7.</b> Mirador San Vicente	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9772991N	<b>2.5 Longitud:</b> 721125E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad San Jorge Alto Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 2 km 14 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2095 m.s.n.m	

<b>4.2 Temperatura:</b> 14.5° C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> El mirador está ubicado en la comunidad San Jorge Alto, en el sector Sucuso.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Atractivo conjugado con un impresionante recurso paisajístico en su recorrido, entre otros se puede observar el Río Coco y el bosque a sus orillas, resaltando el tallo blanco de la Jigua, una vez llegada a la cima del mirador se puede apreciar la topografía irregular del cantón y localidades como Multitud, Las Rosas, El Salado, Sillagoto, Puente Sal Si Puedes, etc. Además si no está despejado se puede observar un impresionando colchón de nubes que combinados con las palmas se asemeja a un paisaje de la costa.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Helechos (<i>Pteridium aquilinum</i>), Negrillo (<i>Lozanella sp.</i>), Café (<i>Coffea larabiga</i>), Suro (<i>Chasquea kunth</i>), Mora (<i>Rubus sp.</i>), Cabuya (<i>Fourcroya sp.</i>), Palmas (<i>Cleroxylon sp.</i>), Chochos (<i>Lupinus ramosissimus</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>), Perdiz (<i>Nothoprocta curvirostris</i>), Guarro (<i>Geranoaetus melanoleucus</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Se debe tener la autorización de algún miembro de la comunidad.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> El mirador está abandonado, no tiene uso agrícola.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Se podría realizar fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> En proceso de recuperación	
<b>5.2 Causas:</b> Porque los propietarios del lugar han dejado de cultivar, de tal forma que la naturaleza misma se está encargando de recuperar la cobertura boscosa natural en etapa de iniciación.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> A causa de la producción agrícola y ganadera.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus, 4X4
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Verano
<b>7.7 Observaciones:</b> A partir de la ciudad de Pallatanga la vías es de 1er orden, desde el desvío (km2) hacia la comunidad San Jorge Alto la carretera es de 2do orden, la distancias hasta el atractivos desde el desvío es de 12 Km El tiempo de recorrido es de 50 minutos hasta el atractivo.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b> Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> No	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	

<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Cascada San Jorge Bajo Pallatanga	<b>10.2 Distancia:</b> 7 km 14 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		42
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA II.</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		
<b>Fuente:</b> PDOT cantón Pallatanga, 2011		
<b>Elaborado por:</b> Ivette Echeverría		

### viii. Cascada San Jorge Bajo

**Tabla 14.** *Cascada San Jorge Bajo*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N° 08</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada San Jorge Bajo	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Fotografía 8.</b> Cascada San Jorge Bajo	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9773563N	<b>2.5 Longitud:</b> 719121E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad San Jorge Bajo Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 0,5 km 19 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1084 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 19.5°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> La cascada se encuentra en la comunidad San Jorge Bajo en el sector del mismo nombre. Partiendo de la ciudad de Pallatanga la vía es de 1er orden, tomamos un desvío en el Km 2.2 hacia la comunidad de San Jorge Bajo que se encuentra a 17.5 Km de la cabecera cantonal, es accesibles en cualquier tipo de vehículo. De allí tomamos un sendero que se encuentra en un estado regular, no muy dificultoso. El atractivo se encuentra a 0.5 Km a partir de la comunidad.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> La cascada cuenta con 2 saltos, la primera aproximadamente de 5 m y la segunda de 10m, por un ancho aproximado de 2m, el caudal es considerable, las aguas libres de contaminación, cristalinas, cerca del pailón se encuentra una roca grande que adorna el paisaje, el lecho del cause es rocoso y sólido, rodeado de un atractivo bosque nativo, para acceder hacia las otras caídas se necesita de mayor tiempo y existe un tanto de dificultad, pero con una aproximación se puede calcular 80 m de caída entre todos los saltos.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Suro (<i>Chasquea kunth</i>), Mora (<i>Rubus sp.</i>), Chilca (<i>Baccharis floubunda</i>), Guarumo (<i>Cecropia sp.</i>), Balza (<i>Ochoroma lagopus</i>), Helechos (<i>Pteridium aquilinum</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Ardillas (<i>Microsciurus mimulus</i>), Chucuri (<i>Mustela frenata</i>), Raposa (<i>Marmosops impavidas</i>), Zorro (<i>Vulpes culpes</i>), Cuchucho (<i>Nasuella olicaceae</i>), Armadillo (<i>Dasyopus novemeinctus</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Se debe tener la autorización de algún miembro de la comunidad que se encuentre en el sector.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Las aguas de la cascada son utilizadas para regadío, consumo humano y de los animales, además es una de las cascadas que se utiliza en pequeño porcentaje para el turismo. La cobertura vegetal de su alrededor se utiliza para sacar leña.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Se podría realizar caminatas, fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que no existe afluencia de turistas por el tiempo estimado en llegar al atractivo.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado, pero en la parte baja está en proceso de deterioro.	
<b>6.2 Causas:</b> A causa de la agricultura	

<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus, 4X4	
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Verano	
<b>7.7 Observaciones:</b> El tiempo de recorrido es de 45 minutos hasta la comunidad San Jorge Bajo en carro, en 15 minutos hasta la cascada, a paso normal.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Mirador San Vicente	10 km	
Cascada de Guangashi la tigrera	15 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		48
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA II.</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## ix. Cascada San Miguel (Virgen del agricultor)

**Tabla 15.** *Cascada San Miguel (Virgen del Agricultor)*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 09
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada San Miguel (Virgen del agricultor)	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Fotografía 9.</b> Cascada San Miguel (Virgen del agricultor)	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9777808N	<b>2.5 Longitud:</b> 789500E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad San Miguel de Jipangoto Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 0.5 km 1.5 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1540 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 18°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Partiendo de la ciudad de Pallatanga la vía es de 1er orden, tomamos el desvío hacia la comunidad de San Miguel de Jipangoto que se encuentra a 0.5 Km de la cabecera cantonal, es accesibles en cualquier tipo de vehículo. De allí tomamos un sendero que se encuentra en un estado regular, no muy dificultoso. El atractivo se encuentra a 0.5 Km a partir de la comunidad.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> La cascada cuenta con 1 salto de agua aproximadamente de 10 m, por un ancho aproximado de 1.5 m, la cantidad de caudal depende de acuerdo a la época del año así pues en invierno es más fuerte y en verano disminuye considerablemente, las aguas parecen libres de contaminación, son cristalinas, a la caída se forma una poza en la cual se puede bañar la gente que así lo desee, el cause por donde recorren las aguas de esta cascada es rocoso y está rodeado de un atractivo bosque nativo, con árboles que conjugados a las plantas trepadoras forman un paisaje de cuentos de hadas, la dificultad de acceso es media. Así también junto a la cascada se puede encontrar una pequeña gruta donde descansa la imagen de un virgen bautizada	

como “La Virgen del Agricultor”, por ello toma este nuevo nombre. Aproximadamente a 10 m de la gruta a cualquiera de los dos costados existe infraestructura respectivamente apta para lugar de descanso, con fogata y mirador.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Suro (<i>Chasquea kunth</i>), Mora (<i>Rubus sp.</i>), Chilca (<i>Baccharis floubunda</i>), Guarumo (<i>Cecropia sp.</i>), Balza (<i>Ochoroma lagopus</i>), Helechos (<i>Pteridium aquilinum</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Ardillas (<i>Microsciurus mimulus</i>), Chucuri (<i>Mustela frenata</i>), Zorro (<i>Vulpes culpes</i>), Armadillo (<i>Dasyus novemeinctus</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Torcaza (<i>Zenaida auriculata</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>), Loro (<i>Pionopsitta pulcra</i>), Venado (<i>Odocoelus peruvianus</i>)</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Se debe tener la autorización de algún miembro de la comunidad que se encuentre en el sector.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
Las aguas de la cascada son utilizadas para regadío, consumo humano y de los animales, además es una de las cascadas que se utiliza en pequeño porcentaje para el turismo. La cobertura vegetal se está recuperando.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Se podría realizar caminatas, fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que es bajo el porcentaje de los turistas que visitan el atractivo.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado, pero en la parte baja está en proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> A causa de la agricultura	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus, 4X4
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Verano
<b>7.7 Observaciones:</b>	
El tiempo de recorrido es de 15 minutos hasta la comunidad San Jorge Bajo en carro, en 15 minutos hasta la cascada, a paso normal.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> No	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
Cascada de Guaro	10 km
Cascada de Chaupicruz	14 km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		48

**13. JERARQUIZACIÓN**

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

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## x. Cascada de Guangashi

**Tabla 16.** *Cascada de Guangashi*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 10
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada de Guangashi	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Fotografía 10.</b> Cascada de Guangashi	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9773557N	<b>2.5 Longitud:</b> 719115E

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Guangashi La Tigrera Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 0.5 km 1.5 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1540 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 19.5°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1084 m.s.n.m	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Partiendo de la ciudad de Pallatanga la vía es de 1er orden, tomamos el desvío hacia San Jorge Bajo que se encuentra a 0.5 Km de la cabecera cantonal, de allí se toma un desvío que se encuentra antes de llegar a la escuela de Guangashi a la derecha al Km 1 y se recorre 10 minutos de allí el camino es caminando siguiendo la manguera del agua es accesibles en cualquier tipo de vehículo.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> La cascada cuenta con 3 salto de agua aproximadamente el primero de 15 m, y suman un total de 50 m por un ancho aproximado de 2.5 m, la cantidad de caudal es fuerte sobre todo en invierno es más fuerte, las aguas son libres de contaminación, son cristalinas, a la caída se forma una poza en la cual se puede bañar la gente que así lo desee, el cause por donde recorren las aguas de esta cascada es rocoso y está rodeado de un atractivo bosque nativo, la dificultad de acceso es media. Así también la caída de la cascada es rocosa apta para rapel. Incluso se puede parar detrás de la cascada y recibir la energía de la misma, para poder ver el espectáculo de la caída de agua se debe cruzar un riachuelo por lo que se recomienda llevar botas de caucho.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Suro (<i>Chasquea kunth</i>), Mora (<i>Rubus sp.</i>), Chilca (<i>Baccharis floubunda</i>), Guarumo (<i>Cecropia sp.</i>), Balza (<i>Ochoroma lagopus</i>), Helechos (<i>Pteridium aquilinum</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Ardillas (<i>Microsciurus mimulus</i>), Chucuri (<i>Mustela frenata</i>), Zorro (<i>Vulpes culpes</i>), Armadillo (<i>Dasyus novemeinctus</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Torcaza (<i>Zenaida auriculata</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>), Loro (<i>Pionopsitta pulcra</i>), Venado (<i>Odocoecilus peruvianus</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Se debe tener la autorización de algún miembro de la comunidad que se encuentre en el sector.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Las aguas de la cascada son utilizadas para regadío, consumo humano y de los animales, además es una de las cascadas que se utiliza en pequeño porcentaje para el turismo.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Se podría realizar caminatas, fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que en este lugar se encuentra ubicado el tanque de agua de la comunidad.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado, pero en la parte baja está en proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> A causa de la agricultura y ganadería	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus, 4X4
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año

<b>7.7 Observaciones:</b> El tiempo de recorrido es de 20 minutos hasta el desvío antes de la comunidad Guangashi, 10 minutos hasta el ingreso en carro, y 30 minutos hasta la cascada, a paso normal.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Cascada San Jorge Bajo Cascada Dorado (Sillagoto)	<b>10.2 Distancia:</b> 10 km 16 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local y provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>47</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA II.</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## xi. Cascada El Dorado

**Tabla 17.** *Cascada El Dorado*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 11
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada El Dorado	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Fotografía 11.</b> Cascada El Dorado	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9771063N	<b>2.5 Longitud:</b> 724314E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Sillagoto Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 0.5 km 10 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1249 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 19°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 m.s.n.m	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Recorremos apenas 13 minutos de la cabecera cantonal por la vía panamericana, vía a Guayaquil, se encuentra la hostería “Sillagoto Camping”, lugar de complemento para la cascada “El Dorado” (El nombre de la cascada se debe a la presencia de un mineral de color dorado y los pobladores de la localidad lo llaman soroche).	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> La cascada recorre por un lecho de roca sedimentaria con un declive empinado de dos caídas, la primera de 2.5m x 1 m de ancho, y la segunda es de aproximadamente 13 m x 1 m de ancho, tiene poco caudal, el agua no presenta rastros de contaminación, es cristalina y presenta un paisaje hermoso entre la flora, en algunas especies de aves y de mariposas que se divisan fácilmente complementando con la facilidad de su acceso.	

<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Naranja (<i>Citrus aurantium</i>), Plátano (<i>Musa paradisiaca</i>), Helecho (<i>Pteridium aquilinum</i>), Bambú (<i>Bambusa aurea</i>), Jigua (<i>Anthodiscus sp.</i>), Ortiga de montaña (<i>V. Ureas</i>), Laurel (<i>Cordia alliodora</i>), Paja toquilla (<i>Carludovica palmata</i>), Fernan sanchez (<i>Triplaris comingiana</i>), Suro (<i>Chasquea kunth</i>), Platanillo (<i>Platanus accidentalis</i>), Palmito (<i>Chamaerops humilis</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Ardilla (<i>Microsciurus mimulus</i>), Raposa (<i>Marmosops impávidas</i>), Cuchucho (<i>Nasuella olicaceae</i>), Armadillo (<i>Dasyus novemeinctus</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Colibrí (<i>Metallura sp.</i>), Guarro (<i>Geranoaetus melanoleucus</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Para visitar esta cascada, se debe contar con el consentimiento del propietario de la Hostería Sillagoto, ya que se encuentra en su propiedad, y se debe pagar una cuota para el guía la misma que fija el propietario de la mencionada hostería.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
Las aguas de la cascada son utilizadas para regadío y consumo de los animales, en pequeño porcentaje para consumo humano, además es una de las cascadas que actualmente se está promocionando a través de la hostería Sillagoto Camping con fines turísticos obteniendo una gran acogida.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Se podría realizar caminatas, fotografía, así como de la adecuación de circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que los propietarios de la hostería dan mantenimiento	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado, pero en la parte baja está en proceso de recuperación	
<b>6.2 Causas:</b> Ya que la gente a tomando en cuenta el valor de los recursos naturales y el beneficio del mismo para los seres humanos.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Bus, camioneta
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Es preferible visitar este atractivo en la época de verano para tener visibilidad del paisaje y disfrutarlo. Partiendo de la ciudad de Pallatanga, vía a Guayaquil, la carretera es de primer orden, tomamos un desvío en el Km 9.3 hacia la hostería Sillagoto Camping que se encuentra apenas a 400 m Accesible en cualquier tipo de vehículo. De allí se toma un sendero en buen estado. La cascada se encuentra a 0.5 Km de la hostería.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No	

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Cascada San Jorge Bajo	17 km	
Cascada Guangashi la Tigrera	15 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>49</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA II.</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## xii. Mirador Balazul

**Tabla 18.** *Mirador Balazul*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N° 12</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Mirador Balazul	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Montaña	
<b>1.8 Subtipo:</b> Mirador	
	
<b>Fotografía 12.</b> Mirador Balazul	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9777610N	<b>2.5 Longitud:</b> 726097E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Balazul Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 2.4 km 3.2 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1780 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 16° C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> A partir de la Ciudad de Pallatanga tomamos la vía de segundo orden hacia la Comunidad Balazul y el punto llamativo se encuentra en una curva (Km 3.2) 5 minutos antes de llegar a la comunidad mencionada.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Atractivo localizado al Sureste de la ciudad, de fácil accesibilidad es un punto estratégico para observar la ciudad de Pallatanga, su geomorfología montañosa, y comunidades como Las Almas, Santa Ana Norte y Sur, Chazazal y la vista panorámica de la Panamericana, todo ello conjugado con el sonido de algunos insectos y el murmullo del río Coco, adecuado para recibir viento fresco, y disfrutar de un momento de paz y tranquilidad.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Cabuya (<i>Fourcroya sp.</i>), Suro (<i>Chasquea kunth</i>), Julli (<i>Senecionea sp.</i>), Helechos (<i>Pteridium aquilinum</i>), Chilca (<i>Baccharis floubunda</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>), Perdiz (<i>Nothoprocta curvirostris</i>), Guarro (<i>Geranoaetus melanoleucus</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> No tiene ninguna restricción ya se encuentra en un terreno baldío junto a la carretera.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Esta tierra está abandonada ya que es el paso de la carretera Pallatanga – Comunidad Balazul.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Se podría realizar fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> <li>• Generación de basura</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> En proceso de deterioro	
<b>5.2 Causas:</b> A causa del paso de la carretera existe basura y compactación de la tierra.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> A causa de la producción agrícola y ganadera	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Pavimento
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Buses, camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	

La carretera es accesible para cualquier tipo de vehículo, durante todo el año.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Bosque El Corazón	<b>10.2 Distancia:</b> 20 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		24
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA I.</b> Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### xiii. Bosque Protector El Corazón

**Tabla 19.** *Bosque Protector El Corazón*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 13
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Bosque Protector El Corazón	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Bosques	
<b>1.8 Subtipo:</b> Nublado Occidental	
	
<b>Fotografía 13.</b> Bosque Protector El Corazón	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9772635N	<b>2.5 Longitud:</b> 732072E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Jalubi Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 2 km 12.5 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2229 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 14 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/ año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> A partir de la Ciudad de Pallatanga tomamos la vía de segundo orden hacia la Comunidad Jalubí, pasando por Balazul y muy cerca de llegar a la mencionada comunidad en el Km 12.5 se ingresa por un camino de tercer orden el mismo nos lleva a la casa del propietario del bosque y de allí se puede tomar distintos senderos a los lugares de interés.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Es un remanente de Bosque nativo, compuesto por grandes árboles como el olivo, motilón, Chicharrón, etc. Influenciado por la ubicación geográfica, el clima y el suelo, se ha desarrollado una selva estratificada, las coronas de los árboles forman un dosel continuo, sobre el cual sobresalen las copas de los árboles grandes (de 30m a 35 m aproximadamente) de forma ocasional. Un piso inicial de árboles más pequeños, hiervas, arbustos y de plantas trepadoras o lianas, existen también especies de epifitas y se pueden observar algunas especies de aves y de insectos. Dentro de esta masa boscosa se encuentran hidro cuerpos asociados, así tenemos algunos saltos de agua considerando como una de las más representativas y de fácil accesibilidad a la cascada “El Corazón”, que recorre a través de una roca dura y cuenta con una caída aproximada de 13 m, al final de ella forma un pequeño pailón y posteriormente recorriendo un pequeño descanso pasa a otro salto de aproximadamente 3 m, de caudal considerable, las aguas no presenta rastro de contaminación.	

<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Chicharrón (<i>Delostoma rosei</i>), Jigua (<i>Anthodiscus</i> sp.), Olivo (<i>Olea europea</i>), Arrayán (<i>Eugenia</i> sp.), Jigualeche (<i>Anthodiscus</i> sp.), Carrón (<i>Salix</i> sp.), Roble (<i>Quercus robur</i>), Nogal (<i>Tuglans neotropica diels</i>), Mora (<i>Rubus</i> sp.), Gigacho (<i>Carica</i> sp.), Pumamaqui (<i>Oreopanax ecuadorensis</i>) Chonta (Helecho arb.) (<i>Guillelma speciosa</i>), Olivo (<i>Olea europea</i>), Aliso (<i>Alnus acuminata</i>), Palmito (<i>Chamaerops humilis</i>), Musgo (<i>Polytrichum</i> sp.), Suro (<i>Chasquea kunth</i>), Tiumbil (<i>Passiflora quitacuisis</i>), Cabuya (<i>Fourcroya</i> sp.), Cola de caballo (<i>Equisetum araense</i>), Gígacho (<i>Carica</i> sp.), Helechos (<i>Pteridium aquilinum</i>), Camacho (<i>Xantosoma jacquini</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Puma (<i>Puma concolor</i>), Oso (<i>Tremaretos amatus</i>), Raposa (<i>Marmosops impávidas</i>), Zorro (<i>Vulpes culpes</i>), Cuchucho (<i>Nasuella olicacea</i>), Venado (<i>Odocoileus peruvianus</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>), Gorriónes (<i>Anthus bogotensis</i>), Colibrí (<i>Metallura</i> sp.), Lobo (<i>Ducicyon culpaeus</i>), Pava de Monte (<i>Penélope montagnii</i>), Carpintero (<i>Veniliomis</i> sp.).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Se debe tener la autorización del propietario de este bosque privado que es el señor Ojeda o a su vez de la persona encargada de cuidar el mismo.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
En el actualidad el bosque se utiliza para sacar leña, además el propietario realiza recorridos en ciertas épocas del año con grupos de estudiantes con fines de concienciación y recreación. Las aguas son utilizadas para regadío, consumo animal y uso doméstico.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Se podría realizar fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> <li>• Generación de basura</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que recibe mantenimiento	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de recuperación	
<b>6.2 Causas:</b> Por la producción agrícola y ganadera, sin embargo la comunidad forma parte del programa de educación ambiental el cual da capacitación y entrega árboles nativos para reforestar.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Pavimento
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Buses, camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	
El tiempo de recorrido es de 30 minutos hasta el atractivo en general, de allí a la cascada El Corazón 10 minutos, y diferentes tiempos para los otros atractivos complementarios.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> No	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No	

<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Mirador Balazul	<b>10.2 Distancia:</b> 20 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local y provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		49
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA II.</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

#### xiv. Bosque Protector El Paraíso

**Tabla 20.** *Bosque Protector El Paraíso*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N° 14</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Bosque Protector El Paraíso	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Bosques	
<b>1.8 Subtipo:</b> Nublado Occidental	
	
<b>Fotografía 14. Bosque Protector El Paraíso</b>	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9757761N	<b>2.5 Longitud:</b> 731959E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Yaguarcocha Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 2 km 13.2 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2265 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 14 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/ año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> A partir de la ciudad de Pallatanga tomamos la vía de segundo orden hacia la comunidad Yaguarcocha donde se encuentra el atractivo, tomamos un desvío a la derecha en el Km 3.2 Balazul, y al Km 13.2 se deja el carro para continuar el recorrido caminando en un sendero regular.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Es un remanente de bosque nativo de aprox. 150 has, ubicado entre las comunidades de Yaguarcocha y Palmital, de prominente cobertura vegetal, compuesto por diferentes especies de flora como el palmito, la Jigua, el canelo, cascarilla, entre otros, también existen especies de epifitas (musgo, bromelias, orquídeas). Los árboles de tamaño medio constituyen un estrato intermedio bastante continuo, el bosque no es muy denso y se puede transitar con facilidad. Se puede divisar algunas especies de aves y de insectos. El complemento de este atractivo es la cuenca hidrográfica que cruza por el mismo, es un sistema de caídas, los mismos que no tienen denominación específica. Aproximadamente a 100 m, de la entrada se encuentra un salto de aprox. 12 m, siguiendo las orillas se localiza un siguiente salto de aprox. 10 m, y finalmente se encuentra el salto más grande con dimensiones aprox. de 20 m de caída y forma un pailón aproximado de 6 m de diámetro. Las aguas son cristalinas, de un caudal considerable, libre de contaminación, los pobladores de la localidad la consumen directamente.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Palmito (<i>Chamaerops humilis</i>), Jigua (<i>Anthodiscus sp.</i>), Canelo (<i>Cinnamomum zeylanicum</i>), Cascarilla (<i>Cinchona pubescens</i>), Ciruelo (<i>Prunus domestica</i>), Chicharrón (<i>Delostoma rosei</i>), Ortiga (<i>Urtica dioica</i>), Jigualeche (<i>Anthodiscus sp.</i>), Culantrillo (<i>Adiantum aethiopicum</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Raposa (<i>Marmosops impavidus</i>), Zorro (<i>Vulpes vulpes</i>), Cuchucho (<i>Nasuella olicacea</i>), Venado (<i>Odocoileus peruvianus</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>), Gorriones (<i>Anthus bogotensis</i>), Colibrí (<i>Metallura sp.</i>), Ardilla (<i>Microsciurus mímulus</i>), Pava de Monte (<i>Penélope montagnii</i>), Carpintero (<i>Veniliornis sp.</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Se debe pedir la autorización pertinente al representante de la comunidad o a los dueños de las tierras aledañas al atractivo.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> En la actualidad el bosque se utiliza para sacar leña, además la comunidad propietaria, consiente de la importancia del bosque está trabajando para su protección, con fines de aprovechamiento turístico y sensibilización. Las aguas son utilizadas para regadío, consumo animal y uso doméstico.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Se podría realizar fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	

<b>4.9.2 Impactos negativos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> <li>• Generación de basura</li> </ul>		
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> Conservado		
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que no tiene visita de turistas		
<b>6. ENTORNO</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro		
<b>6.2 Causas:</b> Por la producción agrícola y ganadera		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Pavimento	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Buses, camionetas	
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Verano	
<b>7.7 Observaciones:</b> El tiempo de recorrido es de 40 minutos hasta el atractivo en general, el recorrido hasta llegar al salto más grande es de 1 hora.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Cascada San Miguel	15 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		45
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA II.</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## xv. Cascada de Guaro

**Tabla 21.** *Cascada de Guaro*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 15
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada de Guaro	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Fotografía 15.</b> Cascada de Guaro	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9777874N	<b>2.5 Longitud:</b> 730663E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Pilchipamba Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 4.8 km 6.4 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1913 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 15.5 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> El atractivo se encuentra partiendo de la ciudad de Pallatanga por un camino de segundo orden, cruzando el barrio San Francisco tomamos el desvío que nos lleva a la Hostería El Pedregal, muy cerca de este en Km 1.6 se pasa por la comunidad Pilchipamba, posteriormente en el Km 2 se pasa por la entrada a la Hostería, de allí el camino es de tercer orden, pero en buen estado, en el Km 5 se encuentra el puente del Río Coco, y finalmente en el Km 6.4 está la cascada de Guaro, junto al carretero.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> La cascada de Guaro desciende por su lecho rocoso y duro que ha resistido la erosión a través del tiempo. En el entorno existe abundante vegetación principalmente: epifitas, helechos, camacho, entre otras. Las aguas son cristalinas, de poco caudal y no presenta rastros de contaminación. Contando de la parte más alta se encuentra una caída de aprox. 17 m x 1,5 m de ancho, la siguiente de aprox. 9 m, y una última de aprox., 6 m, la misma que está junto al carretero. Cerca de la cascada se han construido tres miradores de madera, que por la humedad están totalmente deteriorados y necesitan mantenimiento.	

El acceso al atractivo es por unas gradas de cemento, que causan impacto estético distorsionando el paisaje.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Jigua (<i>Anthodiscus sp.</i>), Lechero (<i>Euphorbia sp.</i>), Suro (<i>Chasquea kunth</i>), Mora silvestre (<i>Rubus chamaemorus</i>), Palmas (<i>Cleroxylon sp.</i>), Helechos (<i>Pteridium aquilinum</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Colibrí (<i>Metiera sp.</i>), Guarro (<i>Geranoaetus melanoleucus</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Se debe pedir la autorización pertinente al representante de la comunidad o a los dueños de las tierras aledañas al atractivo.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
Las aguas de la cascada son utilizadas para regadío y consumo de los animales, en pequeño porcentaje para consumo humano, además es una de las cascadas que actualmente se está promocionando a través de Hostería "El Pedregal" con fines turísticos.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Se podría realizar caminatas, fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que es bajo el porcentaje de los turistas que visitan el atractivo.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> A causa de la agricultura y la ganadería.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Buses, camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ya en la cascada para llegar a la parte más alta existe un sendero de gradas, este fue adecuado por parte de la hostería antes mencionada.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> No	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
Bosque El Corazón	18 km
Bosque Nativo de Guaro Grande	5 km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local y provincial	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		50

### **13. JERARQUIZACIÓN**

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

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## **xvi. Bosque nativo Guaro Grande**

**Tabla 22.** *Bosque nativo Guaro Grande*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 16
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Bosque nativo Guaro Grande	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Bosques	
<b>1.8 Subtipo:</b> Nublado Occidental	
	
<b>Fotografía 16.</b> Bosque Protector El Paraíso	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9776621N	<b>2.5 Longitud:</b> 730809E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Guaro Grande Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 2 km 10 km

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2162 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 14.5 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/ año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> El bosque nativo está ubicado en la comunidad Guaro Grande en el sector El Tractor en el Km 8.1 está la y finalmente en el Km 9.3 se encuentra la entrada a la primera parte del sendero, amplio y utilizado para sembríos, a partir del Km 9.7 comienza el sendero en el Bosque propiamente dicho.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> El bosque se ubica en una quebrada amplia, donde se puede observar paisajes típicos de la zona montañosa y de topografía irregular. Es un manajo verdoso con plantas de hojas perennes, principalmente de especies arbóreas como: cedro, canelo, arrayán, palo blanco. También encontramos especies de epifitas (musgo, bromelias, orquídeas, entre otras). Se puede observar algunas especies de aves y de insectos.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Chicharrón (<i>Delastoma rosei</i>), Canelo (<i>Cinnamomum zeylanicum</i>), Arrayán (<i>Eugenia sp.</i>), Tiumbil (<i>Passiflora quitacensis</i>), Carrón (<i>Salix sp.</i>), Jigualeche (<i>Anthodiscus sp.</i>), Ortiga (<i>Urtica dioica</i>), Cascarilla (<i>Cinchona pubescens</i>), Guarumo (<i>Cecropia sp.</i>), Pumamaqui (<i>Oreopanax ecuadorensis</i>, Llantén (<i>Plantago lanceolata</i>), Cola de caballo (<i>Equisetum araeense</i>), Diente de león (<i>Taraxacum officinale</i>), Chonta (<i>Guillelma speciosa</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Venado (<i>Odocoileus peruvianus</i>), Oso (<i>Tremarctos ornatus</i>), Raposa (<i>Marmosops impavidas</i>), Zorro (<i>Vulpes vulpes</i>), Cuchucho (<i>Nasuella olicacea</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> Se debe pedir la autorización pertinente al representante de la comunidad o a los dueños de las tierras aledañas al atractivo.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> En la actualidad el bosque se utiliza para sacar leña. Las aguas son utilizadas para regadío, consumo animal y uso doméstico.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b> Se podría realizar fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> <li>• Generación de basura</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que no tiene visita de turistas	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> Por la producción agrícola y ganadera	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Pavimento
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Buses, camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> El sendero está en estado regular pero no dificultoso. El tiempo de recorrido es de 40 minutos, en camioneta hasta la entrada al sendero y 30 minutos de caminata hasta las cascadas, cruzando parte del bosque.	

<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
9.1 Agua: No		
9.2 Energía Eléctrica: No		
9.3 Alcantarillado: No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
10.1 Nombre del atractivo: Cascada de Guaro	10.2 Distancia: 5 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
11.1 Difusión: Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		49
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>JERARQUIA II.</b> Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## xvii. Cascada La Soledad

**Tabla 23.** *Cascada La Soledad*

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Ivette Echeverría	<b>1.2 Ficha N°</b> 17
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 25/09/2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada La Soledad	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Río	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Fotografía 17.</b> Cascada La Soledad	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Pallatanga
<b>2.3 Parroquia:</b> Matriz	
<b>2.4 Latitud:</b> 9782509N	<b>2.5 Longitud:</b> 727635E
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Comunidad Jiménez Pallatanga	<b>3.2 Distancia:</b> 4 km 6.2 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1994 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 15 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1650 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> El atractivo se encuentra en la comunidad Jiménez en el sector La Soledad, podemos partir desde el centro del cantón mediante una vía es de primer orden, desde el desvío (Km 11,2) a pocos metros de la Comunidad San Francisco de Trigoloma la carretera es de tercer orden hasta la fecha transitable a pie, bicicleta o 4 x 4, la distancia hasta sendero que nos llevará al atractivo.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> La cascada se encuentra en medio de una vegetación vercosa, y gracias a la misma sus aguas se mantienen constantemente alimentadas, sin embargo es de poco caudal, el salto de agua es de 15 m por 1.5 m de ancho, su lecho forma una especie de canal bien definido, con una saliente a un costado debido a la conglomeración de un mineral que los pobladores de la localidad la llaman licamancha. Actualmente el estado del atractivo es alterado debido a las condiciones climáticas, se ha producido un derrumbe en la cascada por lo que el tamaño se ha reducido alrededor de 10 metros de altura.	

<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flora:</b> Huicundos (<i>Tilandsia sp.</i>), Jigua (<i>Anthodiscus sp.</i>), Palmas (<i>Cleroxylon sp.</i>), Nogal (<i>Juglans neotropiciadiels</i>), Chicharrón (<i>Delostoma rosei</i>), Helechos (<i>Pteridium aquilinum</i>), Mora silvestre (<i>Rubus chamaemorus</i>), Chilca (<i>Baccharis floubunda</i>), Taxo (<i>Tavaxacum olficinatis</i>), Suro (<i>Chasquea kunth</i>), Arrayán (<i>Eugenia sp.</i>), Ortiga blanca (<i>Urtica dioica</i>), Zapatito de la virgen (<i>Paphiopedilum candidum</i>), Gigacho (<i>Carica sp.</i>), Lengua de vaca (<i>Rumetob tusifolius</i>).</li> <li>• <b>Fauna:</b> Armadillo (<i>Dasyopus novemeinctus</i>), Raposa (<i>Marmosops impavidas</i>), Chucuri (<i>Mustela frenata</i>), Venado (<i>Odocoileus peruvianus</i>), Pava de monte (<i>Penélope montagnii</i>), Mirlo (<i>Turdus fuscater</i>), Tórtola (<i>Zenaida auriculata</i>), Perdiz (<i>Nothoprocta curvirostris</i>), Torcazas (<i>Columba fascista</i>).</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Se debe pedir la autorización pertinente al representante de la comunidad o a los dueños de las tierras aledañas al atractivo.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
Las aguas de la cascada actualmente se las utiliza para regadío y consumo de los animales.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Se podría realizar caminatas, fotografía, así como de la adecuación de senderos y circuitos para la observación de aves, se podría implementar puestos de descanso como pequeños paraderos, y torres de observación paisajística y de fauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalética interpretativa, orientativa, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, adecuación de senderos, capacitación de guías.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de las actividades turísticas en el cantón generando fuentes alternas de ingresos económicos y fuentes de trabajo para la comunidad local.</li> <li>• Conservación del medio ambiente.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación</li> <li>• Alteración del ecosistema</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> Debido a que es bajo el porcentaje de los turistas que visitan el atractivo.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> A causa de la tala la cual ha repercutido en el caudal de la cascada, además existen cerca zonas de pastoreo y cultivo.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Buses, camionetas
<b>7.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Verano
<b>7.7 Observaciones:</b>	
El tiempo de recorrido es de 15 minutos a Trigoloma, y 20 minutos hasta la entrada a la cascada, en una camioneta 4 x 4. A partir de este se recorre durante 30 mino para llegar al atractivo, a paso normal.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura turística en el centro del cantón Pallatanga.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> No	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
Centro de Pallatanga y sus atractivos culturales	6.2 km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		50

### **13. JERARQUIZACIÓN**

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

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Tabla 24.** Resumen de los atractivos naturales

<b>N.</b>	<b>Nombre del atractivo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Estado de conservación</b>	<b>Jerarquía</b>
01	Cascada Las Almas	Río	Cascada	Conservado	II
02	Cascada Santa Rosa	Río	Cascada	Conservado	II
03	Cascada Santa Teresita	Río	Cascada	Conservado	II
04	Cascada Chazazal	Río	Cascada	En proceso de deterioro	II
05	Mirador Las Tres Marías	Montaña	Mirador	En proceso de recuperación	II
06	Mirador Zarate	Montaña	Mirador	Conservado	II
07	Mirador San Vicente	Montaña	Mirador	En proceso de recuperación	II
08	Cascada San Jorge Bajo	Río	Cascada	Conservado	II
09	Cascada San Miguel	Río	Cascada	Conservado	II
10	Cascada de Guangashi	Río	Cascada	Conservado	II
11	Cascada El Dorado	Río	Cascada	Conservado	II
12	Mirador Balazul	Montaña	Mirador	En proceso de deterioro	I
13	Bosque Protector El Corazón	Bosques	Nublado Occidental	Conservado	II
14	Bosque Protector El Paraíso	Bosques	Nublado Occidental	Conservado	II
15	Cascada de Guaro	Río	Cascada	Conservado	II
16	Bosque Nativo Guaro Grande	Bosques	Nublado Occidental	Conservado	II
17	Cascada La Soledad	Río	Cascada	Conservado	II

**Fuente:** PDOT cantón Pallatanga, 2011

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## b) Patrimonio Cultural Inmaterial

## i. Fritada, choclo con queso

Tabla 25. Fritada, choclo con queso

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL		<b>CÓDIGO</b>  IM-06-08-50-000-14-000001	
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> <b>DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL</b> <b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL</b> <b>FICHA DE INVENTARIO</b>  <b>A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO</b>					
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>					
<b>Provincia</b>	CHIMBORAZO	<b>Cantón:</b>	DATUM: WGS84 Z17S-UTM		
		PALLATANGA			
<b>Parroquia</b>	PALLATANGA	X Urbana			Rural
<b>Localidad</b>	CENTRO				
<b>Coordenadas en sistema:</b> Zona X (Este) 726210 Y (Norte) 9779127 Z(Altitud) 1554					
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>					
					
<b>Descripción de la fotografía:</b> Plato típico de fritada con mote queso y maduro, acompañado de un pequeño plato con choclo y queso. FOTO: IVETTE ECHEVERRÍA, 2014					
<b>Código fotográfico:</b> IM-06-08-50-000-14-000001_1jpg					
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>					
<b>Denominación</b>			<b>Otra (s) denominación (es)</b>		
Fritada y choclo con queso			D1	N/A	
			D2	N/A	

Grupo social		Lengua (s)	
Mestizo	L1	Español	
	L2	N/A	
Subámbito		Detalle del subámbito	
Gastronomía		Gastronomía festiva	
Breve Reseña			
<p>En el cantón Pallatanga hace varios años atrás se formó una asociación de Vivanderas “Virgen de las Mercedes” con negocios permanentes de fritada que congregan todos los días a personas propias del cantón y a turistas, quienes buscan deleitarse al paso por el cantón.</p> <p>Aquí en el cantón la pallatanguña Laura Moreta tiene una fritadería que está abierto y da atención permanentemente. Doña Laura nos cuenta que aprendió a los 9 años a preparar la fritada, cuando su madre era dueña de una fritadería, hoy a sus 43 años sigue en el negocio y añade una explicación breve de como prepara la fritada. A la semana compra tres chanchos para la venta.</p> <p>Doña Laurita nos comenta que hoy en día sus hijas han aprendido a preparar este plato típico del cantón y ellas serán quienes después continúen con la tradición. Los días que tiene mayor ingresos económicos por la venta de este plato típico son en feriados ya que la afluencia de turista aumenta.</p>			
4. DESCRIPCIÓN			
<p><b>Ingredientes:</b></p> <p>Chanco o cerdo Comino molido Media libra de ajo 5 Cebolla blanca Culantro 4 Cebolla paiteña 5 Limón Sal Agua Choclos Queso Maduros</p> <p><b>Preparación:</b></p> <p>Al preparar la fritada se pone en la paila la carne de chanco y la sazona con ajo, comino molido, cebolla paiteña, cebolla blanca, limón, pimienta, sal, y agua. En una olla aparte se ponen a cocinar los choclos, en otra olla el mote, y aparte se realiza en encurtido con cebolla, tomate, culantro etc. Cuando se está amarillando la carne en la paila y el agua se ha consumido se le pone dos vasos de cerveza y espera que se dore hasta que se cocine totalmente para luego servir con mote, choclo y maduro.</p> <p><b>Forma de servir:</b></p> <p>Se lo sirve caliente en un plato se le pone el mote cocinado, fritada un maduro frito, y junto a este otro plato con un choclo con queso y sal al gusto.</p>			
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad	
Anual		La preparación de este plato típico es de forma continua, ya que el plato constituye parte de la gastronomía tradicional dentro del cantón.	
Continua	X		
Ocasional			
Otro			
Alcance		Detalle del alcance	
Local		El alcance de este plato es nacional debido a que lo degustan en la mayoría de regiones del país y es degustada tanto por turistas nacionales y extranjeros.	
Provincial			
Regional			
Nacional	X		
Internacional			

Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
E1	N/A	N/A	N/A	N/A	
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
H1	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>5. PORTADORES/ SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Laura Moreta	34	Vendedora	Panamericana	Pallatanga, Centro
Colectividades	Asociación de vivanderas Virgen de las Mercedes	10	N/A	Panamericana	Pallatanga, Centro
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres – hijos	La mayoría de las personas que forman parte de la Asociación de Vivanderas Virgen de las Mercedes han aprendido de sus padres y siguen con el negocio de la fritadería.			
	Maestro – aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres – hijos	La preparación de este plato se lo realiza de forma transgeneracional.			
	Maestro – aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
<b>6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)</b>					
La preparación de este plato típico es de suma importancia para la localidad, y se lo prepara para vender, en compromisos especiales como las festividades.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
Alta		Es una manifestación que tiene un cierto grado de sensibilidad, debido a que actualmente la mayoría de mujeres jóvenes han remplazado dicho conocimiento y habilidades culinarias por otras de más fácil preparación.			
Media	X				
Baja					
<b>Categoría</b>					
Manifestaciones Vigentes		Manifestaciones vigentes vulnerables	X	Manifestaciones en la memoria pero no practicadas	
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Laura Moreta		Panamericana	N/A	Femenino	43
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>					
ELEMENTOS RELACIONADOS PATRIMONIO INMATERIAL					
N/A					
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES MUEBLES					
N/A					
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES INMUEBLES					
N/A					
ELEMENTOS ACTUALIZADOS					
N/A					
<b>9. ANEXOS</b>					
Textos	Fotografías	Videos	Audio		
	IM-06-08-50-000-14-000001_2.JPG				
	IM-06-08-50-000-14-000001_3.JPG				
<b>10. OBSERVACIONES</b>					

<b>11. DATOS DE CONTROL</b>			
Entidad investigadora	ESPOCH_IECHEVERRÍA		
Registrado por	ECHEVERRÍA IVETTE	<b>Fecha de registro</b>	20/12/2014
Revisado por	NOBOA PATRICIO	<b>Fecha de revisión</b>	31/01/2015
Aprobado por	NOBOA PATRICIO	<b>Fecha aprobación</b>	03/02/2015
Registro fotográfico	ECHEVERRÍA IVETTE		
<b>12. ANEXO FOTOGRÁFICO</b>			
 			
<p><b>Fotografía 18.</b> Fritada</p> <p><b>Fotografía 19.</b> Fritadería</p>			
<b>13. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN LENGUA ORIGINARIA</b>			
N/A			

**Fuente:** INPC, 2014

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## ii. Hornado

Tabla 26. Hornado

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL		
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> <b>DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL</b> <b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL</b> <b>FICHA DE INVENTARIO</b>				<b>CÓDIGO</b>
<b>A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO</b>				IM-06-08-50-000-14-000002
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>				
<b>Provincia</b>	CHIMBORAZO	<b>Cantón:</b>	DATUM: WGS84 Z17S-UTM	
		PALLATANGA		
<b>Parroquia</b>	PALLATANGA	X Urbana	Rural	
<b>Localidad</b>	CENTRO			
<b>Coordenadas en sistema:</b> Zona X (Este) 726194 Y (Norte) 9778926 Z(Altitud) 1525				
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>				
				
<b>Descripción de la fotografía:</b> Plato típico Hornado FOTO: IVETTE ECHEVERRÍA, 2014				
<b>Código fotográfico:</b> IM-06-08-50-000-14-000002_1jpg				
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>				
<b>Denominación</b>		<b>Otra (s) denominación (es)</b>		
Hornado		D1	N/A	
		D2	N/A	

