



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

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA HUIGRA, CANTÓN ALAUSÍ,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

TRABAJO DE TITULACIÓN

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

GABRIELA ELIZABETH CASTILLO MÉNDEZ

RIOBAMBA – ECUADOR

2016

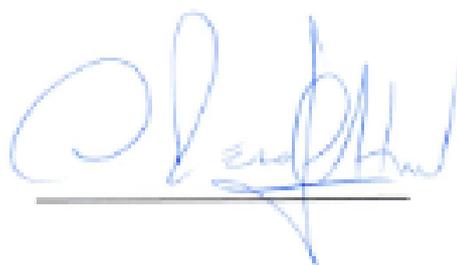
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

El tribunal de trabajo de titulación certifica que: El trabajo de investigación titulado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA HUIGRA, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, de responsabilidad de la srta egresada Gabriela Elizabeth Castillo Méndez, ha sido prolijamente revisado quedando autorizada su presentación.

ING. CATALINA VERDUGO
DIRECTORA



ING. RENATO CHÁVEZ
MIEMBRO



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

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

Riobamba, 8 de junio del 2016



Gabriela Elizabeth Castillo Méndez

Cédula de ciudadanía: 0604524298

Yo, Gabriela Elizabeth Castillo Méndez soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este trabajo y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



GABRIELA ELIZABETH CASTILLO MÉNDEZ

DEDICATORIA

A mi amado hijo Jeramy, por ser el motivo y la razón para este caminar por la vida.

A mi madre Luz, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre Enrique, por ser el ángel que me cuida y bendice siempre, por haber hecho en mi lo que soy, siempre vivirás en mi corazón.

A mi hermana Andrea, por su gran apoyo y afecto en todo momento.

Y a Paúl, mi complemento en esta vida, por tu amor y tu decisión de afrontar las alegrías y tristezas de mi vida como tuyas mismas.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorar la vida cada día más.

A mis amados padres, a quienes les debo todo en la vida, les agradezco el amor, el cariño, la comprensión y el apoyo para culminar mi carrera profesional.

A mis maestros por el gran aporte de conocimientos entregados.

TABLA DE CONTENIDOS

	Página
Tabla de contenidos	vii
Lista de tablas	x
Lista de figuras.....	xiv
Lista de anexos.....	xvii
I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA HUIGRA, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.	1
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. JUSTIFICACIÓN	2
III. OBJETIVOS	3
A. OBJETIVO GENERAL	3
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
IV. HIPÓTESIS	4
A. HIPÓTESIS DEL TRABAJO	4
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	5
A. TURISMO.....	5
B. COMPLEJO TURÍSTICO	5
C. COMPLEJOS VACACIONALES	6
D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	6
E. ESTUDIO DE MERCADO	8
1. Definición.....	8
2. Análisis de la oferta.....	8
3. Análisis de la competencia.....	9
4. Análisis de la demanda.....	9
5. Balance oferta - demanda.....	11
F. ESTUDIO TÉCNICO	11
1. Definición.....	11
G. ESTUDIO AMBIENTAL	11
1. Definición	11

H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	14
1. Estudio administrativo	14
2. Estudio legal	15
H. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	15
1. Análisis económico	15
2. Análisis financiero.....	16
VI. MATERIALES Y MÉTODOS.....	18
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	18
1. Localización	18
2. Ubicación geográfica	18
3. Límites.....	18
4. Características climáticas	18
5. Clasificación ecológica	19
6. Materiales y métodos	19
B. METODOLOGÍA	20
VII. RESULTADOS.....	29
A. ESTUDIO DE MERCADO	29
1. Análisis de la oferta.....	29
2. Análisis de la demanda.....	70
3. Confrontación oferta - demanda.....	111
B. ESTUDIO TÉCNICO	112
1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística.....	112
2. Estudio de mercadotecnia.....	153
C. ESTUDIO AMBIENTAL	169
1. Delimitación del área.....	169
2. Identificación de las acciones que pueden causar impacto.....	169
3. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptibles a recibir impactos	170
4. Matriz evaluación de impactos ambientales de Lázaro Lagos	173
5. Matriz de cuantificación	175
6. Interpretación de la matriz.....	175
7. Plan de mitigación para los impactos negativos.....	176
D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	177
1. Estudio administrativo.....	177

2. Estudio legal	203
E. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO.....	215
1. Análisis económico.....	215
a. Inversiones del proyecto.....	215
b. Fuentes y usos del proyecto.....	216
c. Financiamiento del proyecto	216
d. Cálculo del pago de la deuda	217
e. Depreciación de activos fijos	218
f. Amortización de activos diferidos.....	219
g. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto	219
h. Determinación del precio de la habitación	221
i. Estructura de ingresos.....	222
j. Estado de resultados	223
k. Balance general	224
l. Flujo de caja.....	224
m. Punto de equilibrio.....	225
2. Evaluación financiera	227
a. Valor actual neto.....	227
b. Tasa interna de retorno	227
c. Periodo de recuperación	228
3. Resumen de los indicadores económicos.....	228
VIII. CONCLUSIONES.....	229
IX. RECOMENDACIONES.....	230
X. RESUMEN.....	231
XI. SUMMARY.....	322
XII. BIBLIOGRAFÍA.....	232
XIII. ANEXOS	236

LISTA DE TABLAS

N°	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Ubicación geográfica	18
2	Límites	18
3	Características climáticas.....	18
4	Elementos de la fórmula de la muestra.....	21
5	Elementos de la fórmula para el cálculo de la demanda potencial	22
6	Elementos de la fórmula del incremento compuesto	23
7	Elementos de la fórmula para el cálculo de la demanda insatisfecha.....	23
8	Modelo de la matriz de Lázaro Lagos	26
9	Infraestructura turística de los servicios básicos	29
10	Cascada del río Panamá	30
11	Bosque secundario La Ninfa-Nanza Chico.....	33
12	Bosque de la comunidad de San Roque	36
13	Cascada del río Angas.....	39
14	Bosque primario y secundario Pangal-Naranjapata.....	42
15	Caldo de gallina	45
16	Arroz con huevo en hoja de col	48
17	Canelazo.....	51
18	Fiestas de Huigra	54
19	Carnaval de Huigra	57
20	Monumento a Eloy Alfaro en el parque central de Huigra.....	60
21	Casa Núñez	63
22	Oferta complementaria de la parroquia Huigra	65
23	Oferta complementaria del cantón Alausí	66
24	Características de los complejos turísticos	69
25	Proyección de la oferta	70
26	Género de los turistas nacionales.....	72
27	Edad de los turistas nacionales	73
28	Lugar de procedencia de los turistas nacionales.....	74

29	Nivel de educación de los turistas nacionales.....	75
30	Ocupación de los turistas nacionales	76
31	Ingresos económicos de los turistas nacionales.....	77
32	Aceptación del proyecto de los turistas nacionales	78
33	Servicios preferidos por los turistas nacionales.....	79
34	Actividades turísticas preferidas por los turistas nacionales	80
35	Gastronomía preferida por los turistas nacionales.....	81
36	Tiempo de permanencia de los turistas nacionales.....	82
37	Frecuencia de visita de los turistas nacionales.....	83
38	Gasto por persona de los turistas nacionales	84
39	Forma de pago de los turistas nacionales.....	85
40	Tamaño del grupo de los turistas nacionales	86
41	Modalidad de viaje de los turistas nacionales.....	87
42	Medios de información de los turistas nacionales	88
43	Género de los turistas extranjeros.....	89
44	Edad de los turistas extranjeros	90
45	Procedencia de los turistas extranjeros	92
46	Nivel de educación de los turistas extranjeros.....	93
47	Ocupación de los turistas extranjeros	94
48	Ingresos económicos de los turistas extranjeros.....	95
49	Aceptación del proyecto por parte de los turistas extranjeros	96
50	Servicios preferidos por los turistas extranjeros.....	97
51	Preferencia de actividades turísticas por los turistas extranjeros.....	98
52	Gastronomía preferida por los turistas extranjeros	99
53	Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros.....	100
54	Frecuencia de visita de los turistas extranjeros.....	101
55	Gasto por persona de los turistas extranjeros.....	102
56	Forma de pago de los turistas extranjeros.....	103
57	Tamaño del grupo de los turistas extranjeros	104
58	Modalidad de viaje de los turistas extranjeros.....	105
59	Medios de información de los turistas extranjeros	106
60	Elementos de la fórmula del incremento compuesto	109
61	Proyección de la demanda potencial nacional para los próximos 5 años	110
62	Elementos de la fórmula del incremento compuesto	110

63	Proyección de la demanda potencial extranjera para los próximos 5 años.....	110
64	Cálculo de la demanda insatisfecha	111
65	Proyección de la demanda objetivo	111
66	Número de clientes proyectados.....	112
67	Preferencia de servicios turísticos por la demanda nacional	113
68	Preferencia de los servicios turísticos por la demanda extranjera	114
69	Preferencia de actividades por la demanda nacional	114
70	Preferencia de actividades por la demanda extranjera.....	115
71	Distribución de las áreas del complejo vacacional	119
72	Análisis de precios unitarios	135
73	Requerimiento de la infraestructura turística.....	142
74	Requerimiento de vehículo	142
75	Requerimiento de muebles y encerres.....	142
76	Requerimiento de equipos	143
77	Requerimiento de menaje	144
78	Insumos y materiales	147
79	Materia prima para el área de producción.....	145
80	Remuneración anual para la mano de obra del área productiva.....	151
81	Remuneración anual para la mano de obra indirecta del área productiva.....	151
82	Remuneración anual para la mano de obra indirecta del área de recreación.....	152
83	Combustible.....	152
84	Servicios básicos.....	153
85	Tipografía.....	156
86	Precio de hospedaje.....	160
87	Precio de las actividades turísticas.....	160
88	Activos fijos del área comercial.....	166
89	Gastos por publicidad para el área comercial.....	167
90	Insumos y materiales.....	167
91	Talento humano y remuneración económica.....	168
92	Inversiones diferidas para el área comercial.....	169
93	Matriz de evaluación de impactos ambientales de Lázaro Lagos.....	173
94	Matriz de cuantificación.....	175
95	Medidas de mitigación para los impactos negativos.....	176
96	Perfil para el cargo de Gerente/ Administrador.....	179

97	Perfil para el cargo de Recepcionista.....	180
98	Perfil para el cargo de Chofer.....	182
99	Perfil para el cargo de Ama de llaves.....	184
100	Perfil para el cargo de Camarera de pisos.....	185
101	Perfil para el cargo de Cocinero polivalente.....	187
102	Perfil para el cargo de Mesero.....	189
103	Perfil para el cargo de Ayudante/auxiliar de servicios generales.....	191
104	Resumen de la fundamentación legal.....	208
105	Gastos de constitución.....	212
106	Activos fijos para el área administrativa.....	213
107	Materiales e insumos para el área administrativa.....	214
108	Talento humano y remuneración económica para el área administrativa.....	214
109	Inversiones del proyecto.....	215
110	Fuentes y usos del proyecto.....	216
111	Financiamiento del proyecto.....	216
112	Tabla de amortización.....	217
113	Depreciación de activos fijos.....	218
114	Amortización de activos diferidos.....	219
115	Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.....	219
116	Precio de la habitación.....	221
117	Estructura de ingresos de los turistas nacionales.....	222
118	Estructura de ingresos de los turistas extranjeros.....	222
119	Estructura de ingresos totales.....	222
120	Estado de resultados.....	223
121	Balance general.....	224
122	Flujo de caja.....	224
123	Punto de equilibrio.....	225
124	Valor actual Neto.....	227
125	Tasa Interna de Retorno.....	227
126	Periodo de recuperación.....	228
127	Resumen de los indicadores económicos.....	228