Grupo social		Lengua (s)	
Mestizo		L1	Español
		L2	N/A
Subámbito		Detalle del subámbito	
Gastronomía		Gastronomía cotidiana	
Breve Reseña			
<p>El hornado preparado en horno de leña es un plato típico de Pallatanga, antiguas mujeres que vendían este plato tradicional como la señora Andrea Marcalla madre de la señora Patricia Sinche quien continúa con la tradición.</p> <p>La señora Patricia Sinche tiene un puesto de picantería el cual está ubicado en su hogar a tres cuadras del parque central en el Barrio La Merced, la señora vende todos los días domingos desde hace 20 años.</p> <p>La preparación de este plato comienza con la crianza del chanco (cerdo), alimentándolos a base de papa china, maíz, cebada, etc., es decir, sin balanceados y de forma natural.</p>			
4. DESCRIPCIÓN			
<p><b>Ingredientes:</b></p> <p>Chanco o cerdo  Comino molido  Media libra de ajo  Tomate  Ají  Lechuga  Cebolla blanca  Culantro  Cebolla paiteña  Limón  Sal  Agua  Mote  Cerveza</p> <p><b>Preparación:</b></p> <p>Una vez que el chanco está grande de aproximadamente unos 4 o 5 meses y bien cebado, se procede a matarlo y pelarlo. Para la preparación, el día sábado se lo aliña con ajo, comino, sal y limón, y se le deja reposar con 10 horas de anticipación para que se sazone, a la 1 am ya está listo para meterlo al horno y éste se encuentra a las 7am listo para que la gente lo deguste.</p> <p>Una vez ya preparado el hornado se procede a trocearlo, para servirlo con una guarnición de mote, papa, ensalada (agrijo) y ají.</p> <p>Actualmente la forma de preparación del hornado ha cambiado un poco, especialmente en lo concerniente a la ensalada puesto que antes lo hacían de cidrayota, todo esto debido a que el conocimiento en las mujeres se ha ido perdiendo y ya no se la prepara, sin embargo la sazón aún prevalece, lo que hace del hornado pallatanguero un único.</p> <p><b>Forma de servir:</b></p> <p>Se lo sirve calentito, en un plato con mote, lechuga, hornado y por último se le agrega el agrijo.</p>			
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad	
Anual		La preparación de este plato típico es de forma continua, ya que el plato constituye parte de la gastronomía tradicional dentro del cantón.	
Continua	X		
Ocasional			
Otro			
Alcance		Detalle del alcance	

Local		El alcance de este plato es nacional debido a que lo degustan en la mayoría de regiones del país y es degustada tanto por turistas nacionales y extranjeros.			
Provincial					
Regional					
Nacional	X				
Internacional					
<b>Elementos</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
E1	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>Herramientas</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
H1	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>5. PORTADORES/ SOPORTES</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos	Patricia Sinche	20	Vendedora	10 de Agosto	Pallatanga, Centro
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
X	Padres – hijos	La señora Patricia Sinche manifestó haber aprendido la preparación de este plato desde pequeña porque su mamá le enseñó.			
	Maestro – aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>			
X	Padres – hijos	La preparación de este plato se lo realiza de forma transgeneracional.			
	Maestro – aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
<b>6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)</b>					
La preparación de este plato típico es de suma importancia para la localidad, y se lo prepara para vender en días de feria en el cantón como lo son los domingos, y en compromisos especiales como las festividades.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
Alta		Es una manifestación que tiene un cierto grado de sensibilidad, debido a que actualmente la mayoría de mujeres jóvenes han remplazado dicho conocimiento y habilidades culinarias por otras de más fácil preparación.			
Media	X				
Baja					
<b>Categoría</b>					
Manifestaciones Vigentes		Manifestaciones vigentes vulnerables	X	Manifestaciones en la memoria pero no practicadas	
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>	
Patricia Sinche	10 de Agosto	032 9191 066	Femenino	43	
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>					
ELEMENTOS RELACIONADOS PATRIMONIO INMATERIAL					
N/A					
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES MUEBLES					
N/A					
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES INMUEBLES					
N/A					
ELEMENTOS ACTUALIZADOS					
N/A					
<b>9. ANEXOS</b>					
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>		<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
	IM-06-08-50-000-14-000002_2.JPG				
	IM-06-08-50-000-14-000002_3.JPG				

	IM-06-08-50-000-14-000002_4.JPG		
<b>10. OBSERVACIONES</b>			
<b>11. DATOS DE CONTROL</b>			
Entidad investigadora	ESPOCH_IECHEVERRÍA		
Registrado por	ECHEVERRÍA IVETTE	Fecha de registro	20/12/2014
Revisado por	NOBOA PATRICIO	Fecha de revisión	31/01/2015
Aprobado por	NOBOA PATRICIO	Fecha aprobación	03/02/2015
Registro fotográfico	ECHEVERRÍA IVETTE		
<b>12. ANEXO FOTOGRÁFICO</b>			
 <p><b>Fotografía 20.</b> Sra. Patricia Sinche, vendiendo el hornado</p>		 <p><b>Fotografía 22.</b> Hornado</p>	
 <p><b>Fotografía 21.</b> Horno de leña</p>			
<b>13. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN LENGUA ORIGINARIA</b>			
N/A			

**Fuente:** INPC, 2014

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## iii. Tortilla de china

Tabla 27. Tortillas de china

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL		<b>CÓDIGO</b>	
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> <b>DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL</b> <b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL</b> <b>FICHA DE INVENTARIO</b>				IM-06-08-50-000-14- 000003	
<b>A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO</b>					
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>					
<b>Provincia</b>	CHIMBORAZO	<b>Cantón:</b>	DATUM: WGS84 Z17S-UTM		
		PALLATANGA			
<b>Parroquia</b>	PALLATANGA	X	Urbana		Rural
<b>Localidad</b>	CENTRO				
<b>Coordenadas en sistema:</b> Zona X (Este) 7263841 Y (Norte) 9779235 Z(Altitud) 1555					
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>					
					
<b>Descripción de la fotografía:</b> Tortilla de china FOTO: IVETTE ECHEVERRÍA, 2014					
<b>Código fotográfico:</b> IM-06-08-50-000-14-000003_1jpg					
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>					
<b>Denominación</b>			<b>Otra (s) denominación (es)</b>		
Tortilla de china			D1	N/A	
			D2	N/A	
<b>Grupo social</b>			<b>Lengua (s)</b>		
Mestizo			L1	Español	

	L2	N/A			
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>				
Gastronomía	Gastronomía cotidiana				
<b>Breve Reseña</b>					
<p>Las tortillas de china es un plato típico de Pallatanga, desde hace varios años señoras del cantón en diferentes puestos de venta se han dedicado hacer este platillo acompañado de café con un valor de \$1,00.</p> <p>La preparación de este exquisito plato es debido a la gran producción de papa china que se da en varios puntos del cantón y para la preparación se lo puede adquirir con gran facilidad y a bajo costo.</p> <p>La señora María Villa tiene un puesto el cual está ubicado cerca del parque central del cantón, la señora nos explica que realiza la venta todos los días a partir de las cuatro de la tarde.</p>					
<b>4. DESCRIPCIÓN</b>					
<p><b>Ingredientes:</b>  Papa china  Sal  Harina  Manteca de chanco</p> <p><b>Preparación:</b></p> <p>La preparación de este plato comienza con la compra de la papa china, se la pela y se la cocina con un poquito de Sal, se hace una base de harina con agua caliente, luego se envuelve con un poco de manteca de chanco y un poco de sal y se la pone a hacer en un tiesto. Una vez ya hecha se la sirve con café pasado.</p> <p><b>Forma de servir:</b>  La tortilla se la sirve calentita, en un plato acompañado con un café pasado.</p>					
<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>			
Anual		La preparación de este plato típico es de forma continua, ya que el plato constituye parte de la gastronomía tradicional dentro del cantón.			
Continua	X				
Ocasional					
Otro					
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>			
Local		El alcance de este plato es a nivel provincial debido a que lo degustan en la varios cantones de la provincia debido a la producción de la papa china.			
Provincial	X				
Regional					
Nacional					
Internacional					
<b>Elementos</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
E1	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>Herramientas</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
H1	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>5. PORTADORES/ SOPORTES</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos	María Villa	5	Vendedora	24 de Mayo	Pallatanga, Centro
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
X	Padres – hijos	La mayoría de las señoras que se dedican a la venta de las tortillas de china han adquirido los conocimientos de sus madres.			
	Maestro – aprendiz				

	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>		
X	Padres – hijos	La preparación de este plato se lo realiza de forma transgeneracional.		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)</b>				
La preparación de este plato típico es de suma importancia para la localidad, y se lo prepara a diario para la venta o para degustar en familia.				
<b>Sensibilidad al cambio</b>				
Alta		Es una manifestación que tiene un cierto grado de sensibilidad, debido a que actualmente la mayoría de mujeres jóvenes han remplazado dicho conocimiento y habilidades culinarias por otras de más fácil preparación.		
Media	X			
Baja				
<b>Categoría</b>				
Manifestaciones Vigentes		Manifestaciones vigentes vulnerables	X	Manifestaciones en la memoria pero no practicadas
<b>7. INTERLOCUTORES</b>				
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
María Villa	24 de Mayo	N/A	Femenino	44
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>				
ELEMENTOS RELACIONADOS PATRIMONIO INMATERIAL				
N/A				
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES MUEBLES				
N/A				
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES INMUEBLES				
N/A				
ELEMENTOS ACTUALIZADOS				
N/A				
<b>9. ANEXOS</b>				
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
	IM-06-08-50-000-14-000003_2.JPG			
	IM-06-08-50-000-14-000003_3.JPG			
	IM-06-08-50-000-14-000003_4.JPG			
<b>10. OBSERVACIONES</b>				
<b>11. DATOS DE CONTROL</b>				
Entidad investigadora	ESPOCH_IECHEVERRÍA			
Registrado por	ECHEVERRÍA IVETTE	<b>Fecha de registro</b>	20/12/2014	
Revisado por	NOBOA PATRICIO	<b>Fecha de revisión</b>	31/01/2015	
Aprobado por	NOBOA PATRICIO	<b>Fecha aprobación</b>	03/02/2015	
Registro fotográfico	ECHEVERRÍA IVETTE			

**12. ANEXO FOTOGRÁFICO**

**Fotografía 24.** Tortilla de china con café



**Fotografía 23.** Tortilla de china

**13. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN LENGUA ORIGINARIA**

N/A

**Fuente:** INPC, 2014

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## iv. Fiestas en honor a los Santos Patronos

Tabla 28. Fiestas en honor a los Santos Patronos

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR				CÓDIGO	
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> <b>DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL</b> <b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL</b> <b>FICHA DE INVENTARIO</b>				IM-06-08-50-000-14-000004	
<b>A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS</b>					
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>					
<b>Provincia</b>	CHIMBORAZO	<b>Cantón:</b>	DATUM: WGS84 Z17S-UTM		
		PALLATANGA			
<b>Parroquia</b>	PALLATANGA	X Urbana			Rural
<b>Localidad</b>	CENTRO				
<b>Coordenadas en sistema:</b> Zona X (Este) 726281 Y (Norte) 9778974 Z(Altitud) 1539					
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>					
 					
<b>Descripción de la fotografía:</b> San Miguel Arcángel y la Virgen de las Mercedes					
FOTO: IVETTE ECHEVERRÍA, 2014					
<b>Código fotográfico:</b> IM-06-08-50-000-14-000004_1_2jpg					
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>					
<b>Denominación</b>			<b>Otra (s) denominación (es)</b>		
Fiestas Patronales			D1	N/A	

	D2	N/A
<b>Grupo social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	L1	Español
	L2	N/A
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Fiestas	Fiestas o conmemoraciones religiosas	
<b>Breve Reseña</b>		
<p>Pallatanga como todos los pueblos, celebraba las fiestas patronales en honor a San Miguel Arcángel y a la Virgen de las Mercedes, entre el 24 y 29 del mes de Septiembre. Todos los festejos estaban presididos por una reina y un comité de fiestas quienes son los encargados de llevar a cabo esta celebración.</p>		
<b>4. DESCRIPCIÓN (Origen)</b>		
<p>La Virgen de las Mercedes es la patrona de Pallatanga porque el primer cura párroco de este lugar fue Pablo Espejo hermano de Eugenio Espejo, el padre del periodismo en el Ecuador. Todo el mundo conoce que los hermanos Espejo fueron criados en el convento de La Merced bajo la tutela de un padre de apellido Espejo y ellos tomaron de él su apellido, incluso añadieron a sus nombres los santos de la iglesia, ejemplo Francisco Javier Eugenio de Santa Cruz. La patrona de Pallatanga La Virgen de la Merced fue escogida por Pablo Espejo por el año de 1795, es importante anotar como un dato histórico del cantón.</p>		
<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>
Anual	X	24 al 29 de Septiembre
Continua		
Ocasional		
Otro		
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>
Local		Es una manifestación que se realiza en el centro del cantón Pallatanga con la participación de los habitantes y la participación de cantones vecinos de la Provincia de Chimborazo.
Provincial	X	
Regional		
Nacional		
Internacional		
<b>Preparativos</b>		<b>Detalle de las actividades</b>
P1	Invitación	<p>Un mes antes se reúne el Comité Permanente de Fiestas para planificar y organizar los eventos en honor a los Santos Patronos.</p> <p>Para la realización de estas festividades piden una colaboración económica a los habitantes del cantón y una parte es donada también por el GAD Pallatanga. Después prosiguen con la elección de la Reina y a su vez hacen la invitación a algunos cantones de la Provincia para que sean partícipes de esta fecha tan importante.</p> <p>A continuación realizan la organización de los eventos que se llevaran a cabo en esos días.</p> <p>Una vez ya que todo este previamente organizado socializa la cordial invitación a la ciudadanía para que se sume a esta celebración.</p>
<b>Descripción de la manifestación</b>		
<p>La fiesta empieza con la entrada triunfal de la banda de pueblo. En la noche se organizan las vísperas con una ceremonia religiosa, el pase de las vacas locas, pelotas encendidas y volatería. En el centro de la plaza un enorme castillo da un espectáculo multicolor. La noche culmina con el festival de la canción nacional. La fiesta siempre está presidido por una reina.</p> <p>Al recordar a los patronos de Pallatanga San Miguel Arcángel y la Virgen de las Mercedes se tomó en cuenta que era necesario rescatar las costumbres y tradiciones, no era bueno que se realicen únicamente las actividades religiosas, en este caso la novena y las misas, es importante y se dan varios eventos como los son: deportivos, danzas, juegos populares, sainetes y dramas.</p> <p>La fiesta continúa al día siguiente con un gran albazo brindado por el Comité de Fiestas, en la tarde se</p>		

realiza la gran corrida de toros de pueblo y en la noche se termina con un baile popular amenizado por un disco móvil y en ocasiones con una prestigiosa orquesta.				
<b>Elementos significativos</b>				
<b>Nombre</b>		<b>Tipo</b>		<b>Detalle del elemento</b>
E1	Virgen de las Mercedes	Imagen conmemorativa	N/A	
E2	San Miguel Arcángel	Imagen conmemorativa	N/A	
<b>Estructura orgánica</b>				
<b>Nombre</b>		<b>Tipo</b>		<b>Detalle de la estructura</b>
01	Comité	N/A		Son los encargados de planificar, organizar y ejecutar estas festividades
<b>5. PORTADORES/ SOPORTES</b>				
<b>Tipo</b>		<b>Nombre</b>		<b>Cargo, función o actividad</b>
Individuos		N/A		N/A
Colectividades		Comité Permanente de Fiestas		Organizadores y participantes
				Dirección
				Localidad
				Convento parroquial
				Centro Pallatanga
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>		
X	Padres – hijos	La continuidad de esta costumbre religiosa, no se debe únicamente a la necesidad de manifestar externamente la fe, sino que responde a una exigencia vivencial por mantener la tradición. Es heredada.		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>		
X	Padres – hijos	Los priostes que colaboran con la realización de estas fiestas año tras año se alternan con sus hijos para que sean ellos también partícipes de esta fiesta y puedan colaborar.		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)</b>				
La creencia en San Miguel Arcángel y La Virgen de Las Mercedes que hace milagros, constituye la principal motivación religiosa entre los participantes de esta ceremonia y muestra de carácter ambivalente de lo sagrado. Así como reproduce manifestaciones tradicionales valoradas y estructura las relaciones sociales entre las diversas participaciones.				
<b>Sensibilidad al cambio</b>				
Alta		La persistencia de las festividades en honor a los Santos Patronos, se debe a que es parte integral de la cultura del cantón la misma fundamenta en la fe, un elemento que garantiza la sobrevivencia de la celebración. El aporte y la participación de los habitantes, si bien ha introducido nuevos elementos, también posibilitan que la fiesta cobre vitalidad por los lazos afectivos con la comunidad que dejaron atrás.		
Media				
Baja				
<b>Categoría</b>				
Manifestaciones Vigentes		X	Manifestaciones vigentes vulnerables	Manifestaciones en la memoria pero no practicadas
<b>7. INTERLOCUTORES</b>				
<b>Apellidos y nombres</b>		<b>Dirección</b>		<b>Teléfono</b>
Luis Cardoso		10 de Agosto		032 919 123
				<b>Sexo</b>
				Masculino
				<b>Edad</b>
				71
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>				
<b>Ámbito</b>		<b>Subámbito</b>		<b>Detalle del subámbito</b>
ARTES DEL ESPECTÁCULO		MÚSICA		N/A
ARTES DEL ESPECTÁCULO		DANZA		N/A
CONOCIMIENTOS Y		GASTRONOMIA		GASTRONOMIA
				Hornado, fritada,

USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		FESTIVA Y COTIDIANA	chicha.
TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES	LEYENDAS	LEYENDAS ASOCIADAS IMÁGENES RELIGIOSAS	A Milagro de la Virgen de las Mercedes
<b>9. ANEXOS</b>			
Textos	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>
	IM-06-08-50-000-14-000004_2.JPG		
	IM-06-08-50-000-14-000004_3.JPG		
	IM-06-08-50-000-14-000004_4.JPG		
<b>10. OBSERVACIONES</b>			
<b>11. DATOS DE CONTROL</b>			
Entidad investigadora	ESPOCH_IECHEVERRÍA		
Registrado por	ECHEVERRÍA IVETTE	<b>Fecha de registro</b>	20/12/2014
Revisado por	NOBOA PATRICO	<b>Fecha de revisión</b>	31/01/2015
Aprobado por	NOBOA PATRICO	<b>Fecha aprobación</b>	03/02/2015
Registro fotográfico	ECHEVERRÍA IVETTE		

**12. ANEXO FOTOGRÁFICO****Fotografía 25.** Corrida de toros**Fotografía 26.** Juegos populares**13. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN LENGUA ORIGINARIA**

N/A

**Fuente:** INPC, 2014**Elaborado por:** Ivette Echeverría

v. **Monumento a la Reina Palla**Tabla 29. *Monumento a la Reina Palla*

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR				<b>CÓDIGO</b>	
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> <b>DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL</b> <b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL</b> <b>FICHA DE INVENTARIO</b>				IM-06-08-50-000-14- 000005	
<b>A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES</b>					
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>					
<b>Provincia</b>	CHIMBORAZO	<b>Cantón:</b>	DATUM: WGS84 Z17S-UTM		
		PALLATANGA			
<b>Parroquia</b>	PALLATANGA	X Urbana	Rural		
<b>Localidad</b>	CENTRO				
<b>Coordenadas en sistema:</b> Zona X (Este) 7726370 Y (Norte) 9779209 Z(Altitud) 1549					
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>					
					
<b>Descripción de la fotografía:</b> Monumento a la Reina Palla					
FOTO: IVETTE ECHEVERRÍA, 2014					
<b>Código fotográfico:</b> IM-06-08-50-000-14-000005_1.jpg					
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>					
<b>Denominación</b>		<b>Otra (s) denominación (es)</b>			
Monumento a la Reina Palla		D1	N/A		
		D2	N/A		

Grupo social		Lengua (s)		
Mestizo		L1	Español	
		L2	N/A	
Subámbito		Detalle del subámbito		
Leyendas		Leyendas asociadas a topónimos y antropónimos		
Breve Reseña				
<p>Este majestuoso Monumento se lo construyó en honor a esta Reina que habitaba en nuestro territorio. Si hay un lugar que es muy conocido de Pallatanga, éste es el monumento a la Reina Palla, fusionada entre mujer cosecha y su nacimiento, este mítico monumento se ha convertido en un ícono para los pallatanguños. Con el pasar de los años ha sufrido modificaciones para presentarse ante el turista como uno de los monumentos con mayor ingenio y demostrar a propios y extraños que Pallatanga es agrícola por excelencia y también cuna de bellas mujeres que día a día son parte de la dinámica local del progreso del Ecuador.</p>				
4. DESCRIPCIÓN (Origen)				
<p>El nombre de Pallatanga se dio por el tiempo de los Incas, justamente en el Cusco la capital del Tahuantinsuyo había una jovencita que se llamaba Palla, y en nuestro territorio en el Reino de Quito en esa época, los Caras, los Panzaleos, los Purúha es en la provincia de Chimborazo, que eran dueños de todos estos sectores, Atahualpa que era un hombre fuerte, aguerrido y valiente que en ese tiempo estuvo reinando desde Quito, se dice que la princesa Palla venía destinada para ser esposa de Atahualpa, que viajaba desde el Cusco en Andas de oro, cargada por sus vasallos, que después de tanto tiempo que llevaban viajando llegaron a una hacienda llamada Sucuso, donde construyeron un palacio para que se hospedara la princesa Palla, en donde aún hay restos de esa construcción de paredes de adobe, la princesa venía acompañada de un ejército, era tan lista, tan inteligente que ordenaba a las tropas, y ahí paso en una buena temporada en ese sector, también hay un camino hacia el río Coco donde dicen se bañaba la princesa, entonces el nombre proviene de Palla que era el nombre de la princesa, y Tanga que significaba empuja porque venía cargada por sus vasallos en andas de oro, y que de ahí viene el nombre de Pallatanga.</p>				
Narración (Versión 1)				
N/A				
Estructura		Prosa	Prosa	Otro
Fecha o periodo		Fecha o periodo		
Anual	X	N/A		
Continua				
Continua				
Continua				
Alcance		Detalle del alcance		
Local	X	La historia del Monumento a la Reina Palla se lo conoce solo en el cantón Pallatanga.		
Provincial				
Regional				
Nacional				
Internacional				
Uso simbólico		Descripción del uso simbólico		
Ritual		La leyenda del Monumento a la Reina Palla viene en conjunto con el nombre a la Reina Palla y es una leyenda muy importante para todos los habitantes del cantón para conocer de donde provienen sus raíces.		
Festivo				
Lúdico				
Narrativo	X			
Otro				
5. PORTADORES/ SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A

Instituciones	GAD Pallatanga	Gobierno local	10 de Agosto	Centro Pallatanga
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>		
X	Padres – hijos	La leyenda de la construcción del Monumento se ha transmitido de los más ancianos a los más jóvenes		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>		
X	Padres – hijos	N/A		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)</b>				
En el relato de la construcción del Monumento se aprecian elementos identitarios de la población local relacionados con el origen del nombre del cantón y las prácticas productivas agrícolas. Por lo tanto, la importancia de esta leyenda radica no tanto en el monumento sino en sus prácticas, que constituyen un canal de construcción de lo público y la ética (valores de vida) que la población pallatanguña conozca sus orígenes.				
<b>Sensibilidad al cambio</b>				
Alta		La leyenda de la construcción del Monumento a la Reina Palla pocas personas son las que conocen y transmiten a futuras generaciones.		
Media	X			
Baja				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>				
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
Luis Cardoso	10 de Agosto	032 919 123	Masculino	71
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>				
<b>Ámbito</b>	<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	<b>Código/Nombre</b>	
CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMIA	N/A	Choclos, fréjol, tomate, mora	
<b>9. ANEXOS</b>				
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
	IM-06-08-50-000-14-000005_2.JPG			
	IM-06-08-50-000-14-000005_3.JPG			
	IM-06-08-50-000-14-000005_4.JPG			
<b>10. OBSERVACIONES</b>				
<b>11. DATOS DE CONTROL</b>				
Entidad investigadora	ESPOCH IECHEVERRÍA			
Registrado por	ECHEVERRÍA IVETTE	<b>Fecha de registro</b>	20/12/2014	
Revisado por	NOBOA PATRICO	<b>Fecha de revisión</b>	31/01/2015	
Aprobado por	NOBOA PATRICO	<b>Fecha aprobación</b>	03/02/2015	
Registro fotográfico	ECHEVERRÍA IVETTE			

## 12. ANEXO FOTOGRÁFICO



**Fotografía 27.** Monumento a la Reina Palla



**Fotografía 28.** Reina Palla en la noche

Vista lateral del monumento a la Reina Palla  
Fotografía: Ivette Echeverría, 2014

## 13. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN LENGUA ORIGINARIA

N/A

**Fuente:** INPC, 2014

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## vi. Puente Cornelio Dávalos

Tabla 30. Puente Cornelio Dávalos

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR				CÓDIGO	
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO				IM-06-08-50-000-14-000006	
<b>A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES</b>					
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>					
<b>Provincia</b>	CHIMBORAZO	<b>Cantón:</b>	DATUM: WGS84 Z17S-UTM		
		PALLATANGA			
<b>Parroquia</b>	PALLATANGA	X Urbana	Rural		
<b>Localidad</b>	CENTRO				
<b>Coordenadas en sistema:</b> Zona X (Este) 725841 Y (Norte) 9784865 Z(Altitud) 2279					
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>					
					
<b>Descripción de la fotografía:</b> Puente Cornelio Dávalos FOTO: IVETTE ECHEVERRÍA, 2014					
<b>Código fotográfico:</b> IM-06-08-50-000-14-000006_1jpg					
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>					
<b>Denominación</b>			<b>Otra (s) denominación (es)</b>		
Puente Cornelio Dávalos			D1	N/A	
			D2	N/A	
<b>Grupo social</b>			<b>Lengua (s)</b>		
Mestizo			L1	Español	
			L2	N/A	
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>		
Leyendas			Leyendas asociadas a topónimos y antropónimos		

<b>Breve Reseña</b>				
<p>Las fuerzas representativas del pueblo, en su afán de rendir el justo homenaje a quien fue uno de los principales precursores de la carretera Cajabamba-Pallatanga, solicitaron que el puente, que cruzaba la quebrada Salsipuedes, sea bautizado con el nombre de Cornelio Dávalos. El 19 de abril de 1969 cruzó el primer carro por este puente.</p> <p>El presidente de la República José María Velasco Ibarra destacó en la inauguración de la carretera Cajabamba-Pallatanga: “Este puente ha servido para una constante de unión entre ecuatorianos. Este puente esta espiritualmente sustentado por los músculos y brazos de serranos y costeños.</p>				
<b>4. DESCRIPCIÓN (Origen)</b>				
<p>Los puentes son correcciones que el hombre hace a los trazados de la naturaleza. Desde tiempos inmemoriales, ahí donde el abismo o el río torrencioso impedían el tránsito humano, los hombres se empeñaron en construir puentes para unir orillas y comunicar regiones.</p> <p>En muchas culturas, la construcción de vías y especialmente de puentes marcó la bondad y éxito de los gobiernos. Fueron famosos los puentes romanos, que a veces iban acompañados de acueductos y que aún hoy muestran por toda Europa el poder y la grandeza de esa cultura.</p> <p>Su base constructiva radicaba en el arco, detalle constructivo heredado de los etruscos, que mantenía el equilibrio de fuerzas y pesos, desviándolos del centro hacia los laterales. Similar técnica de arcos fue empleada por los persas del siglo XVII para la construcción del famoso puente Khaju, en Isfahán.</p> <p>En nuestro país, han constituido hitos del desarrollo nacional la construcción de puentes como los de García Moreno y Eloy Alfaro, un gran ejemplo de ello es el puente Cornelio Dávalos (1971) de Pallatanga, llamado “Salsipuedes”.</p>				
<b>Narración (Versión 1)</b>				
N/A				
<b>Estructura</b>	Prosa	Prosa	Otro	
<b>Fecha o periodo</b>	<b>Fecha o periodo</b>			
Anual	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A		
Continua	<input type="checkbox"/>			
Continua	<input type="checkbox"/>			
Continua	<input type="checkbox"/>			
<b>Alcance</b>	<b>Detalle del alcance</b>			
Local	<input checked="" type="checkbox"/>	La historia de la construcción del puente Cornelio Dávalos se lo conoce solo en el cantón Pallatanga.		
Provincial	<input type="checkbox"/>			
Regional	<input type="checkbox"/>			
Nacional	<input type="checkbox"/>			
Internacional	<input type="checkbox"/>			
<b>Uso simbólico</b>	<b>Descripción del uso simbólico</b>			
Ritual	<input type="checkbox"/>	La leyenda del puente Cornelio Dávalos es muy importante para todos los habitantes del cantón		
Festivo	<input type="checkbox"/>			
Lúdico	<input type="checkbox"/>			
Narrativo	<input checked="" type="checkbox"/>			
Otro	<input type="checkbox"/>			
<b>5. PORTADORES/ SOPORTES</b>				
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	GAD Pallatanga	Gobierno local	10 de Agosto	Centro Pallatanga
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>		
<input checked="" type="checkbox"/>	Padres – hijos	La leyenda de la construcción del puente Cornelio Dávalos se ha transmitido de los más ancianos a los más jóvenes		
<input type="checkbox"/>	Maestro – aprendiz			
<input type="checkbox"/>	Centro de capacitación			
<input type="checkbox"/>	Otro			

Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
X	Padres – hijos	N/A		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)</b>				
En el relato de la construcción del Monumento se aprecian elementos identitarios de la población local relacionados con el origen y la hermandad de la costa y la sierra y las prácticas que se realizaron para construir tan majestuoso puente. Por lo tanto, la importancia de esta leyenda radica no tanto en el puente sino en sus prácticas, que constituyen un canal de construcción de lo público y la ética (valores de vida) que la población pallatanguña conozca sus orígenes.				
<b>Sensibilidad al cambio</b>				
Alta		La leyenda de la construcción puente Cornelio Dávalos pocas personas son las que conocen y transmiten a futuras generaciones.		
Media	X			
Baja				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Luis Cardoso	10 de Agosto	032 919 123	Masculino	71
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>9. ANEXOS</b>				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
	IM-06-08-50-000-14-000006_2.JPG			
	IM-06-08-50-000-14-000006_3.JPG			
<b>10. OBSERVACIONES</b>				
<b>11. DATOS DE CONTROL</b>				
Entidad investigadora	ESPOCH_IECHEVERRÍA			
Registrado por	ECHEVERRÍA IVETTE	Fecha de registro	20/12/2014	
Revisado por	NOBOA PATRICO	Fecha de revisión	31/01/2015	
Aprobado por	NOBOA PATRICO	Fecha aprobación	03/02/2015	
Registro fotográfico	ECHEVERRÍA IVETTE			
<b>12. ANEXO FOTOGRÁFICO</b>				
				
<b>Fotografía 29.</b> Puente Cornelio Dávalos				
<b>13. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN LENGUA ORIGINARIA</b>				
N/A				

Fuente: INPC, 2014

Elaborado por: Ivette Echeverría

**Tabla 31. Resumen patrimonio cultural**

N.	Denominación	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Valoración
01	Fritada y con choclo queso	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía festiva	La preparación de este plato típico es de suma importancia para los habitantes del cantón, se lo prepara en compromisos especiales como festividades, también se lo prepara para vender.
02	Hornado	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía cotidiana	Es de mucha importancia en el cantón, se lo prepara para vender, en especial los días domingos de feria, y en compromisos especiales
03	Tortilla china de	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía cotidiana	Es un plato típico ya que en el cantón se da la producción de china, se lo prepara a diario en los hogares, y a su vez existen lugares donde lo destinan para la venta
04	Fiestas Patronales	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas o conmemoraciones religiosas	La creencia y la fé de la población del cantón hacia los santos patronos San Miguel Arcángel y la Virgen de las Mercedes constituye la principal motivación religiosa y muestra de carácter ambivalente de lo sagrado.
05	Monumento a la Reina Palla	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas	Leyendas asociadas a topónimos y antropónimos	En el relato de la construcción del monumento se aprecian elementos identitarios de la población local relacionados con el origen del nombre del cantón y las prácticas productivas agrícolas.
06	Puente Cornelio Dávalos	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas	Leyendas asociadas a topónimos y antropónimos	Se aprecian elementos identitarios de la población local relacionados con el origen y la hermandad de la costa y la sierra

**Fuente:** INPC, 2014

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## b. Oferta complementaria

En el cantón Pallatanga existen los siguientes establecimientos turísticos todo en base al catastro turístico, los mismos que se establecen como la oferta complementaria.

**Tabla 32.** *Oferta complementaria, catastro turístico 2015 del Cantón Pallatanga*

Actividad turística	Tipo de actividad	Nombre	Dirección	Categoría
Alojamiento	Pensión	MELITA	10 de Agosto 114 y Rocafuerte	Tercera
Alojamiento	Hostal	POSADA DE FLOR	San Vicente Panamericana Sur 12-21 e Hirvin Ayky	Tercera
Comidas y Bebidas	Cafetería	MINI MARKET LIZBETH	PANAMERICANA SUR GASOLINERA GRANJA PALLATANGA	Cuarta
Comidas y Bebidas	Cafetería	LAS TORTILLAS DE LA ABUELA	BARRIO COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE TRIGOLOMA	Cuarta
Comidas y Bebidas	Fuente de soda	HAPPY PIZZA S&F	10 DE AGOSTO Y MARISCAL SUCRE	Tercera
Comidas y Bebidas	Fuente de soda	HAPPY PIZZA S&F	MARISCAL SUCRE Y 10 DE AGOSTO	Tercera
Comidas y Bebidas	Restaurante	REINA PALLA	PANAMERICANA SUR KM. 23	Segunda
Comidas y Bebidas	Restaurante	FOGATA LA	PANAMERICANA SUR VIA PRINCIPAL	Tercera
Comidas y Bebidas	Restaurante	FUENTE LA	PANAMERICANA SUR VIA PRINCIPAL	Tercera
Comidas y Bebidas	Restaurante	PARAISO	PANAMERICANA SUR VIA PRINCIPAL	Tercera
Comidas y Bebidas	Restaurante	DI CARLO	BARRIO EL INGENIO, VIA GUAYAQUIL	Tercera
Comidas y Bebidas	Restaurante	PARADERO EL CHINITO	PANAMERICANA SUR VIA PRINCIPAL	Cuarta
Comidas y Bebidas	Restaurante	ALEXANDRA	PANAMERICANA SUR VIA PRINCIPAL	Cuarta
Comidas y Bebidas	Restaurante	PARADERO SABOR LATINO	BARRIO SANTA ANA PANAMERICANA SUR	Cuarta
Comidas y Bebidas	Restaurante	MATEITO	24 DE MAYO Y JOSE VELASCO IBARRA	Cuarta
Comidas y Bebidas	Restaurante	D´MAVERA	BARRIO 13 DE MAYO	Cuarta
Comidas y Bebidas	Restaurante	MADONNA	JOSE VELASCO	Cuarta

		MIA	IBARRA (PANAMERICANA SUR)	
Comidas y Bebidas	Restaurante	RIVER VIEW	AV. VELASCO IBARRA, BARRIO SANTA ANA SUR	Cuarta

**Fuente:** Catastro turístico, 2015 GAD del Cantón Pallatanga

**Elaborado por:** GAD del Cantón Pallatanga

### c. Análisis de la competencia

Para determinar la oferta sustitutiva se consideró aquellos establecimientos turísticos con características similares a nuestro producto a ofrecer.

**Tabla 33. Hostería El Pedregal**

<b>Nombre</b>	Hostería El Pedregal	
<b>Ubicación</b>	K. 1m 1/2 Vía a Pilchipamba	
<b>Servicios</b>	Habitación con baño privado, tv cable, agua caliente	\$ 12,50
	Restaurant (platos a la carta)	\$3,00 a \$8,00
	Sala de recepciones 100 personas	\$250
	Snacks, bebidas	\$0,50 a \$2,50
	Recreación (Piscina, cancha múltiple, turco, sauna, hidromasaje)	\$2,00 por persona
<b>Plazas</b>	60 personas	
<b>Categoría</b>	Primera	
<b>Clientes anuales</b>	850 personas al año ( afluencia en feriados )	
<b>Fotografía</b>		

**Fotografía 30. Hostería El Pedregal**

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Tabla 34. Hostería - Hacienda Milliguayco**

<b>Nombre</b>	Hostería-Hacienda Milliguayco	
<b>Ubicación</b>	Barrio Las Palmas, Hacienda Milliguayco	
<b>Servicios</b>	Hospedaje (por persona)	\$52,00
	Alimentación, platos a la carta	\$4,00 a \$10,00
	Cabalgata	\$15 la hora
	Senderismo	\$ 5
	Salón de eventos	\$300,00

	Área de juegos	-----
<b>Capacidad</b>	50 personas	
<b>Categoría</b>	Primera	
<b>Clientes anuales</b>	750 personas al año ( afluencia en feriados )	
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: center;"><b>Fotografía 31.</b> Hostería Milliguyaco</p>	

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Tabla 35.** Hostería Ecovita

<b>Nombre</b>	ECOVITA ORGANIC CAMPING & FARM	
<b>Ubicación</b>	Km. 139 Vía a Riobamba	
<b>Servicios</b>	Restaurante	\$4,00 a \$10,00
	Recreación (bicicletas, coches de madera, mesas de billa, ping pong, fútbolín)	\$1,50
	Área de camping	\$10,00
	Rapel	\$10,00
	Pesca deportiva	\$5,00
	Prácticas ecológicas y agrícolas	-----
<b>Capacidad</b>	50 personas	
<b>Categoría</b>	Primera	
<b>Clientes anuales</b>	740 personas al año	
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: center;"><b>Fotografía 32.</b> Hostería Ecovita</p>	

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Tabla 36.** Hostería El Valle

<b>Nombre</b>	Hostería El Valle	
<b>Ubicación</b>	Vía principal Km 2	
	Hospedaje (por persona)	\$12,00
<b>Servicios</b>	Entrada (Incluye piscinas)	\$ 3,00
	Restaurante	\$ 3,00

	Golfito	\$2,00
	Cama elástica	\$1,50
	Cancha de tenis	\$2,00
<b>Capacidad</b>	30 personas	
<b>Categoría</b>	Segunda	
<b>Clientes anuales</b>	760 personas al año	
<b>Fotografía</b>	 <p><b>Fotografía 33. Hostería El Valle</b></p>	

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

#### d. Proyección de la oferta

Se realizó la proyección de la oferta para los próximos 5 años, en base a la demanda atendida por la competencia es decir los complejos turísticos con características similares del cual se obtuvo un total de 3.100 turistas que consumen la oferta existente.

Se utilizó la fórmula del incremento compuesto:

$$Co = Cn(1+i)^n$$

**Tabla 37.** Proyección de la oferta para los próximos 5 años

<b>Año (s)</b>	<b>Oferta</b>
2015 (0)	3100
2016 (1)	3317
2017 (2)	3549
2018 (3)	3798
2019 (4)	4063
2020 (5)	4348

**Fuente:** Análisis de la oferta

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## 2. Análisis de la demanda

### a. Segmentación de mercado

Para el análisis de la demanda se identificaron dos segmentos importantes de turistas nacionales y extranjeros que visitaron el cantón Pallatanga.

### b. Universo de estudio

El universo de estudio que se consideró fue de 12.800 turistas de acuerdo con las proyecciones del Itur del cantón Pallatanga los turistas que visitaron el cantón periodo enero – diciembre 2015 son 12.160 turistas nacionales y 640 extranjeros.

### c. Cálculo de la muestra

La fórmula a aplicar para la determinación de la muestra es la siguiente:

**Dónde:**

**N:** El universo de estudio

**n:** Es el tamaño de la muestra

**p:** La probabilidad de ocurrencia 0,5

**q:** Probabilidad de no ocurrencia 0,5

**e:** Error 0,05

**z:** Confianza 1,96

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

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

**Dónde:**

**N:** 12160

**p:** 0,5

**q:** 0,5

**e:** 0,05

**z:** 1,96

$$n = \frac{12160 * 0,5 * 0,5}{(12160 - 1) * \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 372$$

Se obtuvo una muestra de 372 encuestas para aplicar a turistas nacionales.

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

**Dónde:**

**N:** 640

**p:** 0,5

**q:** 0,5

**e:** 0,05

**z:** 1,96

$$n = \frac{640 * 0,5 * 0,5}{(640 - 1) * \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 240 \text{ personas}$$

Se obtuvo una muestra de 240 encuestas para aplicar a turistas extranjeros.

### d. Instrumento

Para el trabajo de campo se utilizó una encuesta diseñada con preguntas claras y precisas que fueron aplicadas a turistas nacionales y extranjeros en los meses de febrero y marzo del año 2016. (Anexo 1)

## e. Resultados del estudio de mercado

### 1) Turistas nacionales

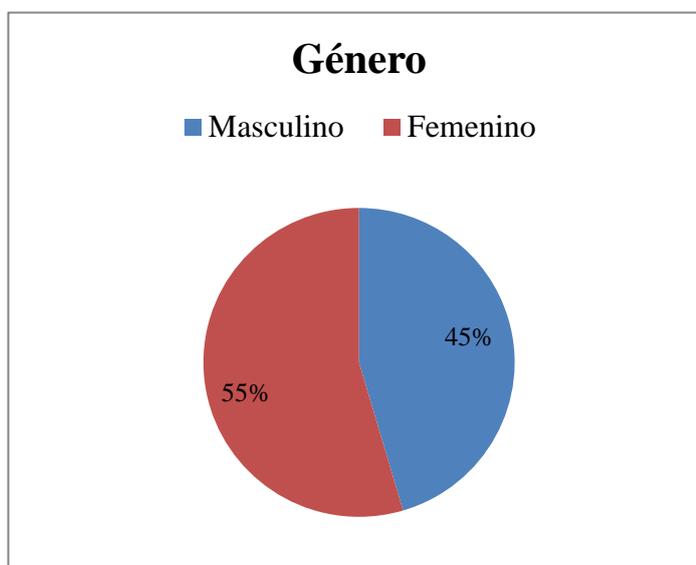
#### a) Género

**Tabla 38.** *Género de turistas nacionales*

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	169	45%
FEMENINO	204	55%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 1.** Género de turistas nacionales

**Interpretación y análisis.-** Del total de encuestados el 55% son de género femenino y en un porcentaje proporcional está el género masculino con 45%. Esta información permite identificar que el margen es mínimo, no existe distinción de género es importante tomar en cuenta al momento de realizar el producto.

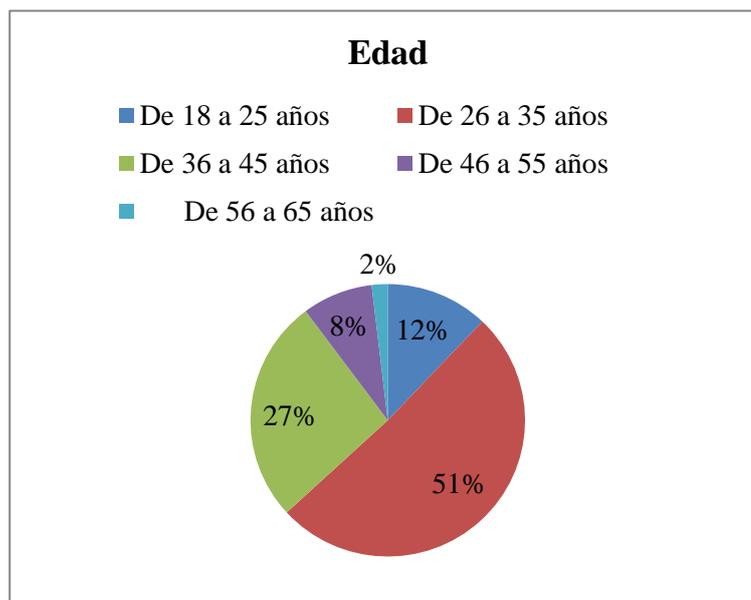
## b) Edad

**Tabla 39.** *Edad de turistas nacionales*

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 18 a 25 años	45	12%
De 26 a 35 años	190	51%
De 36 a 45 años	99	27%
De 46 a 55 años	31	8%
De 56 a 65 años	7	2%
<b>TOTAL</b>	372	100%

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 2.** Edad de turistas nacionales

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de los encuestados son de 26 a 35 años con un 51%, le sigue con un 27% el rango de 36 a 45 años, después tenemos con un 12% el rango de turistas que tienen de 18 a 25 años, le sigue con un 8% turistas que tiene de 46 a 55 años y por último con el 2% turistas de 56 a 65 años. El rango de edades permite tener más conocimiento sobre las preferencias y necesidades de los turistas al realizar la visita a un complejo vacacional.