LISTA DE FIGURAS

N°	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Género de los turistas nacionales.....	72
2	Edad de los turistas nacionales	73
3	Lugar de procedencia de los turistas nacionales.....	74
4	Nivel de educación de los turistas nacionales.....	75
5	Ocupación de los turistas nacionales	76
6	Ingresos económicos de los turistas nacionales.....	77
7	Aceptación del proyecto por los turistas nacionales.....	78
8	Servicios preferidos por turistas nacionales.....	79
9	Preferencia de actividades turísticas por los turistas nacionales.....	80
10	Gastronomía preferida por los turistas nacionales.....	81
11	Tiempo de permanencia de los turistas nacionales	82
12	Frecuencia de visita de los turistas nacionales.....	83
13	Gasto por persona de los turistas nacionales	84
14	Forma de pago de turistas nacionales	85
15	Tamaño del grupo de los turistas nacionales	86
16	Modalidad de viaje de los turistas nacionales.....	87
17	Medios de información que utilizan los turistas nacionales	88
18	Género de los turistas extranjeros.....	89
19	Edad de los turistas extranjeros	90
20	Lugar de procedencia de los turistas extranjeros.....	92
21	Nivel de educación de los turistas extranjeros.....	93
22	Ocupación de los turistas extranjeros	94
23	Ingresos económicos de los turistas extranjeros.....	95
24	Aceptación del proyecto por los turistas extranjeros.....	96
25	Servicios preferidos por turistas extranjeros.....	97
26	Preferencia de actividades turísticas por los turistas extranjeros.....	98
27	Gastronomía preferida por los turistas extranjeros	99
28	Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros.....	100
29	Frecuencia de visita de los turistas extranjeros	101
30	Gasto por persona de los turistas extranjeros.....	102

31	Forma de pago de los turistas extranjeros.....	103
32	Tamaño del grupo de los turistas extranjeros	104
33	Modalidad de viaje de los turistas extranjeros.....	105
34	Medios de información que utilizan los turisas extranjeros	106
35	Distribución general de las áreas del complejo vacacional.....	120
36	Área de administración y recepción.....	121
37	Área de cabaña de hospedaje y cocina - comedor.....	122
38	Área de juegos infantiles.....	123
39	Área de parqueadero.....	124
40	Área de cancha deportiva.....	125
41	Área de piscina.....	126
42	Área de caballerizas y parqueadero de bicicletas.....	127
43	Área de piscina para pesca deportiva.....	128
44	Instalaciones eléctricas del área de administración y recepción.....	129
45	Instalaciones eléctricas del área de hospedaje y cocina - comedor.....	130
46	Instalaciones eléctricas del área de caballerizas.....	131
47	Simbología de las instalaciones eléctricas	131
48	Instalaciones sanitarias y de agua potable de la administración y recepción.....	132
49	Instalaciones sanitarias y de agua potable para el hospedaje /cocina-comedor.....	133
50	Instalaciones sanitarias y de agua potable del área de caballerizas.....	134
51	Simbología de instalaciones sanitarias y de agua potable... ..	134
52	Logotipo de la empresa	155
53	Tarjeta de presentación	158
54	Hoja membretada.....	158
55	Carpeta.....	159
56	Bolsa de papel ecológico	159
57	Canal de distribución directo	161
58	Canal de distribución indirecto	161
59	Página web.....	162
60	Redes sociales	163
61	Diseño de volante.....	164
62	Diseño de gorra.....	165
63	Diseño de llaveros de madera.....	165
64	Organigrama estructural.....	177

65 Organigrama funcional.....	178
66 Flujograma general de producción de servicios turísticos.....	193
67 Flujograma de servicio de hospedaje.....	194
68 Flujograma de servicio de alimentación.....	195
69 Flujograma de ciclismo.....	196
70 Flujograma de cabalgata.....	197
71 Flujograma de pesca deportiva.....	198

LISTA DE ANEXOS

Nº	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Modelo de la encuesta aplicada a turistas nacionales	230
2	Modelo de la encuesta aplicada a turistas extranjeros.	238
3	Recetas para el menú de alimentación	241
4	Señalética turística.	250
5	FODA.....	254

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA HUIGRA, CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

El turismo, durante décadas ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que aumenta con mayor rapidez en el mundo generando 1.159.000 millones (OMT, 2014). 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.

Ecuador es uno de los 17 países más ricos en biodiversidad de especies y ecosistemas en todo el mundo con gran riqueza natural y cultural, siendo un icono interesante que atrae a turistas de todo el mundo, motivados por vivir experiencias nuevas. Posee además cuatro regiones denominados "mundos" (costa, sierra, oriente y región insular), cada una de ellas con características naturales propias, manifestaciones culturales que distinguen una localidad de otra. Sumado a esto las cortas distancias entre regiones, permiten que exista una cantidad de 1'557.006 turistas anuales dentro del país (MINTUR, 2014).

De acuerdo al Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) en el 2014 la actividad turística representa la quinta fuente de ingreso de divisas (322.1 millones), constituyendo una amplia gama de productos y destinos turísticos reflejados en las cuatro regiones mencionadas, siendo prioritario la calidad de la planta turística la cual es la principal herramienta para atraer al turismo nacional y extranjero.

Dentro de la región sierra existen diferentes provincias que en base a los recursos turísticos con los que cuenta han desarrollado varias actividades turísticas, que han servido como alternativas para generar ingresos económicos y a la vez dinamizar la economía de cada localidad, una de ellas es la provincia de Chimborazo que cuenta con atractivos de alta jerarquía, por lo tanto es un sitio estratégico de concentración y distribución de turistas.

En esta provincia se encuentra Huigra parroquia rural del cantón Alausí, que además de ser una tierra agrícola y ganadera posee características considerables para implementar una alternativa que brindará el desarrollo de actividades recreativas sostenibles, las mismas que enlacen elementos importantes como el manejo responsable de la naturaleza y la economía local.

A. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene como objetivo ofrecer información fiable y actualizada sobre el posible éxito de un proyecto. Socialmente el proyecto promueve la generación de nuevas fuentes de empleo y la activación de la economía de la zona. La iniciativa de implementar un complejo turístico viene dada al empuje del sector privado, logrando de esta forma el desarrollo del turismo.

Huigra una zona bastante privilegiada por estar ubicada en el subtropical del cantón Alausí y poseer un clima primaveral. Además de un sin número de recursos naturales y culturales que le hace ser un lugar idóneo para visitarlo, motivo por el cual sus habitantes desean involucrarse en actividades turísticas, siendo esta una alternativa que permita la generación de ingresos económicos a sus pobladores, así como una experiencia agradable para los visitantes nacionales e internacionales.

Es por ello que se pretende realizar la implementación de un complejo turístico bajo la categoría complejo vacacional como una alternativa de recreación, el mismo que permitirá la conservación de los recursos existentes, enfocados siempre a su uso racional y a la vez ayudará a mejorar las condiciones de vida de sus pobladores.

Además esta investigación busca que las personas desarrollen una ética que promueva la protección del ambiente desde una perspectiva de equidad y solidaridad, y de esa manera contribuir a la conservación del patrimonio natural y cultural del Ecuador.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la implementación de un complejo turístico en la parroquia Huigra, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

IV. HIPÓTESIS

A. HIPÓTESIS DE TRABAJO

El estudio de factibilidad para la implementación de un complejo turístico bajo la categoría de complejo vacacional le permitirá al inversionista privado conocer la viabilidad comercial, técnica, ambiental, económica y financiera para emprender su proyecto.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

Según la Organización Mundial del Turismo (2008) el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentren fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales, menciona que 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.

Es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tanto de los negocios como de las consideraciones profesionales. (Luque, 2009)

B. COMPLEJO TURÍSTICO

1. Definición

Un complejo turístico es un entorno diseñado específicamente para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en todo momento y poniendo a su disposición una amplia gama de servicios turísticos tales como alojamiento, restauración, actividades deportivas y de ocio en general (Nieto, 2006).

Se realizó la revisión bibliográfica de complejo turístico a nivel mundial, especialmente en complejos europeos como España donde se reconoce a esta tipología, pero en el ámbito nacional del Reglamento general de Actividades Turísticas de la clasificación general de los alojamientos extrahoteleros el Ministerio de Turismo del Ecuador no registra a este tipo de establecimiento, por ello en el trabajo de investigación se trabajó con la categoría complejo vacacional.

C. COMPLEJOS VACACIONALES

1. Definición

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 (MINTUR, 2012).

D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1. Definición

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

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

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

Iniciar un proyecto o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

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

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

El estudio de factibilidad debe conducir a:

- Identificación plena del proyecto a través de los estudios de mercado, tamaño, localización y tecnología apropiada.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto (Aguilar, 2006).

2. **Objetivos de un estudio de factibilidad**

El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo
- Conocer si la gente lo comprará
- Saber si lo podremos vender
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la comunidad en condiciones de equidad.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.

- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento y mercado.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias.

La evaluación de un proyecto de factibilidad estará centrada especialmente en los recursos, de allí que se contemplen las siguientes:

- Estudio de mercado
- Plan estratégico
- Estudio técnico
- Estudio de impacto ambiental
- Estudio organizacional
- Estudio económico y financiero

Un estudio de factibilidad arroja resultados determinados, los cuales van a influir en las decisiones tomadas por las personas responsables del proyecto (Aguilar, 2006).

E. ESTUDIO DE MERCADO

1. Definición

Un estudio de mercado es el resultado del proceso de recogida, análisis e interpretación de información relativa al mercado objetivo de estudio. Los principales motivos para la realización de estudios de mercado son los siguientes:

- Permite comprender el mercado en el que se va a localizar la actividad.
- Ofrecer una visión actualizada de tu sector de actividad, es decir, cual ha sido su evolución en los últimos años, la situación actual y las perspectivas de futuro.
- Puede ser determinante a la hora de identificar una oportunidad de negocio o, por el contrario, identificar alternativas en caso de que tu proyecto inicial no sea viable.

- Te indica si debes continuar, cambiar o cancelar tu plan de negocio, si el producto vendido es adecuado o si la nueva gama que planeas comercializar tiene cabida en el mercado (Bic, 2010).

2. Análisis de la oferta

La oferta turística es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición del público del mercado competitivo (Contreras, 2005).

3. Análisis de la competencia

Son todas aquellas empresas que elaboran o venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta.

La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre muestra representativa de ella, sobre la competencia es necesario investigar: donde están ubicados, cuántos son, cuántos son según su tamaño, que productos ofrecen, quienes son sus clientes, porque le compran, que piensa el cliente de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución, etc (Koch, 2009).

4. Análisis de la demanda

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores (INADEN, 2014).

Se entiende por análisis de la demanda a la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de

producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda (Contreras, 2008).

a. Tipos de demanda

1) Demanda satisfecha

Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él (Contreras, 2005).

2) Demanda insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él (Contreras, 2005).

b. Muestra

La muestra es una parte delimitada y seleccionada de la población total y deberá incluir las características más importantes de la población a la cual se está refiriendo para que los resultados obtenidos sean representativos y ejemplifiquen las características de la misma (Contreras, 2005).

1) Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra representa el número de observaciones tomadas para conducir un análisis estadístico. Los tamaños de muestra pueden componerse de cualquier población que se esté evaluando.

En medida que el tamaño de muestra aumenta, los estimativos se hacen más exactos, mejorando la calidad de la estimación y aumentando la seguridad, de acuerdo a la muestra podemos conseguir un número amplio (Arboleda, 1998).

La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N=Universo de estudio

p=Probabilidad de ocurrencia

q=Probabilidad de no ocurrencia

e=Margen de error

z=Nivel de confianza

5. Balance oferta – demanda

Se determina las oportunidades cuantitativas del mercado. En esta parte se confronta los datos estadísticos de la demanda frente a la oferta (capacidad ocupacional mensual, anual) y se determina la demanda insatisfecha, que ayuda a realizar una aproximación de la demanda que será cubierta con el proyecto (Koch, 2009).

F. ESTUDIO TÉCNICO

1. Definición

Según Casani, (2009) un estudio técnico es aquel que permite determinar si se dispone de la tecnología adecuada y la capacidad y conocimientos necesarios para la fabricación de los productos o la prestación de los servicios.

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además permite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y por tanto,

los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (Rosales, 2005).

G. ESTUDIO AMBIENTAL

1. Definición

Es un proceso de análisis encaminados a predecir, interpretar, valorar, prevenir, corregir y comunicar las consecuencias o efectos de un proyecto o actividades sobre el medio ambiente, que puedan causar sobre la calidad del ser humano y su entorno medio ambiental (Leiva, 2005).

a. Impacto Ambiental

El impacto ambiental es la alteración, modificación o cambio en el ambiente o en alguno de sus componentes de cierta magnitud y complejidad originado y producido por los efectos de la acción o actividad humana (Leiva, 2005).

b. Evaluación de Impacto Ambiental (EIA)

Es un procedimiento jurídico – técnico – administrativo que tiene como objetivo la identificación, predicción e interpretación de los impactos ambientales que un proyecto o actividad produciría en caso de ser ejecutado; así como la prevención, corrección y valoración de los mismos.