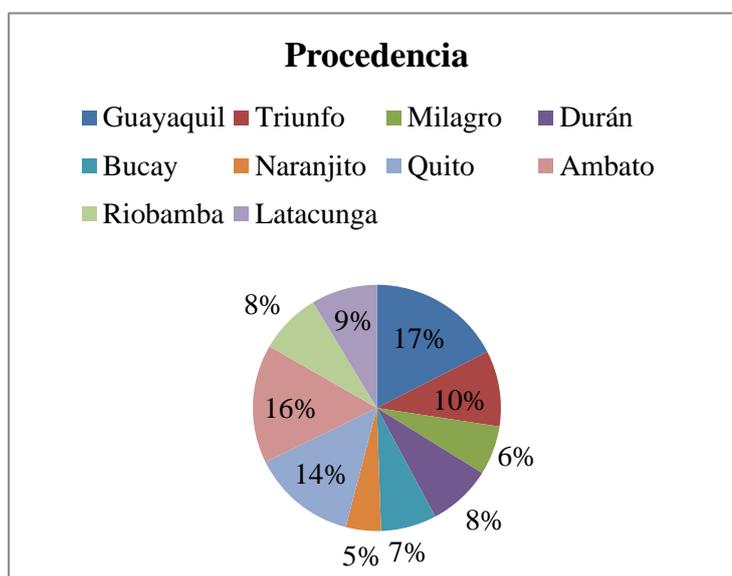
### c) Procedencia

**Tabla 40.** *Procedencia de turistas nacionales*

PROCEDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Guayaquil	65	17%
Triunfo	37	10%
Milagro	24	6%
Durán	31	8%
Bucay	27	7%
Naranjito	17	5%
Quito	51	14%
Ambato	58	16%
Riobamba	30	8%
Latacunga	32	9%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 3.** *Procedencia de turistas nacionales*

**Interpretación y análisis.-** Del total de los encuestados el 17% proviene de la ciudad de Guayaquil, le sigue con un 16% los turistas provenientes de la ciudad de Ambato, el 14% pertenece a los turistas de la ciudad de Quito, el 10% de los encuestados son del Triunfo, el 9% son de Latacunga, el 8% están los turistas que provienen de Riobamba y con igual porcentaje 8% pertenece a los turistas del cantón Durán, el 7% son del cantón Bucay, y con menor porcentaje están los turistas del cantón Milagro con un 6% y

Naranjito 5%. Esta información permite identificar el flujo de turistas de otras ciudades y hacer mayor énfasis en captar nuevos mercados de las ciudades con menor porcentaje.

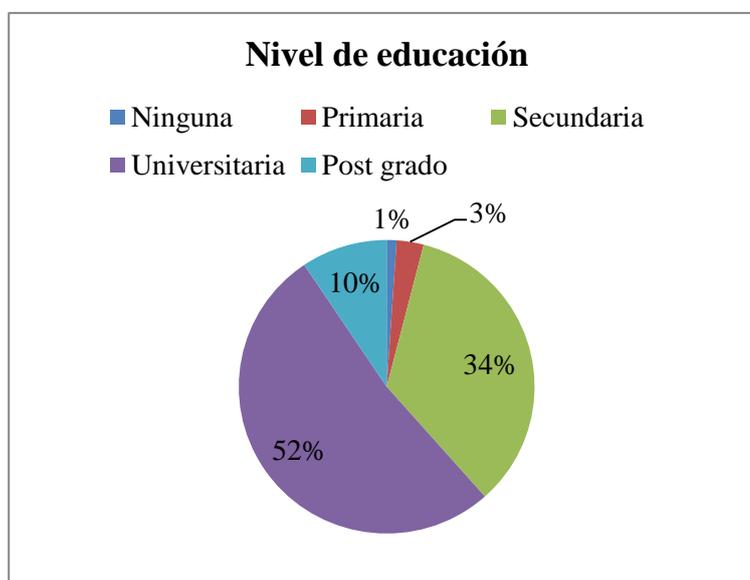
#### d) Nivel de educación

**Tabla 41.** Nivel de educación de turistas nacionales

NIVEL DE EDUCACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	4	1%
Primaria	11	3%
Secundaria	128	34%
Universitaria	194	52%
Post grado	35	10%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 4.** Nivel de educación de turistas nacionales

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de los encuestados tienen un nivel de educación superior con un 52%, le sigue los turistas que tienen un nivel de educación secundaria con el 34%, después tenemos con un 10% a personas con nivel de educación en post grado, se puede apreciar que con un porcentaje menor están las personas que tienen un nivel de educación primaria con el 3% y apenas el 1% pertenece a las personas con ningún nivel de educación. Es decir que los paquetes que se van a ofertar deben estar apropiadamente estructurados.

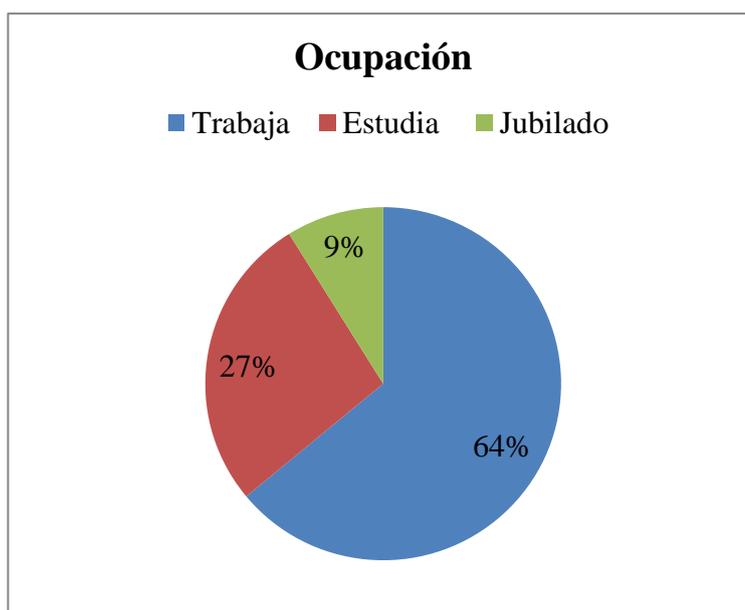
### e) Ocupación

**Tabla 42.** *Ocupación de turistas nacionales*

OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trabaja	238	64%
Estudia	101	27%
Jubilado	33	9%
TOTAL	372	100%

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 5.** *Ocupación de turistas nacionales*

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de los encuestados con el 64% trabajan, mientras que el 27% de los turistas estudia y apenas el 8% son jubilados. Esta información permite identificar qué intereses tienen acerca de los servicios y actividades turísticas.

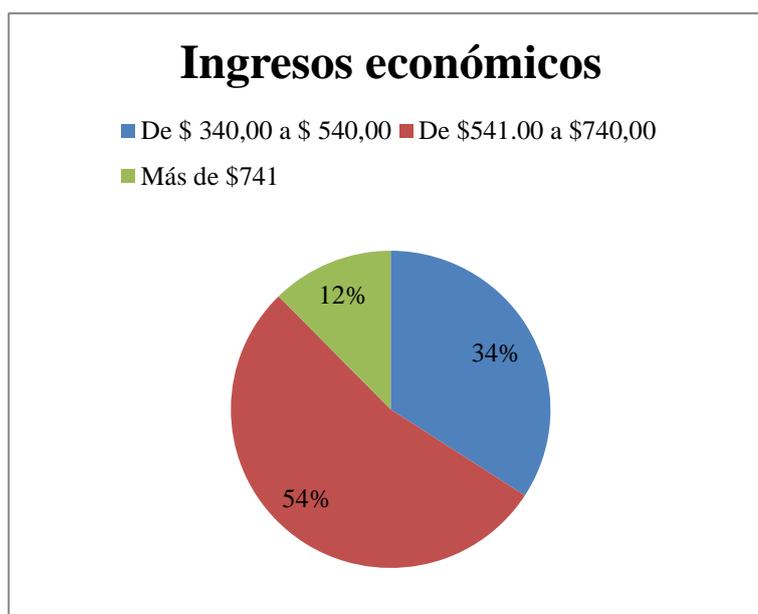
## f) Ingresos económicos

**Tabla 43.** *Ingresos económicos de turistas nacionales*

INGRESOS ECONÓMICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$ 340,00 a \$ 540,00	127	34%
De \$541.00 a \$740,00	199	54%
Más de \$741	46	12%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 6.** Ingresos económicos de turistas nacionales

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de los encuestados con un 54% tiene un ingreso económico mensual de 541 a 740 dólares, le sigue con un 34% personas que tienen un ingreso económico mensual de 340 a 540 dólares, se puede apreciar que de los encuestados el 12% tiene un ingreso económico de más de 741 dólares. Datos que sirven como base al momento de estructurar la tarifa.

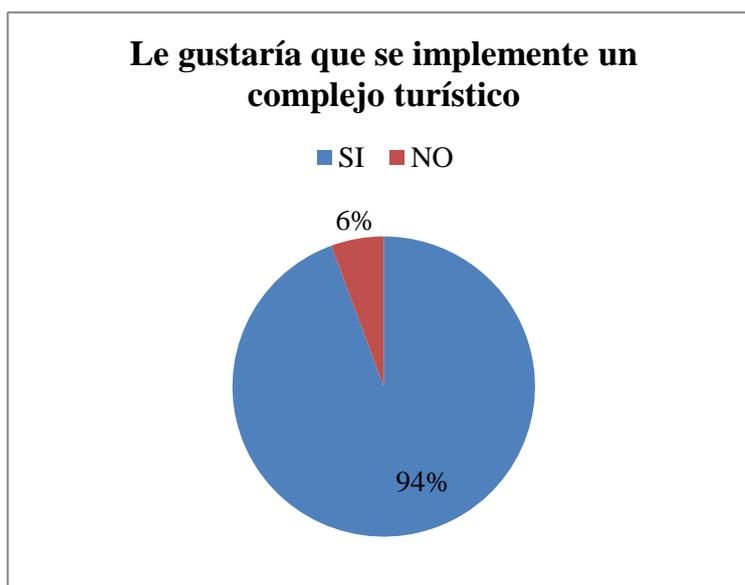
**g) Le gustaría que se implemente un complejo turístico en el Cantón Pallatanga**

**Tabla 44.** *Aceptación del proyecto por turistas nacionales*

LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTE UN COMPLEJO TURÍSTICO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	351	94%
NO	21	6%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 7.** Aceptación del proyecto por los turistas nacionales

**Interpretación y análisis.-** El 94% de los encuestados manifiestan que están de acuerdo con la implementación de un complejo turístico en el cantón Pallatanga mientras que el 6% no está de acuerdo. Esta información permite conocer cuántos turistas están dispuestos a visitar el complejo vacacional.

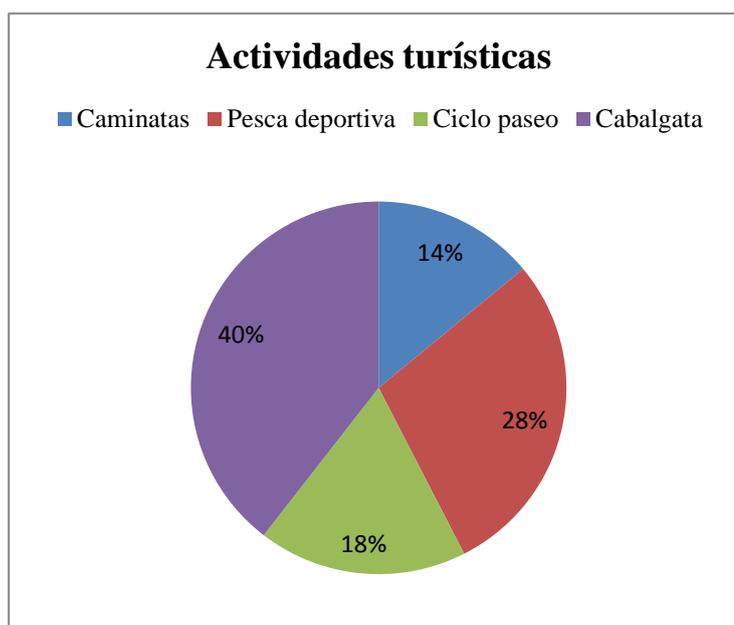
## h) Actividades turísticas

**Tabla 45.** *Actividades turísticas preferidas por turistas nacionales*

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caminatas	52	14%
Pesca deportiva	106	28%
Ciclo paseo	67	18%
Cabalgata	147	40%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 8.** *Actividades turísticas preferidas por turistas nacionales*

**Interpretación y análisis.-** De los encuestados el 40% manifestó que le gustaría realizar cabalgata, el 28% prefiere realizar pesca deportiva, con un 18% están los turistas que les gustaría realizar ciclo paseo, mientras que el 14% manifestó que prefiere realizar caminatas. Datos que permiten identificar las actividades que se deben implementar.

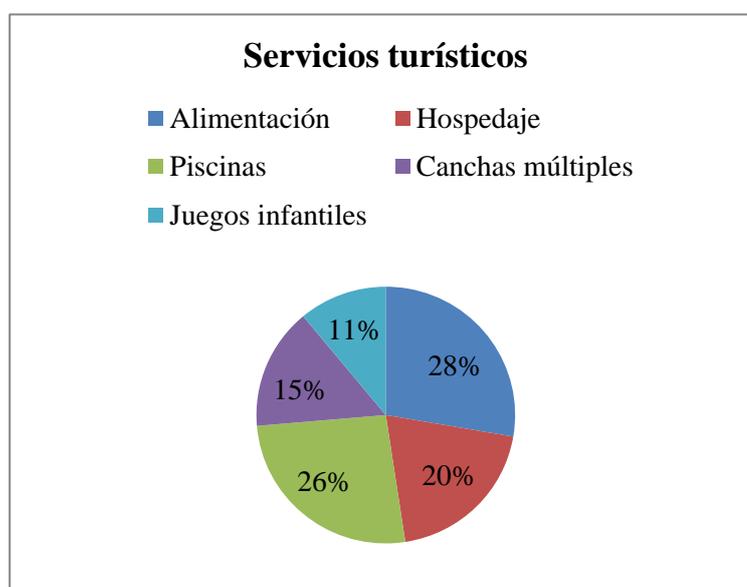
### i) Servicios turísticos

**Tabla 46.** *Servicios turísticos preferidos por turistas nacionales*

SERVICIOS TURÍSTICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	103	28%
Hospedaje	74	20%
Piscinas	97	26%
Canchas múltiples	57	15%
Juegos infantiles	41	11%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 9.** *Servicios turísticos preferidos por turistas nacionales*

**Interpretación y análisis.-** El 28% de los encuestados afirman que es indispensable que se brinde el servicio de alimentación, un 26% manifiestan que es necesaria la creación de piscinas, al 20% de los encuestados les gustaría que se brinde el servicio de hospedaje, un 15% prefiere la creación de canchas múltiples y un 11% juegos infantiles interactivos. Está información es de mucha relevancia ya que permite conocer los principales servicios a considerar al momento de implementar el complejo vacacional.

## j) Tipo de gastronomía que le gustaría que se ofrezca

**Tabla 47.** Gastronomía preferida por los turistas nacionales

GASTRONOMÍA QUE LE GUSTARÍA QUE SE OFREZCA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Típico de la zona	154	41%
Nacional	166	45%
Internacional	37	10%
Vegetariano	10	3%
Todas las anteriores	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 10.** Gastronomía preferida por los turistas nacionales

**Interpretación y análisis.-** El 45% de los encuestados prefiere deleitarse con gastronomía nacional, mientras que un 41% prefiere la comida típica de la zona, el 10% prefiere gastronomía internacional, apenas con 3% están los turistas que prefieren la comida vegetariana, el 1% de los encuestados prefiere todas las anteriores. Esta información permite conocer qué tipo de gastronomía ofertar brindando confort al turista.

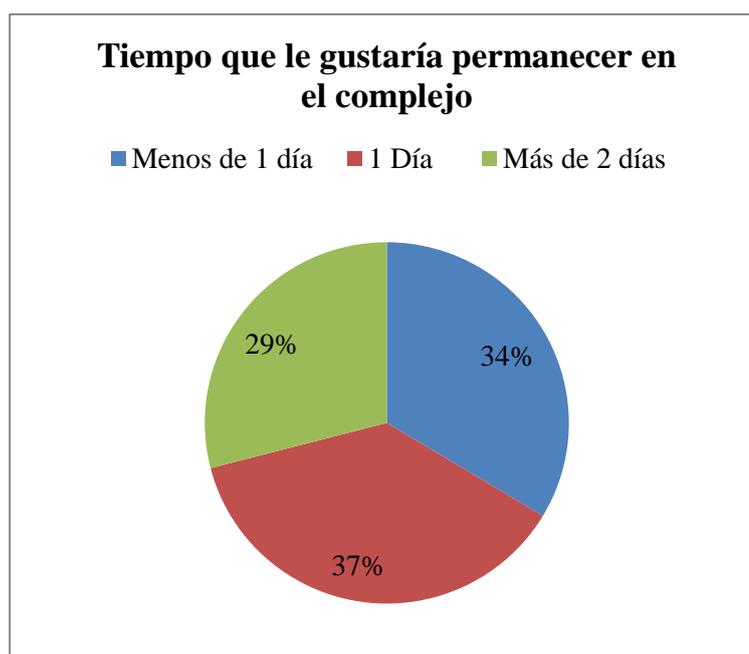
### k) Permanencia en el complejo

**Tabla 48.** *Tiempo de permanencia de los turistas nacionales*

TIEMPO QUE LE GUSTARÍA PERMANECER EN EL COMPLEJO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 1 día	125	34%
1 Día	139	37%
Más de 2 días	108	29%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 11.** Tiempo de permanencia de los turistas nacionales

**Interpretación y análisis.-** De los encuestados al 37% le gustaría permanecer en el complejo turístico 1 día, al 34% le gustaría permanecer menos de 1 día, mientras que el 29% manifiesta que le agradaría permanecer más de 2 días. En base a esta información se puede identificar el tiempo disponible del turista para permanecer en el complejo.

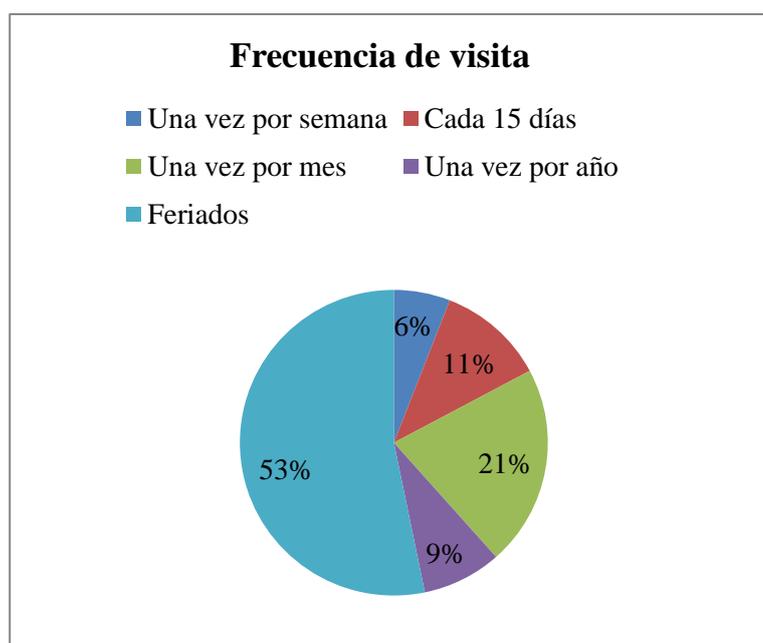
## l) Frecuencia de visita

**Tabla 49.** Frecuencia de visita de turistas nacionales

FRECUENCIA CON LA QUE VISITA COMPLEJOS TURÍSTICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez por semana	22	6%
Cada 15 días	42	11%
Una vez por mes	79	21%
Una vez por año	31	9%
Feriados	198	53%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 12.** Frecuencia de visita de turistas nacionales

**Análisis.-** El 53% de las personas afirman que visitan los complejos turísticos cada feriado, un 21% manifiesta que una vez por mes, el 11% realiza su visita cada 15 días, el 9% afirma que una vez por año, y apenas el 6% que manifiesta realizar su visita una vez por semana. Mediante esta información se puede conocer el futuro mercado a captarse en cuanto a la periodicidad de viajes que realiza el turista.

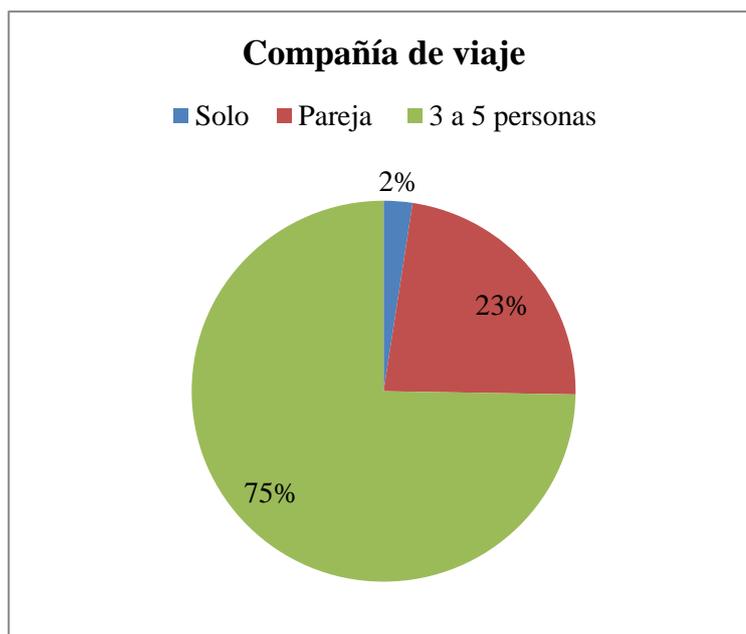
### m) Compañía de viaje

**Tabla 50.** *Compañía de viaje de turistas nacionales*

COMPAÑÍA DE VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo	9	2%
Pareja	85	23%
3 a 5 personas	278	75%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 13.** *Compañía de viaje de turistas nacionales*

**Análisis.-** La mayoría de encuestados realiza su viaje en compañía de 3 a 5 personas siendo este el 75%, el 23% pertenece a las personas que prefieren realizar sus viajes en compañía de su pareja, mientras que el 2% realiza sus viajes solo. Por lo tanto hay que adecuar servicios y actividades que se puedan llevar a cabo en pareja o en grupo.

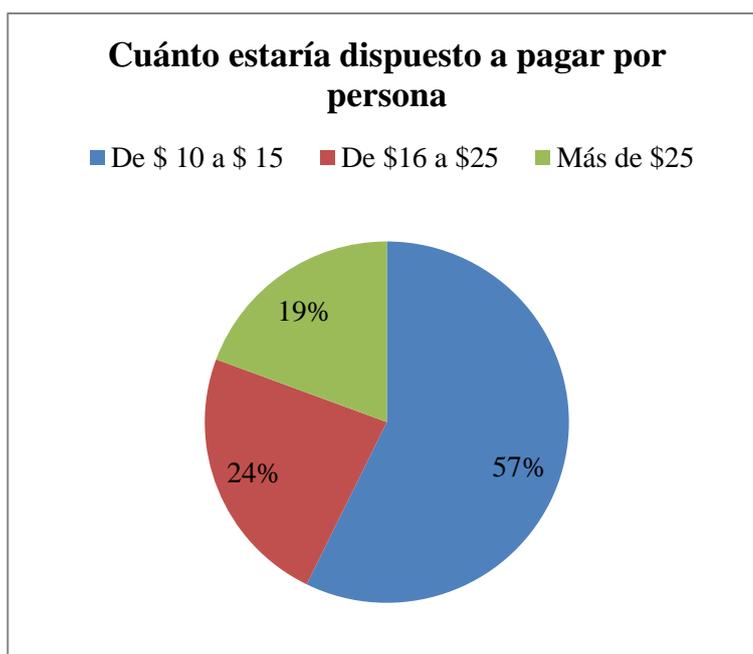
## n) Gasto por persona

**Tabla 51.** Gasto por persona de turistas nacionales

CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$ 10 a \$ 15	213	57%
De \$16 a \$25	87	24%
Más de \$25	72	19%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 14.** Gasto por persona de turistas nacionales

**Interpretación y análisis.-** El 57 % de los encuestados manifiesta que estaría dispuesto a pagar por persona de \$10 a \$15, el 24% afirma que pagaría de \$16 a \$25 , y el 19% pertenece a las personas que estarían dispuestas a pagar más de \$25 por persona. Porcentajes considerables para determinar los precios de servicios y actividades en el complejo vacacional.

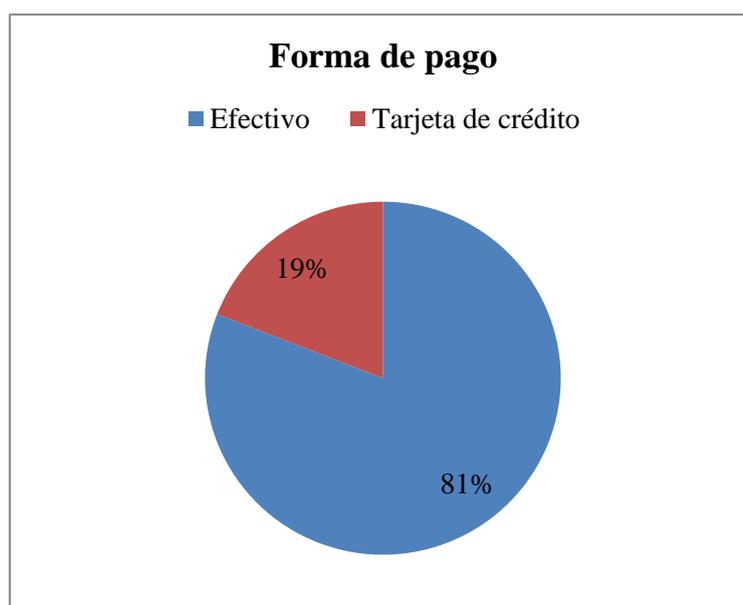
**o) Forma de pago**

**Tabla 52.** *Forma de pago de turistas nacionales*

<b>FORMA DE PAGO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Efectivo	301	81%
Tarjeta de crédito	71	19%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 15.** Forma de pago turistas nacionales

**Interpretación y análisis.-** De los encuestados la mayoría con un 81% al realizar sus viajes utiliza un método de pago en efectivo, mientras que el 19% prefiere realizar sus pagos mediante una tarjeta de crédito. Esta información permite identificar las políticas de cobro que se deben implementar en el complejo vacacional.

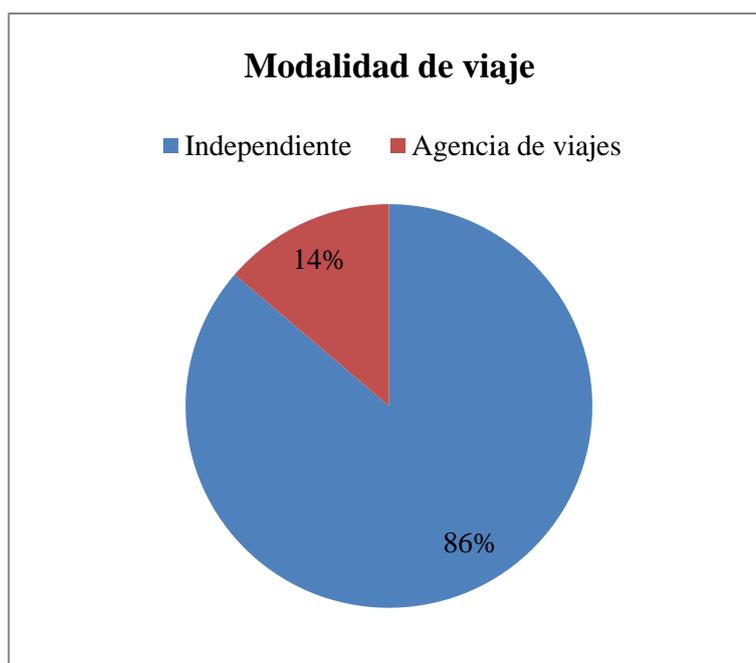
**p) Modalidad de viaje**

**Tabla 53.** *Modalidad de viaje de turistas nacionales*

<b>MODALIDAD DE VIAJE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Independiente	321	86%
Agencia de viajes	51	14%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 16.** *Modalidad de viaje de turistas nacionales*

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de turistas utilizan la modalidad de viaje de manera independiente con un 86%, mientras que el 14% realiza sus viajes por medio de agencias de viajes. Porcentajes relevantes que permiten identificar el tipo de estrategia y canales de comercialización para atraer al turista.

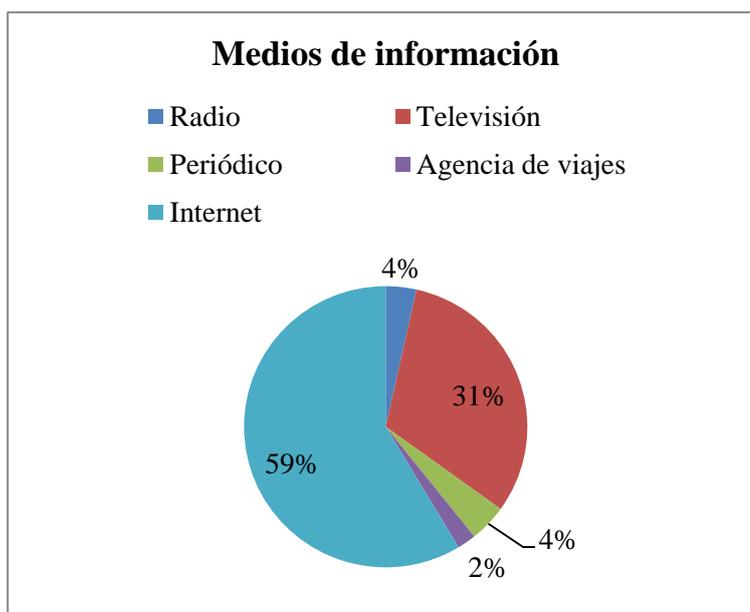
### q) Medios de información

**Tabla 54.** Medios de información preferidos por turistas nacionales

MEDIOS DE INFORMACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	13	4%
Televisión	117	31%
Periódico	16	4%
Agencia de viajes	8	2%
Internet	218	59%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 17.** Medios de información preferidos por turistas nacionales

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de los encuestados con un 59% se informa de ofertas turísticas por medio del internet principalmente por redes sociales, el 31% se informa por medio de la televisión, los turistas que se informan por medio de periódicos pertenece al 4%, al igual que el 4% de los turistas que se informan por medio de la radio, y con el 2% están los turistas que se informan por medio de agencia de viajes. De acuerdo a estos porcentajes se determinará los diferentes medios de comunicación que prefieren los turistas para informarse acerca de lugares turísticos.

## 2) Perfil del turista nacional

El turista que visita el cantón Pallatanga, del segmento de mercado nacional, tiene una afluencia proporcionada entre hombres (45%) y mujeres (55%). La mayoría de los encuestados (51%) tienen edades de 26 a 35 años, provienen de la ciudad de Guayaquil (17%). Con un nivel de educación universitaria en su mayoría (52%), En cuánto a la ocupación trabajan (64%) a su vez poseen un ingreso mensual de 541 a 740 dólares (54%). La mayoría manifiesta que está de acuerdo que se implemente un complejo turístico en el cantón Pallatanga (94%).

Los turistas desearían realizar actividades como cabalgata (40%) y participar en pesca deportiva (28%), desean que el complejo pueda brindar servicios turísticos principalmente de alimentación (28%), piscinas (26%), y hospedaje (20%), preferentemente les gustaría degustar gastronomía nacional 45%. A su vez les gustaría permanecer en el complejo turístico 1 día (37%), la frecuencia con la que viajan es preferente en feriados (53%), el viaje lo realizan en compañía de 3 a 5 personas (75%), la disponibilidad de pago por los servicios turísticos brindados es de \$10 a \$15 por persona (57%), la mayoría de turistas realizan su pago en efectivo (81%), y prefieren realizar su viaje de manera independiente (86%), los medios de información que utilizó la mayoría (59%) de los encuestados fue por medio de internet principalmente por redes sociales.

**Tabla 55.** Resumen del perfil del turista nacional

<b>Género</b>	<b>Masculino (45%)</b>
	Femenino (55%)
<b>Edad</b>	De 26 a 35 años (51%)
<b>Procedencia</b>	Guayaquil (17%)
<b>Nivel de educación</b>	Superior (52%)
<b>Ocupación</b>	Trabaja (64%)
<b>Ingreso mensual</b>	De \$541 a \$740 (54%)
<b>Aceptación para la Implementación del complejo turístico</b>	SI (94%)
<b>Actividades turísticas</b>	Cabalgata (40%)
	Pesca deportiva (28%)
<b>Servicios turísticos</b>	Alimentación (28%)
	Piscinas (26%)
	Hospedaje (20%)

<b>Gastronomía</b>	Nacional (45%)
<b>Tiempo de permanencia en el complejo turístico</b>	1 día (37%)
<b>Frecuencia de viaje</b>	En feriados (53%)
<b>Compañía de viaje</b>	De 3 a 5 personas (75%)
<b>Disponibilidad de pago por persona</b>	\$10 a \$15 por persona (57%)
<b>Forma de pago</b>	Efectivo (81%)
<b>Modalidad de viaje</b>	Manera independiente (86%)
<b>Medios de información</b>	Internet (59%)

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### 3) Turistas extranjeros

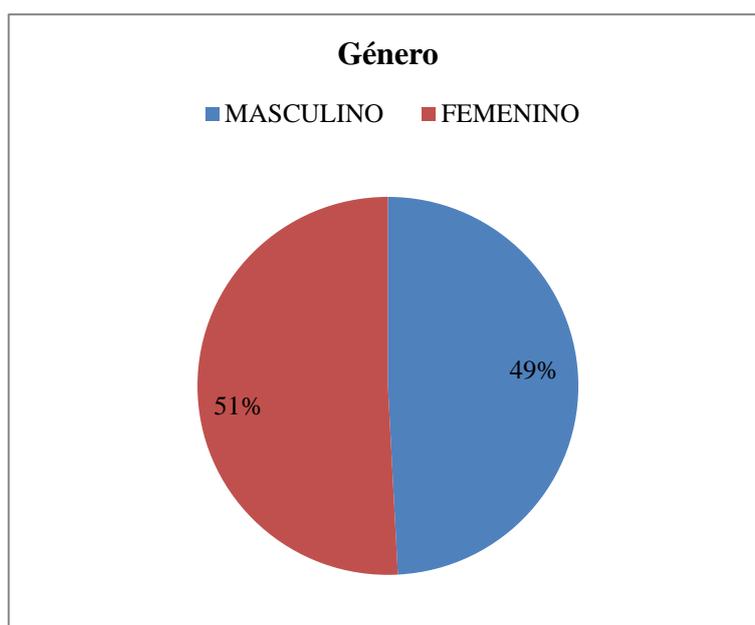
#### a) Género

**Tabla 56.** *Género de turistas extranjeros*

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	118	49%
FEMENINO	122	51%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 18.** Género de turistas extranjeros

**Interpretación y análisis.-** Del total de encuestados el 51% son de género femenino y en un porcentaje proporcional está el género masculino con 49%. Esta información permite identificar que el margen es mínimo, no existe distinción de género, valores a considerarse al momento de la prestación de servicios y actividades turísticas.

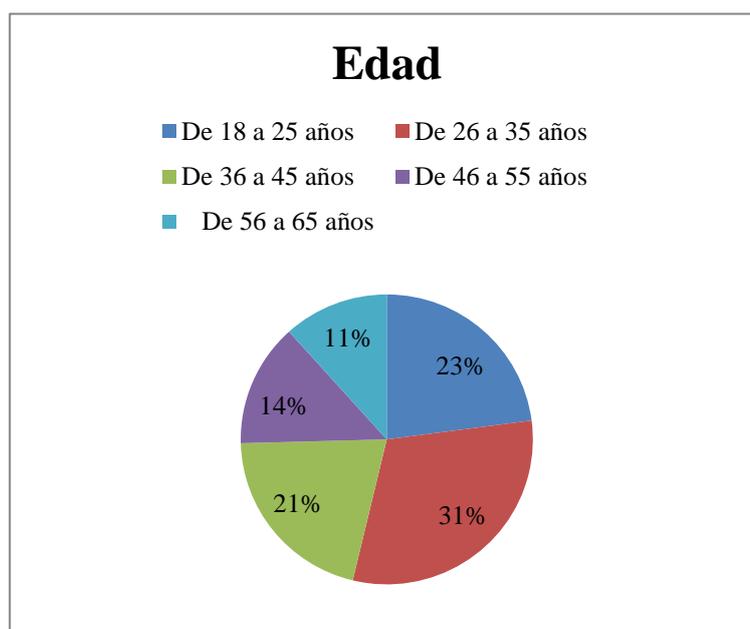
## b) Edad

**Tabla 57.** *Edad de turistas extranjeros*

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 18 a 25 años	55	23%
De 26 a 35 años	74	31%
De 36 a 45 años	50	21%
De 46 a 55 años	33	14%
De 56 a 65 años	28	11%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 19.** *Edad de turistas extranjeros*

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de los encuestados son de 26 a 35 años con un 31%, le sigue con un 23% el rango de 18 a 25 años, después tenemos con un 21% el rango de turistas que tienen de 36 a 46 años, le sigue con un 14% turistas que tiene de 46 a 55 años y por último con el 11% se encuentran los turistas de 56 a 65 años. Porcentajes que permiten identificar las preferencias de los turistas al momento de visitar un sitio turístico.

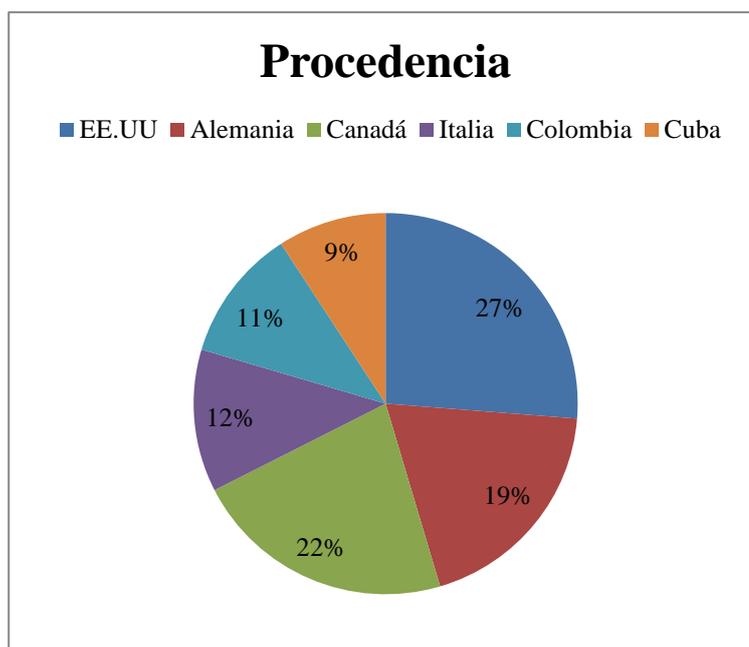
### c) Procedencia

**Tabla 58.** *Procedencia de turistas extranjeros*

PROCEDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EE.UU	63	27%
Alemania	46	19%
Canadá	53	22%
Italia	29	12%
Colombia	27	11%
Cuba	22	9%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 20.** *Procedencia de turistas extranjeros*

**Interpretación y análisis.-** Del total de los encuestados extranjeros la mayoría con 27% proviene de EE.UU, le sigue con un 22% los turistas provenientes de Canadá, el 19% pertenece a los turistas de Alemania, el 12% de los encuestados son italianos, el 11% son turistas colombianos y con el 9% están los turistas cubanos. Esta información permite conocer los países con menor porcentaje a la vez hacer énfasis en captar este nicho de mercado.

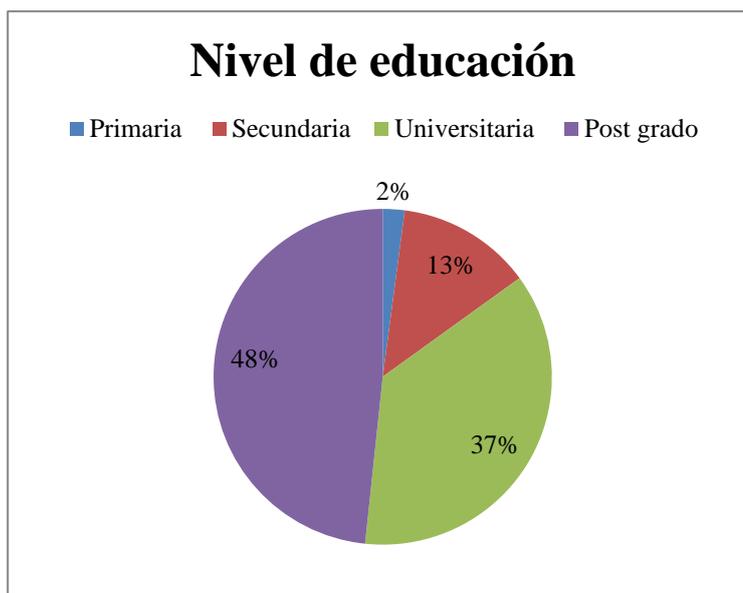
#### d) Nivel de educación

**Tabla 59.** Nivel de educación de turistas extranjeros

NIVEL DE EDUCACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	-	-
Primaria	5	2%
Secundaria	31	13%
Universitaria	88	37%
Post grado	116	48%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 21.** Nivel de educación de turistas extranjeros

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de los encuestados tienen un nivel de educación en post grado 48%, los turistas con nivel universitario están con el 37%, y en minoría están los turistas con nivel secundario 13% y con un porcentaje minoritario del 2% están los turistas con nivel de educación primaria. Es decir que los paquetes que se van a ofertar dentro del complejo deben ser apropiadamente estructurados.

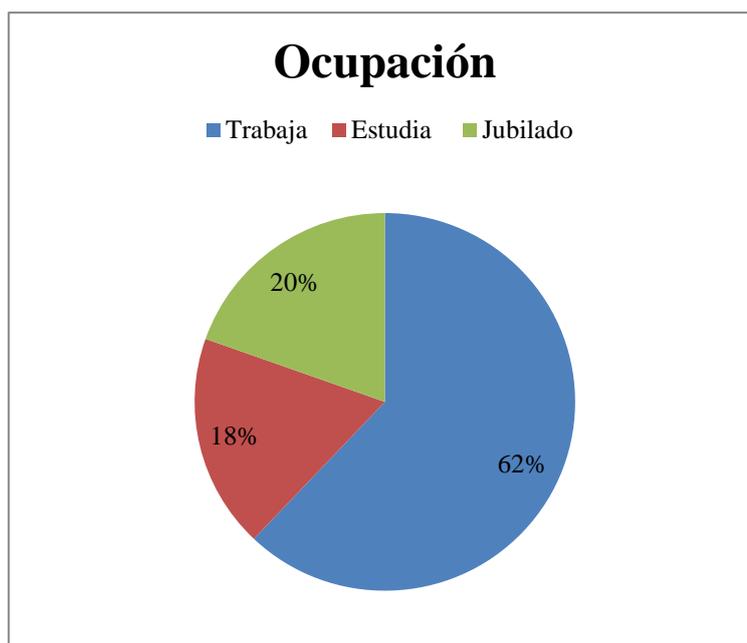
### e) Ocupación

**Tabla 60.** *Ocupación de turistas extranjeros*

OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trabaja	149	62%
Estudia	44	18%
Jubilado	47	20%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 22.** *Ocupación de turistas extranjeros*

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de los encuestados con el 62% trabajan, mientras que el 20% de turistas son jubilados y apenas el 18% estudian. Información que permite identificar qué intereses tienen acerca de actividades y servicios turísticos.

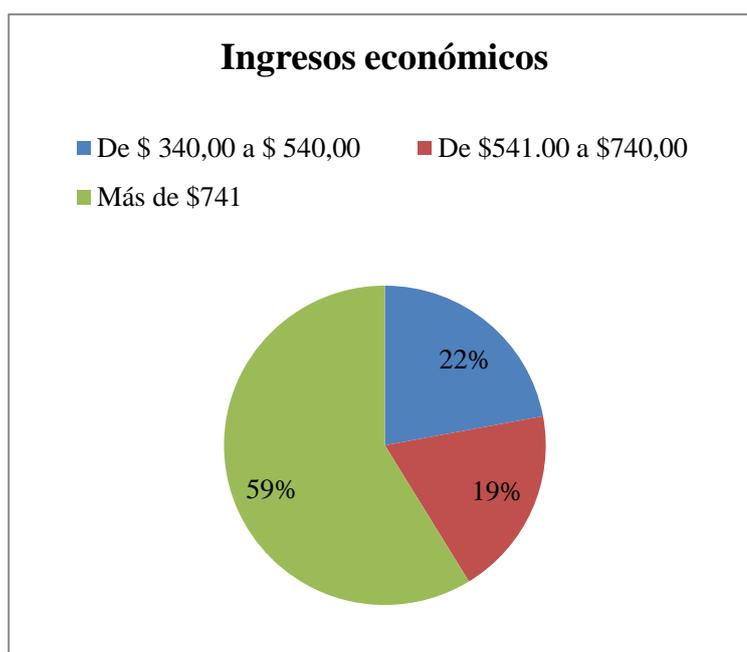
## f) Ingresos económicos

**Tabla 61.** *Ingresos económicos de turistas extranjeros*

INGRESOS ECONÓMICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$ 340,00 a \$ 540,00	53	22%
De \$541.00 a \$740,00	46	19%
Más de \$741	141	59%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 23.** Ocupación de turistas extranjeros

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de los encuestados con un 59% tiene un ingreso económico de más de 741 dólares, los turistas con un ingreso económico de 340 a 540 dólares representan el 22%, mientras que el 19% representa a los que tienen un ingreso de 541 a 740 dólares. Datos que sirven como base al momento de estructurar la tarifa.