Todo ello con el fin de ser aceptado, modificado o rechazado por parte de las distintas Administraciones Públicas competentes (Leiva, 2005).

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 Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa.

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, Aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de las componentes mencionadas se han determinado nueve criterios de evaluación (Caballero, 2006).

1) Parámetros para la evaluación de impactos ambientales de la matriz de Lázaro Lagos

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

b) 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 ha
- 3 Alta intensidad: Cuando el área afectada es mayor a 10 ha.

c) Importancia: Se determina a través de tres rangos de evaluación

- 0 Sin importancia
- 1 Menor importancia
- 2 Moderada importancia

d) Certeza: Se determina a través de tres rangos definidos con letras:

- C Si el impacto ocurriría 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.

e) 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.

f) 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.

g) Duración: Se determina a través del tiempo en:

- 1 Acorto 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.

h) 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.

i) 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 medio ambiente en general (Caballero, 2006).

H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Estudio Administrativo

La viabilidad administrativa es la que se encarga de estudiar la capacidad de gestión que se posee para llevar a buen término la materialización de un proyecto. Es en la etapa en que se elabora el proyecto, donde el inversionista debe demostrar la capacidad para efectuar un criterioso estudio, asesorándose por un probo equipo de evaluadores. Muchas veces un proyecto es aprobado luego del estudio demostrativo que el mismo es rentable, para luego comprobar en la implementación, que ocurre todo lo contrario.

El estudio administrativo estará encaminado a establecer la organización de la empresa que consiste en seleccionar aquellos métodos, procedimientos, técnicas, etc., encaminadas a una mayor racionalidad en la utilización de los factores productivos, y en cualquier caso a una mejora de la productividad (Amaya, 2009).

2. Estudio legal

El estudio legal se encarga de estudiar si existen impedimentos legales, para materializar el proyecto en estudio u operatividad. Lo primero que se debe hacer es determinar la forma jurídica que tendrá la empresa o la entidad generadora del proyecto; analizando si será de aspecto natural o jurídico; y a partir de esto determinar si es la segunda opción puede conformarse en sociedad o compañía según las necesidades de los encargados (Amaya, 2009).

I. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Análisis económico

Uno de los elementos fundamentales a la hora de decidir la viabilidad de los proyectos es su análisis económico. En todos los proyectos, determinados desde una perspectiva económica, se tienen tres elementos monetarios importantes:

a. Inversiones

Se refieren a los gastos en material que son amortizables a lo largo de los años. Su sentido es el de gastos de cuantía importante, en elementos que son realmente un patrimonio.

b. Gastos

Se refiere a las salidas de dinero en que se incurren a lo largo de los años para dar un servicio o crear un producto. Estos gastos se suelen dividir entre recurrentes (los que se producen aunque no exista actividad en la empresa) y los operativos (en los que se incurre por el hecho de que la empresa fabrique, venda, etc).

c. Ingresos

Se refiere a las entradas de dinero referidas a los resultados del proyecto. (Sendín, 2006)

2. Análisis financiero

Permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, se realiza a partir del estudio financiero. En base al cálculo del flujo de caja, valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio - costo y el periodo de recuperación de la inversión.

a. 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 (Sendín, 2006).

b. Valor actual neto (VAN)

Se define como el valor actualizado de todos los flujos de caja esperados (positivos o negativos, si son negativos existe necesidad de financiación, pero esto en la fórmula se obvia asumiendo que se dispone de dinero desde el principio para cubrir los posibles negativos), es decir la diferencia entre los cobros y los pagos originados, en valor actual.

Se valora también sobre los flujos de caja, y mide en el momento de hoy la cantidad de dinero actualizada (excluida la cantidad invertida) que se recibe por el dinero que en su día se invirtió. Precisa de un dato, que es la tasa de descuento o el tipo de interés considerado por la empresa para sus inversiones, de modo que se pueda valorar con el dinero “generado o ganado” por el negocio, allá de una posible inversión alternativa (en un banco por ejemplo). (Sendín, 2006).

c. 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) (Sendín, 2006).

d. Relación beneficio/ costo

Cuando los resultados y costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias, su evaluación se realiza utilizando la técnica del análisis beneficio-costos. Así sucede en los proyectos económicos.

La relación beneficio costo se obtiene dividiendo el valor actualizado del flujo de ingresos, por el valor actualizado del flujo de costos (Sendín, 2006).

e. Período de recuperación o Payback

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.

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 (Sendín, 2006).

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El presente trabajo investigativo se realizó en la parroquia Huigra que pertenece al cantón Alausí en la provincia de Chimborazo. Está en el centro de la región interandina, en la hoya del río Chanchan uniendo la sierra con la costa.

2. Ubicación Geográfica

Tabla 1. *Ubicación geográfica*

Longitud	9746764 N
Latitud	724307 E
Altitud	1.255 m.s.n.m.

Elaborado por: Gabriela Castillo

3. Límites

Tabla 2. *Límites de la parroquia Huigra*

Norte	Cantón Cumanda y la parroquia de Sibambe
Sur	Parroquia de Llagos de la provincia del Cañar y el cantón Chunchi
Este	Cantón Chunchi y parroquia de Sibambe
Oeste	Cantón Cumanda y la provincia del Cañar

Elaborado por: Gabriela Castillo

4. Características climáticas

Tabla 3. *Características climáticas*

Temperatura media anual	18 a 22° C.
Precipitación media anual	500 - 750 mm
Humedad relativa	70%

Elaborado por: Gabriela Castillo

5. Clasificación Ecológica

La clasificación ecológica de la parroquia Huigra con base en la publicación “*Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental*”, del Ministerio del Ambiente (2012) este sector corresponde a la formación vegetal: Bosque siempreverde montano bajo del sur de la cordillera oriental de los Andes.

B. MATERIALES

1. Materiales

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

2. Equipos

Computadora, impresora, memory flash, GPS, cámara digital.