**g) Le gustaría que se implemente un complejo vacacional en el Cantón Pallatanga**

**Tabla 62.** *Aceptación del proyecto por turistas extranjeros*

LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTE UN COMPLEJO TURÍSTICO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	221	92%
NO	19	8%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 24.** Aceptación del proyecto por turistas extranjeros

**Interpretación y análisis.-** El 92% de los encuestados manifiesta que si está de acuerdo con la implementación de un complejo turístico en el cantón Pallatanga mientras que con una minoría del 8% no está de acuerdo. Valor relevante que permite conocer el número de turistas que estarían dispuestos a visitar el complejo vacacional.

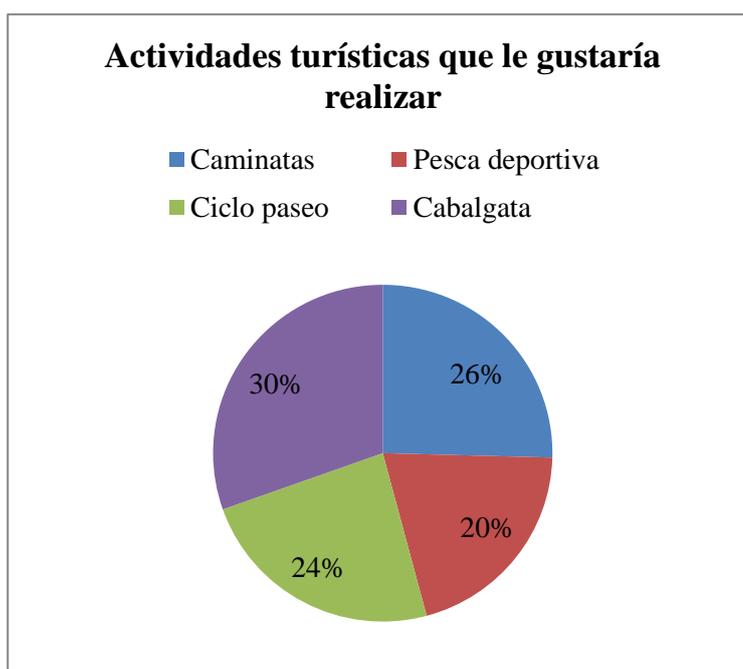
## h) Actividades turísticas

**Tabla 63.** Actividades turísticas preferidas por turistas extranjeros

ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE LE GUSTARÍA REALIZAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caminatas	61	26%
Pesca deportiva	49	20%
Ciclo paseo	57	24%
Cabalgata	73	30%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 25.** Actividades turísticas preferidas por turistas extranjeros

**Interpretación y análisis.-** De los encuestados el 30% manifestó que le gustaría realizar cabalgata, el 26% prefiere realizar caminatas, con un 24% están los turistas que les gustaría realizar ciclo paseo, mientras que el 20% manifestó que prefiere realizar pesca deportiva. Esta información permite identificar las actividades preferidas por los turistas las mismas que se implementarán en el complejo vacacional.

### i) Servicios turísticos

**Tabla 64.** *Servicios turísticos preferidos por turistas extranjeros*

SERVICIOS TURÍSTICOS QUE LE GUSTARÍA QUE BRINDE EL COMPLEJO TURÍSTICO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	65	27%
Hospedaje	57	24%
Piscinas	49	20%
Canchas múltiples	35	15%
Juegos infantiles	34	14%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 26.** *Servicios turísticos preferidos por turistas extranjeros*

**Interpretación y análisis.-** El 27% de los encuestados afirman que es indispensable que se brinde el servicio de alimentación, un 24% manifiestan que sería prioritario se brinde hospedaje, el 20% de los encuestados prefieren que se brinde servicio de piscinas, un 15% prefiere la creación de canchas múltiples y un 14% juegos infantiles interactivos. Servicios a considerarse al momento de implementar el complejo vacacional.

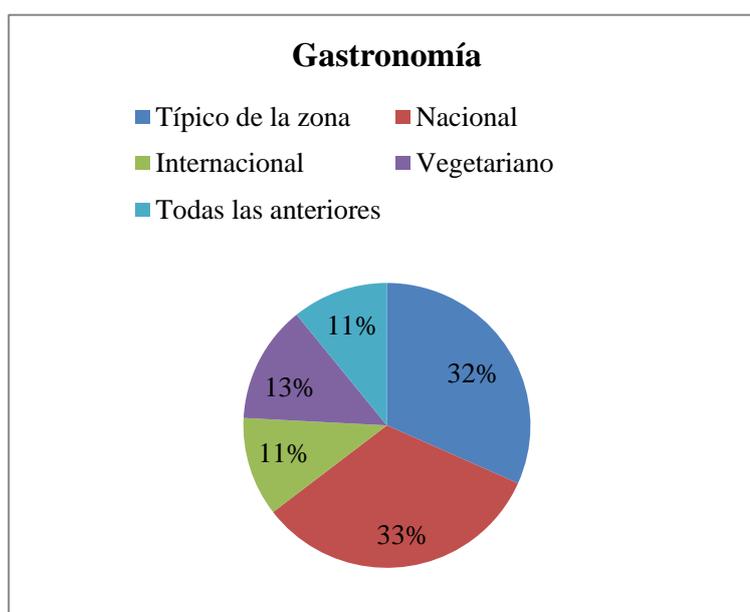
## j) Tipo de gastronomía

**Tabla 65.** Tipo de gastronomía preferida por turistas extranjeros

GASTRONOMÍA QUE LE GUSTARÍA QUE SE OFREZCA EN EL COMPLEJO VACACIONAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Típico de la zona	76	32%
Nacional	79	33%
Internacional	27	11%
Vegetariano	32	13%
Todas las anteriores	26	11%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 27.** Tipo de gastronomía preferida por turistas extranjeros

**Interpretación y análisis.-** El 33% de los encuestados prefiere deleitarse con gastronomía nacional, mientras que un 32% prefiere la comida típica de la zona, el 13% prefiere la comida vegetariana, el 11% de los encuestados prefiere la comida internacional, al igual que los encuestados que prefirieron todas las anteriores 11%. Esta información permite conocer el tipo de gastronomía que se debe ofertar en el área de alimentación.

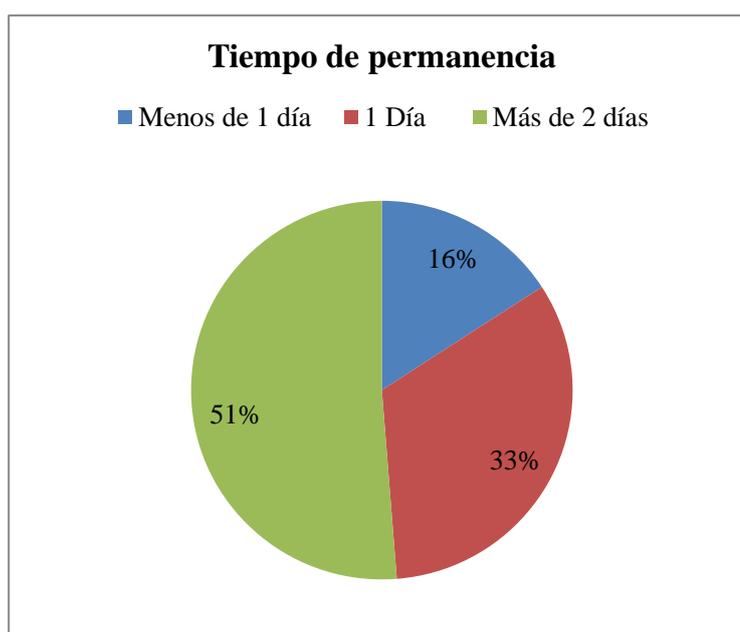
### k) Permanencia en el complejo vacacional

**Tabla 66.** *Tiempo de permanencia por turistas extranjeros*

TIEMPO DE PERMANENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 1 día	38	16%
1 Día	79	33%
Más de 2 días	123	51%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 28.** *Tiempo de permanencia de turistas extranjeros*

**Interpretación y análisis.-** De los encuestados al 51% le gustaría permanecer en el complejo turístico más de 2 días, al 33% le gustaría permanecer 1 día, mientras que el 16% manifiesta que le agradaría permanecer menos de un día. Por lo cual se estructurará paquetes que prolonguen su permanencia

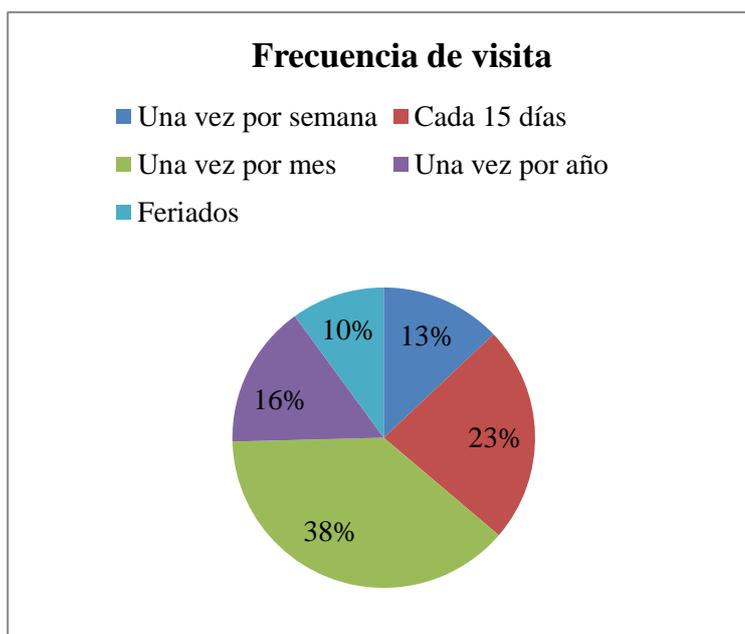
## l) Frecuencia de visita

**Tabla 67.** Frecuencia de visita de turistas extranjeros

FRECUENCIA CON LA QUE VISITA COMPLEJOS TURÍSTICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez por semana	31	13%
Cada 15 días	56	23%
Una vez por mes	92	38%
Una vez por año	37	16%
Feriados	24	10%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 29.** Frecuencia de visita de los turistas extranjeros

**Interpretación y análisis.-** El 38% de las personas afirman que visitan los complejos turísticos una vez por mes, un 23% manifiesta que cada 15 días, el 16% realiza su visita una vez por año, el 13% afirma que una vez por semana, por último tenemos al 10% que manifiesta realizar su visita cada feriado. Mediante esta información se puede conocer la periodicidad en la que prefieren viajar los turistas.

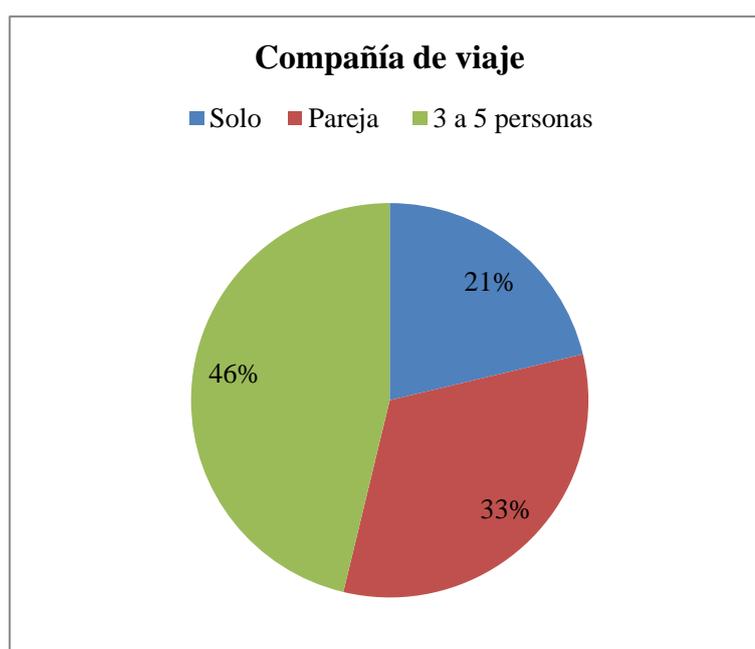
### m) Compañía de viaje

**Tabla 68.** *Compañía de viaje de turistas extranjeros*

COMPAÑÍA DE VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo	51	21%
Pareja	78	33%
3 a 5 personas	111	46%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 30.** *Compañía de viaje de turistas extranjeros*

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de encuestados realiza su viaje en compañía de 3 a 5 personas siendo este el 46%, el 33% pertenece a las personas que prefieren realizar sus viajes en compañía de su pareja, mientras que el 21% de los turistas realiza sus viajes solo. Es decir se debe considerar actividades y servicios para llevarse a cabo en pareja o en grupo.

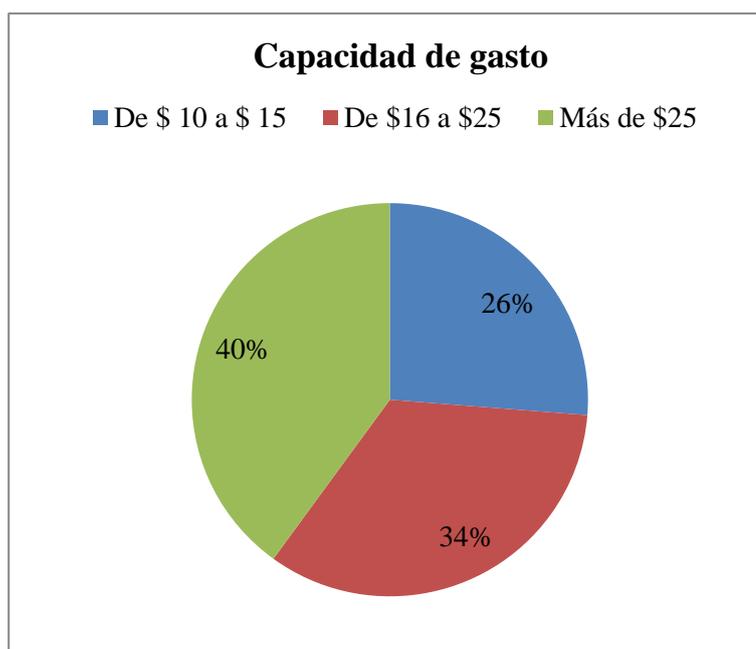
## n) Capacidad de gasto

**Tabla 69.** Capacidad de gasto de turistas extranjeros

CAPACIDAD DE GASTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$ 10 a \$ 15	63	26%
De \$16 a \$25	81	34%
Más de \$25	96	40%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 31.** Capacidad de gasto de los turistas extranjeros

**Interpretación y análisis.-** El 40 % de los encuestados manifiesta que estaría dispuesto a pagar por persona más de \$25, el 34% afirma que pagaría de 16\$ a 25\$, y el 26% pertenece a las personas que estarían dispuestas a pagar de \$10 a \$15 por persona. Porcentajes relevantes para determinar los precios de actividades y servicios turísticos que prestará el complejo vacacional.

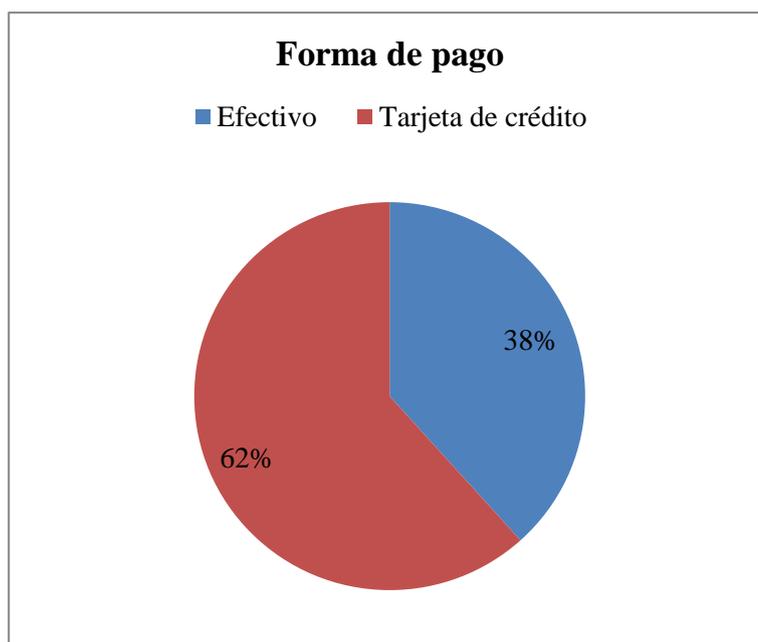
**o) Forma de pago**

**Tabla 70.** *Forma de pago de turistas extranjeros*

<b>FORMA DE PAGO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Efectivo	92	38%
Tarjeta de crédito	148	62%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 32.** *Forma de pago de turistas extranjeros*

**Interpretación y análisis.-** El 62% de los encuestados al realizar sus viajes utiliza el método de pago mediante su tarjeta de crédito, mientras que el 38% prefiere realizar sus pagos en efectivo. Porcentajes que permite identificar las políticas de cobro que se deben implementar para el pago de los servicios y actividades turísticas.

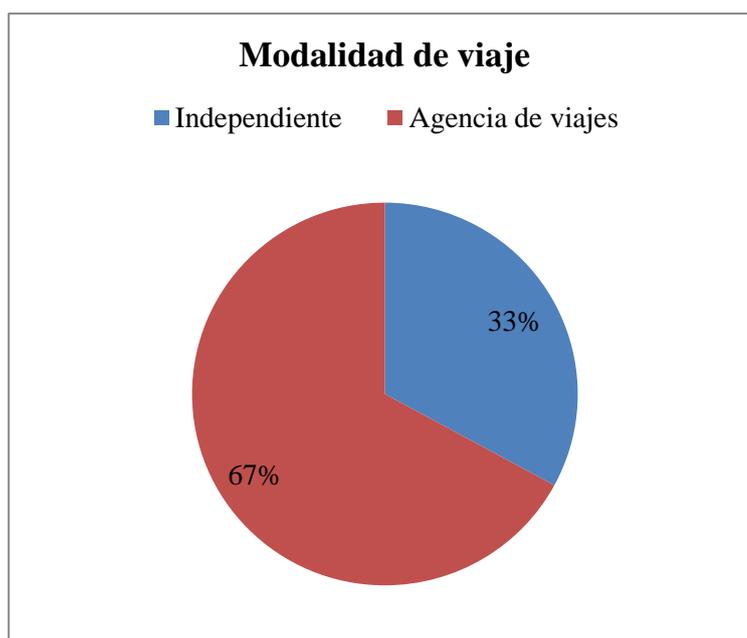
p) **Modalidad de viaje**

**Tabla 71.** *Modalidad de viaje de turistas extranjeros*

<b>MODALIDAD DE VIAJE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Independiente	79	33%
Agencia de viajes	161	67%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 33.** *Modalidad de viaje de turistas extranjeros*

**Interpretación y análisis.-** El 67% de los turistas extranjeros realiza sus viajes por medio de agencias de viajes mientras que el 33% realiza sus viajes de manera independiente. Esta información permite identificar el tipo de estrategia y los canales de comercialización a usar para atraer al turista.

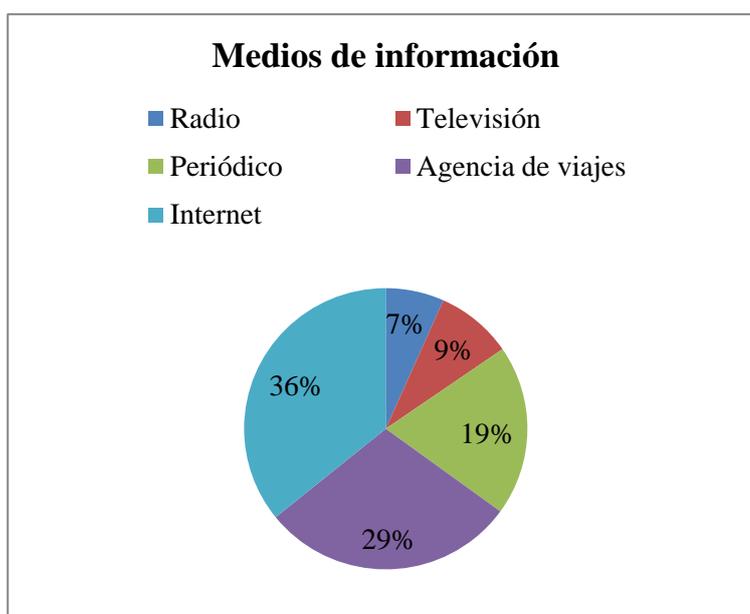
### q) Medios de información

**Tabla 72.** Medios de información preferidos por turistas extranjeros

MEDIOS DE INFORMACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	16	7%
Televisión	21	9%
Periódico	47	19%
Agencia de viajes	70	29%
Internet	86	36%
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría



**Figura 34.** Medios de información preferidos por turistas extranjeros

**Interpretación y análisis.-** La mayoría de los encuestados con un 36% se informa de ofertas turísticas por medio del internet, el 29% se informa por medio de agencias de viajes, el 19% de los turistas se informan por medio del periódico, el 9% por medio de la televisión y el 7% por medio de la radio. Esta información permite establecer los diferentes medios de comunicación que utilizan los turistas para conocer acerca de sitios turísticos.

#### 4) Perfil del turista extranjero

El turista extranjero que visita el cantón Pallatanga, del segmento de mercado internacional, tiene una afluencia proporcionada entre mujeres (51%) y hombres (49%). La mayoría de los encuestados (31%) tienen edades de 26 a 35 años, en su mayoría provienen de países como Estados Unidos (27%), y de Canadá (22%). Poseen un nivel de educación en post grado (48%), En cuánto a la ocupación la mayoría trabaja (62%), tienen un ingreso mensual de más de 741 dólares (59%). La mayoría expone que si está de acuerdo que se implemente un complejo turístico en el cantón Pallatanga (92%).

Los turistas desearían realizar actividades como cabalgata (30%) y realizar caminatas (26%), les agradaría que el complejo brinde servicios turísticos principalmente de alimentación (27%), y hospedaje (24%), prefieren degustar de comida nacional (33%) y comida típica de la zona (32%), a su vez les gustaría mantenerse en el complejo turístico más de 2 días (51%).

La frecuencia con la que visitan complejos turísticos es una vez por mes (38%), el viaje lo realizan en compañía de 3 a 5 personas (46%), están dispuestos a pagar por los servicios turísticos brindados más de \$25 por persona (40%), la mayoría extranjeros realizan su pago por medio de tarjeta de crédito (62%), y realizan sus viajes mediante una agencia de viajes (67%), los principales medios de información que utilizan es el internet (36%) principalmente usan redes sociales.

**Tabla 73.** Resumen del perfil del turista extranjero

Género	<b>Femenino (51%)</b>
	Masculino (49%)
Edad	De 26 a 35 años (31%)
Procedencia	EE.UU (27%)
	Canadá (22%)
Nivel de educación	Post grado (48%)
Ocupación	Trabajan (62%)
Ingreso mensual	Más de \$741 (59%)
Aceptación para la Implementación del complejo turístico	SI (92%)
Actividades turísticas	Cabalgata (30%)

	Caminata (26%)
Servicios turísticos	Alimentación (27%)
	Hospedaje (24%)
Gastronomía	Nacional (33%)
	Típica de la zona (32%)
Tiempo de permanencia en el complejo turístico	Más de 2 días (51%)
Frecuencia de viaje	Una vez por mes (38%)
Compañía de viaje	De 3 a 5 personas (46%)
Disponibilidad de pago por persona	Más de \$25 por persona (40%)
Forma de pago	Tarjeta de crédito (62%)
Modalidad de viaje	Mediante agencia de viajes (67%)
Medios de información	Internet (36%)

**Fuente:** Investigación de campo, 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## **f. Proyección de la demanda potencial**

### **1) Proyección de la demanda potencial de los turistas nacionales**

El 94% de los turistas nacionales desea que el cantón Pallatanga se implemente un complejo vacacional con servicios de hospedaje, alimentación y recreación.

$$12.160 * 94\% = 11.430 \text{ potenciales consumidores}$$

Se utilizó la fórmula del incremento compuesto para obtener la proyección de la demanda, donde el índice promedio del crecimiento turístico de los últimos 5 años es del 7% según datos oficiales del Ministerio de Turismo.

En base a estos datos y el uso de la fórmula se proyectó la demanda futura para los próximos 5 años.

**Fórmula:**

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

**Dónde:****Tabla 74.** *Elementos de la fórmula del incremento compuesto*

C <sub>n</sub>	Años a proyectarse (2015 – 2020)
C <sub>o</sub>	Demanda actual (11.430 clientes)
I	Tasa media anual de crecimiento (7%) (MINTUR, 2015)
N	Número de años que va a proyectar la población (1-5)

**Elaborado por:** Ivette Echeverría**Tabla 75.** *Proyección de la demanda potencial nacional para los próximos 5 años*

Año	Proyección de la demanda Turistas nacionales
2015 (0)	11.430
2016 (1)	12.230
2017 (2)	13.086
2018 (3)	14.002
2019 (4)	14.982
2020 (5)	16.031

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas nacionales**Elaborado por:** Ivette Echeverría**2) Proyección de la demanda potencial de los turistas extranjeros**

El 92% de los turistas extranjeros desea que en el cantón Pallatanga se implemente un complejo vacacional con servicios de hospedaje, alimentación y recreación.

$$640 * 92\% = 589 \text{ potenciales consumidores}$$

Se utilizó la fórmula del incremento compuesto para obtener la proyección de la demanda, donde el índice promedio del crecimiento turístico de los últimos 5 años es del 7% según datos oficiales del Ministerio de Turismo.

En base a estos datos y el uso de la fórmula se proyectó la demanda futura para los próximos 5 años.

**Fórmula:**

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

**Dónde:**

**Tabla 76.** *Elementos de la fórmula del incremento compuesto*

C <sub>n</sub>	Años a proyectarse (2015 – 2020)
C <sub>o</sub>	Demanda actual (589 clientes)
I	Tasa media anual de crecimiento (7%) (MINTUR, 2015)
N	Número de años que va a proyectar la población (1-5)

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Tabla 77.** *Proyección de la demanda potencial nacional para los próximos 5 años*

Año	Proyección de la demanda Turistas extranjeros
2015 (0)	589
2016 (1)	630
2017 (2)	674
2018 (3)	722
2019 (4)	772
2020 (5)	826

**Fuente:** Encuestas aplicadas a turistas nacionales

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### **3. Confrontación oferta – demanda**

#### **a. Proyección de la demanda insatisfecha**

Para la proyección de la demanda insatisfecha se tomó en cuenta la demanda potencial de turistas nacionales y extranjeros menos la captación de la oferta existente.

**Tabla 78.** *Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2015(0)	12.019	3.100	8.919
2016 (1)	12.861	3.317	9.544
2017 (2)	13.761	3.549	10.212
2018 (3)	14.724	3.798	10.926
2019 (4)	15.754	4.063	11.691
2020 (5)	16.857	4.348	12.509

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### **b. Proyección de la demanda objetivo**

Para la proyección de la demanda objetivo se pretende captar el 15% de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.

**Tabla 79.** *Proyección de la demanda objetivo para los próximos 5 años*

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda objetivo 15%</b>
2015(0)	8.919	1.338
2016 (1)	9.544	1.432
2017 (2)	10.212	1.532
2018 (3)	10.926	1.639
2019 (4)	11.691	1.754
2020 (5)	12.509	1.876

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## B. ESTUDIO TÉCNICO

### 1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

#### a. Localización del proyecto

##### 1) Macro localización

El presente proyecto se realizará en:

**País:** Ecuador **Provincia:** Chimborazo **Cantón:** Pallatanga **Parroquia:** La Matriz

##### 2) Micro localización

El complejo vacacional estará ubicado en el Barrio La Morera a 10 minutos del centro del cantón Pallatanga vía a la comunidad Las Palmas.

#### b. Tamaño de la empresa

##### 1) Número de clientes proyectados

Para determinar el tamaño de la empresa se basó en la demanda objetivo, la misma que se calculó con el 15% de la demanda insatisfecha, el cálculo se hizo para los próximos 5 años obteniendo datos semestrales, trimestrales, mensuales, quincenales y diarios.

**Tabla 80.** *Número de clientes proyectados*

Años	Anual	Semestral	Trimestral	Mensual	Quincenal	Diario
2015 (0)	1.338	669	335	112	56	4
2016 (1)	1.432	716	358	119	60	4
2017 (2)	1.532	766	383	128	64	4
2018 (3)	1.639	820	410	137	68	5
2019 (4)	1.754	877	439	146	73	5
2020 (5)	1.876	938	469	156	78	5

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

El número de clientes proyectados nos da un total de 4 clientes diarios para el año 2016, y según la proyección se espera tener un incremento de 5 clientes diarios para el año 2020.

## 2) Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

### a) Preferencia de servicios turísticos por la demanda nacional

**Tabla 81.** *Preferencia de servicios turísticos por la demanda nacional*

Año	Demanda objetivo nacional 95%	Alimentación 28%	Hospedaje 20%	Piscina 26%	Cancha de uso múltiple 15%	Juegos infantiles 11%
2015 (0)	1271	356	254	330	191	140
2016 (1)	1360	381	272	354	204	150
2017 (2)	1455	408	291	378	218	160
2018 (3)	1557	436	311	405	234	171
2019 (4)	1666	467	333	433	250	183
2020 (5)	1782	499	356	463	267	196

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

En la tabla 81 de la preferencia de los servicios turísticos la demanda nacional prefieren en mayor porcentaje el servicio de alimentación, esto indica que para el primer año se tendría 381 posibles clientes y posteriormente en el año cinco 499 clientes.

### b) Preferencia de servicios turísticos por la demanda extranjera

**Tabla 82.** *Preferencia de servicios turísticos por la demanda extranjera*

Año	Demanda objetivo extranjera 5%	Alimentación 27%	Hospedaje 24%	Piscina 20%	Cancha de uso múltiple 15%	Juegos infantiles 14%
2015 (0)	67	18	16	13	10	9
2016 (1)	72	19	17	14	11	10
2017 (2)	77	21	18	15	11	11
2018 (3)	82	22	20	16	12	11
2019 (4)	88	24	21	18	13	12
2020 (5)	94	25	23	19	14	13

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

En la tabla 82 de la preferencia de los servicios turísticos la demanda extranjera prefieren en mayor porcentaje el servicio de alimentación, esto indica que para el primer año se tendría 19 posibles clientes y posteriormente en el año cinco 25 clientes.

### c) Preferencia de actividades por la demanda nacional

**Tabla 83.** *Preferencia de actividades turísticas por la demanda nacional*

Año	Demanda objetivo nacional 95%	Caminata 14%	Pesca deportiva 28 %	Ciclo paseo 18%	Cabalgata 40%
2015 (0)	1271	178	356	229	508
2016 (1)	1360	190	381	245	544
2017 (2)	1455	204	408	262	582
2018 (3)	1557	218	436	280	623
2019 (4)	1666	233	467	300	667
2020 (5)	1782	250	499	321	713

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

En la tabla 83 de la preferencia de las actividades turísticas la demanda nacional prefieren en mayor porcentaje realizar actividades de cabalgata, esto indica que para el primer año se tendría 508 posibles clientes y posteriormente en el año cinco 713 clientes.

### d) Preferencia de actividades por la demanda extranjera

**Tabla 84.** *Preferencia de actividades turísticas por la demanda extranjera*

Año	Demanda objetivo extranjera 5%	Caminata 26%	Pesca deportiva 20%	Ciclo paseo 24%	Cabalgata 30%
2015 (0)	67	17	13	16	20
2016 (1)	72	19	14	17	21
2017 (2)	77	20	15	18	23
2018 (3)	82	21	16	20	25
2019 (4)	88	23	18	21	26
2020 (5)	94	24	19	23	28

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

En la tabla 84 de la preferencia de las actividades turísticas la demanda extranjera prefieren en mayor porcentaje realizar actividades de cabalgata, esto indica que para el primer año se tendría 20 posibles clientes y posteriormente en el año cinco 28 clientes.

### **3) Tipología de construcción**

La construcción y las áreas del complejo vacacional tendrán las siguientes características:

El medio físico al estar en contacto con la naturaleza poseerá un estilo tradicional que transmita armonía con la naturaleza la misma que permitirá el descanso y la recreación de los visitantes.

Las instalaciones tendrán un estilo arquitectónico alternativo- mixto que busca optimizar los recursos naturales, éste a su vez implica el uso de múltiples materiales diferentes como, piedra, madera (de la zona), hierro, techo de teja.

Se hará uso de materiales como cemento, cerámica y ladrillo en la construcción de baños, duchas, cocina y lavandería con el fin de que no se presenten filtraciones de agua.

### **4) Distribución de áreas**

#### **a) Área de administración y recepción**

##### **i. Propósito**

Dar atención e información clara y verídica a los clientes, con un trato amable y profesional.

##### **ii. Descripción**

El área mide 72.40 m<sup>2</sup> cuenta con una sala y un baño, equipados con menaje y mobiliario necesario para el confort del visitante.

## b) Área de alimentación

### i. Propósito

Brindar un servicio de calidad consumiendo alimentos propios de la zona, cumpliendo con los mejores estándares de calidad en la preparación de cada platillo, rescatando sabores y recetas tradicionales.

### ii. Descripción

El área de alimentación mide 84 m<sup>2</sup> y contará con los siguientes espacios:

- **Cocina:** El restaurante cuenta con un área específica para la preparación de los alimentos, contará con el equipo y menaje necesario para la preparación de cada plato.

La construcción es de cemento, el piso y los mesones son de cerámica, los muebles de cocina son de madera, y tiene un espacio pequeño como bodega.

- **Comedor:** El comedor tiene una capacidad para 48 personas y su estructura es de cemento y el piso de cerámica, con una pequeña barra de madera.

- **Baños:** Existen dos para hombres y dos para mujeres la construcción es de cemento y el piso de cerámica, además cuenta con menaje como: 1 lavabo, espejo, distribuidor de jabón líquido y toallas de papel.

## c) Área de alojamiento

### i. Propósito

Brindar un servicio de calidad en cómodas instalaciones adecuadas para el confort y descanso, para los visitantes del complejo vacacional en combinación de un equipo seleccionado de trabajo que atienda a los requerimientos de propios y extraños con la finalidad de que se sientan en un ambiente familiar.

## ii. Descripción

El área de alojamiento se caracterizará por cabañas de hospedaje con una con una capacidad para 15 personas, distribuidas de la siguiente manera:

- 2 cabañas simples con 46 m<sup>2</sup> cada una
- 2 cabañas dobles con 56 m<sup>2</sup> cada una
- 3 cabañas triples con 70 m<sup>2</sup> cada una

La construcción de las cabañas es de ladrillo visto con techo de teja y retoques de madera, el baño de cerámica. Cada cabaña cuenta con el menaje y mobiliario adecuado para ofrecer un servicio eficiente y de calidad.

## d) Área de recreación

### i. Propósito

Contar con espacios amplios para interactuar con la naturaleza con adecuada infraestructura al aire libre, en donde las personas disfruten de zonas amplias verdes, juegos infantiles y diferentes actividades con la finalidad de que puedan divertirse, entretenerse y recrearse, individualmente, en compañía de familia o amigos.

### ii. Descripción

El área de recreación contará con los siguientes espacios:

- **Piscina:** Consta de una piscina amplia de 147 m<sup>2</sup> con poca profundidad apta para que puedan utilizarla niños y adultos, cuenta con vestidores y duchas hechos de cemento con techo de teja, también cuenta con dos glorietas hechas de madera para el descanso de los visitantes.
- **Cancha deportiva:** Mide 530 m<sup>2</sup> y está destinada para que puedan jugar distintas disciplinas como indor, básquet y voleibol.

- **Pesca deportiva:** La actividad se realizará en una piscina artificial de 320 m<sup>2</sup>, una bodega para guardar instrumentos utilizados en la pesca (caña de pescar, anzuelo, carnadas, etc). la especie que se tendrá en las piscinas es la tilapia.

A su vez la tilapia que el visitante pesque se la podrá preparar.

- **Cabalgata:** Cuenta con una caballeriza, un área de 200,86 m<sup>2</sup> donde pueden disfrutar del paseo a caballo con vigilancia, área de lavado y secado, bodega para guardar los implementos para la cabalgata y alimentos para los caballos.
- **Ciclo paseo:** Consta de un parqueadero de bicicletas de 75,22 m<sup>2</sup>, a su vez el visitante podrá realizar un recorrido y disfrutar de la naturaleza.
- **Juegos infantiles:** Cuenta con 78m<sup>2</sup> adecuado con bancas de madera, columpios, sube y baja, resbaladera y un pasamano, todos con las seguridades necesarias.
- **Caminata:** Cuenta con un sendero limitado para que los visitantes puedan disfrutar de la naturaleza.

#### e) **Área de parqueadero de vehículos**

##### i. **Propósito**

Dar seguridad al turista que visita el sitio en vehículo propio.

##### ii. **Descripción**

El parqueadero cuenta con 250 m<sup>2</sup> será adoquinado, tendrá una capacidad para diez vehículos, y cuenta con dos rampas para personas con capacidades diferentes.

### c. Diseño arquitectónico

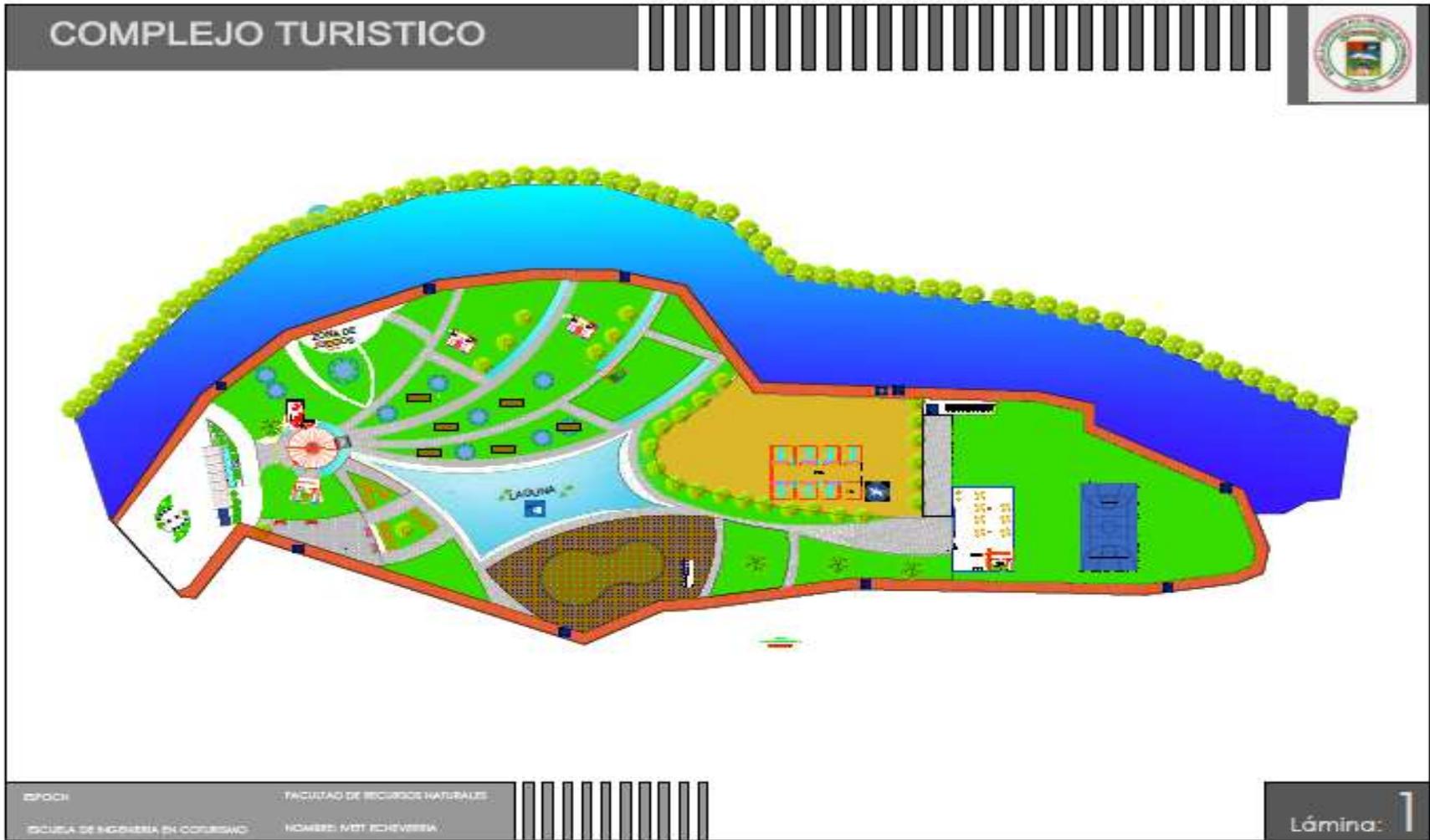
El diseño arquitectónico está estructurado por diferentes planos en donde se especifica las áreas con las que contará el complejo vacacional. En cuanto a su diseño se lo realizó mediante la utilización del programa AutoCAD 2015.