C. METODOLOGÍA

La presente investigación se fundamentó en una metodología aplicada que se llevó a cabo utilizando técnicas de investigación bibliográfica y de campo; y cuyos objetivos se realizaron de la siguiente manera:

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

Se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

a. Análisis de la oferta

1) Análisis de la oferta actual

El análisis de la oferta partió de un diagnóstico de la situación actual de la zona de estudio con mayor énfasis en los siguientes elementos:

- a) Infraestructura turística (servicios básicos)**
- b) Inventario de atractivos**

2) Análisis de la oferta complementaria

Se realizó un inventario de los establecimientos turísticos de la zona (hospedaje y alimentación) con sus respectivas categorías, capacidades y precios considerando su relación directa o indirecta con el producto.

3) Análisis de la competencia

Se analizaron las empresas que ofrecen productos similares a los que se pretende poner en el mercado con la operación del proyecto.

b. Análisis de la demanda

Se siguieron los siguientes pasos:

1) Segmentación

Se utilizó segmentación de mercado, que permitió definir el sector específico que ofrece las mejores oportunidades para receptor el producto.

2) Universo de estudio

El universo de estudio que se consideró fue a los turistas nacionales y extranjeros que utilizaron el servicio del ferrocarril en la ruta Sur Nariz del Diablo desde el 1 de enero con reservaciones hasta el 31 de diciembre del año 2015.

3) Cálculo de la muestra

El cálculo de la muestra se realizó mediante la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

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

Dónde:

Tabla 4. Elementos de la fórmula de la muestra

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

Elaborado por: Gabriela Castillo

4) Análisis y síntesis de la información

La herramienta que se utilizó fue la encuesta, la misma que se basó en tres variables principales que son: socioeconómicas, geográficas y motivacionales del turista.

5) Determinar los perfiles de acuerdo al segmento

El perfil del turista nacional y extranjero se determinó según sus gustos y preferencias.

6) Proyección de la demanda potencial

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

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

Donde:

Tabla 5. *Elementos de la fórmula para la demanda potencial*

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: Gabriela Castillo

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

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

Donde:

Tabla 6. *Elementos de la fórmula del incremento compuesto*

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

Elaborado por: Gabriela Castillo

c. Confrontación oferta - demanda

1) Demanda insatisfecha

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

$$DI=D-O$$

Donde:

Tabla 7. *Elementos de la fórmula para la demanda insatisfecha*

DI	Demanda insatisfecha
D	Demanda existente
O	Oferta existente

Elaborado por: Gabriela Castillo

2) Demanda objetivo

Se consideró captar el 10% de la demanda insatisfecha para este proyecto.

2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Elaborar el estudio técnico.

Se desarrolló los siguientes aspectos:

a. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

Para la planificación y el diseño técnico se consideró los datos obtenidos en el estudio de mercado, para lo cual se analizaron los siguientes aspectos:

1) Localización del proyecto

Se consideró la macro y micro localización.

2) Tamaño del proyecto

Se consideró el número de clientes proyectados para la constitución requerida.

3) Tipología de la construcción

Se consideró las condiciones ambientales y tipo de materiales.

4) Diseño técnico arquitectónico

Se consideró los siguientes aspectos: diseño arquitectónico, distribución de las áreas de la construcción y análisis de precios unitarios (APU).

5) Rubro de la infraestructura turística

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

6) Equipamiento y menaje

Se consideró los siguientes aspectos: muebles y enceres, equipos y menaje del producto por área de servicio.

b. Estudio de mercadotecnia

Se propuso estrategias de captación de mercado de acuerdo al marketing mix: producto, precio, plaza y promoción.

3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Determinar el estudio ambiental.

Para el estudio de impacto ambiental se utilizó la matriz de Lázaro Lagos, se determinó la problemática ambiental, y las posibles acciones para mitigar los impactos ambientales y socioculturales en el área de intervención. El proceso fue el siguiente:

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 la actividad(es) (3) sobre los componentes ambientales (2), esto se logra mediante el rayado de una (X) en las cuadrículas de la intersección que se forman entre 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 a 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 especificados).

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

b. Evaluación financiera

Con la evaluación financiera se determinó la rentabilidad de la inversión mediante el cálculo de índices financieros como el VAN, TIR, relación beneficio – costo.

VII.RESULTADOS

A. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la oferta

a. Análisis de la oferta actual

1) Infraestructura turística

Tabla 9. *Infraestructura turística de los servicios básicos*

CATEGORÍA	TIPOS	SUBTIPO
Transporte	Terrestre	Red de carreteras Desde Costa tenemos las siguientes vías: Guayaquil – Huigra y Guayaquil – Yaguachi – Milagro – Naranjito – Bucay- Huigra. Desde la sierra se puede acceder por la vía: Quito – Riobamba – Alausi – Huigra y la vía Riobamba – Alausí – Chunchi- Huigra Servicios para los turistas Alimentación, alojamiento y recreación. Servicios de seguridad Policía y Bomberos. Señalización Vial y turística Servicio de transporte público El servicio de transporte público lo brindan: transporte Alausí, Colta y Rutas Cañarís.
Comunicaciones	Internet	Disponibilidad de internet en un 80%.
	Telefónicas	Disponición de telefónica convencional en un 100%. Para comunicación e información se cuenta con: periódico, radio y canales de TV.
Sanidad	Red de agua	Agua entubada el 90%, acequias 8% y vertientes 2%.

	Recolección de basura	El 16,39 arrojan la basura a terrenos baldíos, el 40,69 la queman, el 1,04 lo entierran, el 2,24 lo arrojan al río Chanchan, el 39,13 es mediante carro recolector.
	Salud	La parroquia cuenta con un sub centro de salud que funciona en horario matutino.
Energía	Red eléctrica	Red de empresa eléctrica de servicio público en un 100%.
	Combustible	Para el abastecimiento de combustible, lo hacen en las gasolineras del cantón Alausí, mientras que el gas para consumo doméstico lo adquieren en las tiendas de la cabecera parroquial.

Fuente: GADPR Huigra, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

2) Validación de atractivos turísticos de la parroquia Huigra

a) Atractivos naturales

i. Cascada del río Panamá

Tabla 10. *Cascada Panamá*

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Gabriela Castillo	1.2 Ficha N°01
1.3 Supervisor evaluador: Ing. Catalina Verdugo	1.4 Fecha: 17/05/2016
1.5 Nombre del atractivo: Cascada del río Panamá	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Río	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Fotografía 1. Cascada del río Panamá	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Huigra	2.5 Longitud: 721479 E
2.4 Latitud: 9742834N	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Alausí	3.2 Distancia: 35 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 1400 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 18°C - 22°C	
4.3 Precipitación pluviométrica: 500 - 2000 mm/año	
4.4 Ubicación del atractivo	
La cascada se encuentra ubicada a 3 km de la parroquia de Huigra, en la vía a Huigra-El Triunfo, al margen izquierdo de la carretera, en un puente que es parte de la carretera y se encuentra sobre el río Panamá.	
1.5 Descripción del atractivo	
Son dos caídas de agua con características visuales y auditivas muy particulares, ya que además de escuchar la caída de agua, escuchamos el canto de un sin número de aves e insectos. La primera tiene una altura de 25m y 6m de ancho. Al comenzar a subir la cascada encontramos pozas naturales, que sirven para bañarse, subiendo unos metros más arriba de la primera caída de agua, encontramos una segunda caída de agua, tiene una altura de 20m y 5m de ancho de igual belleza que la primera, todo esto se contrasta con un bosque húmedo andino, poseedor de muchas especies de árboles, orquídeas, además de un importante número de especies de aves como gavilán campestre (<i>Buteo magnirostris</i>), Pibi Ahumado (<i>Contopus fumigatus</i>), gallinazo cabecirrojo (<i>Cathartes aura</i>), Febe Guardarrios (<i>Sayornis nigricans</i>), Golondrinas (<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>), Chingolo (<i>Zonotrichia capensis</i>), Copeton Coritizado (<i>Myiarchus phaeocephalus</i>), así como insectos, como escarabajos, mariposas, saltamontes, etc., el agua es semicristalina, las cascadas se encuentran al pie de la montaña Ayashipa, en la ruta Huigra El Triunfo.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
<ul style="list-style-type: none"> • Cascada del río Angas: Una caída de agua del río Angas, de aproximadamente 20m de altura y 6m de ancho, se encuentra dentro de la misma vía que conduce a Guayaquil, al margen derecho de la carretera, debajo del puente del río Angas, el agua es semicristalina, en donde podemos apreciar flora y fauna representativa del lugar, actualmente la junta parroquial está habilitando un sendero para el ingreso a la cascada, así como bancas y señalización. • Cascada Pailahuaico: Se encuentra agua debajo de la cascada Panamá, asentada en un valle, se caracteriza por la formación de un acantilado o hueco profundo más o menos de unos 30m. y de ancho 3m. a 4m. En este lugar al momento de lanzar una piedra grande se escucha los sonidos de la caída como si chocara con una paila. 	
1.6 Permisos y restricciones	
No existe ningún tipo de restricción.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos actuales	
En la actualidad un importante número de turistas nacionales la visitan, así como por los habitantes de Huigra, en días soleados.	
4.8.2 Usos potenciales	
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.	
4.8.3 Necesidades turísticas	
Señalética orientativa, interpretativa y preventiva, paraderos, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, baños secos, adecuación de senderos seguros, instalación de infraestructura para descenso de cascada, capacitación de guías turísticos locales.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	

El incremento de la actividad turística para Huigra, generando fuentes alternas de ingreso para los actores turísticos de la parroquia, también la conservación del medio ambiente.		
4.9.2 Impactos negativos		
Sedimentación y compactación del terreno, deforestación, contaminación del agua.		
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:		
5.1 Estado: Alterado		
5.2 Causas:		
Presencia de basura, exceso de turistas, contaminación del agua en zonas altas por la presencia de ganado.		
6. ENTORNO		
6.1 Entorno: En proceso de deterioro.		
6.2 Causas:		
Deforestación, quemas, expansión de la frontera agrícola.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero	
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: A pie, bicicleta.	
7.5 Frecuencias: Los turnos diarios que van y vienen de Guayaquil, también existen camionetas que realizan fletes.	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones: No existe ningún tipo de señalética, ni una persona que cuide el atractivo, así mismo no se le da mantenimiento durante y después de la época invernal.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Todas las facilidades turísticas, se las puede encontrar en la cabecera parroquial Huigra.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: No		
9.2 Energía Eléctrica: No		
9.3 Alcantarillado: No		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
Centro histórico de Huigra	10 km	
Cascada del río Angas	5km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1 Difusión: Nacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		46
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: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

ii. Bosque secundario La Ninfa-Nanza Chico

Tabla 11. *Bosque secundario La Ninfa-Nanza Chico*

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Gabriela Castillo	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor evaluador: Ing. Catalina Verdugo	1.4 Fecha: 17/05/2016
1.5 Nombre del atractivo: Bosque secundario La Ninfa-Nanza Chico	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Bosque	
1.8 Subtipo: Bosque seco pre montano	
	
Fotografía 2. Bosque La Ninfa	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí
2.3 Parroquia: Huigra	
2.4 Latitud: 9747462 N	2.5 Longitud: 726128 E
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Alausí	3.2 Distancia: 35 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 1260-1500 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 18°C - 22°C	
4.3 Precipitación pluviométrica: 500 - 2000 mm/año	
4.4 Ubicación del atractivo	
El bosque se encuentra ubicado al margen derecho de la carretera Huigra El Triunfo, cerca de la escuela Bartolomé Donoso, en el antiguo camino Huigra-Nanza Chico.	
1.7 Descripción del atractivo	
Se trata de un bosque secundario, ubicado en la antigua vía Huigra-Nanza Chico, que luego de haber sido cerrada esta vía al público, debido a un derrumbe en el sector de la virgen, se empezó a recuperar, así pues se lo puede recorrer a pie desde la entrada a la antigua vía, a 20m de la escuela Bartolomé Donoso, hasta la comunidad de Nanza Chico, en el trayecto nos podemos encontrar con plantaciones de maíz, frejol, pimienta, que la gente que posee terrenos en esta zona, se dedican a cultivar, en el trayecto podemos	