**Tabla 85.** *Distribución de las áreas*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>
Parqueadero de vehículos	m <sup>2</sup>	250
Área de caballerías	m <sup>2</sup>	200,86
Parqueadero de bicicletas	m <sup>2</sup>	75,22
Cancha de uso múltiple	m <sup>2</sup>	530
Cabañas simples	m <sup>2</sup>	92
Cabañas dobles	m <sup>2</sup>	112
Cabañas triples	m <sup>2</sup>	210
Piscina	m <sup>2</sup>	147
Área de alimentación	m <sup>2</sup>	84
Área de pesca deportiva	m <sup>2</sup>	320
Juegos infantiles	m <sup>2</sup>	78
Área de administración y recepción	m <sup>2</sup>	72,40
<b>Subtotal 1</b>	m <sup>2</sup>	<b>2171,48</b>
Caminos, espacios libres y senderos	m <sup>2</sup>	8.588,02
<b>Subtotal 2</b>	m <sup>2</sup>	<b>8.588,02</b>
<b>Total</b>		<b>10.759,50</b>

**Elaborado por:** Maximiliano Poaquiiza

1) Planos arquitectónico



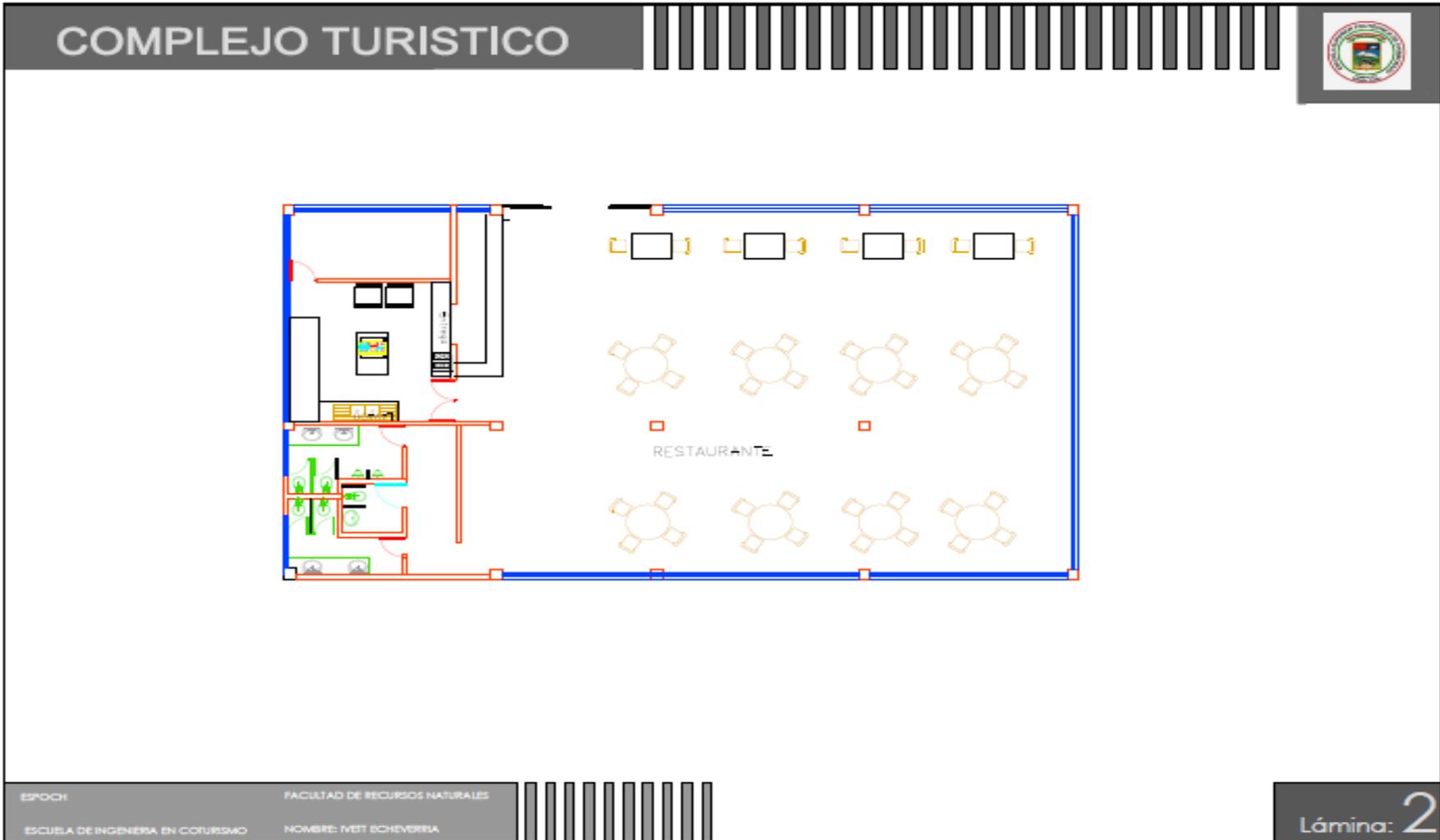


Figura 35. Área de cocina

Elaborado por: Maximiliano Poaquiza

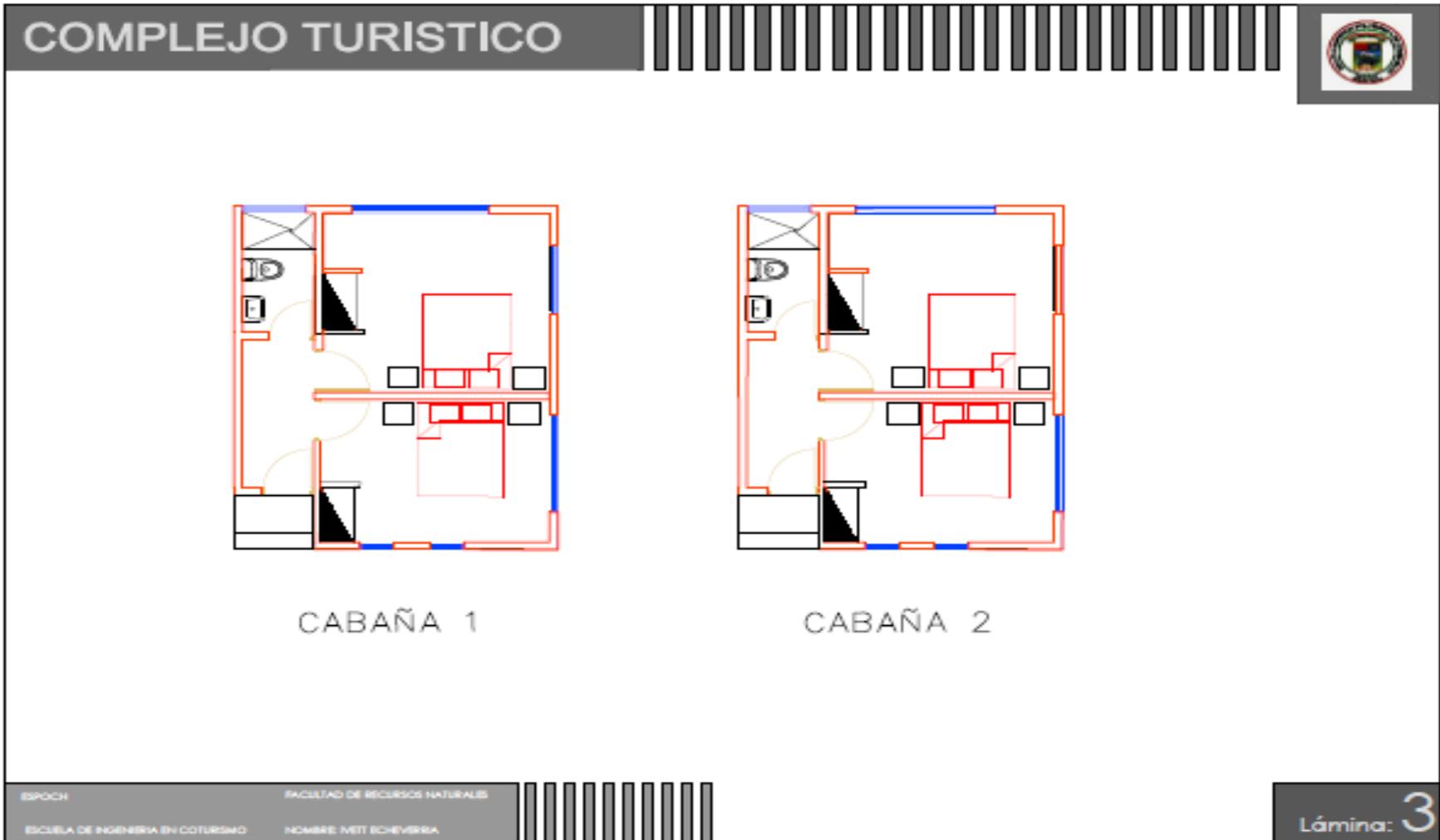
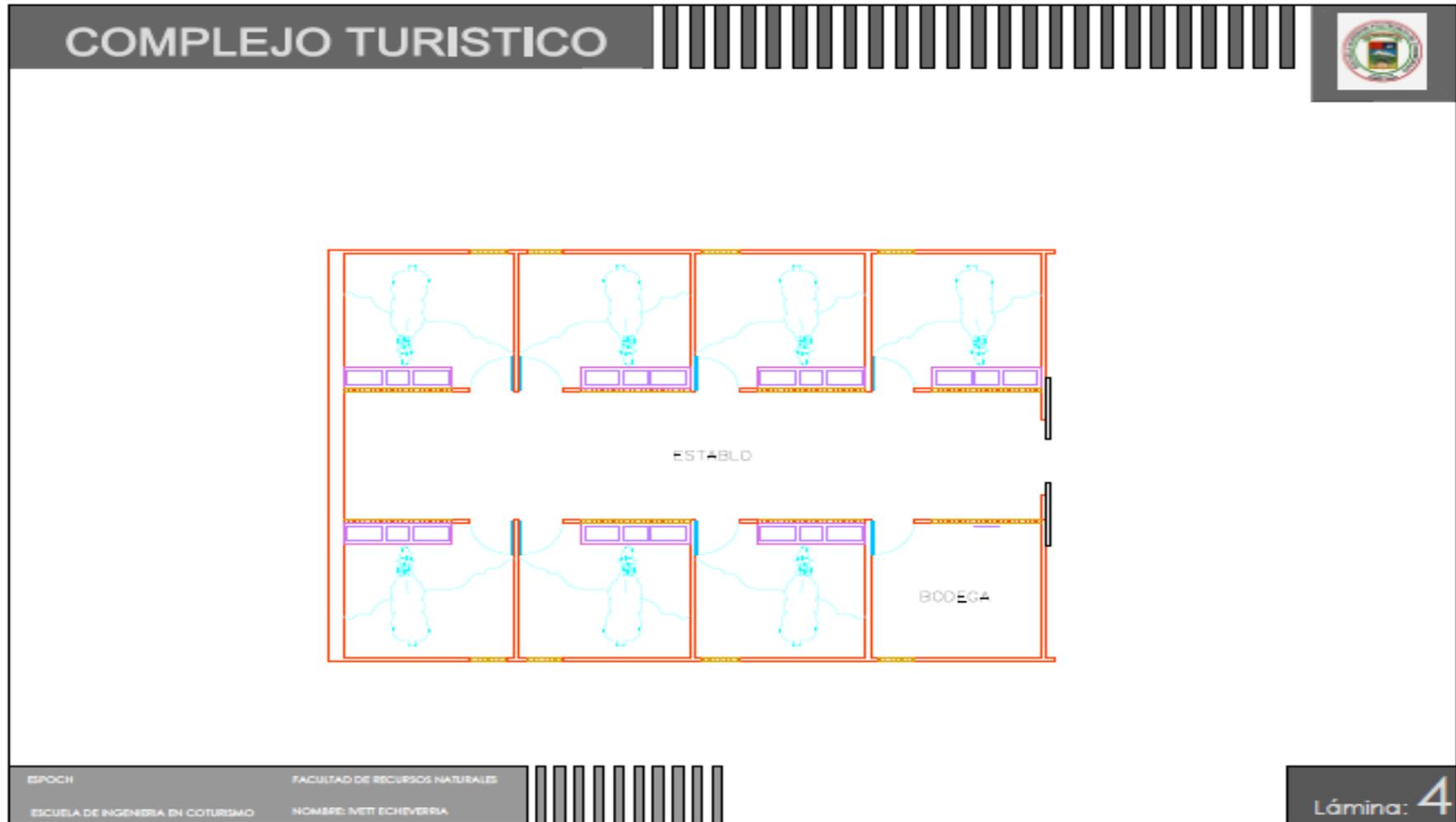


Figura 37. Área de hospedaje

Elaborado por: Maximiliano Poquiza



**Figura 38. Caballeriza**

Elaborado por: Maximiliano Poquiza

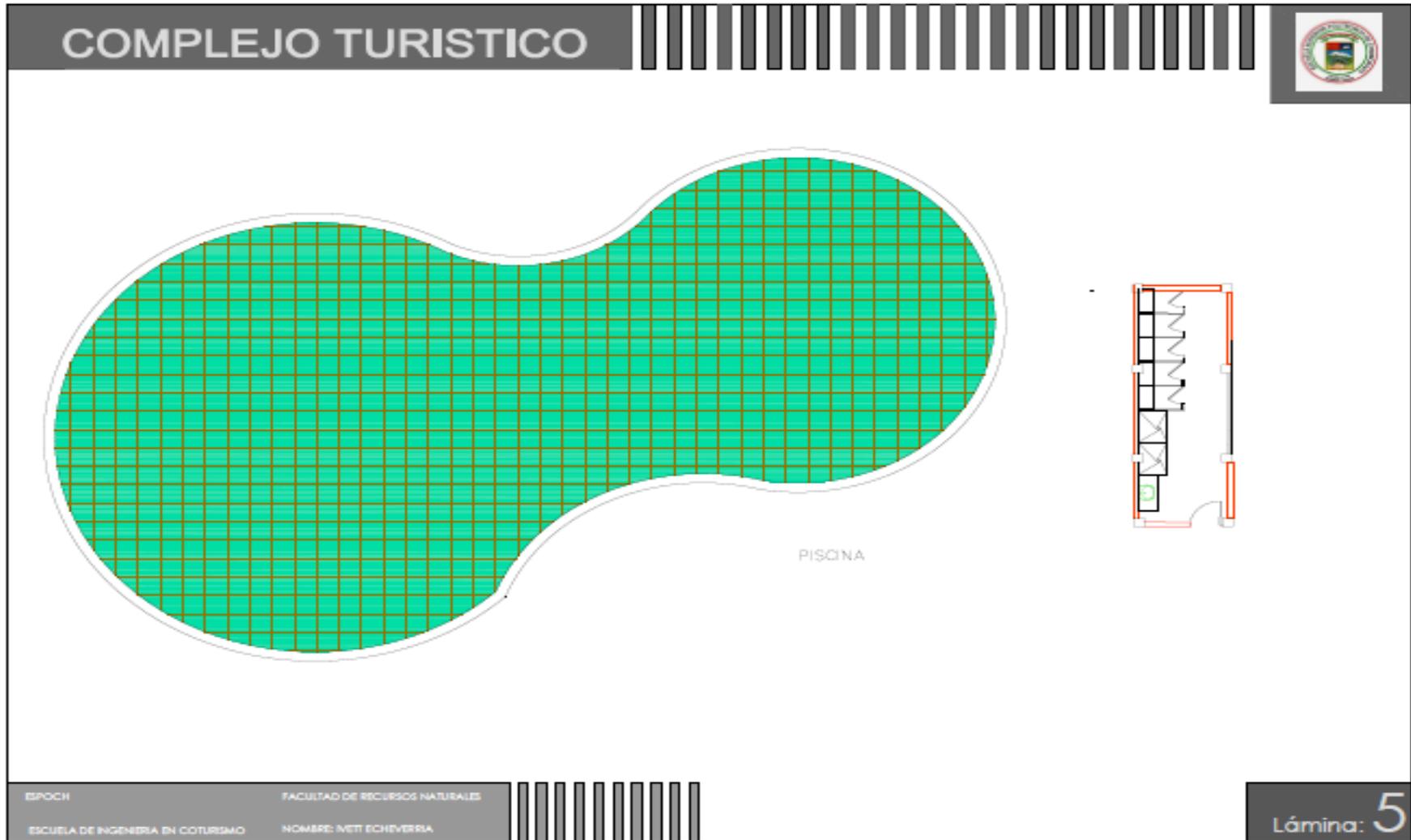
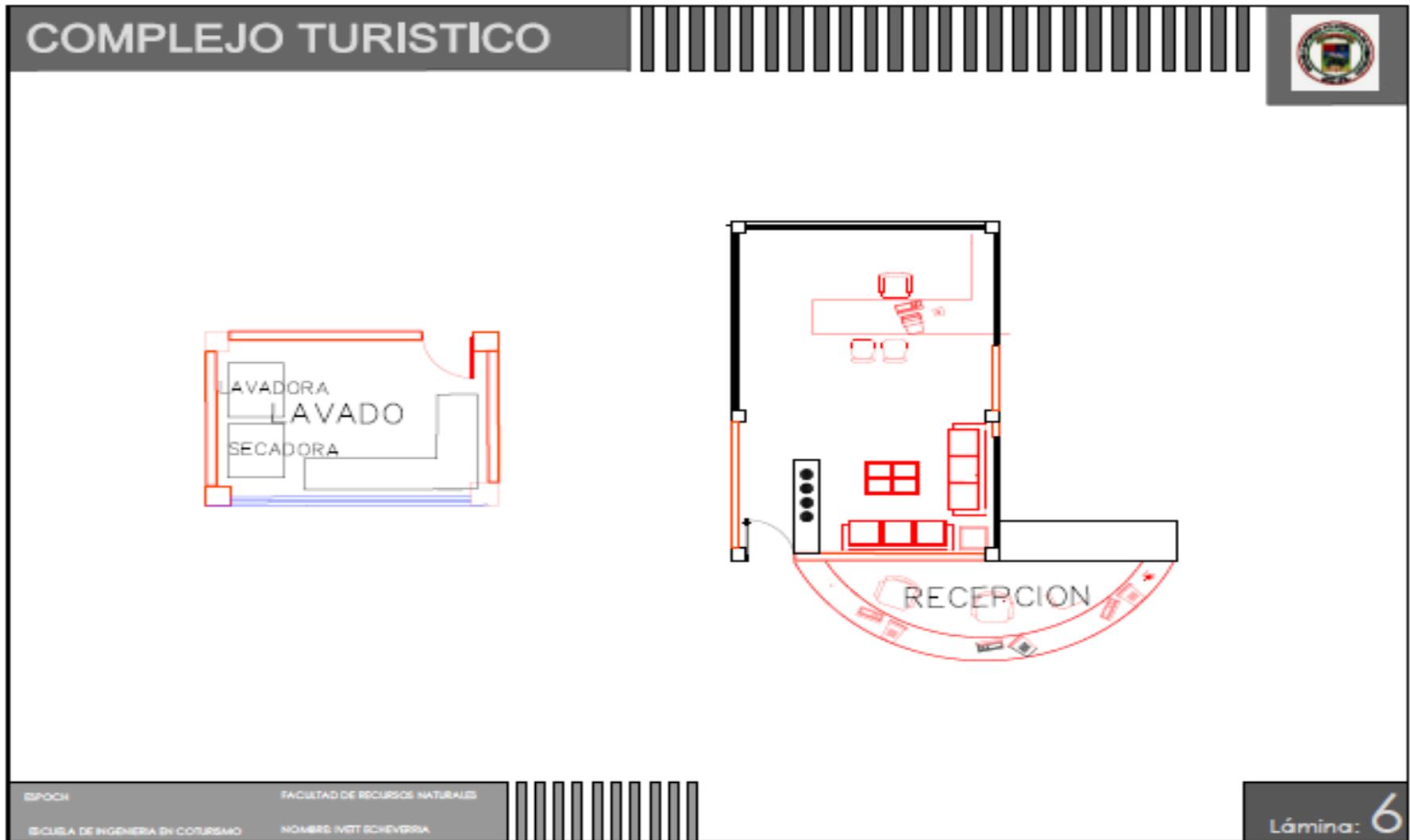
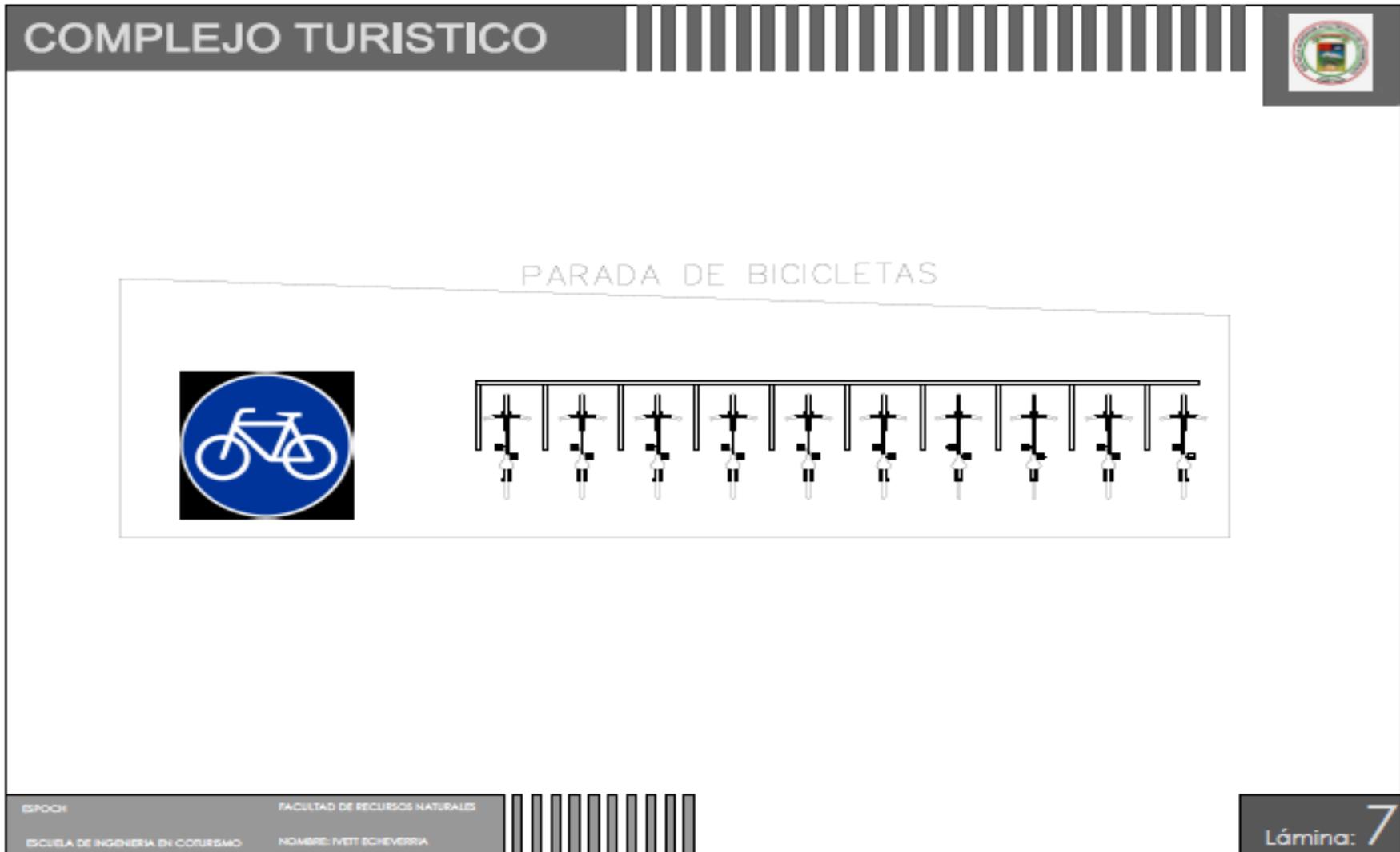


Figura 39. Piscina

Elaborado por: Maximiliano Poquiza



**Figura 40. Recepción y lavandería**  
Elaborado por: Maximiliano Poaquiza



**Figura 41. Parqueadero de bicicletas**

Elaborado por: Maximiliano Poquiza



*Figura 42.* Área de pesca  
**Elaborado por:** Maximiliano Poaquiza

## 2) Análisis de precios unitarios (APU)

**Tabla 86. Análisis de precios unitarios**

N.	Rubros	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
<b>OBRAS PRELIMINARES</b>					
1	Replanteo y Nivelación	m2	1.363,52	0,80	1.090,82
<b>CIMENTACIÓN</b>					
2	Excavación de plintos	m3	132,75	15,00	1.991,25
3	Excavación de cimientos	m3	98,40	15,00	1.476,00
<b>ESTRUCTURA</b>					
4	Replanteo H.S. fc=210 kg/cm2	m3	8,85	140,98	1.247,67
5	Hormigón simple plintos fc=210 kg/cm2	m3	22,55	180,00	2.059,00
6	Hormigón simple en cadenas inf. fc=210 kg/cm2	m3	18,65	220,00	2.103,00
7	Hormigón simple en columnas fc=210 kg/cm2	m3	20,97	220,00	4.613,40
8	Acero de refuerzo fy=4200 kg/cm2	kg	7.416,00	2,22	10.463,52
9	Cimientos corridos de H.C. 60% H.S. f'c = 18 Mpa.	m3	25,78	140,00	1.609,20
<b>MAMPOSTERÍA</b>					
10	Mampostería de ladrillo .15	m2	312,00	18,00	5.616,00
<b>PISOS</b>					
11	Contrapiso H.S. fc=180 kg/cm2	m2	1.526,21	13,00	10.840,73
12	Cerámica en Piso y Pared Baños	m2	195,97	21,00	4.115,37
13	Porcelanato alto trafico	m2	770,06	35,00	18.952,10
14	Cerámica en Piscina	m2	1.042,85	15,00	11.642,75
<b>ENLUCIDOS</b>					
15	Enlucido Vertical	m2	624,00	9,00	5.616,00
16	Enlucido Horizontal	m2	236,00	9,00	2.124,00
<b>CARPINTERÍA</b>					
17	Puertas Interiores sin Cerradura	u	25,00	190,00	4.750,00
18	Puertas Principal sin Cerradura	u	1,00	1200,00	1.200,00
<b>CERRAJERÍA</b>					
19	Cerradura Puerta Principal	u	1,00	60,00	60,00
20	Cerradura Puertas Interiores	u	24,00	30,00	720,00
<b>VIDRIOS</b>					
21	VENTANA DE ALUMINIO	m2	236,97	75	10.772,75
<b>INST. HIDROSANITARIAS</b>					
22	Tubería PVC 110 mm.	Ml	254,76	9,00	2.292,84
23	Tubería PVC 75 mm.	ml.	18,70	7,50	140,25
24	Caja de revision con tapa	U	6,00	120,00	720,00
26	Inodoro F.V Blanco	U	18,00	150,00	1.700,00
27	Lavamanos Fv. Blanco con accesorios	U	17,00	140,00	1.380,00
28	Salida agua potable fria y caliente, 1/2"	Pto	4,00	35,00	140,00
29	Tubería agua potable PVC 1/2"	Ml	345,00	7,50	2.587,50
30	Rejilla para piso de Aluminio	U	42,00	15,00	630,00
31	Fregadero Teka + Accesorios	U	1,00	280,00	280,00

2					
32	Punto Telefónico	Pto	5,00	40,00	200,00
33	Punto de Internet	Pto	1,00	40,00	40,00
34	Punto de iluminación	Pto	55,00	38,00	1.090,00
35	Punto de tomacorrientes dobles	Pto	87,00	38,00	3.306,00
36	Caja térmica 4 circuitos	U	6,00	205,00	1.230,00
<b>PRESUPUESTO</b>				<b>\$121.472,65</b>	
<b>SON CIENTO VEINTE Y UN MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y DOS 65/100 DÓLARES</b>					

Elaborado por: Maximiliano Poaquiza

#### d. Determinación del proceso productivo

##### 1) Recetas del menú

Para el área de alimentación se elaboraron tipos menú para desayunos, almuerzos y postres, para lo cual se utilizó una ficha específica en donde se detalla los ingredientes, las porciones y el procedimiento para la elaboración de cada plato. (Anexo 3).

##### 2) Requerimiento de la infraestructura turística

**Tabla 87.** *Requerimientos de la infraestructura turística*

Activos fijos	Costo total
Terreno	\$ 39.900,00
Construcción de la infraestructura turística	\$ 121.472,65
<b>Total</b>	<b>\$ 161.372,65</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ivette Echeverría

##### 3) Requerimientos del área productiva

##### a) Requerimiento de vehículo

**Tabla 87.** *Requerimiento de vehículo*

Descripción	Precio total
Camioneta doble cabina Chevrolet Luv Dimax	\$ 22.000,00
Moto aplanadora Murray modelo TM24L15G6	\$ 2.120,00
<b>Total</b>	<b>\$ 24.120,00</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ivette Echeverría

## b) Requerimiento de muebles y encerres

**Tabla 88.** *Requerimiento de muebles y encerres*

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Muebles y encerres</b>				
<b>Área de alojamiento</b>				
Cama de 2 plazas	U	2	\$ 110,00	\$ 220,00
Cama 1,5 plazas	U	13	\$ 90,00	\$ 1.170,00
Veladores	U	8	\$ 25,00	\$ 200,00
Closets de madera	U	7	\$ 120,00	\$ 840,00
Silla de madera	U	7	\$ 40,00	\$ 280,00
<b>Subtotal 1</b>				<b>\$ 2.710,00</b>
<b>Área de alimentación</b>				
Juego de comedor de madera 4 personas	U	11	\$ 85,00	\$ 935,00
Juego de comedor de madera 2 personas	U	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Muebles de cocina (1.10m x 1.20 m)	U	2	\$ 160,00	\$ 320,00
<b>Subtotal 2</b>				<b>\$ 1.385,00</b>
<b>Área de recreación</b>				
<b>Canchas de uso múltiple</b>				
Bancas de madera 2m	U	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Balones de fútbol	U	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Balones de básquet	U	2	\$ 28,00	\$ 56,00
<b>Subtotal 3</b>				<b>\$ 176,00</b>
<b>Piscina</b>				
Mesa redonda de plástico Pica	U	2	\$ 11,00	\$ 22,00
Silla plástica Pica	U	8	\$ 7,50	\$ 60,00
<b>Subtotal 4</b>				<b>\$ 82,00</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 4.353,00</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## c) Requerimiento de equipos

**Tabla 89.** *Requerimiento de equipos*

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Equipos</b>				
<b>Área de alojamiento</b>				
Lámpara de dormitorio	U	7	\$ 28,50	\$ 199,50
Televisor LG 32 pulgadas	U	7	\$ 410,00	\$ 2.870,00
Lavadora LG 40 libras	U	1	\$ 658,00	\$ 658,00

Secadora Whirlpool 40 libras	U	1	\$ 910,00	\$ 910,00
<b>Subtotal 1</b>				<b>\$ 4.637,00</b>
<b>Área de alimentación</b>				
Cocina industrial 4 quemadores a gas	U	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Microondas LG	U	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Refrigeradora Electroluz 381 litros	U	1	\$ 792,00	\$ 792,00
Licuada Oster	U	1	\$ 119,00	\$ 119,00
Batidora Oster	U	1	\$ 64,00	\$ 64,00
Tostadora Oster	U	1	\$ 96,00	\$ 96,00
Extractor de olores 2 quemadores	U	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Extintor	U	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Lámpara colgante	U	1	\$ 28,50	\$ 28,50
<b>Subtotal 2</b>				<b>\$ 1.554,50</b>
<b>Actividades recreativas</b>				
<b>Pesca deportiva</b>				
Equipo de pesca (caña y anzuelo)	U	5	\$ 21,70	\$ 108,50
<b>Subtotal 3</b>				<b>\$ 108,50</b>
<b>Cabalgata</b>				
Equipo de cabalgata (cabezuda y silla)	U	3	\$ 125,57	\$ 376,71
Caballo	U	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00
<b>Subtotal 4</b>				<b>\$ 2.176,00</b>
<b>Ciclo paseo</b>				
Cascos	U	7	\$ 25,80	\$ 180,60
Rodilleras par	U	7	\$ 32,00	\$ 224,00
Guantes par	U	7	\$ 29,60	\$ 207,20
Bicicleta de montaña	U	7	\$ 512,00	\$ 3.584,00
<b>Subtotal 5</b>				<b>\$ 4.195,80</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 12.671,80</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Tabla 90.** *Requerimiento de menaje*

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Menaje</b>				
<b>Área de alojamiento</b>				
Colchón 2 plazas	U	2	\$ 113,00	\$ 226,00
Colchón 1,5 plazas	U	13	\$ 89,60	\$ 1.164,80
Edredón 2 plazas	U	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Edredón 1,5 plazas	U	13	\$ 25,00	\$ 325,00
Juego de sábanas 2 plazas	U	2	\$ 19,00	\$ 38,00
Juego de sábanas 1,5 plazas	U	13	\$ 15,00	\$ 195,00
Almohada (7 x 50 cm)	U	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Almohada (45 x 45 cm)	U	13	\$ 5,00	\$ 65,00

Cortinas de dormitorio	U	7	\$ 18,50	\$ 129,50
Cortinas de baño	U	7	\$ 5,50	\$ 38,50
Juego de toallas x 3	U	7	\$ 15,00	\$ 105,00
<b>Decoración</b>				
<b>Decoración habitación</b>				
Cuadros	U	7	\$ 15,00	\$ 105,00
<b>Decoración baño</b>				
Espejo (35 x 45 cm )	U	7	\$ 19,50	\$ 136,50
Basurero redondo de acero 5 lt	U	7	\$ 12,50	\$ 87,50
Juego de accesorios de baño 5 piezas	U	7	\$ 10,50	\$ 73,50
<b>Subtotal 1</b>				<b>\$ 2.765,30</b>
<b>Área de alimentación</b>				
<b>Utensilios de cocina</b>				
Ollas grandes n. 45	U	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Ollas medianas n. 40	U	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Ollas pequeñas n. 36	U	2	\$ 24,30	\$ 48,60
Juego de ollas 3 piezas	U	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Juego de sartenes 3 piezas	U	1	\$ 24,00	\$ 24,00
Tabla de picar	U	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Cucharon de aluminio	U	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Cucharon de plástico	U	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Cuchareta de aluminio	U	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Batidor de mano	U	2	\$ 5,25	\$ 10,50
Charol de plástico grande	U	2	\$ 3,90	\$ 7,80
Charol de aluminio	U	2	\$ 9,80	\$ 19,60
Pinzas de acero	U	2	\$ 1,90	\$ 3,80
Espátula de plástico	U	1	\$ 1,60	\$ 1,60
Juego de cuchillos 3 piezas	U	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Juego de coladores de plástico 3 piezas	U	1	\$ 2,75	\$ 2,75
Exprimidor de limón de plástico	U	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Legumbreira 3 piezas	U	1	\$ 12,50	\$ 12,50
Platero de plástico	U	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Saleros de plástico 3 piezas	U	1	\$ 0,90	\$ 0,90
<b>Cristalería</b>				
Jara para jugo cristal	U	2	\$ 2,75	\$ 5,50
Jarra para agua cristal	U	2	\$ 2,60	\$ 5,20
Azucarera cristal	U	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Salero cristal	U	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Docena de vasos para jugo cristal	U	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Docena de vasos para agua cristal	U	2	\$ 6,75	\$ 13,50
<b>Cubertería</b>				
Docena de cucharas soperas	U	2	\$ 3,10	\$ 6,20
Docena de cucharas pequeñas	U	2	\$ 2,25	\$ 4,50

Docena de cuchillos de mesa	U	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Docena de tenedores	U	2	\$ 3,50	\$ 7,00
<b>Vajilla</b>				
Docena de platos soperos	U	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Docena de platos base	U	2	\$ 21,00	\$ 42,00
Docena de platos fuerte	U	2	\$ 23,00	\$ 46,00
Docena de platos para tazas	U	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Docena de tazas	U	2	\$ 12,00	\$ 24,00
<b>Decoración del restaurante</b>				
Azucarero de cristal	U	12	\$ 2,40	\$ 28,80
Salero de cristal	U	12	\$ 1,25	\$ 15,00
Pimentero de cristal	U	12	\$ 1,25	\$ 15,00
Porta servilletas de cerámica	U	12	\$ 3,50	\$ 42,00
Dispensador de agua de plástico	U	1	\$ 15,00	\$ 15,00
<b>Decoración interna de la cocina</b>				
Basureros de plástico	U	1	\$ 8,50	\$ 8,50
<b>Decoración del baño</b>				
Basurero de plástico	U	2	\$ 7,50	\$ 15,00
Espejo (35 x 45 cm )	U	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Dispensador de jabón líquido 500ml	U	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Dispensador de papel higiénico	U	2	\$ 14,50	\$ 29,00
Dispensador toallas de papel	U	2	\$ 12,00	\$ 24,00
<b>Subtotal 2</b>				<b>\$ 814,25</b>
<b>Área de recreación</b>				
Canasta para ropa de plástico	U	4	\$ 4,10	\$ 16,40
<b>Áreas verdes</b>				
Manguera 20 m	U	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Azadón mediano	U	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Paleta de jardinería	U	1	\$ 3,00	\$ 3,00
<b>Subtotal 3</b>				<b>\$ 22,00</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 3.601,55</b>

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Ivette Echeverría

#### d) Insumos y materiales

Tabla 90. Insumos y materiales

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo total
<b>Área de alojamiento</b>				
Papel higiénico familia 12 rollos	1 paquete	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Jabón 100 u	1 caja	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>Subtotal 1</b>				<b>\$ 360,00</b>

<b>Área de alimentación</b>				
Fósforos de madera x 12	2 paquetes	\$ 1,20	\$ 2,40	\$ 28,80
Servilletas familia (24 x 24 cm) 300 u	1 paquete	\$ 1,10	\$ 1,10	\$ 13,20
Palillos	2 caja	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Toallas de papel (24 x 25 cm)	1 paquetes	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Jabón líquido 1000 ml (institución)	1 paquete	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00
<b>Subtotal 2</b>				<b>\$ 132,00</b>
<b>Área de recreación</b>				
<b>Piscina</b>				
Cloro líquido 2lt	1 u	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Desinfectante con aroma 1lt	1 u	\$ 6,80	\$ 6,80	\$ 81,60
<b>Subtotal 3</b>				<b>\$ 141,60</b>
<b>Pesca deportiva</b>				
Balanceado pronaca 20 kg	1 u	\$ 19,00	\$ 19,00	\$ 228,00
<b>Subtotal 4</b>				<b>\$ 228,00</b>
<b>Cabalgata</b>				
Balanceado pronaca 100 lb	2 u	\$ 10,50	\$ 21,00	\$ 252,00
<b>Subtotal 5</b>				<b>\$ 252,00</b>
<b>Áreas verdes</b>				
Plantas ornamentales	50 u	\$ 1,00	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>Subtotal 6</b>				<b>\$ 50,00</b>
<b>Insumos generales de limpieza y aseo</b>				
Esjonja 3u	1 paquete	\$ 0,60	\$ 0,60	\$ 7,20
Estropajo de alambre	2 paquetes	\$ 0,30	\$ 0,60	\$ 7,20
Cloro galón 3800 ml	1 unidad	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 42,00
Desinfectante fabuloso 20 lt	1 unidades	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Detergente deja 3kg	2 paquetes	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Aromatizante suavitel 1000ml	2 paquetes	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Lava vajilla en crema 1.85 g	1 paquete	\$ 2,99	\$ 2,99	\$ 35,88
Fundas de basura 10 u	2 paquetes	\$ 0,85	\$ 1,70	\$ 20,40
Fundas de basura industriales 10 u	2 paquetes	\$ 1,25	\$ 2,50	\$ 30,00
Escoba plástica cerda fina	4 u	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Escoba plástica cerda gruesa	4 u	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 10,00
Trapeador	3 u	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 9,00
Balde con escurridor	2 u	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 5,00
Limpiones de mesa 10 u	1 paquetes	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Recogedor de basura de plástico	3 u	\$ 2,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Guantes de caucho	10	\$ 1,50	\$ 15,00	\$ 15,00
<b>Subtotal 7</b>				<b>\$ 381,68</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 1.545,28</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

e) **Materia prima (área de alimentación)****Tabla 91.** *Materia prima para el área de alimentación*

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo semanal	Costo anual
<b>Grasas</b>				
Mantequilla La favorita	Libra	2	\$ 1,00	\$ 52,00
<b>Aceites</b>				
Aceite La favorita	Litros	3	\$ 3,00	\$ 156,00
Aceite de oliva	Litros	1	\$ 2,00	\$ 104,00
Achiote La favorita	Litros	1	\$ 0,90	\$ 46,80
<b>Conservas</b>				
Pasta de tomate	Lata	1	\$ 2,00	\$ 104,00
Salsa de tomate	Lata	1	\$ 1,50	\$ 78,00
Mermelada	Lata	1	\$ 1,00	\$ 52,00
Polvo para hornear	Lata	1	\$ 0,90	\$ 46,80
Leche condensada	Lata	1	\$ 2,00	\$ 104,00
Leche evaporada	Lata	1	\$ 1,80	\$ 93,60
Champiñones	Lata	1	\$ 2,30	\$ 119,60
<b>Viveres secos</b>				
Sal yodada	Kg	1	\$ 1,00	\$ 52,00
Harina de trigo	Kg	1	\$ 1,00	\$ 52,00
Azúcar blanca San Carlos	Kg	1	\$ 2,00	\$ 104,00
Chocolate en polvo Choco Listo	Gr	1	\$ 1,80	\$ 93,60
Café Nescafé	Gr	1	\$ 2,50	\$ 130,00
Grageas	Gr	1	\$ 1,00	\$ 52,00
<b>Granos secos</b>				
Arroz	Kl	1	\$ 13,00	\$ 676,00
Arroz integral	Kl	1	\$ 2,50	\$ 130,00
Garbanzo	Libras	2	\$ 1,30	\$ 67,60
<b>Embutidos</b>				
Salchicha	Libras	3	\$ 6,00	\$ 312,00
Tocino	Libras	3	\$ 6,00	\$ 312,00
<b>Lácteos</b>				
Leche	Litros	10	\$ 8,00	\$ 416,00
Queso mozzarella	Unidad	1	\$ 3,50	\$ 182,00
Queso de mesa	Unidad	3	\$ 7,50	\$ 390,00
Crema de leche	Funda	1	\$ 1,20	\$ 62,40
Huevos	Cubeta	2	\$ 6,00	\$ 312,00
<b>Legumbres y vegetales</b>				
Zanahoria	Libra	7	\$ 2,80	\$ 145,60
Cebolla blanca	Atado	3	\$ 1,65	\$ 85,80
Cebolla paiteña	Libra	5	\$ 2,50	\$ 130,00

Limón	Saco	1	\$ 3,00	\$ 156,00
Ajo	Libra	5	\$ 1,80	\$ 93,60
Papa	Quintal	1	\$ 15,00	\$ 780,00
Perejil	Atado	2	\$ 0,30	\$ 15,60
Culantro	Atado	3	\$ 0,30	\$ 15,60
Choclo	Unidad	20	\$ 4,00	\$ 208,00
Tomate riñón	Caja	1	\$ 11,00	\$ 572,00
Plátano verde	Cabeza	1	\$ 3,00	\$ 156,00
Yuca	Unidad	20	\$ 4,00	\$ 208,00
Espinaca	Atado	2	\$ 0,20	\$ 10,40
<b>Carnes</b>				
Pollo	Unidad	1	\$ 7,00	\$ 364,00
Gallina	Unidad	1	\$ 10,00	\$ 520,00
Costilla de res	Libra	2	\$ 3,00	\$ 156,00
Filete de carne de res	Libra	2	\$ 5,00	\$ 260,00
Carne de cerdo	Libra	3	\$ 5,10	\$ 265,20
<b>Mariscos</b>				
Camarón	Libra	2	\$ 7,00	\$ 364,00
<b>Especias</b>				
Comino	Gr	2	\$ 2,00	\$ 104,00
Orégano	Gr	1	\$ 0,50	\$ 26,00
Pimienta	Gr	1	\$ 0,75	\$ 39,00
Canela	Gr	1	\$ 0,50	\$ 26,00
<b>Licores</b>				
Cerveza	Unidad	2	\$ 3,00	\$ 156,00
Vino tinto	Unidad	1	\$ 12,00	\$ 624,00
<b>Panes y fideo</b>				
Pan	Unidad	30	\$ 3,60	\$ 187,20
Fideo tallarín	Libra	1	\$ 2,50	\$ 130,00
Fideo lazo 250 gr	Funda	1	\$ 2,00	\$ 104,00
<b>Frutas</b>				
Mora	Libras	5	\$ 2,50	\$ 130,00
Naranja	Unidad	30	\$ 1,00	\$ 52,00
Tomate de árbol	Unidad	20	\$ 1,00	\$ 52,00
<b>Total</b>				<b>\$ 10.436,40</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## f) Talento humano

## i. Mano de obra directa

Tabla 92. Remuneración anual para la mano de obra directa del área productiva

N°	Cargo	Salario mensual	Salario anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva (9.35%)	Aporte IESS (11.15%)	Remuneración anual total
<b>Área de hospedaje</b>								
1	Ama de llaves	359,77	4317,24	359,77	354,00	403,66	481,37	\$5.916,04
1	Camarera de pisos	359,27	4311,24	359,27	354,00	403,10	480,70	\$5.908,31
<b>Área de alimentación</b>								
1	Cocinero polivalente	358,35	4300,20	358,35	354,00	402,069	479,47	\$5.894,09
<b>Actividades recreativas</b>								
1	Encargado / Ayudante del área recreacional	354,00	4248,00	354,00	354,00	397,188	473,652	\$5.826,84
<b>Total</b>								<b>\$23.545,29</b>

Fuente: Ministerio de relaciones laborales. 2015

Elaborado por: Ivette Echeverría

## ii. Mano de obra indirecta

Tabla 93. Remuneración anual para la mano de obra indirecta del área productiva

N°	Cargo	Salario mensual	Salario anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva (9.35%)	Aporte IESS (11.15%)	Remuneración anual total
<b>Área de alimentación</b>								
1	Mesero	357,29	4287,48	357,29	354,00	400,88	478,05	5877,70
<b>Total</b>								<b>5877,70</b>

Fuente: Ministerio de relaciones laborales. 2015

Elaborado por: Ivette Echeverría

Tabla 94. Remuneración anual para la mano de obra indirecta del área de recreación

N°	Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual
<b>Área de recreación</b>			
<b>Áreas verdes y jardines</b>			
1	Siembra de plantas por 2 días Jardinero	\$ 30,00	\$ 60,00
1	Mantenimiento cada mes de las áreas verdes Jardinero	\$ 20,00	\$ 240,00

	Mantenimiento cada 4 meses de los senderos		
1	Peón	\$ 20,00	\$ 60,00
<b>Total</b>			<b>\$ 360,00</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### g) Combustible

Se utilizará para la adquisición de productos y movilización administrativa.

**Tabla 95. Combustible**

Combustible	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Gasolina extra	20 galones (mes)	\$ 1,30	\$ 26,00	\$ 312,00
Gas	2 tanques (mes)	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 84,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 396,00</b>
<b>Imprevistos 10%</b>				<b>\$ 39,60</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 435,60</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### h) Mantenimiento

Para el mantenimiento de los activos fijos se calcula el 1.5% del valor total de estos siendo el valor \$3027,47.

### i) Servicios básicos

**Tabla 96. Servicios básicos**

Servicios básicos	Proveedor	Costo mensual	Costo anual
Agua	GAD Pallatanga	\$ 60,00	\$ 720,00
Luz	EERSA	\$ 95,00	\$ 1.140,00
Teléfono	CNT	\$ 40,00	\$ 480,00
TV Cable	Pallatanga TV	\$ 60,00	\$ 720,00
Internet 15*7 Mbps	CNT	\$ 42,00	\$ 504,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 3.564,00</b>
<b>Imprevistos 10%</b>			<b>\$ 356,40</b>
<b>Total</b>			<b>\$ 3.920,40</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## **2. Estudio de mercadotecnia (área comercial)**

### **a. Estrategias de posicionamiento**

#### **1) Identificación del nicho de mercado**

En base al estudio de mercado se han identificado los siguientes target que representan a los clientes potenciales los mismos que han accedido a concurrir un lugar donde puedan acceder a servicios de alimentación, hospedaje y actividades recreativas en la naturaleza.

Mediante el perfil del turista nacional e internacional se identificaron los siguientes target (grupo objetivo).

#### **a) Target nacional**

Los turistas nacionales serán las personas de las ciudades de Guayaquil (17%) y Ambato (16%) de edades entre 26 a 35 años (51%), con una formación universitaria (52%).

#### **b) Target internacional**

Los turistas internacionales son procedentes de Estados Unidos (27%) y Canadá (22%), de edades entre 26 a 35 años (31%), con una formación en post grado (48%).

### **2) Marketing mix**

#### **a) Producto**

##### **i. Valor diferencial**

El presente proyecto cuenta con características notables que crean diferencia y ventajas competitivas como:

- Ubicado en un centro estratégico del país, entre: Guayaquil, Riobamba.
- Clima subtropical.
- Servicio de alojamiento en cabañas que permiten una estadía agradable, gracias al confort de sus instalaciones.
- Vínculo entre la naturaleza y ser humano.
- Diversidad de espacios verdes para que exista una relación entre el ser humano y la naturaleza.
- Operar con responsabilidad social, generando fuentes de empleo para los habitantes del cantón Pallatanga y responsabilidad ambiental con forestaciones y mantenimiento de áreas verdes.

## ii. Branding

- **Nombre**

“LOS NOGALES”

Para determinar el nombre del proyecto se consideró la flora existente del lugar especialmente del árbol de nogal y su gran importancia.

El nogal es una especie de mayor interés económico de entre todas las especies nativas de la sierra ecuatoriana. Es un árbol que ofrece una gama muy variada de beneficios, su madera fina es muy codiciada y con ella se elaboran muebles de gran calidad, produce una nuez muy apetecida con la que se preparan exquisitos pasteles y postres, y sus hojas son ricas en taninos que se usan como tintes para textiles y son usadas en varias áreas de la medicina.

- **Slogan**

El Slogan que identificará al complejo vacacional es “**Vive la naturaleza**” ya que la mejor manera de disfrutar y conservar la naturaleza es conociéndola y aprendiendo de ella, es un slogan que describe las características de cada una de las actividades que el complejo turístico brinda, a su vez es una frase corta y fácil de recordar.

- **Logotipo de la empresa**

Los colores y el logotipo son diseñados pensando en la belleza natural del lugar y en su diversidad.



**Figura 42. Logotipo de la empresa**

**Fuente:** Agencia publicitaria FL

**Elaborado por:** Luis Vallejo

### **Componentes del logotipo**

Los componentes usados dentro del logotipo están constituidos por imágenes gráficas y textuales, las mismas que representan lo siguiente:



Nogal, Nocado o Noguera, mientras que su nombre científico o latino es *Juglans nigra*. Pertenece a la familia de los Juglandaceae o Juglandáceas, este nombre deriva del latín iuglans, nombre romano del nogal y de la nuez, que es la abreviatura de livis glans, que significa bellota de Júpiter.



Cabañas donde podemos disfrutar de un descanso perfecto y la armonía de la naturaleza dando así a nuestros visitantes una cordial bienvenida.



Ríos que conjugan el paisaje de nuestro entorno natural.



El sol cuerpo de calor y esplendor que da luz y vida al campo natural.

## Tipografía

**Tabla 97.** *Tipografía*

Tipografía	Fuente	Utilización
	Bauhaus 93	Se ha utilizado esta tipografía ya que contiene la armonía del entorno dándole al logotipo una visualidad de atracción a la retina del visitante donde no se pierde ningún detalle de lo que contiene su forma.
	Script MT Bold	Tipografía atractiva y dinámica para darle un eje de suavidad y delicadeza ya que sirve para su slogan.

**Fuente:** Agencia publicitaria FL

**Elaborado por:** Luis Vallejo

## Gama cromática de la empresa



**Verde**

El color verde es el color de lo natural y la quinta esencia de la naturaleza. Todo lo sano y natural se asocia con él y es precisamente por esto que se emplea como símbolo y el amor a la naturaleza desde la perspectiva de la civilización. Esto se manifiesta en expresiones como pulmón verde o espacios verdes que empleamos para referirnos a las zonas sanas y naturales que existen dentro de las ciudades.



**Café**

La psicología del color Café o Marrón, es un color muy abundante en la naturaleza (tierra, árboles) y en los materiales (madera, cuero, lana), lo que lo aleja de lo artificial y

lo asocia con lo natural, y es por eso que es un color muy apreciado para los espacios en que habitamos.

## Azul

Este es el color de la simpatía, la amistad y la confianza. Se lo relaciona con el cielo, y por eso es el color de lo divino, de lo eterno, de la paz. Ejerce un efecto calmante y rebaja la presión sanguínea, por eso está vinculado a las emociones profundas y la ilusión.

## Amarillo

El amarillo estimula la creatividad y hace que se agudice la percepción y la reflexión, lo que da como resultado una mayor concentración y un pensamiento más rápido. Los optimistas tienen un ánimo reluciente y el amarillo es su color. También es el color principal de la amabilidad reluce como un relámpago y esto lo hace el color de lo espontáneo.

## Naranja

Es el color de la diversión. De lo gustoso y aromático, de lo exótico y poco común (ya que su nombre viene de una fruta que en tiempos atrás se consideraba exótica y era difícil de adquirir). Es incitante, extrovertido, alerta nuestra percepción.

- **Identidad corporativa**



**Figura 43. Tarjetas de presentación**

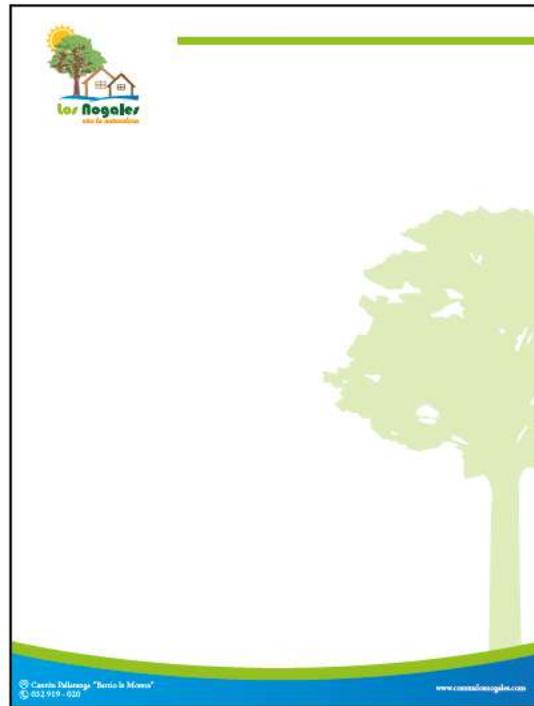


Figura 44. Hojas membretadas



Figura 45. Carpetas



**Figura 46. Bolsas de papel ecológico**

**b) Precio**

**i. Precio del hospedaje**

**Tabla 98. Precio del hospedaje**

<b>Cabañas</b>	<b>Precio</b>
Simple	\$ 23,00
Dobles	\$ 46
Triples	\$ 69

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

El precio de la habitación se definió en base al análisis de costos, de esta manera se pueden establecer y ser rentables para el proyecto, los precios se irán modificando de acuerdo a la evolución del mercado.

**Tabla 99. Precio de las actividades turísticas**

<b>Actividad</b>	<b>Precio</b>
Pesca	\$ 5,00
Cabalgata	\$ 4,00

Ciclismo	\$ 6,00
----------	---------

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

El precio de las actividades se definió en base al análisis de costos, de esta manera se pueden establecer y ser rentables para el proyecto, los precios se irán modificando de acuerdo a la evolución del mercado.

## ii. Políticas de cobro y formas de pago

La política de cobro en el Complejo Vacacional es:

- i. **Contado:** Cuando el turista reserva sus servicios de manera personal debe cancelar en su totalidad.
- ii. **Acuerdo (50% al contado y el 50% a crédito):** Cuando el turista reserva sus servicios por medio del internet o llamada telefónica, deberá cancelar el 50% en una entidad bancaria a nombre del complejo vacacional y el otro 50% lo realizará en persona el día en que haga uso de los servicios.
- iii. **Formas de pago:** El turista realizará su pago en efectivo o tarjeta de crédito de cualquier entidad bancaria.

## c) Plaza

### i. Canal directo – Forma directa

El canal de distribución para el Complejo Vacacional será directamente, ya que el 87% de los encuestados realiza sus viajes de manera independiente entre productor y consumidor final, debido a que el consumidor va por su propia cuenta, sin hacer uso de intermediarios.



**Figura 47. Canal de distribución directo**

## ii. Canal indirecto – Forma indirecta

El complejo vacacional utilizará este canal ya que se pretende comercializar este nuevo establecimiento turístico y a la vez captar parte del mercado a través de agencia de viajes y operadoras de turismo a nivel nacional.

En base al estudio de mercado que los extranjeros viajaban un porcentaje del 67% por medio de agencia de viajes.



**Figura 48. Canal de distribución indirecto**

## d) Promoción

Mediante el estudio de mercado se estableció los medios publicitarios para el proyecto.

### i. Publicidad

Se diseñó los siguientes medios publicitarios: página web, página en redes sociales, volantes y material pop.

- **Página web**

El Complejo Vacacional “Los Nogales” ofertará sus servicios a través de la página web: [www.comvaclosnogales.com](http://www.comvaclosnogales.com), en la que constará todas las opciones que ofrece la hostería al cliente, una galería de imágenes de las instalaciones y áreas verdes de la misma y números de contactos con la finalidad de que puedan hacer las reservaciones.



Figura 49. Página web

- **Página en redes sociales**

Se diseñará un perfil en la página de facebook, con la finalidad que el complejo vacacional se haga conocido, ya que es de uso masivo, la misma contará con fotografías y el link de la página web oficial.

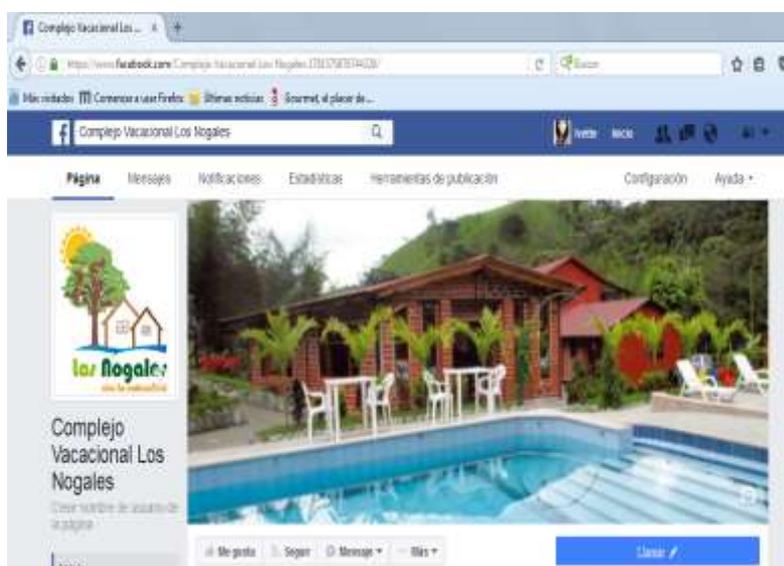


Figura 50. Página en redes sociales

- **Volantes**

Los volantes se utilizarán principalmente para promocionar el complejo vacacional en agencia de viajes, y operadoras.



**Figura 51. Volantes**

- **Material pop**

El objetivo de diseñar material POP, es promocionar el complejo vacacional con artículos que contengan el sello del mismo.



**Figura 52. Gorras**



**Figura 53. Llaveros**



**Figura 54. Tazas**

**ii. Políticas de promoción**

- Por cada 15 personas se entregará una gratuidad.
- Se determinará promociones especiales en los meses de temporada baja y feriados.
- Si el cliente se encuentra de cumpleaños se obsequiará un souvenirs.

## b. Requerimientos del área comercial

### 1) Activos fijos del área comercial

**Tabla 100.** *Activos fijos del área comercial*

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Recepción y sala de espera</b>				
<b>Muebles y encerres</b>				
Counter de recepción	U	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Juego de muebles (3 piezas)	U	1	\$ 595,00	\$ 595,00
Silla de oficina giratoria	U	1	\$ 86,50	\$ 86,50
Librero modular	U	1	\$ 115,25	\$ 115,25
Archivador	U	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Dispensador de agua	U	1	\$ 128,50	\$ 128,50
<b>Total</b>				<b>\$ 1.300,25</b>
<b>Equipo de computo</b>				
Computadora laptop Hp	U	1	\$ 850,40	\$ 850,40
Impresora Canon	U	1	\$ 320,00	\$ 320,00
<b>Total</b>				<b>\$ 1.170,40</b>
<b>Equipos</b>				
Teléfono inalámbrico LG	U	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Datafono	U	1	\$ 298,00	\$ 298,00
Caja registradora Casio	U	1	\$ 269,00	\$ 269,00
Calculadora Casio	U	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Perforadora	U	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Grapadora	U	1	\$ 4,20	\$ 4,20
<b>Total</b>				<b>\$ 634,70</b>
<b>Menaje</b>				
Persianas (45cm x 1,40m)	U	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Alfombra	U	1	\$ 78,50	\$ 78,50
<b>Decoración</b>				
Reloj de pared	U	1	\$ 21,00	\$ 21,00
Cuadros (45 x 50 cm)	U	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Basurero de plástico	U	2	\$ 7,50	\$ 15,00
<b>Decoración de baño</b>				
Basurero de plástico	U	1	\$ 7,50	\$ 7,50
Espejo (35 x 45 cm)	U	1	\$ 19,50	\$ 19,50
Dispensador de jabón líquido 500ml	U	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Dispensador de papel higiénico	U	1	\$ 14,50	\$ 14,50
Dispensador toallas de papel	U	1	\$ 12,00	\$ 12,00

<b>Total</b>	<b>\$ 281,00</b>
--------------	------------------

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## 2) Gastos

### a) Gastos por publicidad

**Tabla 101.** *Gastos de publicidad para el área comercial*

Descripción	Cantidad	Gasto anual
<b>Publicidad</b>		
Tarjetas de presentación	1000	\$ 50,00
Hojas membretadas	1000	\$ 90,00
Carpetas	1000	\$ 210,00
Bolsas en papel ecológico	100	\$ 39,00
Mantenimiento de la página web	1	\$ 50,00
<b>Total</b>		<b>\$ 439,00</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### b) Insumos y materiales

**Tabla 102.** *Insumos y materiales*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
<b>Insumos y materiales de oficina</b>				
Papel Bond	1 resma	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 37,20
Papel para datafono	1 rollo	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Papel para caja registradora	2 rollos	\$ 1,60	\$ 3,20	\$ 38,40
Esferos Bic	2 cajas	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Corrector Bic	1 caja	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50
Caja de grapas	1 caja	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Carpetas folder	5 unidades	\$ 1,20	\$ 6,00	\$ 30,00
<b>Subtotal 1</b>				<b>\$ 198,10</b>
<b>Sistema de señalética turística</b>				
Plintos o fundición a piso (300 mm x 300 mm x 1000 mm)	2	\$ 7,50	\$ 15,00	\$ 15,00
Plintos o fundición a piso (300 mm x 300 mm x 500 mm)	7	\$ 6,00	\$ 42,00	\$ 42,00
Postes o parantes: Tubo cuadrado galvanizado (25,4 mm x 25,4 mm (1" x 1") y 1,2 mm de espesor)	7	\$ 12,00	\$ 84,00	\$ 84,00

Pantallas: Láminas de aluminio liso anodizado (50,8mm x 1,5mm (2''x 1,5mm))	7	\$ 10,50	\$ 73,50	\$ 73,50
Perno de sujeción galvanizados ( 50,8 mm x 12,7 mm)	14	\$ 0,95	\$ 13,30	\$ 13,30
Fondo: Vinilos retro reflectivos prismáticos	1	\$ 9,50	\$ 9,50	\$ 9,50
Fondo: Laminado transparente (Lámina líquida o adhesiva )	7	\$ 12,80	\$ 89,60	\$ 89,60
<b>Subtotal 2</b>				<b>\$ 326,90</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 525,00</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### 3) Talento humano y remuneración económica para el área comercial

**Tabla 103.** Talento humano y remuneración económica para el área comercial

Nº	Cargo	Salario mensual	Salario anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva (9.35%)	Aporte IESS (11.15%)	Remuneración anual total
1	Recepcionista	358,00	4296,00	358,00	354,00	401,68	479,00	5888,68

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales 2015

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### 4) Inversiones diferidas

**Tabla 104.** Inversiones diferidas para el área comercial

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Publicidad</b>			
Gorras	100	\$ 4,50	\$ 450,00
Llaveros de madera	100	\$ 2,00	\$ 200,00
Tazas	100	\$ 2,50	\$ 250,00
Volantes	1000	\$ 0,09	\$ 90,00
Diseño de la página web	1	120,00	\$ 120,00

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## **C. ESTUDIO AMBIENTAL**

### **1. Delimitación del área**

El terreno donde se proyecta implementar el complejo vacacional, ubicado en el cantón Pallatanga en el barrio La Morera es de 10.759 m<sup>2</sup>.

### **2. Identificación de acciones que puedan causar impacto**

#### **a. Fase de instalación**

##### **1) Preparación y nivelación del terreno**

Se realizarán trabajos de replanteo del terreno, aplanamiento y deforestación, por lo que se deberá considerar medidas que recompensen a futuro para estas acciones.

##### **2) Montaje de la obra**

Esta acción se procede a la fase de construcción de la planta turística, y sus impactos deben ser tomados en cuenta con las adecuadas acciones de mitigación.

#### **b. Fase de operación**

##### **1) Servicios turísticos de hospedaje y alimentación**

Debido a que la actividad turística requiere actividad humana y su interacción con la naturaleza habrá impactos en el momento de realizar las actividades, deben ser tomadas estas acciones para mitigar su impacto.

##### **2) Actividades turísticas**

Los turistas que visiten el complejo vacacional realizarán estas actividades las mismas que generarán impactos tanto sociales como ambientales. Incluye pesca deportiva, ciclo paseo y cabalgata.

### **3. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptibles a recibir impactos**

#### **a. Aire**

Es uno de los factores más susceptibles a sufrir impactos por las actividades turísticas realizadas en un determinado lugar, como partículas de polvo en suspensión y este al ser un elemento vital para el ser humano, se debe hacer un estudio responsable del mismo.

#### **b. Suelo**

El suelo de la misma manera sufre varios impactos en el desarrollo de estas actividades como alteración de la cobertura vegetal, contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos, erosión, etc.

#### **c. Agua**

El agua es uno de los recursos naturales más relevantes para el desarrollo de los seres vivos la misma que tendrá impactos en su calidad y cantidad al momento de llevar a cabo una actividad turística, debido al incremento de turistas en el complejo vacacional.

#### **d. Flora y fauna**

La presencia de visitantes en el sector de influencia del proyecto, puede generar impactos negativos tanto en la flora como en la fauna, incluso en las fases de construcción mediante la modificación del hábitat.

En la flora la disminución de especies en la fase de construcción, es necesaria la reforestación para recuperar el daño causado. La fauna estará afectada por la destrucción de los hábitats de las especies del lugar y a su vez empezaran a migrar a otros sitios.

Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son: modificación del hábitat, alejamiento de especies de fauna y pérdida de flora.

**e. Socio económico**

Debido a la afluencia turística y la operación implantada en el complejo se desarrollara una generación de nuevas fuentes de trabajo en el sector, además un intercambio cultural entre los visitantes y la gente de la localidad.

Será necesario crear en nuestro proyecto un sistema de fomento de actividades al aire libre, vida sana y relación con la naturaleza, que es donde se desarrollara el proyecto como tal.

Los principales impactos a evaluar son: intercambio cultural, aumento de turismo en la zona, fomento de deportes y recreación, generación de fuentes de empleo, dinamización de la economía local.

**f. Paisaje**

El paisaje al ser un conjunto de elementos naturales, se verá afectado de manera negativa principalmente en la fase de construcción y operación como la presencia de ruido y de basura provocando contaminación auditiva y visual. Los principales impactos a ser evaluados son: perturbación por el ruido y modificación del entorno, generación y eliminación de basura.

#### 4. Matriz de evaluación de impactos ambientales

Con la matriz de Lázaro Lagos se determinará los impactos que se podrían generar con las actividades que se realizará al ejecutar el proyecto.

**Tabla 105.** *Matriz de evaluación de impactos ambientales Lázaro Lagos*

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES									IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Preparación y nivelación del terreno	2. Montaje del complejo vacacional	3. Hospedaje	4. Alimentación	5. Limpieza y mantenimiento de la piscina	6. Limpieza y mantenimiento de las caballerizas	7. Caminatas , ciclo paseo	8. Pesca deportiva	9. Cabalgata		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
<b>A. AIRE</b>	X	X							X	Emisión de partículas en suspensión y gases contaminantes	-	1	1	D	Pr	1	1	C	No	3
	X	X			X	X				Aumento de emisiones de ruido	-	1	1	D	Pr	1	2	C	No	4
<b>B. SUELO</b>	X	X					X		X	Erosión	-	1	1	D	Sc	1	2	M	No	4
	X	X					X			Alteración de la cobertura vegetal	-	1	1	C	Pr	1	2	M	No	4
<b>C. AGUA</b>			X	X				X		Generación de aguas negras y grises	-	1	2	D	Pr	2	2	C	Si	6
					X	X				Alteración de las propiedades físicas y químicas del agua	-	1	2	C	Pr	2	2	C	No	6
<b>D. FLORA Y</b>	X	X					X			Modificación de los hábitats	-	1	1	D	Sc	2	1	C	Si	4

<b>FAUNA</b>		X					X			Alejamiento de especies de fauna	-	1	1	D	Sc	1	2	C	No	4
	X	X					X			Pérdida de la vegetación	-	1	1	D	Sc	1	2	C	No	4
<b>E. SOCIO-ECONÓMICO</b>	X	X	X	X	X	X	X		X	Generación de fuentes de empleo	+	3	2	D	Pr	2	3	C	Si	11
			X	X			X	X	X	Intercambio cultural	+	3	2	D	Pr	2	3	C	Si	11
							X	X	X	Fomento de deportes y recreación	+	3	2	D	Pr	2	3	C	Si	11
			X	X			X	X	X	Aumento de turismo en la zona	+	3	2	D	Pr	2	3	C	Si	11
			X	X			X	X	X	Dinamización de la economía local	+	3	2	D	Pr	2	3	C	Si	11
<b>F. PAISAJE</b>	X	X								Modificación del entorno	-	1	1	D	Sc	1	1	M	No	3
	X	X	X	X	X	X				Generación y eliminación de basura	-	1	1	D	Sc	1	2	C	Si	4

Elaborado por: Ivette Echeverría

Tabla 106. Matriz de cuantificación

COMPONENTES AMBIENTALES	Actividades									Total +	Total -	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9			
A	-7	-7			-4	-4			-3		25	-25
B	-8	-8					-8		-4		28	-28
C			-6	-6	-6	-6		-6			30	-30
D	-8	-12					-8				28	-28
E	+11	+11	+44	+44	+11	+11	+55	+44	+55	286		+286
F	-7	-7	-4	-4	-4						26	-26
<b>Total +</b>	11	11	44	44	11	11	55	44	55	286		
<b>Total -</b>	-30	-34	-10	-10	-14	-10	-16	-6	-7		137	
<b>Total</b>	41	45	54	54	25	21	71	50	62			423

Elaborado por: Ivette Echeverría

## **5. Interpretación de la matriz**

Para la evaluación del estudio ambiental se realizaron dos matrices las cuales permiten analizar las probables actividades que a futuro causaran algún tipo de impacto en el ambiente.

Mediante la aplicación de la matriz de Lázaro Lagos la cual permitió determinar los probables impactos sobre los factores ambientales por las actividades estimadas en este proyecto, obtuvieron un total de 423 puntos, de los cuales 286 son de impactos positivos y 137 puntos en los impactos negativos, lo que indica que el proyecto es ambientalmente viable. A su vez el puntaje de impactos negativos es significativo por lo que se propone un plan de mitigación que aportará con la reducción de estos impactos.

En base a los impactos positivos determinaron que en el componente socio económico existen las actividades más beneficiosas en la implementación del proyecto con un total de 286 puntos.

## 6. Medidas de mitigación para los impactos negativos

**Tabla 107.** *Medidas de mitigación*

<b>Componente</b>	<b>Impactos negativos</b>	<b>Medidas de mitigación</b>	<b>Requerimientos</b>	<b>Costo</b>
<b>Aire</b>	Emisión de partículas en suspensión y gases contaminantes	Educar a los turistas para que no contaminen el medio con información acerca del cuidado del aire	Volantes	\$ 200,00
	Perturbación por el ruido	Controlar el tiempo de construcción	Personal a cargo del proyecto	
<b>Suelo</b>	Erosión	Mantenimiento de los senderos, evitar el anegamiento y la pérdida de cobertura vegetal por el tránsito de turistas	Mantenimiento de senderos por un peón principalmente en la temporada de invierno enero - abril	\$ 350,00
	Alteración de la cobertura vegetal			
<b>Agua</b>	Generación de aguas negras y grises	Tratamiento de aguas grises	Colocar trampas de grasas y residuos en coladeras	\$ 150,00
	Alteración de las propiedades físicas y químicas del agua	Mantenimiento de la piscina un día a la semana, evitando el uso de químicos para la limpieza	Personal del establecimiento	\$ 10,00
<b>Flora y fauna</b>	Modificación de los hábitats	Reforestación	Plantar 100 árboles nativos de la zona, 1 vez al año	\$ 100,00
	Alejamiento de especies de fauna	Implementación de señalética para delimitar las áreas de intervención	Señalética orientativa e informativa	\$ 180,00
	Pérdida de la vegetación			
<b>Paisaje</b>	Modificación del entorno	Reforestación	Plantar árboles frutales	\$ 50,00
	Generación y eliminación de basura	Clasificación de la basura con tachos para basura orgánica e inorgánica y entrega a los recolectores de basura del cantón los mismos que pertenecen a una mancomunidad para el tratamiento de la basura	Tachos de basura	\$ 100,00
<b>Total</b>				<b>\$ 1.140,00</b>

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

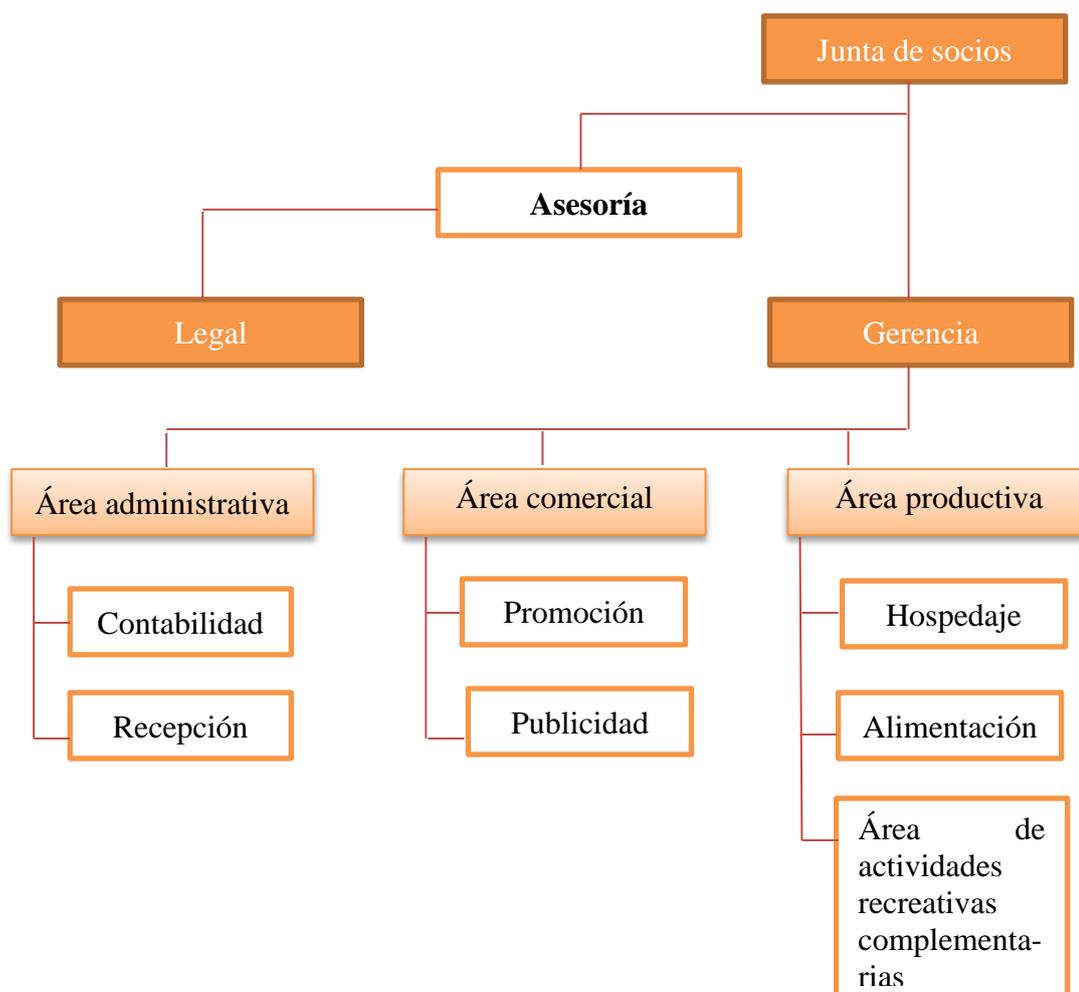
## D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

### 1. Estudio administrativo

#### a. Estructura organizativa de la empresa

Para el presente proyecto se determinó tres áreas específicas para que se pueda coordinar cabalmente y a su vez se cumpla un correcto desarrollo operativo dentro de la empresa.

#### 1) Organigrama estructural

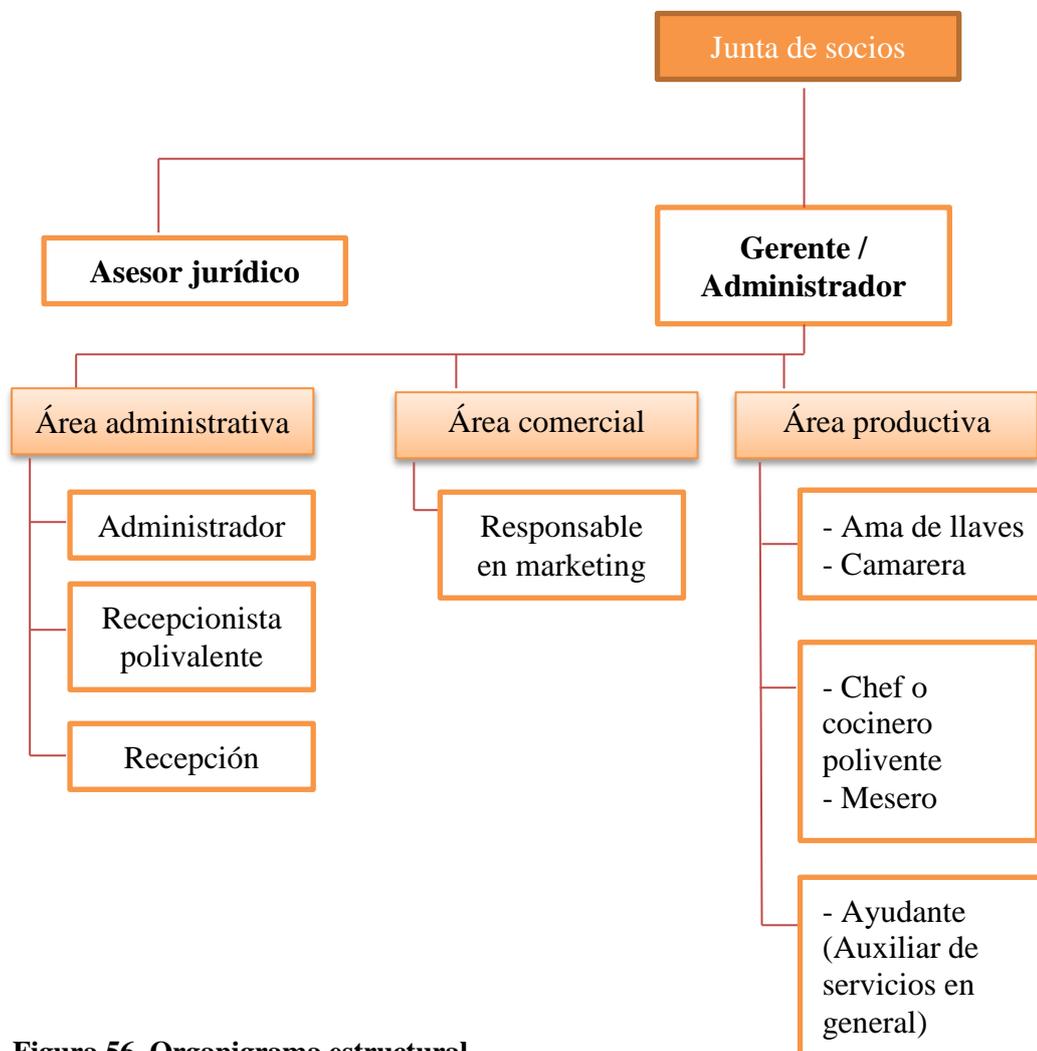


**Figura 55. Organigrama estructural**

**Fuente:** Investigación secundaria  
**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## 2) Organigrama funcional

Acorde con los niveles establecidos en la estructura organizativa se definió el personal indispensable que se desempeñará en cada área.



**Figura 56. Organigrama estructural**

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## b. Manual de funciones

La definición del manual de funciones para el Complejo Vacacional Los Nogales tiene como objetivo determinar los perfiles, cargos y funciones para el personal que se desempeñara en cada área.

### 1) Gerencia

#### a) Gerente /Administrador

**Tabla 108.** *Manual de funciones del gerente*

<b>CARGO:</b> Gerente / Administrador	
<b>Descripción del cargo</b>	El administrador de empresas de alojamiento se ocupa principalmente de gestionar los procesos de la empresa, buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos que se ofertará; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo de la empresa.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar objetivos y estrategias</li> <li>- Establecer estrategias y acciones de mercadeo</li> <li>- Analizar y evaluar resultados para proponer acciones</li> <li>- Alcanzar objetivos esperados</li> <li>- Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento</li> <li>- Asegurar la satisfacción del cliente</li> <li>- Liderar el equipo humano de trabajo</li> </ul>
<b>Competencia</b>	<p><b>1. Conocimientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Procesos y procedimientos administrativos y contables</li> <li>- Técnicas de definición de precios, productos y servicios</li> <li>- Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo</li> <li>- Procesos de mejora continua</li> <li>- Técnicas de negociación y administración de contratos</li> <li>- Vocabulario técnico del segmento turismo y hospitalidad</li> <li>- Aspectos laborales legales, comerciales tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales relacionados a la administración</li> <li>- Técnicas de liderazgo y jefatura</li> <li>- Métodos de evaluación de desempeño de personal</li> <li>- Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento</li> <li>- Técnicas de mercadeo</li> </ul> <p><b>2. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación de corto y largo plazo</li> <li>- Toma de decisiones</li> <li>- Raciocinio numérico aplicado a negocios</li> <li>- Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita</li> <li>- Interpretación del lenguaje corporal</li> </ul>

	<b>3. Actitudes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovador</li> <li>- Perseverante</li> <li>- Atento</li> <li>- Detallista</li> <li>- Previsor</li> <li>- Orientado al cambio</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poseer un título de administrador en empresas hoteleras</li> <li>- Estudios relacionados con la administración de empresas</li> <li>- Manejar con fluidez el idioma inglés y un segundo idioma</li> </ul>
<b>Experiencia laboral</b>	Tener un mínimo de dos años de experiencia

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Fuente:** Información secundaria

## 2) Administración

### a) Recepcionista

**Tabla 109.** *Manual de funciones del recepcionista*

<b>CARGO: Recepcionista</b>	
<b>Descripción del cargo</b>	El recepcionista que desempeña un puesto, se ocupa principalmente, de cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped, ser nexo entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento; atender teléfono y caja; cubrir ciertas actividades del botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registrar el ingreso del huésped (check in)</li> <li>- Acomodar al huésped en la habitación</li> <li>- Controlar el acceso a las habitaciones</li> <li>- Apoyar al huésped</li> <li>- Apoyar a la administración</li> <li>- Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out)</li> <li>- Realizar los trabajos de auditoría nocturna</li> <li>- Entregar la recepción al turno correspondiente</li> <li>- Cuidar el área de recepción</li> <li>- Operar los equipos de recepción</li> <li>- Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento</li> <li>- Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento</li> <li>- Asegurar la satisfacción del cliente</li> <li>- Cuidar de la apariencia personal</li> </ul>
<b>Competencia</b>	<b>1. Conocimientos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Procesos de ingreso (check in) y salida (check out) del huésped</li> <li>- Procedimientos de control relacionados con el acceso a las habitaciones</li> <li>- Funciones y responsabilidades de los diversos servicios de la hostería</li> <li>- Procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, posibilidades de uso de celular, números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica</li> <li>- Contabilidad básica</li> <li>- Requisitos de higiene personal adecuados a su ocupación.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computación e internet</li> <li>- Información de eventos y atractivos turísticos locales.</li> <li>- Técnicas de servicio al cliente</li> <li>- Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros</li> </ul>
	<p><b>2. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas y aplicación del cálculo porcentual para descuentos y recargas</li> <li>- Lectura y escritura para anotar mensajes orales simples de forma clara y con caligrafía legible</li> <li>- Integración para ejecutar trabajo en equipo</li> <li>- Interpretación del lenguaje corporal</li> <li>- Observación de rutinas administrativas, inclusive en la organización de documentos</li> <li>- Memoria de corto y largo plazo</li> </ul>
	<p><b>3. Actitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Equilibrado emocionalmente</li> <li>- Innovador</li> <li>- Atento</li> <li>- Orientado al cambio</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<p><b>Académicos :</b></p> <p>Título de secretariado ejecutivo Cursos para recepcionista Hablar inglés principalmente</p>
<b>Experiencia laboral</b>	No es obligatorio

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Fuente:** Información secundaria

## b) Chofer

**Tabla 110.** *Manual de funciones del chofer*

<b>CARGO: Chofer</b>	
<b>Descripción del cargo</b>	Manejar vehículos automotores propiedad de la empresa o los que ésta designe, dentro y fuera del área metropolitana para diversas transportaciones para los diferentes centros de trabajo, oficinas y lugares, ejecutando maniobras con el equipo de que estén dotados los vehículos, checando las condiciones mecánicas del vehículo asignado y realizando labores de carga de gasolina, revisión y regulación de niveles.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manejara vehículos automotores propiedad de la empresa o los que esta designe para transportación de personal propio y/o externo, equipo telefónico, materiales, herramientas, papelería, artículos de oficina, correspondencia, paquetería y cualquier bien propiedad o en custodia de la empresa.</li> <li>-Checara las condiciones mecánicas del automotor que vaya a conducir, cerciorándose de que la unidad esté en condiciones de circular y en su caso reportara al jefe inmediato las anomalías que detecte para su corrección por quien determine la empresa; por instrucciones de la empresa y cuidando la atención del servicio, realizará trabajos preventivos y en su caso correctivos de mecánica sobre fallas menores del vehículo a su cargo.</li> <li>- Asimismo realizará las actividades de carácter complementario asociadas al puesto,</li> </ul>

	para el logro de las funciones principales del mismo.
<b>Competencia</b>	<b>1. Conocimientos</b> - Las características y funcionamiento de los diferentes vehículos utilizados en la empresa. - Mecánica general. - Leyes de tránsito normas de cortesía normas de higiene. - Seguridad integral. Geografía nacional, rutas urbanas / extraurbanas.
	<b>2. Habilidades</b> - Seguir instrucciones orales y escritas establecer relaciones interpersonales efectivas tomar decisiones en situaciones difíciles detectar fallas en los vehículos. - Prevenir situaciones peligrosas.
	<b>3. Actitudes</b> - Práctico - Responsable - Equilibrado emocionalmente - Discreto - Atento
<b>Requisitos</b>	<b>Académicos :</b> - Título de bachiller - Licencia Tipo B
Experiencia laboral	Tener mínimo un año de experiencia

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Fuente:** Información secundaria

### 3) Producción

#### a) Hospedaje

##### i. Ama de llaves

**Tabla 111.** *Manual de funciones de ama de llaves*

<b>CARGO: Ama de llaves</b>	
<b>Descripción del cargo</b>	El ama de llaves se ocupa, principalmente, de planificar, controlar, organizar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento y ornamentación de las habitaciones, lavandería, sala de refrigeración, áreas externas e internas (excepto cocina) y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes.
<b>Funciones</b>	- Planificar el trabajo de su departamento - Organizar, capacitar y supervisar al equipo humano de trabajo - Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo - Contratar y supervisar servicio de terceros - Administrar materiales a su cargo

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo</li> <li>- Operar los equipos relacionados con su actividad</li> <li>- Asegurar la satisfacción del huésped</li> <li>- Interactuar con los demás departamentos</li> <li>- Apoyar a la gestión del negocio</li> </ul>
<b>Competencia</b>	<p><b>1. Conocimientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajos y eventos especiales</li> <li>- Desarrollo de procesos operacionales</li> <li>- Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de personal; métodos de validación de profesionales y equipos</li> <li>- Legislación laboral y comercial aplicable a contratos de prestación de servicios y a técnicas de negociación de contratos</li> <li>- Técnica de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales</li> <li>- Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento y operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones.</li> <li>- Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento</li> <li>- Técnicas de servicio al cliente</li> <li>- Técnicas básicas de decoración, manejo de volúmenes, manejo de color</li> <li>- Requisitos para trabajo en equipo</li> </ul>
	<p><b>2. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de argumentar con la lógica verbalmente o por escrito</li> <li>- Tomar decisiones complejas, individualmente o conjuntamente con otras personas</li> <li>- Cálculos matemáticos y elaboración de planillas y gráficos para análisis y control</li> <li>- Lectura y escritura clara para elaboración de informes gerenciales</li> <li>- Planificación de corto plazo, de acuerdo con recomendaciones estratégicas</li> </ul>
	<p><b>3. Actitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovador</li> <li>- Detallista</li> <li>- Práctico</li> <li>- Controlador</li> <li>- Democrático</li> <li>- Equilibrado emocionalmente</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<p><b>Académicos :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bachillerato o carrera técnica determinada</li> <li>- Licenciatura en administración de empresas turísticas o con conocimientos de administración</li> </ul>
<b>Experiencia laboral</b>	Tener mínimo un año de experiencia

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Fuente:** Información secundaria

## ii. Camarera de pisos

**Tabla 112.** *Manual de funciones de camarera de pisos*

<b>CARGO: Camarera</b>	
<b>Descripción del cargo</b>	La camarera se ocupa principalmente de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpiar, asear y ordenar las habitaciones</li> <li>- Adecuar la habitación para recibir al huésped</li> <li>- Inspeccionar el estado de una habitación</li> <li>- Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación</li> <li>- Ordenar la habitación ocupada</li> <li>- Efectuar controles y registros</li> <li>- Operar equipos de trabajo</li> <li>- Brindar información del establecimiento al huésped</li> <li>- Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento</li> <li>- Velar por la seguridad y privacidad del huésped</li> <li>- Asegurar satisfacción del cliente</li> <li>- Cuidar de la apariencia personal</li> <li>- Mantener la comunicación con los demás departamentos</li> </ul>
<b>Competencia</b>	<p><b>1. Conocimientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales</li> <li>- Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos</li> <li>- Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo</li> <li>- Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones</li> <li>- Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped</li> <li>- Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de la hostería</li> <li>- Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo</li> </ul> <p><b>2. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas</li> <li>- Lectura y escritura clara para llenado de formularios y registros de novedades simples</li> <li>- Tomar decisiones rápidas bajo presión</li> <li>- Comunicarse claramente de manera verbal</li> <li>- Manipular objetos con firmeza y coordinación motriz</li> </ul> <p><b>3. Actitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Práctico</li> <li>- Detallista</li> <li>- Tradicional</li> <li>- Equilibrado emocionalmente</li> <li>- Discreto</li> <li>- Atento</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<p><b>Académicos :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de bachiller</li> <li>- Carrera técnica determinada</li> </ul>
<b>Experiencia laboral</b>	Tener mínimo un año de experiencia

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## b) Alimentación

### i. Cocinero polivalente

**Tabla 113.** *Manual de funciones del cocinero polivalente*

<b>CARGO: Cocinero polivalente</b>	
<b>Descripción del cargo</b>	El Cocinero polivalente se ocupa, principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar y controlar la cocina</li> <li>- Elaborar la programación de la cocina</li> <li>- Preparar platos</li> <li>- Administrar lo existente (stock) y consumo</li> <li>- Administrar el equipo</li> <li>- Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos</li> </ul>
<b>Competencia</b>	<p><b>1. Conocimientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prácticas administrativas de planificación</li> <li>- Elaboración de presupuestos</li> <li>- Análisis y control de costos y resultados</li> <li>- Administración de la producción</li> <li>- Principios básicos de gestión de procesos de producción de alimentos y bebidas</li> <li>- Técnicas de administración del recurso humano, herramientas de gestión</li> <li>- Manejo de indicadores de gestión y cumplimiento de metas</li> <li>- Procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal</li> <li>- Técnicas de preparación, cocción, disposición, montaje y presentación de platos</li> <li>- Técnicas de servicio</li> <li>- Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual</li> <li>- Maquinaria, equipos y utensilios de cocina</li> <li>- Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía</li> <li>- Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación</li> </ul> <p><b>2. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Leer e identificar hora, temperatura y peso</li> <li>- Cálculo estimativo de tiempo, peso, dimensión, cantidad y costo de los alimentos</li> <li>- Calcular operaciones aritméticas básicas, porcentajes y fracciones</li> <li>- Memoria de corto y largo plazo</li> <li>- Comunicación clara y articulada, en forma verbal y escrita</li> <li>- Capaz de escuchar, orientar, supervisar, motivar y relacionarse con el equipo de trabajo</li> <li>- Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante el período de trabajo</li> <li>- Iniciativa para prevenir y solucionar problemas</li> <li>- Reflejos rápidos, coordinación motriz fina</li> </ul> <p><b>3. Actitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Detallista</li> <li>- Confiable</li> <li>- Atento</li> <li>- Equilibrado emocionalmente</li> <li>- Controlador</li> </ul>

<b>Requisitos</b>	<b>Académicos :</b> - Título de bachiller - Licenciatura o tecnología en gastronomía
<b>Experiencia laboral</b>	Tener mínimo un año de experiencia

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Fuente:** Información secundaria

## ii. Mesero

**Tabla 114.** *Manual de funciones del mesero*

<b>CARGO: Mesero</b>	
<b>Descripción del cargo</b>	El mesero se ocupa, principalmente, de recibir y acoger al cliente; servir alimentos y bebidas y cuidar del arreglo del punto de venta o servicio
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender al cliente</li> <li>- Presentar el menú o carta</li> <li>- Servir al cliente</li> <li>- Actuar como nexo entre el cliente y las otras áreas del establecimiento</li> <li>- Finalizar la atención y recibir el pago</li> <li>- Cuidar de la seguridad de los alimentos</li> <li>- Cuidar del arreglo del punto de venta</li> <li>- Representar y vender</li> <li>- Operar equipos del salón y del punto de venta</li> <li>- Asegurar la satisfacción del cliente</li> <li>- Cuidar de la presentación personal</li> <li>- Apoyar al equipo</li> </ul>
<b>Competencia</b>	<p><b>1. Conocimientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de servicio a la mesa y al cliente</li> <li>- Normas de etiqueta a la mesa y en el salón</li> <li>- Preparación básica de alimentos y bebidas</li> <li>- Procedimientos de emergencia</li> <li>- Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación</li> <li>- Operación de los equipos de comedor</li> <li>- Técnicas de comunicación en el servicio</li> <li>- Técnicas de trabajo en equipo</li> <li>- Técnicas de servicio</li> </ul> <p><b>2. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas</li> <li>- Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios con caligrafía legible</li> <li>- Comunicación oral y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuados</li> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Interpretación de lenguaje corporal, en particular, gestual</li> <li>- Capacidad para transportar pequeños pesos y permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo</li> </ul> <p><b>3. Actitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Detallista</li> <li>- Confiable</li> </ul>

	- Equilibrado emocionalmente
<b>Requisitos</b>	Académicos : - Título de bachiller - Licenciatura en carrera determinada - Dominio del idioma inglés
<b>Experiencia laboral</b>	Tener mínimo un año de experiencia

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Fuente:** Información secundaria

### c) **Recreación**

#### i. **Ayudante /auxiliar de servicios**

**Tabla 115. Manual de funciones de ayudante / auxiliar de servicios**

<b>CARGO: Ayudante / Auxiliar de servicios</b>	
<b>Descripción del cargo</b>	Es el profesional responsable de custodiar las áreas recreativas, así como de la vigilancia del acceso al hotel y de la operativa de distribución de los equipajes de los clientes. Se encarga de orientar el cliente en las actividades externas del establecimiento.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vigila los accesos del establecimiento controlando el tránsito de personas, bienes y actividades</li> <li>- Gestiona el porte y la distribución de los equipajes</li> <li>- En ocasiones puede recibir a los huéspedes y acompañarlos a sus habitaciones</li> <li>- Custodia y entrega las llaves o tarjetas de acceso a las habitaciones</li> <li>- Controla la consigna y la caja de seguridad del establecimiento</li> <li>- Se puede encargar de la distribución de la correspondencia y del servicio de paquetería</li> <li>- Controla el movimiento de vehículos y la disponibilidad de plazas</li> <li>- Informa a los clientes sobre los servicios del establecimiento y realiza las reservas de algunos servicios externos</li> <li>- Atiende algunos encargos de los clientes</li> <li>- Recibe las impresiones, sugerencias y reclamos de los clientes y las transmite a los responsables de cada departamento con el fin de mejorar la calidad del servicio</li> </ul>
<b>Competencia</b>	<b>1. Conocimientos</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación específica en el área de atención al cliente</li> <li>- Cuidar la presencia física y el aseo personal</li> <li>- poseer dotes de comunicación y habilidades sociales</li> </ul>
	<b>2. Habilidades</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento de instrucciones orales o escritas específicas frecuentemente con una rutina simple</li> <li>- Realizar tareas repetitivas, frecuentemente de la misma manera</li> <li>- Capacidad para ayudar a los huéspedes a levantar y cargar sus pertenencias</li> </ul>
	<b>3. Actitudes</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Práctico</li> </ul>

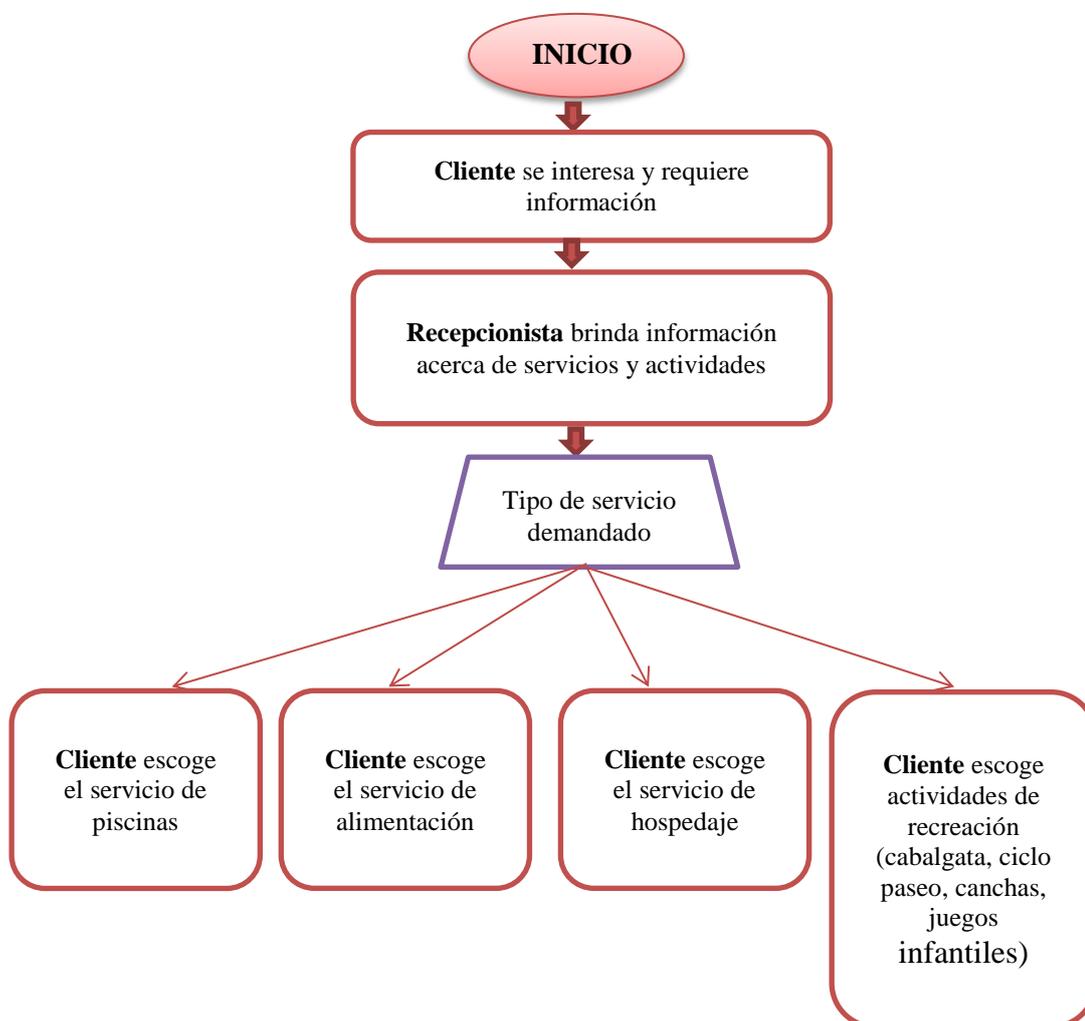
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Equilibrado</li><li>- Atento</li><li>- Activo</li><li>- Amable</li></ul>
<b>Requisitos</b>	<b>Académicos :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Título de bachiller</li><li>- Licenciatura en carrera determinada</li><li>- Dominio del idioma inglés</li></ul>
<b>Experiencia laboral</b>	Tener mínimo un año de experiencia

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**Fuente:** Información secundaria

### c. Procedimiento para la prestación de servicios

Se realizaron diagramas de flujo los mismos que ayudaran a la prestación de servicios desde que el cliente solicita la información hasta que termina su visita.

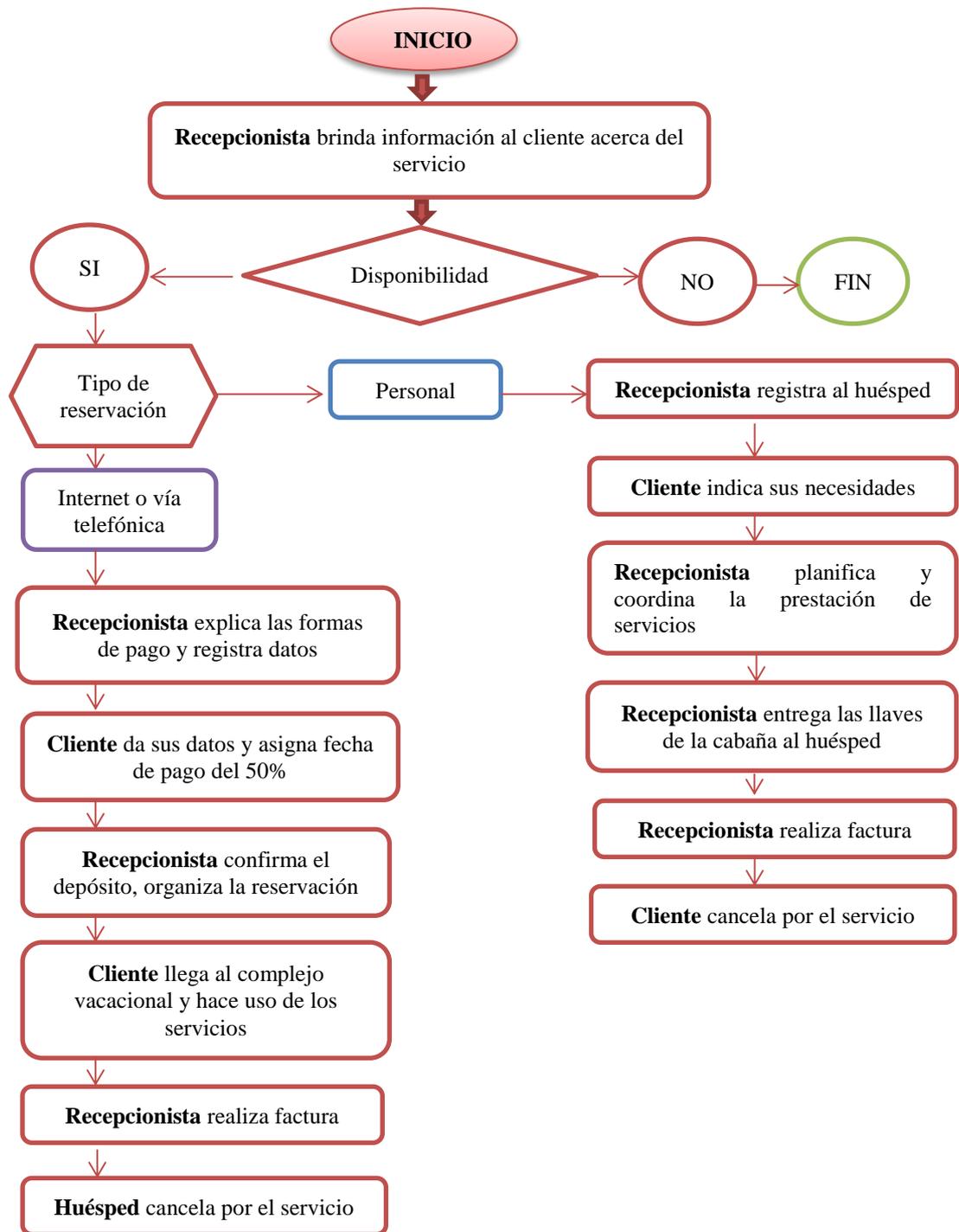


**Figura 57. Flujograma general de producción de servicios turísticos**

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## 1) Servicio de hospedaje

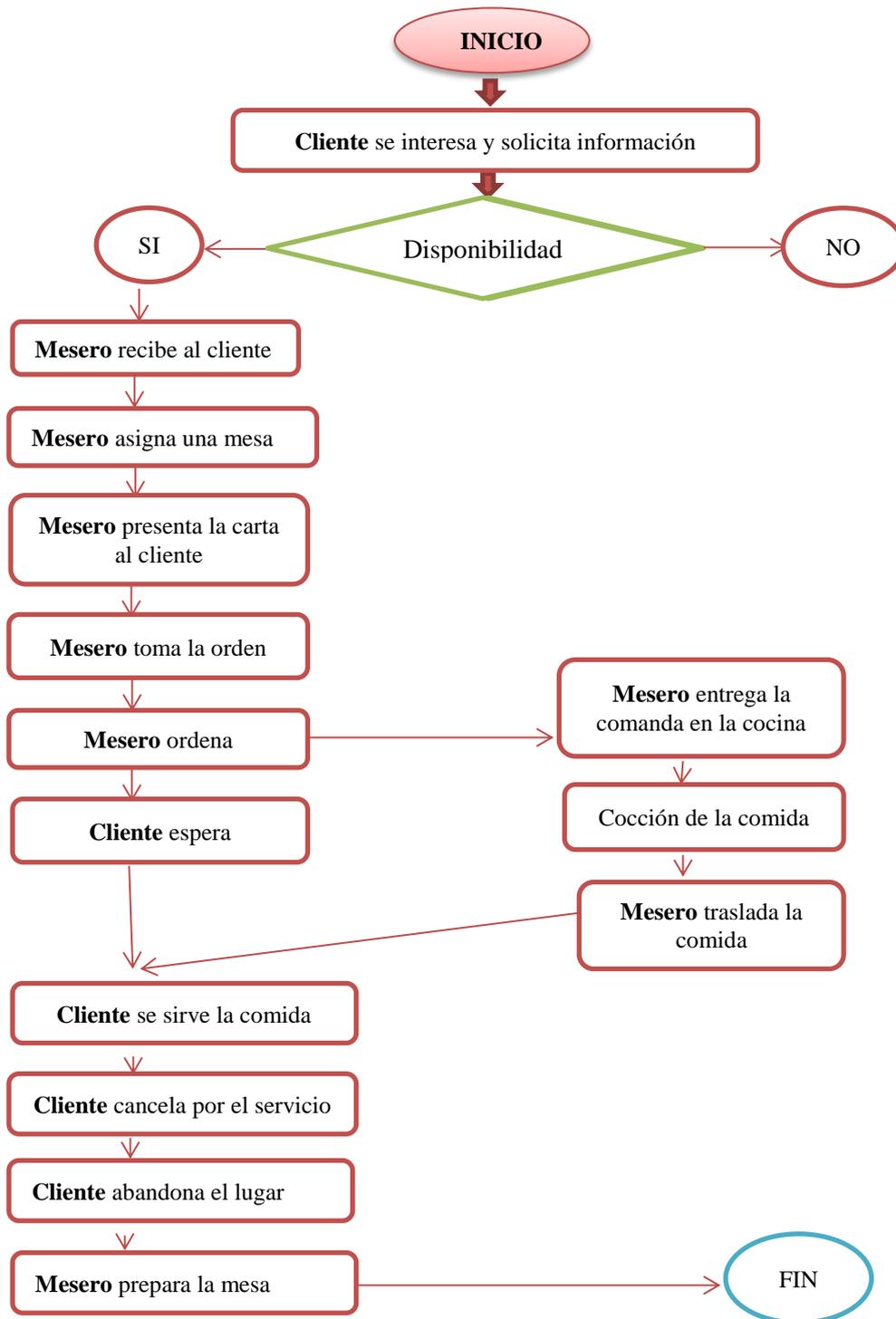


**Figura 58. Flujograma de servicio de hospedaje**

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## 2) Servicio de alimentación

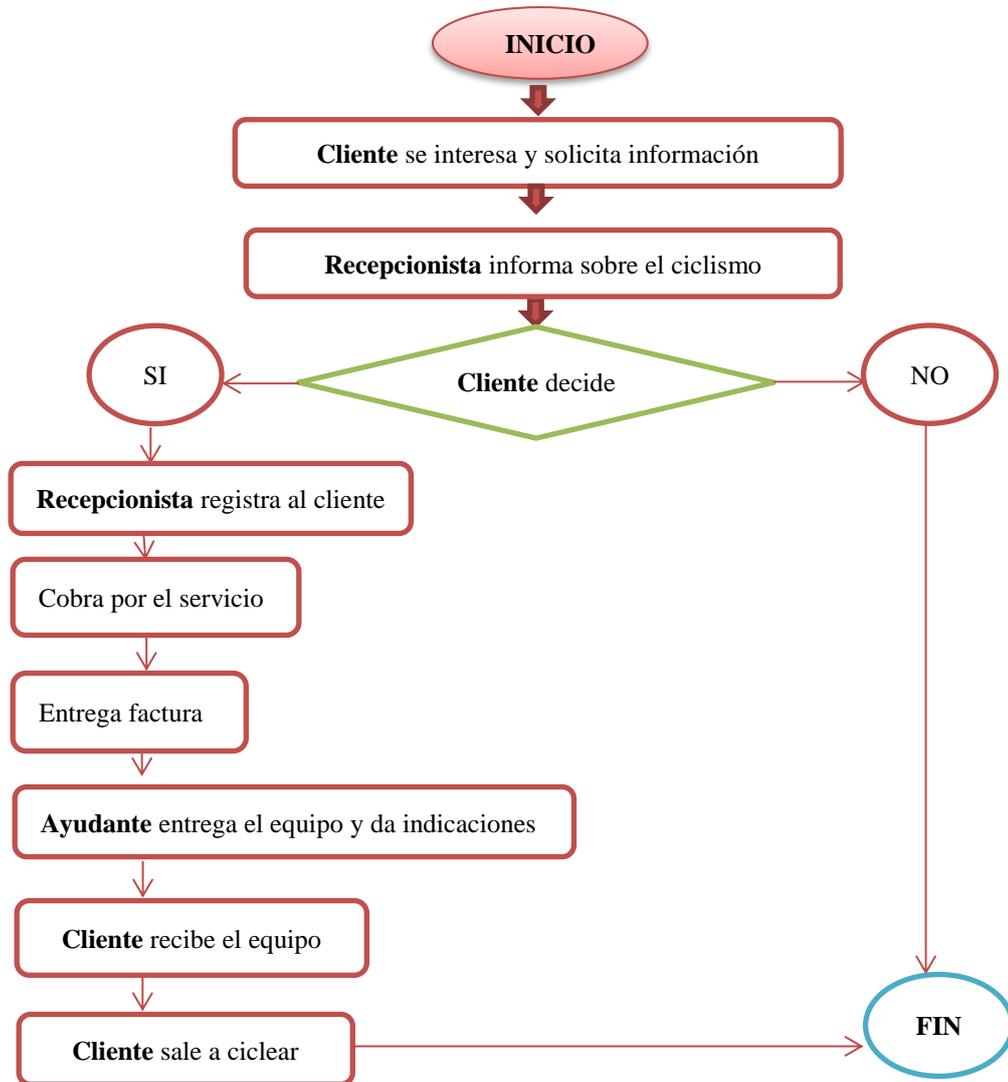


**Figura 59. Flujograma de servicio de alimentación**

**Fuente:** Investigación secundaria  
**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### 3) Servicio de recreación

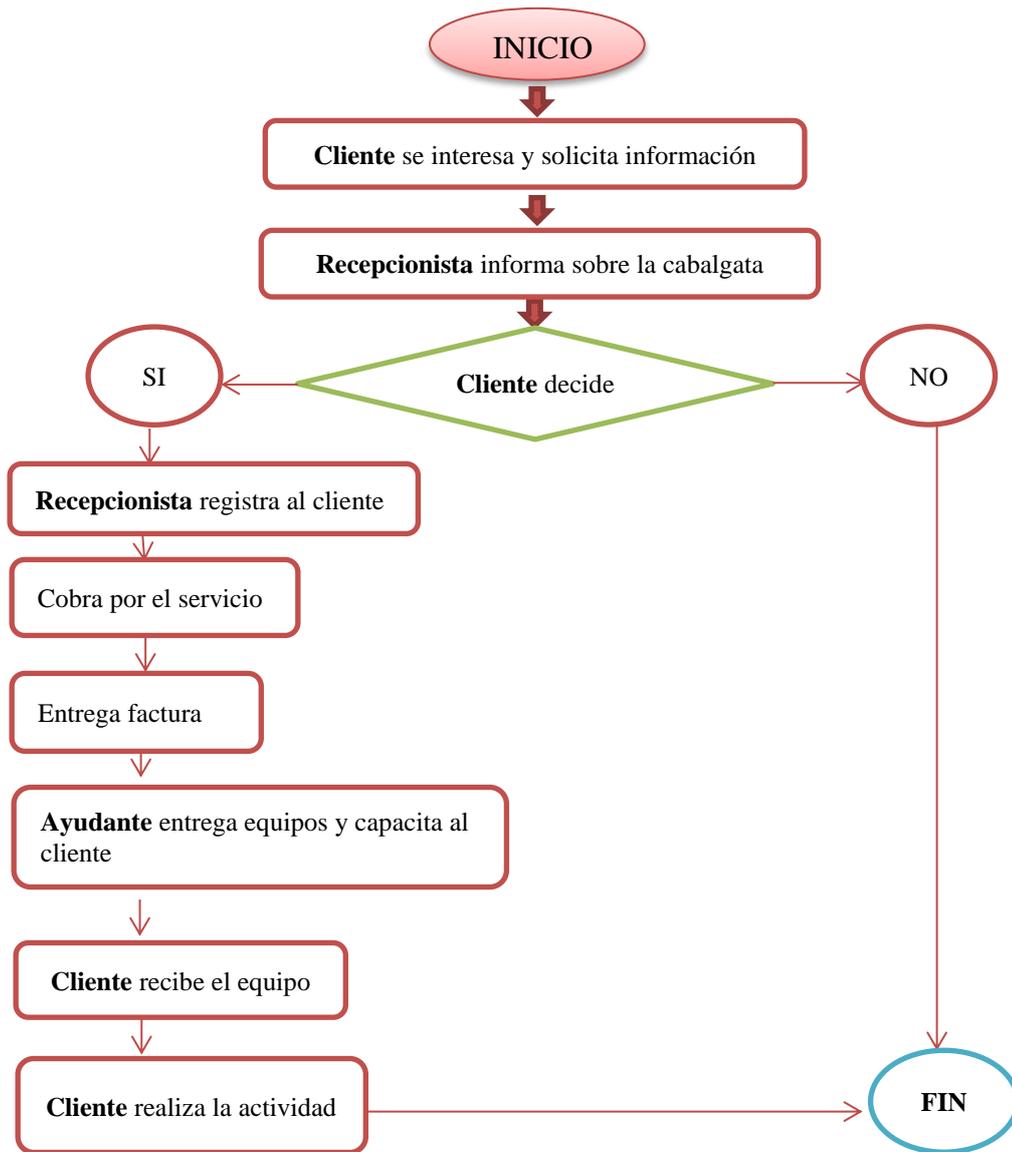
#### a) Ciclismo



**Figura 60. Flujograma de ciclismo**

**Fuente:** Investigación secundaria  
**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## b) Cabalgata



**Figura 61. Flujograma de ciclismo**

**Fuente:** Investigación secundaria  
**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## c) Pesca deportiva

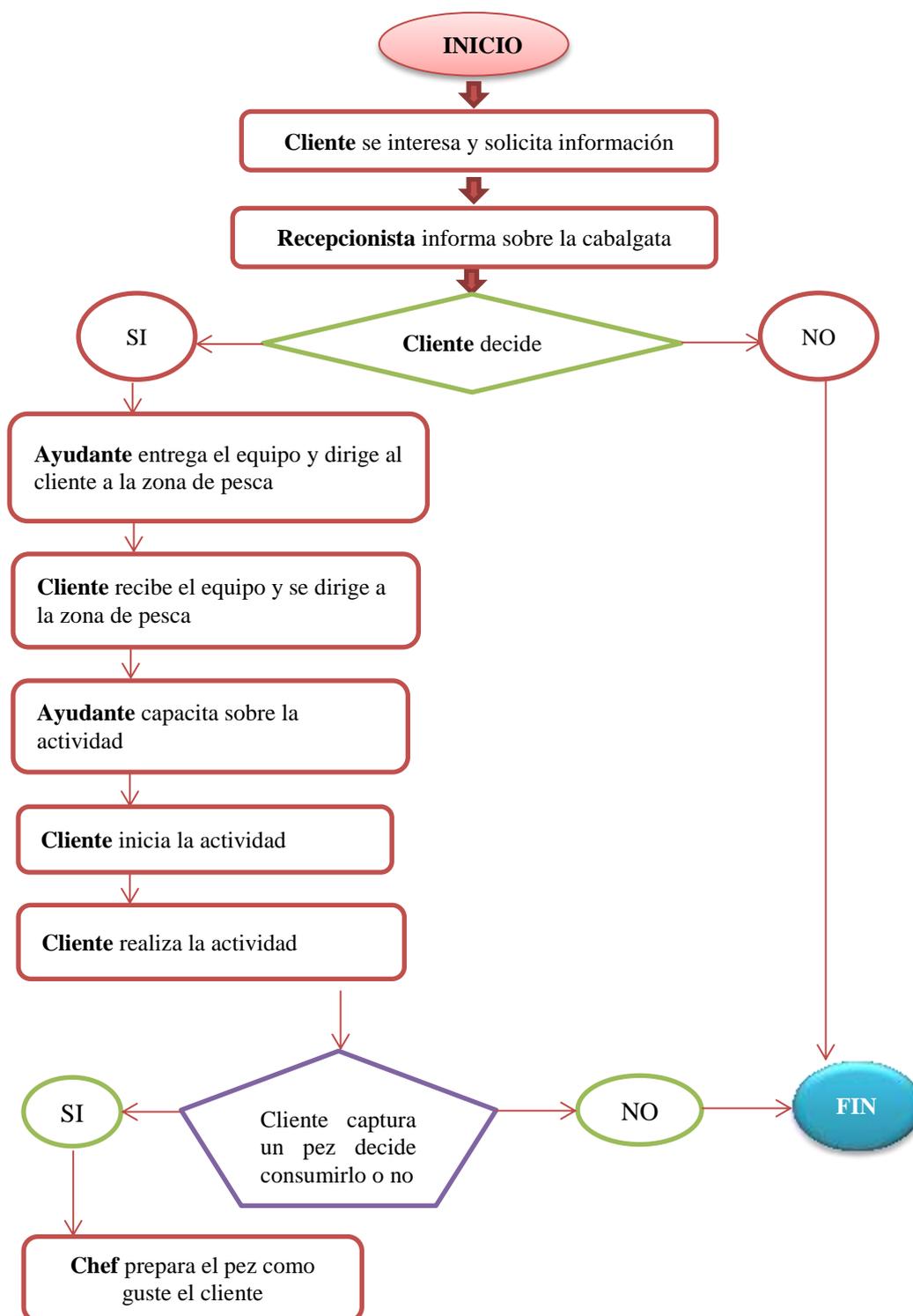


Figura 62. Flujograma de ciclismo

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Ivette Echeverría

**d. Reglamento para empleados y turistas**

El desarrollo del reglamento interno para el complejo turístico tiene como propósito establecer las normas a las que estarán sujetos empleados y visitantes al momento de ingresar al complejo turístico para evitar cualquier inconveniente.

**1) Reglamento para empleados****a) Jornada laboral**

- i.** Los empleados llevarán un registro de asistencia.
- ii.** Los empleados trabajarán 12 horas diarias.
- iii.** La jornada de los empleados será en dos turnos:
  - Diurno: 08:00 a 20:00
  - Nocturno: 20:00 a 08:00
- iv.** El personal contará con un receso de una hora para alimentarse y descansar.
- v.** Los empleados deberán ponerse de acuerdo para alternarse y así hacer uso de su receso con el fin de que el complejo turístico no sea descuidado.
- vi.** Los días de feriado y vacaciones estarán a disposiciones generales de la gerencia.

**b) Remuneración**

- i.** La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la Ley.
- ii.** La empresa efectuará descuentos de los sueldos del trabajador solo en casos de:

- Aportes personales del IESS;
- Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- Ordenados por autoridades judiciales.
- Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- Multas establecidas en este reglamento.
- Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

**c) Prohibiciones y sanciones**

- i.** No se permita el ingreso de los empleados en estado etílico alcohólicas o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
- ii.** Si el empleado no puede asistir a su jornada de trabajo deberá mandar un reemplazo o presentar la debida justificación con documentos como por ejemplo certificado médico de no presentar justificación o enviar un reemplazo será amonestado por escrito.
- iii.** Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.
- iv.** Los empleados no pueden hacer de uso personal las instalaciones del complejo turístico.
- v.** El personal del complejo no puede alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.

- vi. Suspender la respectiva jornada de trabajo sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.
- vii. Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes.
- viii. Incentivar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc.
- ix. Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la empresa.

**d) Higiene y cuidado personal**

- i. El empleado debe llevar el uniforme y el calzado en buen estado y limpio.
- ii. El personal debe llevar las uñas correctamente cortadas y limpias, en el caso de los hombres conservar el cabello corto, y en el caso de las mujeres deben usar un gorro de lino antiséptico.
- iii. De manera obligatoria cada empleado debe mantener limpia y desinfectada su área de trabajo.

**2) Reglamento para visitantes**

- a) En el momento de realizar el check in el visitante tiene la obligación de realizar el pago total de su hospedaje y presentar un documento de identificación.
- b) Las reservaciones se las puede realizar personalmente o por vía telefónica cancelando el 50% del precio de la cabaña.
- c) El horario de desayunos está programado desde las 7:30am hasta las 10:00am, luego de este horario no estará disponible el desayuno.

- d)** Las personas que no estén registradas no podrán realizar su ingreso a las habitaciones de los huéspedes.
- e)** El hospedaje para niños menores de 12 años es la mitad del valor del hospedaje para adultos.
- f)** El visitante tiene acceso al estacionamiento.
- g)** El complejo turístico no se hace responsable por la desaparición o pérdida de cualquier objeto que no haya sido dejado bajo responsabilidad del personal del complejo.
- h)** El huésped al momento de abandonar las cabañas del complejo tiene que dejar las llaves en recepción.
- i)** Está estrictamente prohibido que los visitantes provoquen cualquier tipo de desorden, vandalismo, comportamiento hostil, disturbios, o cualquier otro acto que pueda obstaculizar la tranquilidad, silencio, descanso y privacidad de los otros huéspedes.
- j)** No está permitido el ingreso al complejo turístico de armas de fuego, material explosivo, inflamables, estupefacientes, o sustancias similares.
- k)** Los visitantes están obligados a no realizar cualquier tipo de violencia, falta de respeto, insultos y ofensas hacia los empleados del establecimiento.
- l)** Todo daño o pérdida causada por el huésped a los bienes, inmuebles y enseres propiedad del complejo deberá pagarlo de acuerdo con el valor establecido por el gerente.
- m)** Para la realización de actividades turísticas fuera del lugar, el turista debe ir acompañado por un guía por seguridad.

## 2. Estudio legal

### a. Base legal

#### 1) Constitución política de la República del Ecuador

##### a) **Art.66.** Se reconoce y garantiza a las personas

Numeral 13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

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

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

##### b) **Art. 83.** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la Ley:

Numeral 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

##### c) **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.

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

## 2) Ley de turismo

- a) **Art. 5.** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:
- i. Alojamiento;
  - ii. Servicio de alimentos y bebidas;
  - iii. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
  - iv. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
  - v. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
  - vi. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.
- b) **Art. 8.** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.
- c) **Art. 9.** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.
- d) **Art. 10.** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento.

### 3) Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo

**Art. 45.** Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la Ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la Ley y este Reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

#### a) Del registro único de turismo

**i. Art. 47.** Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El Registro de Turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y, otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la Lista de Incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

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

El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

**b) De la licencia única anual de funcionamiento**

- i. Art. 55.** Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.
- ii. Art. 56.** Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento. A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.
- iii. Art. 60.** Pago de la licencia. El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

**4) Reglamento general de Actividades Turísticas**

- a) Art. 31.** Complejos vacacionales.- Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.
- b) Art. 32.** Servicios en los complejos vacacionales.- Para que un alojamiento sea considerando complejo vacacional deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

**i. De hospedaje y complementarios:**

- Servicio de recepción.
- Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- Servicio de comedor. Servicio telefónico.
- Servicio de lavandería y planchado. Servicio de asistencia médica.
- Servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el recinto del establecimiento y,
- Servicios de carácter deportivo

Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.

- c) **Art. 33.** Tarifas en los complejos vacacionales.- Los complejos vacacionales cobrarán una tarifa especial por persona como remuneración por el hospedaje diario, tarifa en la que estará comprendida, además del alojamiento, la pensión alimenticia y el uso y goce normal de todas las instalaciones y servicios del establecimiento, con excepción de las siguientes:

- i. Campo de golf.
- ii. Pista de tenis.
- iii. Bolos.
- iv. Alquiler de caballos, embarcaciones y demás material y equipo deportivo.

El Ministerio de Turismo autorizará el cobro de un valor adicional por la utilización de los citados servicios o de otros que a su criterio no se encuentren incluidos dentro de la tarifa por hospedaje.

- d) **Art. 34.** Reglamento interno de los complejos vacacionales.- En todos los complejos vacacionales existirá un reglamento de régimen interno, que deberá ser aprobado por el Ministerio de Turismo, figurará en un lugar destacado de la recepción y contendrá las disposiciones a las que deberán sujetarse los huéspedes.

En el reglamento se determinarán las condiciones de funcionamiento del alojamiento, los derechos y deberes de los clientes, los horarios de los diferentes servicios y más regulaciones para la utilización de los mismos.

## 5) Ley de compañías

- a) **Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

- b) **Art. 93.-** La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.
- c) **Art. 94.** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles

permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

- d) Art. 95.** La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.
- e) Art. 96.** El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.
- f) Art. 97.** Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

#### **b. Análisis de la fundamentación legal del proyecto**

**Tabla 116.** *Análisis de la fundamentación legal*

<b>Ley</b>	<b>Artículo</b>	<b>Análisis</b>
Constitución Política de la República del Ecuador	Art. 66, 83, 319,320	- De acuerdo a los artículos mencionados se establecen lineamientos en dónde se especifica el derecho de toda persona natural a realizar actividades que generen beneficios económicos. - Es posible constituir una empresa ya sea individual o colectiva considerando con relevancia la utilización adecuada de los recursos naturales.
Ley de Turismo	Art. 5,8,9,10	- El proyecto turístico debe basarse esencialmente en los lineamientos estipulados por la Ley de Turismo, en la cual propone conceptos claros sobre las actividades turísticas y especifica los requisitos para el registro, calificación, promoción de los actores turísticos.
Reglamento general de la aplicación de la Ley de Turismo	Art. 45	- Ésta herramienta jurídica sirve de apoyo al proyecto turístico para la correcta aplicación de cada una de las leyes y lineamientos contemplados en la Ley de turismo.

Reglamento general de Actividades Turísticas	Art. 31, 32, 33	- Los artículos antes mencionados hacen referencia que un complejo vacacional deberá prestar como mínimo los servicios de recepción hospedaje, alimentación, y servicios de carácter deportivo a su vez el cobro de una tarifa por cada uno de ellos.
Registro Único de Turismo	Art. 47,48	- Los artículos del Registro Único de Turismo hace referencia a la inscripción obligatoria en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos en el Ministerio de Turismo y su valor por concepto de registro se lo realizará una sola vez.
Ley de Compañías	Art. 92,93,94,95 96, 97	- Esta ley orienta al proyecto turístico a regirse a no excederse en el número de socios y el monto de sus aportaciones individuales de compañía de responsabilidad limitada la misma que tendrá validez a partir de la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

**Fuente:** Información primaria

Elaborado **por:** Ivette Echeverría

En base al análisis realizado concerniente a la parte legal, se ha determinado que el proyecto turístico estará organizado por las leyes antes mencionadas para la formación de la empresa como tal y posteriormente para el desarrollo de la actividad turística; se tomará en cuenta primordialmente la Ley de Turismo, con el objetivo que el proyecto quede amparado de manera legal y no exista ningún tipo de obstáculo al momento de ejecutar la actividad.

### **c. Requisitos legales para la constitución**

#### **1) Registro único de contribuyentes**

Para obtener el RUC se necesita:

- a) Formulario RUC lleno con los datos de la compañía
- b) Original y copia de la escritura de constitución de la compañía
- c) Original y copia del nombramiento del representante legal
- d) Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- e) Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

#### **2) Patente municipal**

- a) Formulario de patente de actividades económicas
- b) Original y copia de la cédula y papeleta de votación
- c) Original y copia de RUC
- d) Copia permiso de cuerpo de bomberos
- e) Copia del acta de constitución de la empresa
- f) Copia de la carta del impuesto predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año)

#### **3) Permiso sanitario**

Para obtener el permiso sanitario se requiere presentar en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- a) Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- b) Comprobante de pago de patente del año
- c) Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original)
- d) Certificado (s) de salud
- e) Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad

f) Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada

**4) Registro de actividad turística.-** Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañados de los siguientes documentos:

- a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiera, tratándose de personas jurídicas.
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina del Registro Mercantil.
- c) Copia del R.U.C.
- d) Copia de la cédula de identidad.
- e) Copia de la papeleta de votación.
- f) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud.
- g) Registro único de contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.
- h) Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- i) Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
- j) Declaración juramentada de activos fijos para cancelación de 1 por mil.
- k) Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

#### **5) Licencia anual de funcionamiento**

Para obtener la licencia anual de funcionamiento se requiere lo siguiente:

- a) Solicitud de registro en el Catastro turístico dirigida al señor Alcalde
- b) Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo
- c) Patente municipal actualizada
- d) Certificado actualizado de afiliación a la cámara de turismo provincial (opcional)
- e) Copia certificada del RUC
- f) Lista de precios del establecimiento turístico
- g) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento

#### **6) Invención en Ecuador**

- a) Solicitud en formato IEPI
- b) Tasa de solicitud
- c) Memoria descriptiva en español
- d) Reivindicaciones en español
- e) Dibujos
- f) Sesión de derechos
- g) Copia de prioridad
- h) Tasa de mantenimiento
- i) Nombramiento del representante legal

#### **7) Constitución como una empresa compañía de responsabilidad limitada**

a) Deberá ser aprobado por la Secretaria General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaria General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre del 2008).

b) Las denominaciones sociales se rigen por los principios de "propiedad" y de "inconfundibilidad" o "peculiaridad" (Art. 16 LC).

c) De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que

constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión, del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

**d)** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por el abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

### 1) Gastos de constitución

**Tabla 117.** *Gastos de constitución*

Gastos	Descripción	Costo
De constitución	Estatuto de constitución	\$ 250,00
	Elevación escrita de registro	\$ 500,00
	Registro de nombramiento legal	\$ 150,00
	Apertura de cuenta Banco Nacional de Fomento	\$ 800,00
	IEPI	\$ 100,00
	Inscripción en la Superintendencia de Compañías	\$ 292,80
De permisos, patentes y licencias	Registro único de turismo	\$00,00
	Permiso sanitario	\$ 50,00
	Licencia Anual de Funcionamiento (El valor lo fija el municipio del cantón Pallatanga de acuerdo al número de habitaciones de la empresa turística)	\$ 30,00
<b>Total</b>		<b>\$ 2.172,80</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## 1. Requerimientos del área administrativa

### a. Inversión en activos fijos

**Tabla 118.** *Activos fijos para el área administrativa*

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Muebles y encerés</b>				
Escritorio	U	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Silla giratoria de oficina	U	1	\$ 86,50	\$ 86,50

Archivador	U	1	\$ 95,00	\$ 95,00
<b>Sub total 1</b>				<b>\$ 291,50</b>
<b>Equipos de computo</b>				
Computadora de escritorio	U	1	\$ 712,00	\$ 712,00
<b>Sub total 2</b>				<b>\$ 712,00</b>
<b>Equipos de oficina</b>				
Calculadora Casio	U	1	\$ 12,00	\$ 12,00
<b>Sub total 3</b>				<b>\$ 12,00</b>
<b>Menaje</b>				
Persianas (45cm x 1,40m)	U	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Decoración				
Basurero de plástico	U	1	\$ 7,50	\$ 7,50
Reloj de pared	U	1	\$ 12,60	\$ 12,60
<b>Sub total 4</b>				<b>\$ 65,10</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 1.080,60</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## b. Insumos y materiales

**Tabla 119.** *Insumos y materiales para el área administrativa*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
<b>Insumos y materiales de oficina</b>				
Papel Bond	1 resma	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 37,20
Esferos Bic	2 cajas	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Carpetas folder	5 unidades	\$ 1,20	\$ 6,00	\$ 30,00
<b>Total</b>				<b>\$ 79,20</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## c. Talento humano y remuneración económica

**Tabla 120.** *Talento humano y remuneración económica para el área administrativa*

N°	Cargo	Salario mensual	Salario anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva (9.35%)	Aporte IESS (11.15%)	Remuneración anual total
1	Chofer	\$ 360,12	\$ 4.321,44	\$ 360,12	354,00	\$ 404,05	\$ 481,84	\$ 5.921,46
1	Gerente	\$ 526,52	\$ 6.318,24	\$ 526,52	354,00	\$ 590,76	\$ 704,48	\$ 8.494,00
<b>Total</b>								<b>\$ 14.415,46</b>

**Fuente:** Investigación secundaria

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## E. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

### 1. Análisis económico

#### a. Inversiones del proyecto

**Tabla 121.** *Inversiones del proyecto*

Rubros	Inversión por realizar	Total inversión
<b>Activos fijos</b>		<b>\$ 201.831,00</b>
Terreno	\$ 33.900,00	
Edificaciones y construcciones	\$ 121.472,65	
Vehículo de trabajo	\$ 22.000,00	
Maquinaria y equipo	\$ 12.671,80	
Muebles y enseres	\$ 5.076,50	
Equipo de computo	\$ 1.882,40	
Equipo de oficina	\$ 880,00	
Menaje	\$ 3.947,65	
<b>Activos diferidos</b>		<b>\$ 4.861,80</b>
Promoción y publicidad	\$ 439,00	
Inversión diferida	\$ 1.110,00	
Gastos de constitución	\$ 2.172,80	
Gasto estudio ambiental	\$ 1.140,00	
<b>Capital de trabajo</b>		<b>\$ 67.702,00</b>
Insumos y materiales	\$ 2.783,08	
Materia prima	\$ 10.436,40	
Mano de obra directa	\$ 37.960,74	
Mano de obra indirecta	\$ 11.766,38	
Sueldos y salarios	\$ 435,00	
Servicios básicos	\$ 3.920,40	
Contingencias	\$ 400,00	
<b>Total</b>		<b>\$ 274.394,80</b>

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## b. Fuentes y usos del proyecto

**Tabla 122.** Fuentes y usos del proyecto

Rubros	Usos de fondos	Fuentes de financiamiento	
		Recursos propios	Banco
<b>Activos fijos</b>			
Terreno	\$ 33.900,00		\$ 39.900,00
Edificaciones y construcciones	\$ 121.472,65	\$ 106.493,69	\$ 14.978,96
Vehículo de trabajo	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00	
Maquinaria y equipo	\$ 12.671,80	\$ 12.671,80	
Muebles y enseres	\$ 5.076,50	\$ 5.076,50	
Equipo de computo	\$ 1.882,40	\$ 1.882,40	
Equipo de oficina	\$ 880,00	\$ 880,00	
Menaje	\$ 3.947,65	\$ 3.947,65	
<b>Activos diferidos</b>			\$ -
Promoción y publicidad	\$ 439,00	\$ 439,00	
Inversión diferida	\$ 1.110,00	\$ 1.110,00	
Gastos de constitución	\$ 2.172,80	\$ 2.172,80	
Gasto estudio ambiental	\$ 1.140,00	\$ 1.140,00	
<b>Capital de trabajo</b>			
Insumos y materiales	\$ 2.783,08	\$ 2.783,08	
Materia prima	\$ 10.436,40	\$ 10.436,40	
Mano de obra directa	\$ 37.960,74	\$ 37.960,74	
Mano de obra indirecta	\$ 11.766,38	\$ 11.766,38	
Sueldos y salarios	\$ 435,00	\$ 435,00	
Servicios básicos	\$ 3.920,40	\$ 3.920,40	
Contingencias	\$ 400,00	\$ 400,00	
<b>Total</b>		\$ 219.515,84	\$ 54.878,96

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## c. Financiamiento del proyecto

**Tabla 123.** Financiamiento del proyecto

Financiamiento del proyecto	\$	%
Préstamo	\$ 54.878,96	20%
Aporte (5 socios)	\$ 219.515,84	80%
<b>Total</b>	<b>\$ 274.394,80</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

El aporte individual de los 5 socios es de \$43.903,17 y el préstamo se lo va a ejecutar conjuntamente con el programa del Ministerio de Turismo de Negocios Turísticos Productivos con el Banco Nacional de Fomento el cual proporciona los créditos desde \$7001 hasta \$300.000 con una tasa de interés del 10% y un aplazamiento máximo de pago en 10 años.

#### d. Cálculo del pago de la deuda

El cálculo del pago de la deuda se lo ejecutó mediante los siguientes datos:

- 1) **Préstamo:** \$54.878,96
- 2) **Plazo:** 5 años
- 3) **Capitalizable:** Anualmente
- 4) **Interés:** 10%

**Tabla 124.** *Tabla de amortización*

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
PERIODO	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERES	ABONO A CAPITAL	SALDO FINAL
1	\$ 54.878,96	\$ 14.476,93	\$ 5.487,90	\$ 8.989,04	\$ 45.889,92
2	\$ 45.889,92	\$ 14.476,93	\$ 4.588,99	\$ 9.887,94	\$ 36.001,99
3	\$ 36.001,99	\$ 14.476,93	\$ 3.600,20	\$ 10.876,73	\$ 25.125,25
4	\$ 25.125,25	\$ 14.476,93	\$ 2.512,53	\$ 11.964,41	\$ 13.160,85
5	\$ 13.160,85	\$ 14.476,93	\$ 1.316,08	\$ 13.160,85	-
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 72.384,66</b>		<b>17.505,70</b>	<b>\$ 54.878,96</b>	

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**e. Depreciación de activos fijos**

**Tabla 125. Depreciación de activos fijos**

Detalle	Valor del bien	%	Duración del proyecto	Años por ley	Depre.	Valor Salvamento	Valor Deprec.
		Depreciación			anual		
Edificaciones y construcciones	\$ 121.472,65	5%	5	20	\$ 6.073,63	\$ 120.257,92	\$ 1.214,73
Vehículo de trabajo	\$ 22.000	20%	5	5	\$ 4.400,00	\$ 21.120,00	\$ 880,00
Maquinaria y equipo	\$ 15.426,00	10%	5	10	\$ 1.267,18	\$ 12.418,36	\$ 253,44
Muebles y enseres	\$ 5.076,50	10%	5	10	\$ 507,65	\$ 4.974,97	\$ 101,53
Equipo de computo	\$ 1.882,40	33%	5	3	\$ 621,19	\$ 1.758,16	\$ 124,24
Equipo de oficina	\$ 880,00	10%	5	10	\$ 88,00	\$ 862,40	\$ 17,60
Menaje	\$ 3.947,65	10%	5	10	\$ 394,77	\$ 3.868,70	\$ 78,95
<b>Total</b>	<b>\$ 170.685,20</b>				<b>\$ 13.352,42</b>	<b>\$ 165.260,52</b>	<b>\$ 2.670,48</b>

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

En la tabla 125 se puede observar que el total del valor del bien es de \$ 170.685,20, la depreciación anual corresponde a \$13.352,42, mientras el valor de salvamento es de \$165.260,52, y el valor de depreciación es de \$2.670,48.

**f. Amortización de activos diferidos**

**Tabla 126.** *Amortización de activos diferidos*

<b>Diferidos</b>	<b>Valor</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Promoción y publicidad	\$ 439,00	\$ 87,80	\$ 87,80	\$ 87,80	\$ 87,80	\$ 87,80
Inversión diferida	\$ 1.110,00	\$ 222,00	\$ 222,00	\$ 222,00	\$ 222,00	\$ 222,00
Gastos de constitución	\$ 2.172,80	\$ 434,56	\$ 434,56	\$ 434,56	\$ 434,56	\$ 434,56
Gasto estudio ambiental	\$ 1.140,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00
<b>Total</b>	<b>\$ 4.861,80</b>	<b>\$ 972,36</b>				

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

En la tabla 126, amortización se obtuvo un valor de \$972,36 para cada año amortizado.

**g. Estructura de costos y gastos**

**Tabla 127.** *Estructura de costos y gastos*

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 62.946,60</b>	<b>\$ 67.352,86</b>	<b>\$ 72.067,56</b>	<b>\$ 77.112,29</b>	<b>\$ 82.510,15</b>	<b>\$ 88.285,86</b>
Insumos y materiales	\$ 2.783,08	\$ 2.977,90	\$ 3.186,35	\$ 3.409,39	\$ 3.648,05	\$ 3.903,41
Materia prima	\$ 10.436,40	\$ 11.166,95	\$ 11.948,63	\$ 12.785,04	\$ 13.679,99	\$ 14.637,59
Mano de obra directa	\$ 37.960,74	\$ 40.617,99	\$ 43.461,25	\$ 46.503,54	\$ 49.758,79	\$ 53.241,90
Mano de obra indirecta	\$ 11.766,38	\$ 12.590,03	\$ 13.471,33	\$ 14.414,32	\$ 15.423,32	\$ 16.502,96
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 439,00</b>	<b>\$ 469,73</b>	<b>\$ 502,61</b>	<b>\$ 537,79</b>	<b>\$ 575,44</b>	<b>\$ 615,72</b>

Promoción y Publicidad	\$ 439,00	\$ 469,73	\$ 502,61	\$ 537,79	\$ 575,44	\$ 615,72
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 4.355,40</b>	<b>\$ 4.660,28</b>	<b>\$ 4.986,50</b>	<b>\$ 5.335,55</b>	<b>\$ 5.709,04</b>	<b>\$ 6.108,67</b>
Sueldos y Salarios	\$ 435,00	\$ 465,45	\$ 498,03	\$ 532,89	\$ 570,20	\$ 610,11
Servicios Básicos	\$ 3.920,40	\$ 4.194,83	\$ 4.488,47	\$ 4.802,66	\$ 5.138,84	\$ 5.498,56
Depreciaciones	\$ 13.627,84	\$ 14.581,79	\$ 15.602,52	\$ 16.694,69	\$ 17.863,32	\$ 19.113,75
<b>COSTOS FINANCIEROS</b>		<b>4735,41</b>	<b>3715,06</b>	<b>2592,69</b>	<b>1358,07</b>	<b>0,00</b>
Intereses bancarios		4735,406	3715,064	2592,688	1358,075	0,00

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## h. Determinación del precio de la habitación

**Tabla 128.** *Precio de la habitación*

<b>Costos fijos</b>	<b>\$ 11,74</b>
Sueldos y salarios	\$ 0,33
Servicios básicos	\$ 3,02
Equipo de computación	\$ 1,45
Muebles y enseres	\$ 3,91
Menaje	\$ 3,04
<b>Costos variables</b>	<b>\$ 2,13</b>
<b>Área productiva</b>	<b>\$ 1,19</b>
insumos y materiales	\$ 1,19
<b>Área comercial</b>	<b>\$ 0,40</b>
insumos y materiales	\$ 0,40
<b>Área administrativa</b>	<b>\$ 0,07</b>
insumos y materiales	\$ 0,07
<b>Subtotal costos fijos y variables</b>	<b>\$ 13,87</b>
% gastos de depreciación	\$ 1,66
<b>Precio neto de producción</b>	<b>\$ 15,53</b>
Utilidad 20%	\$ 3,11
<b>Precio Subtotal</b>	<b>\$ 18,63</b>
% Gross (comisión 10%)	\$ 1,86
IVA 14%	\$ 2,61
<b>Precio Total</b>	<b>\$ 23,00</b>

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

En la tabla 128 el precio de la habitación es de \$23,00 para turistas nacionales y extranjeros.

### i. Estructura de ingresos

**Tabla 129.** Estructura de ingresos de turistas nacionales y extranjeros

Turistas	Precio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hospedaje	\$ 23,00	\$ 46.000,00	\$ 49.220,00	\$ 52.665,40	\$ 56.351,98	\$ 60.296,62	\$ 64.517,38
Alimentación	\$ 10,50	\$ 6.930,00	\$ 7.415,10	\$ 7.934,16	\$ 8.489,55	\$ 9.083,82	\$ 9.719,68
<b>Total</b>	<b>\$ 33,50</b>	<b>\$ 52.930,00</b>	<b>\$ 56.635,10</b>	<b>\$ 60.599,56</b>	<b>\$ 64.841,53</b>	<b>\$ 69.380,43</b>	<b>\$ 74.237,06</b>

Elaborado por: Ivette Echeverría

**Tabla 130.** Estado de ingresos totales

Ingresos por año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por venta	\$ 52.930,00	\$ 56.635,10	\$ 60.599,56	\$ 64.841,53	\$ 69.380,43	\$ 74.237,06
Ingresos por actividades	\$ 5.427,00	\$ 5.806,89	\$ 6.213,37	\$ 6.648,31	\$ 7.113,69	\$ 7.611,65
<b>Total</b>	<b>\$ 58.357,00</b>	<b>\$ 62.441,99</b>	<b>\$ 66.812,93</b>	<b>\$ 71.489,83</b>	<b>\$ 76.494,12</b>	<b>\$ 81.848,71</b>

Elaborado por: Ivette Echeverría

Para la estructura de ingresos se procedió a realizar el cálculo del total de la demanda objetiva por el precio oficial del servicio.

### j. Estado de resultados

**Tabla 131.** Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 62.441,99	\$ 66.812,93	\$ 71.489,83	\$ 76.494,12	\$ 81.848,71
Costo de Producción	\$ 44.031,57	\$ 45.392,15	\$ 46.794,77	\$ 48.240,73	\$ 49.731,36

<b>Utilidad bruta</b>	\$ 18.410,42	\$ 21.420,78	\$ 24.695,07	\$ 28.253,40	\$ 32.117,35
Gastos de Administración	4660,278	4986,49746	5335,552282	5709,040942	6108,674
Gastos de Ventas	\$ 469,73	\$ 502,61	\$ 537,79	\$ 575,44	\$ 615,72
<b>Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores</b>	<b>\$ 13.280,41</b>	<b>\$ 15.931,67</b>	<b>\$ 18.821,72</b>	<b>\$ 21.968,92</b>	<b>\$ 25.392,95</b>
Costo financiero	4588,99	3600,19	2512,52	1316,08	0
<b>Utilidad antes de participación a trabajadores</b>	<b>\$ 8.691,42</b>	<b>\$ 12.331,48</b>	<b>\$ 16.309,20</b>	<b>\$ 20.652,84</b>	<b>\$ 25.392,95</b>
15% Participación Trabajadores	\$ 1.303,71	\$ 1.849,72	\$ 2.446,38	\$ 3.097,93	\$ 3.808,94
<b>Utilidad antes de reserva</b>	<b>\$ 7.387,70</b>	<b>\$ 10.481,76</b>	<b>\$ 13.862,82</b>	<b>\$ 17.554,91</b>	<b>\$ 21.584,01</b>
Impuestos 25%	\$ 1.846,93	\$ 2.620,44	\$ 3.465,71	\$ 4.388,73	\$ 5.396,00
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 5.540,78</b>	<b>\$ 7.861,32</b>	<b>\$ 10.397,12</b>	<b>\$ 13.166,18</b>	<b>\$ 16.188,01</b>

Elaborado por: Ivette Echeverría

En la tabla 131 del estado de resultados, se observa que la utilidad neta para el año 1 sería \$5540,78 lo que representaría una estabilidad en el proyecto.

### k. Balance general

**Tabla 132.** *Balance general*

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo corriente (capital de trabajo)	\$ 67.702,00	72441,14	77512,02	82937,86	88743,51	94955,56
Activo fijo	\$ 201.831,00	215959,17	231076,31	247251,65	264559,27	283078,42
Depreciación acumulada	\$ 13.627,84	14287,09	15287,19	16357,29	17502,30	18727,46
Activos diferidos(valor anual amortizado)	\$ 4.861,80	1172,00	1172,00	1172,00	1172,00	1172,00
<b>Total activos</b>	<b>\$288022,64</b>	<b>\$303859,40</b>	<b>\$325047,52</b>	<b>\$347718,80</b>	<b>\$371977,08</b>	<b>\$397933,43</b>
Pasivo corriente (intereses)	\$5487,90	\$4735,41	\$3715,06	\$2592,69	\$1358,07	0,00
Pasivo largo plazo (préstamo)	\$54878,96	\$47354,06	\$37150,64	\$25926,88	\$13580,75	0,00

Patrimonio	\$227655,78	\$251769,93	\$284181,81	\$319199,23	\$357038,26	397933,43
<b>Total pasivo + patrimonio</b>	<b>\$288022,64</b>	<b>\$303859,40</b>	<b>\$325047,52</b>	<b>\$347718,80</b>	<b>\$371977,08</b>	<b>397933,43</b>

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

En la tabla 132 del balance general se definieron el total de activos y el total pasivo + patrimonio, dando como resultado \$ 303.859,40 para el año 1 y \$ 397.933 para el año 5.

## 1. Flujo de caja

**Tabla 133. Flujo de caja**

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 62.441,99	\$ 66.812,93	\$ 71.489,83	\$ 76.494,12	\$ 81.848,71
Valor de salvamento	\$ 6.813,92	\$ 7.290,89	\$ 7.801,26	\$ 8.347,34	\$ 8.931,66
Costos producción	\$ 44.031,57	\$ 45.392,15	\$ 46.794,77	\$ 48.240,73	\$ 49.731,36
Gastos de administración	4660,278	4986,49746	5335,552282	5709,040942	6108,674
Gastos de ventas	\$ 469,73	\$ 502,61	\$ 537,79	\$ 575,44	\$ 615,72
Gastos financieros	4588,99	3600,20	2512,53	1316,08	\$ -
<b>Utilidad antes de repartición de utilidades e impuestos</b>	<b>\$ 15.505,33</b>	<b>\$ 19.622,37</b>	<b>\$ 24.110,45</b>	<b>\$ 29.000,18</b>	<b>\$ 34.324,61</b>
Impuesto	4588,99	3600,20	2512,53	1316,08	\$ -
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 10.916,34</b>	<b>\$ 16.022,17</b>	<b>\$ 21.597,93</b>	<b>\$ 27.684,09</b>	<b>\$ 34.324,61</b>
Depreciaciones	13352,42	\$ 14.287,09	\$ 15.287,19	\$ 16.357,29	\$ 17.502,30
Amortizaciones	972,36	972,36	972,36	972,36	972,36
Capital de Trabajo					\$ 81.653,09
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ 25.241,12</b>	<b>\$ 31.281,62</b>	<b>\$ 37.857,47</b>	<b>\$ 45.013,74</b>	<b>\$ 134.452,36</b>

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

En la tabla 133, se obtiene la liquidez de la empresa en base a los ingresos y egresos del proyecto se logró determinar el flujo de caja para el año uno sería de \$ 25.241,12 y para el año 5 es \$ 134.452,36.

### m. Punto de equilibrio

**Tabla 134. Flujo de caja**

<b>Ingresos totales</b>	\$ 62.441,99	\$ 66.812,93	\$ 71.489,83	\$ 76.494,12	\$ 81.848,71
<b>Costos fijos totales</b>	<b>\$ 9.719,00</b>	<b>\$ 9.089,31</b>	<b>\$ 8.385,88</b>	<b>\$ 7.600,56</b>	<b>\$ 6.724,39</b>
Gastos Administrativos	4660,28	4986,50	5335,55	5709,04	6108,67
Gastos de Ventas	\$ 469,73	\$ 502,61	\$ 537,79	\$ 575,44	\$ 615,72
Intereses financieros	\$ 4.588,99	\$ 3.600,20	\$ 2.512,53	\$ 1.316,08	\$ -
<b>Costos Variables</b>	<b>\$ 30.929,70</b>	<b>\$ 33.094,78</b>	<b>\$ 35.411,41</b>	<b>\$ 37.890,21</b>	<b>\$ 40.542,52</b>
Materia Prima	\$ 11.166,95	\$ 11.948,63	\$ 12.785,04	\$ 13.679,99	\$ 14.637,59
Mano de Obra Indirecta	\$ 40.617,99	\$ 43.461,25	\$ 46.503,54	\$ 49.758,79	\$ 53.241,90
Mano de Obra Directa	\$ 12.590,03	\$ 13.471,33	\$ 14.414,32	\$ 15.423,32	\$ 16.502,96
Servicios Básicos	\$ 4.194,83	\$ 4.488,47	\$ 4.802,66	\$ 5.138,84	\$ 5.498,56
Insumos y materiales	\$ 2.977,90	\$ 3.186,35	\$ 3.409,39	\$ 3.648,05	\$ 3.903,41
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 40.648,70</b>	<b>\$ 42.184,09</b>	<b>\$ 43.797,29</b>	<b>\$ 45.490,77</b>	<b>\$ 47.266,92</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO VENTAS</b>	<b>\$ 19.258,31</b>	<b>\$ 18.010,58</b>	<b>\$ 16.616,72</b>	<b>\$ 15.060,60</b>	<b>\$ 13.324,47</b>

Elaborado por: Ivette Echeverría

En la tabla 134, se determinaron los ingresos totales, lo que nos permite determinar el punto de equilibrio de las ventas obteniendo para el año 1 año \$ 19.258,31 y para el año 5 las ventas serán \$ 13.324,47.

## 2. Evaluación financiera

### a. Valor Actual Neto

**Tabla 135.** *Valor actual neto*

Número	Flujo Neto Efectivo	(1+i) <sup>n</sup>	FNE/(1+i) <sup>n</sup>
0	\$ 274.394,80	-	\$ 274.394,80
1	\$ 242.271,90	0,91	\$ 220.007,18
2	\$ 221.426,14	0,82	\$ 182.598,20
3	\$ 229.790,35	0,75	\$ 172.081,10
4	\$ 241.635,86	0,68	\$ 164.322,33
5	\$ 254.797,26	0,62	\$ 157.348,91

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**VAN=** \$ 896.357,72

**Inversión=** \$ 274.394,80

**B/C=** \$ 3,27

En la tabla 138, se obtuvo el valor actual neto que corresponde a la suma de flujo efectivo neto más la tasa básica de interés del Banco Central del Ecuador, lo que dio como resultado un VAN igual a \$896.357,72 a partir de este valor se determinó la relación beneficio costo; dividiendo el VAN para el total de la inversión que dio por resultado \$ 3,27.

### b. Tasa interna de retorno

**Tabla 136.** *Tasa interna de retorno*

Número	Flujo Neto Efectivo
0	\$ (274.394,80)
1	\$ -242.271,90
2	\$ 221.426,14
3	\$ 229.790,35
4	\$ 241.635,86
5	\$ 254.797,26

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**TIR =** 23%

En la tabla 136 de la tasa interna de retorno se determinó la tasa interna de retorno en base al flujo neto efectivo, dando como resultado 23%.

**c. Periodo de recuperación**

**Tabla 137.** *Periodo de recuperación*

Número	0	1	2	3	4	5
Flujo neto actualizado	\$ (274.394,80)	\$ 242.271,90	\$ 221.426,14	\$ 229.790,35	\$ 241.635,86	\$ 254.797,26
Saldo de recuperación	\$ (274.394,80)	\$ (32.122,90)	\$ 189.303,24	\$ 419.093,59	\$ 660.729,46	\$ 915.526,72

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

En la tabla 137, el periodo de recuperación del capital será a partir del segundo año

## **VIII. CONCLUSIONES**

- 1.** En base al estudio de mercado existe un 94% de los turistas nacionales y un 92% de los turistas extranjeros que expresan estar de acuerdo con el proyecto para la implementación del proyecto del Complejo Vacacional Los Nogales.
- 2.** Según el estudio técnico se determinó el tamaño del proyecto el mismo que consta de 7 cabañas aptas para el hospedaje, alimentación, áreas de recreación y piscinas, construcciones que se pretenden adecuar en un terreno de 10.759, 50 m<sup>2</sup> ubicado en la parroquia Matriz del cantón Pallatanga.
- 3.** El estudio ambiental muestra que el proyecto es viable, debido a que existe una puntuación de 68% de impactos positivos y una puntuación de 32% de impactos negativos el mismo que conjuntamente con un plan de mitigación aportaría a la economía para la población local de la zona.
- 4.** Administrativamente el proyecto es viable al establecerse como Compañía Limitada está alineada en las leyes y lineamientos basados en la Ley de Compañías junto con la constitución del Ecuador, específicamente para la formación de la empresa como tal; y posteriormente para el desarrollo de la actividad turística en sí, se tomará en cuentas los reglamentos establecidos principalmente en la Ley de Turismo, con la finalidad de que el proyecto quede amparado de manera legal y no exista ningún tipo de complicación al momento de ejecutar la actividad.
- 5.** Mediante el estudio económico – financiero se determinó que el proyecto es viable debido a los siguientes indicadores; Valor Actual Neto que es de \$896.357,72 dólares, este valor se presenta de carácter positivo; la Tasa interna de Retorno (TIR) es 23%, el porcentaje obtenido es mayor a la tasa de interés que presentan las instituciones financieras. Mientras que la Relación Costo/ Beneficio es de \$2,26 es decir que por cada \$ 1 dólar de inversión se obtendrá \$2,26 de ganancia. Por otro lado el periodo de recuperación del capital invertido será a partir del segundo año.

## **IX. RECOMENDACIONES**

- 1.** Es recomendable tomar en cuenta los gustos y preferencias de los turistas, realizando periódicamente estudios de mercado.
- 2.** Es recomendable mantener un buen mantenimiento de las áreas recreativas, tanto estética y funcionalmente, para la comodidad y confort del turista.
- 3.** Se recomienda aplicar en su totalidad las medidas de mitigación propuestas, para minimizar el porcentaje de impactos negativos.
- 4.** Es importante tener en regla la documentación legal en base a las leyes vigentes para evitar inconvenientes económicos y temporales. A su vez se recomienda mantener las capacitaciones al personal continuamente para mejorar la capacidad de atención en los diferentes servicios turísticos del Complejo Vacacional Los Nogales.
- 5.** Mantener la rentabilidad y liquidez del proyecto con el propósito de alcanzar las expectativas económicas y financieras.

## X. RESUMEN

La presente investigación propone: efectuar un estudio de factibilidad para la implementación de un complejo turístico en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo; se utilizó técnicas de investigación bibliográfica y de campo. Se estableció la demanda objetivo donde se utilizó el 15% de la demanda insatisfecha; porcentaje que se estableció de acuerdo a una estimación razonable de los posibles turistas considerando la capacidad instalada del complejo turístico y el flujo de turistas según la temporada. Consecutivamente se analizó la oferta actual y se identificaron atractivos turísticos de la zona que pueden ser frecuentados por los visitantes, disfrutando de los paisajes y recursos naturales del lugar. En este cantón se estableció como potenciales clientes a turistas nacionales provenientes de la ciudad de Guayaquil y a los turistas extranjeros provenientes de los Estados Unidos quienes con mayor frecuencia concurren este lugar teniendo gran aceptación en los sectores analizados para la creación del proyecto. En el estudio técnico se estableció la planificación filosófica y estratégica de la empresa, se ejecutó el estudio de mercadotecnia y el estudio de impacto ambiental usando la matriz de Lázaro Lagos. Se estructuró la parte organizativa de la empresa con su manual de funciones y reglamento. En la parte legal se sustentó el proyecto en las leyes ecuatorianas relacionadas con el sector turístico. En el estudio económico se determinó una inversión total de \$274. 394,80. Se calcularon costos e ingresos, estado de resultados, balance general, flujo de caja y el punto de equilibrio. Para la evaluación financiera se calculó el VAN: \$896. 357,72. La relación B/C: \$3,26 y el TIR: 23% con un periodo de recuperación a partir del segundo año. Se concluye que el proyecto es factible generando beneficios sociales, económicos y ambientales.

**Palabras claves:** estudio de factibilidad, complejo turístico, atractivos turísticos.

**Por:** Ivette Echeverría



Revisado  
28 marzo 2017  
*[Handwritten signature]*

## **XI. SUMMARY**

The present research proposes: to carry out a feasibility study for the implementation of a tourist complex in Pallatanga canton, province of Chimborazo province. It was used bibliographical and field research techniques. It was established the objective demand where 15% was used of the unsatisfied demand; Percentage that was established according to a reasonable estimate of the possible tourists considering the installed capacity of the tourist complex and the flow of tourists according to the season. Consequently, the current offer was analyzed and tourist attractions of the area were identified that can be frequented by visitors, enjoying the landscapes and natural resources of the place. In that canton was established as potential clients to national tourists from Guayaquil city and the foreign tourists from United States who frequently concur in this place having a great acceptance in the sectors analyzed for the creation of the project. The technical study established the philosophical and strategic planning of the company, carried out the study of marketing and the study of environmental impact using the matrix of Lazaro Lagos. The organizational part of the company was structured with its functions and regulations manual. In the legal part, the project was based on Ecuadorian laws related to the tourism sector. In the economic study, It was determined a total investment of \$ 274. 394,80. Costs and revenues, income statement, balance sheet,, cash flow and break-even were calculated. For the financial evaluation, the NPV was calculated: \$ 896. 357,72. The B / C ratio: \$ 3,26 and the IRR: 23% with a recovery period from the second year. It is concluded that the project is feasible generating social, economic and environmental benefits

**Keywords:** feasibility study, tourist complex, tourist attractions.



## **XII. BIBLIOGRAFÍA**

- Alcarria, J. (2009). *Contabilidad financiera*. Recuperado el 25 de Junio del 2015 de [https://books.google.com.ec/books?id=6m42LTDkhzoC&pg=PA22&dq=definicion+de+gastos&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=definicion%20de%20gastos&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=6m42LTDkhzoC&pg=PA22&dq=definicion+de+gastos&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=definicion%20de%20gastos&f=false)
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Recuperado el 20 de Diciembre del 2016 de <https://loslibrosquenecesitogratiss.files.wordpress.com/2016/05/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de-proyectos-6ta-edicion-2010.pdf>
- Caballero, G. (2006). *Matriz de Lázaro Lagos*. Recuperado el 25 de Junio del 2015 de <http://www.actiweb.es/estudiosymas/biblioteca.html>
- Constitución Política del Ecuador. (2008). *Base legal del proyecto*. Recuperado el 30 de Noviembre del 2016 de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Constitución Política del Ecuador. (2014). *Ley de Compañías, compañía de sociedad limitada*. Recuperado el 25 de Junio del 2015 de <http://181.198.3.74/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Diario Infobae. (2016). *El turismo en América Latina*. Recuperado el 20 de Diciembre del 2016 de <http://www.infobae.com/2016/03/03/1793621-el-turismo-america-latina-esta-alza/>
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Recuperado el 25 de Junio del 2015 de [https://books.google.com.ec/books?id=erlnsjksLMC&pg=PA49&dq=estudio+legal+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=estudio%20legal%20de%20un%20proyecto&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=erlnsjksLMC&pg=PA49&dq=estudio+legal+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=estudio%20legal%20de%20un%20proyecto&f=false)

GAD Municipal del cantón Pallatanga, (2011). *Fichas de atractivos turísticos naturales*. Pallatanga – Ecuador

Hotel Bienestar. (2012). Concepto de complejo turístico. España. Recuperado el 30 de Noviembre del 2016 de [http://www.hotelbienestar.com/applicazioni/bfh\\_es\\_es.nsf/nextpage/complejosturisticos?OpenDocument](http://www.hotelbienestar.com/applicazioni/bfh_es_es.nsf/nextpage/complejosturisticos?OpenDocument)

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2013). *Guía metodológica para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. Fichas de patrimonio cultural inmaterial*. Recuperado el 25 de Junio del 2015 de <https://issuu.com/inpc/docs/salvaguardiainmaterial>

López, M. (2013). *Estudio administrativo*. Recuperado el 25 de Junio del 2015 de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

Ministerio del Ambiente. (2007). *Taller, identificación, evaluación y monitoreo de impactos ambientales*. Ing. Roberto Gavilánez. Quito – Ecuador.

Ministerio del Ambiente. (2012). *Sistema de clasificación de los ecosistemas del ecuador continental*. Recuperado el 25 de Junio del 2015 de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEYENDA-ECOSISTEMAS ECUADOR 2.pdf>

Ministerio de Turismo. (2008). *Ley de turismo*. Recuperado el 20 de Mayo del 2015 de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Ministerio de Turismo. (2008). *Reglamento general a la ley de turismo*. Recuperado el 30 de Noviembre del 2015 de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>

- Ministerio de Turismo. (2011). *Reglamento general de actividades turísticas*. Recuperado el 20 de Mayo del 2015 de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2011a). *Manual de señalización turística*. Recuperado el 20 de diciembre de 2016 de <http://ilam.org/ILAMDOC/sobi/Manual-Senalizacion-Turistica-EC.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2013). *Guía de rutas MTB Chimborazo*. Recuperado el 30 de Noviembre del 2015 de <https://issuu.com/direcdigital/docs/guiachimborazo>
- Ministerio de Relaciones Laborales. (2015). *Tablas de comisiones sectoriales*. Recuperado el 20 de Mayo del 2016 de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/tabla-de-sueldos-minimos-sectoriales-2015/>
- Organización Mundial de Turismo. (2007). *Introducción al turismo*. Recuperado el 25 de Junio del 2015 de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial de Turismo. (2008). *El turismo un fenómeno económico y social*. Recuperado el 25 de Junio del 2015 de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Recuperado el 25 de Junio del 2015 de <http://magister.sills.cl/Segundo%20semestre/Evaluacion%20proyectos/Proyectos%20de%20Inversion%20-%20Formulacion%20y%20Evaluacion.pdf>
- Tapia, E. (2015, 09, 30). *Datos claves sobre el desarrollo del turismo en el Ecuador*. Diario El Comercio. Recuperado el 30 de Noviembre del 2015 de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-claves-desarrollo-turismo-economia.html>

Tierra, P. (2006). *Texto básico de introducción al ecoturismo*. Compilación. Riobamba – Ecuador

Tierra, P. (2012). *Texto Básico de Paquetes Turísticos*. pp. 12, 13, 20, y 21. Riobamba - Ecuador.

Varela, R. (2006). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Lugar: Iberoamericana.

### XIII. ANEXOS

#### A. ANEXO 1. Modelo de encuesta destinada a los turistas nacionales



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE ING. EN ECOTURISMO**



La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad de un proyecto turístico en la parroquia Matriz, cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

1. **Género**
  - a. Masculino ( )
  - b. Femenino ( )
  
2. **Edad**
  - a. 18 – 25 ( )
  - b. 26 – 35 ( )
  - c. 36 – 45 ( )
  - d. 46 – 55 ( )
  - e. 56 – 65 ( )
  
3. **Procedencia** \_\_\_\_\_
  
4. **Nivel de educación**
  - a. Ninguna ( )
  - b. Primaria ( )
  - c. Secundaria ( )
  - d. Universitaria ( )
  - e. Post Grado ( )
  
5. **Ocupación**
  - a. Trabaja ( )
  - b. Estudiante ( )
  - c. Jubilado ( )
  
6. **Ingresos económicos**
  - a. \$340,00 a \$540,00 ( )
  - b. \$541,00 a \$740,00 ( )
  - c. Más de \$741,00 ( )
  
7. **¿A usted le gustaría que se implemente un complejo turístico en el Cantón Pallatanga?**
  - a. SI ( )
  - b. NO ( )

**8. ¿Si la respuesta anterior es afirmativa que actividades turísticas le gustaría realizar?**

- a. Caminatas ( )    b. Pesca deportiva ( )    c. Ciclo paseo ( )    d. Cabalgata ( )

**9. ¿Qué servicios turísticos le gustaría a usted que brinde este complejo turístico?**

- a. Alimentación ( )    b. Hospedaje ( )    c. Piscinas ( )    d. Canchas múltiples ( )  
e. Juegos infantiles ( )

**10. Tipo de gastronomía que le gustaría que se ofrezca en el complejo turístico?**

- a. Típico de la zona ( )    b. Nacional ( )    c. Internacional ( )    d. Vegetariano ( )  
e. Todas las anteriores ( )

**10. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en el complejo turístico?**

- a. Menos de 1 día ( )    b. 1 día ( )    c. Más de 2 días ( )

**11. ¿Con que frecuencia visita usted los complejos turísticos?**

- a. Una vez por semana ( )    b. Cada 15 días ( )    c. Una vez por mes ( )  
d. Una vez por año ( )    e. Feriados ( )

**12. ¿Cuándo visita estos complejos usted suele ir?**

- a. Solo ( )    b. Pareja ( )    c. 3- 5 personas

**13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por los servicios turísticos brindados?**

- a. \$ 10 a \$ 15 ( )    b. \$16 a \$25 ( )    c. Más de \$25 ( )



**4. Level of education** a. Any ( ) b. Elementary school ( ) c. High school ( )  
d. University/College ( ) e. Post Graduate ( )

**5. Occupation** a. Job ( ) b. Student ( ) c. Retired ( )

**6. Economic income** a. \$340,00 a \$540,00 ( ) b. \$541.00 a \$740,00 ( )  
c. Más de \$741,00 ( )

**7. You would like to see a resort in the Pallatanga town?**

a. Yes ( ) b. No ( )

**8. If the previous answer is affirmative. What would you like to enjoy tourism activities?**

a. Hiking ( ) b. Sport fishing ( ) c. Cycling ( ) d. Ride ( )

**9. What tourist services would you like to have at this resort?**

a. Restaurant ( ) b. Lodging ( ) c. Pool ( ) d. Sports field( )  
e. Playground ( )

**10. What type of cuisine would you like to be offered at the resort?**

a. Typical local food ( ) b. National ( ) c. International ( ) d. Vegetarian ( )  
e. All of the above ( )

**11. How long would you like to stay in the resort?**

a. Less of 1 day ( ) b. One day ( ) c. More of two days ( )

**12. How often do you visit the resorts?**

a. Once a week ( ) b. each 15 days ( ) c. Once a month ( ) d. Once a year ( )  
e. Holidays ( )

**13. With you visit these resorts you usually go?**

a. Alone ( )    b. Couple ( )    c. 3 – 5 persons( )

**14. How much would you be willing to pay per person for the tourist services provided?**

a. \$ 10 - \$ 15 ( )    b. \$16 - \$25 ( )    c. More of \$25 ( )

**15. How is your payment method?**

a. Cash ( )    b. Credit card ( )

**16. How did you organized your trip?**

a. Independent ( )    b. Travel agency ( )

**17. How do you usually get information about this kind of touris places?**

a. Radio ( )    b. TV ( )    c. Newspaper ( )    d. Travel Agency ( )    e. Internet ( )

**THANK YOU**

### C. ANEXO 3. Recetas del Menú

#### 1. Desayunos

##### a. Desayuno Continental

<b>Porción: 1 Persona</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Costo</b>
1	Taza	Café	0,25
1	Taza	Leche	0,25
1	Vaso	Jugo	0,30
1	Unidad	Pan	0,15
2	Rodaja	Queso	0,40
1	Cuchara	Mermelada	0,05
1	Cuchara	Mantequilla	0,10
2	Cuchara	Azúcar	0,20
2	Unidad	Huevos	0,30
<b>Costo por porción</b>			2,00
<b>Utilidad 10%</b>			\$0,20
<b>IVA 12%</b>			\$0,24
<b>Costo de venta</b>			\$2,44

Elaborado por: Ivette Echeverría

##### b. Desayuno típico ecuatoriano

<b>Porción: 1 Persona</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Costo</b>
1	Taza	Café o leche	0,25
1	Vaso	Jugo	0,30
2	Unidad	Huevos	0,30
1	Unidad	Pan	0,15
1	Rodaja	Queso	0,20
1	Cuchara	Mermelada	0,05
1	Cuchara	Azúcar	0,10
1	Unidad	Seco de pollo	1,50
<b>Costo por porción</b>			\$2,85
<b>Utilidad 10%</b>			\$0,29
<b>IVA 12%</b>			\$0,34
<b>Costo de venta</b>			\$3,48

Elaborado por: Ivette Echeverría

## 2. Sopas

### a. Caldo de gallina

Porción: 8 Personas				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Agua	4	Lt		
Gallina	1	Unidad	10,00	10,00
Arrocillo	1	Taza	0,30	0,30
Cebolla blanca	2	Rama	0,10	0,20
Zanahoria picada	1	Taza	0,20	0,20
Papas	11	Unidades	0,10	1,10
Ajo en polvo	1	Cucharada	0,15	0,15
Sal	1	Global	0,15	0,15
Tallo de apio	1	Rama	0,10	0,10
Cubito de caldo concentrado	1	Unidad	0,20	0,20
<b>Procedimiento:</b> Colocar las presas de gallina en una olla, agregar agua, sal, el cubito de caldo concentrado, el apio y llevar a hervir por 45 minutos aproximadamente, a fuego medio y con la olla tapada. Retirar la espuma que se vaya formando. Agregar las papás enteras Dejar cocinar, por 5 a 10 minutos más. Con la olla destapada y cocinar 10 minutos más.	<b>Costo total</b>			\$12,40
	<b>Utilidad 10%</b>			\$1,24
	<b>IVA 12%</b>			\$1,488
	<b>Precio de venta</b>			\$15,13
	<b>Precio unitario</b>			\$1,89

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### b. Sancocho de chanco

Porción: 8 Personas				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Agua	4	Lt		
Costilla de chanco	2	Unidad	2,00	4,00
Choclo	2	Unidad	0,25	0,50
Cebolla blanca	2	Rama	0,10	0,20
Zanahoria picada	1	Taza	0,20	0,20
Yucas	2	Unidades	0,20	0,40
Plátano verde cortado	2	Unidad	0,20	0,40
Sal	1	Global	0,15	0,15
Perejil	1	Rama	0,10	0,10
Ajo en polvo	1	Unidad	0,15	0,15
<b>Procedimiento:</b> En una olla con 4 litros de agua ponga las costillas de chanco, condimente con sal, ajo, apio y hierva, luego saque la espuma de la superficie, añada los choclos, la zanahoria, después los verdes cortados en trozos. Cuando el choclo este casi cocido, ponga la yuca y siga cocinando a fuego lento hasta que todos los ingredientes estén suaves. Pique la cebolla y el perejil formando un picadillo. Servir el	<b>Costo total</b>			6,10
	<b>Utilidad 10%</b>			0,61
	<b>IVA 12%</b>			\$0,73
	<b>Precio de venta</b>			\$7,44

platillo	<b>Precio unitario</b>	\$0,93
----------	------------------------	--------

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

### 3. Platos fuertes

#### c. Chuleta de res frita

<b>Porción: 8 Personas</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Agua	2	Lt		
Arroz	4	Lb	0,60	2,40
Chuleta de res	3	Lb	2,50	7,50
Verde	2	Unidad	0,20	0,40
Tomate	3	Unidad	0,15	0,45
Cebolla colorada	2	Unidades	0,20	0,40
Yerbita	1	Rama	0,05	0,05
Aceite	1	Lt	1,00	1,00
Sal	1	Global	0,25	0,25
Aliño	2	Cuchara	0,15	0,30
Limón	2	Unidad	0,10	0,20
<b>Procedimiento:</b> Colocar en una olla 2 litros de agua poner el arroz previamente lavado, agregar sal al gusto, aceite y dejar a cocinar 30 minutos. Mientras tantos adobar las chuletas con aliño y sal, dejar reposar unos 10 minutos para que se concentre el sabor posteriormente freír, para la ensalada picar la cebolla colorada en corte pluma lavar con agua y colocar el tomate picado poner limón, sal y yerbita. Por último coger el verde picar y realizar patacones con sal al gusto. Servir	<b>Costo total</b>			\$12,95
	<b>Utilidad 10%</b>			\$1,30
	<b>IVA 12%</b>			\$1,55
	<b>Precio de venta</b>			\$15,80
	<b>Precio unitario</b>			\$1,97

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

#### d. Seco de pollo

<b>Porción: 8 Personas</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Agua	2	Lt		
Arroz	4	Lb	0,60	2,40
Pollo	1	Unidad	9,00	9,00
Tomate riñón pelado	3	Unidad	0,20	0,40
Culantro	1	Rama	0,05	0,05
Perejil	1	Rama	0,10	0,10
Cebolla colorada	1	Unidad	0,20	0,10
Pimiento	1	Unidad	0,10	0,10

Sal	1	Global	0,25	0,25
Comino	1	Cuchara	0,15	0,30
Achiote	3	Cucharadas	0,10	0,30
<b>Procedimiento:</b> Colocar en una olla 2 litros de agua poner el arroz previamente lavado, agregar sal al gusto, aceite y dejar a cocinar 30 minutos. Mientras tanto licue la cebolla, pimiento, los tomates, perejil, culantro. En una olla ponga el licuado sin cernir, condimente las presas con sal y comino, refría por 5 minutos, luego añada el agua, tape y cocine a fuego lento, hasta que el pollo este suave.			<b>Costo total</b>	13,00
			<b>Utilidad 10%</b>	1,30
			<b>IVA 12%</b>	1,56
			<b>Precio de venta</b>	15,86
			<b>Precio unitario</b>	1,98

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

#### 4. Postres

##### a. Gelatina con crema de leche

<b>Porción: 8 Personas</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Agua	1	Taza		
Gelatina neutra	5	Cucharadas	\$ 0,30	1,5
Gelatina de varios sabores	3	Cucharadas	0,40	1,20
Crema de leche	250	ml	0,50	0,50
Leche condensada	200	ml	0,60	0,60
Escencia de vainilla	1	Cuchara	0,20	0,20
<b>Procedimiento:</b> Diluir la gelatina sin sabor en agua caliente siguiendo las instrucciones del paquete. Aparte, preparar las gelatinas de diferentes sabores separadas en recipientes (cada sabor en un recipiente). Los recipientes individuales son rectángulos mejor, te será más fácil cortar las gelatinas una vez cuajadas. Si lo prefieres, en lugar de preparar el postre de gelatina y crema de leche en un molde grande, puedes repartirlo en moldes individuales. Cuando esté listo, sírvelo tal cual o con coulis de fresa por encima.			<b>Costo total</b>	2,50
			<b>Utilidad 10%</b>	0,25
			<b>IVA 12%</b>	0,30
			<b>Precio de venta</b>	3,05
			<b>Precio unitario</b>	1,53

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

#### 5. Jugos

##### a. Jugo de naranja

<b>Porción: 2 Personas</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Agua	2	Litros		
Naranja	3	Unidad	0,20	0,60

Azúcar	3	Cucharadas	0,10	0,30
<b>Procedimiento:</b> Lavar las naranjas, partirlas por la mitad, exprimirlas, colocar azúcar y agua al gusto.			<b>Costo total</b>	0,90
			<b>Utilidad 10%</b>	0,09
			<b>IVA 12%</b>	0,11
			<b>Precio de venta</b>	1,10
			<b>Precio unitario</b>	0,55

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

## b. Jugo de mora

<b>Porción: 2 Personas</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Agua	2	Litros		
Mora	1	Libra	0,60	0,60
Azúcar	3	Cucharadas	0,10	0,30
<b>Procedimiento:</b> Licuar la mora con las cucharadas de azúcar y agua.			<b>Costo total</b>	0,90
			<b>Utilidad 10%</b>	0,09
			<b>IVA 12%</b>	0,11
			<b>Precio de venta</b>	1,10
			<b>Precio unitario</b>	0,55

**Elaborado por:** Ivette Echeverría

**D. ANEXO 4. COPIA DE LA ESCRITURA DEL TERRENO**

*DOCTOR JULIO CESAR MENDOZA ANDRÉS MUÑOZ  
NOTARIO PÚBLICO*

2011 0 05 01



1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18

**ESCRITURA PÚBLICA DE COMPRA VENTA.**

**OTORGA: DOCTOR JOSE ANTONIO FIALLOS DIAZ Y  
SILVIA LEONOR MARCALLA OVIEDO.**

**FAVOR DE: ANGEL ERNESTO ECHEVERRIA RECUEMCO  
Y CELIA CENOVIA SINCHE MARCALLA.**

**CUANTÍA: TREINTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS  
DÓLARES NORTEAMERICANOS.**

**(USD 39.900.00)**

*DOCTOR JULIO CESAR MENDOZA ANDRÉS MUÑOZ*