<p>encontrar entre 20 y 25 especies de aves, de las cuales se destacan; gavilán campestre (<i>Buteo Magnirostris</i>), gavilán Colifajeado (<i>Buteo albonotatus</i>), Quililico (<i>Falco Sparverius</i>), Gallinazo Cabecirrojo (<i>Cathartes aura</i>), Tinamu Piquicurvo (<i>Nothoprocta curvirostris</i>), Paloma Plomiza (<i>Columba plumbea</i>), Tortolita Croante (<i>Columbina cruziana</i>), Garrapatero piquiestriado (<i>Crotophaga sulcirostris</i>), Carpintero Olivodorado (<i>Piculus rubiginosis</i>), Tiranolete silvador sureño (<i>Camptostoma obsolletum</i>), especies de mamíferos como: rapoza, chuqui, ratón silvestre, cuchucho, conejo, reptiles como culebras, lagartijas, ranas, sapos, arañas, tarántulas, sp de árboles como chilcas, guayaba, aguacate, matorrales, etc., la belleza paisajística es única de zonas subtropicales, el trayecto concluye en el Pucara de Nanza Chico.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pucará de Nanza Chico: Antiguo pucará construido encima de una loma, en la comunidad de Namza Chico, se trata de una estructura de piedras completamente destruidos y en los cuáles se ha demostrado la presencia de un pucará en forma de caracol, del cual se tiene una vista excepcional del paisaje subtropical y andino, así como del cerro Puñay, ya que se encuentra en sus faldas, en el lugar podemos encontrar la culebra X, así como gavilanes colifajeado, que descienden al lugar a cazarlas, es posible observar también la presencia de quililicos ahuyentando gavilanes como el colifajeado y el campestre. • Cerro Puñay: Se trata de una pirámide escalonada en forma de guacamaya, en la cima del cerro Puñay, que fue construida por el pueblo Cañarí, se puede acceder al sitio por el camino Huigra Nanza Grande. • Centro histórico de Huigra: Conjunto de casas que datan de principios de siglo, el parque Eloy Alfaro con una réplica del ex presidente traída de Italia, la antigua gerencia de ferrocarriles, las casas de los gringos, casa Núñez, santuario de la Virgen de Lourdes la estación del tren, todas estas edificaciones construidas a la llegada del ferrocarril.
<p>1.8 Permisos y restricciones No existe ningún tipo de restricción, salvo en el caso que se tenga que ingresar en alguna propiedad, debe contar con el permiso de sus propietarios.</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos actuales Agricultura, camino de entrada a terrenos cultivables, ganadería.</p>
<p>4.8.2 Usos potenciales Se podría hacer una ruta de caminata corta para observación paisajística así como de flora y avifauna. Recorrer en bicicleta desde Nanza Grande hasta Huigra por esta ruta abandonada. Visitar el Pucara de Nanza Chico, la cascada del Puñay, y observar la vida del campo (cultivos, animales, comunidad).</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas Señalética orientativa y preventiva, paraderos, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, baños secos, limpieza y apertura de senderos, instalación de infraestructura para rapel, capacitación de guías turísticos locales.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos El incremento de la actividad turística para Huigra, generando fuentes alternas de ingreso para los actores turísticos de la parroquia, involucrando a los habitantes de la zona, también la conservación del medio ambiente.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos Sedimentación y compactación del terreno, deforestación.</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: Alterado</p>
<p>5.2 Causas: Deforestación, expansión de la frontera agrícola, ganadería, introducción de especies, basura, quemadas, derrumbos.</p>
<p>6. ENTORNO</p>
<p>6.1 Entorno: En proceso de deterioro.</p>

6.2 Causas: Deforestación, quemas, expansión de la frontera agrícola.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero	
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: A pie, bicicleta, caballo, camioneta	
7.5 Frecuencias: Existen camionetas que realizan fletes. 7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año		
7.7 Observaciones: No existe ningún tipo de estudio para el aprovechamiento turístico de la ruta.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Todas las facilidades turísticas, se las puede encontrar en la cabecera parroquial Huigra.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: No		
9.2 Energía Eléctrica: No		
9.3 Alcantarillado: No		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Centro Histórico de Huigra Cascada del Río Panamá	10.2 Distancia: 1km 10km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		38
13. JERARQUIZACIÓN		
JERARQUÍA II: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

Fuente: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

iii. Bosque de la comunidad de San Roque

Tabla 12. *Bosque de la comunidad de San Roque*

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Gabriela Castillo	1.2 Ficha N° 03
1.3 Supervisor evaluador: Ing. Catalina Verdugo	1.4 Fecha: 17/05/2016
1.5 Nombre del atractivo: Bosque de la comunidad de San Roque	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Bosque	
1.8 Subtipo: Montano bajo occidental	
	
Fotografía 3. Bosque San Roque	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí
2.3 Parroquia: Huigra	
2.4 Latitud: 9746698 N	2.5 Longitud: 719463 E
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Alausí	3.2 Distancia: 35 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 1627 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 18°C - 22°C	
4.3 Precipitación pluviométrica: 500 - 2000 mm/año	
4.4 Ubicación del atractivo	
Para acceder al bosque se debe coger un desvío en la antigua vía del ferrocarril, en la vía Huigra-Bucay, en el sector de Huigra viejo al margen derecho, de ahí se camina aproximadamente 2 horas, hasta llegar a la comunidad de San Roque.	
1.9 Descripción del atractivo	
Bosque primario y secundario, que alberga un importante número de sp de aves como ; gavián campestre (Buteo Magnirrostris), gavián Colifajeado (Buteo albonotatus), Quililico (Falco Sparverius), Gallinazo Cabecirrojo (Cathartes aura), Paloma Plomiza (Columba plumbea), Garrapatero piquiestriado (Crotophaga sulcirostris), Carpintero Olivodorado (Piculus rubiginosis), Tiranolete silvador sureño (Camptostoma obsoletum), mamíferos, como guanchacas (Didelphis marsupiales), venado(Mazama americana), puma(Puma concolor), sajino(Pecari tajuacu), guatusa(Dasyprocta punctata) reptiles e insectos, así como árboles, plantas como limón, cedro, y orquídeas, característicos de zonas subtropicales, el paisaje que podemos apreciar desde el inicio del sendero es acogedor, ya que se trata de zonas de transición entre costa y sierra, observar a sus habitantes cultivando frejol, tomate, maíz es común, ya que la zona es propicia para este tipo de actividades, debido a la presencia de suelos fértiles y vertientes de agua. Según habitantes del lugar existen 2 sp de monos uno que se lo ve en el día y otro en la noche, así	

como de tigrillos, por eso es importante realizar un estudio faunístico y botánico del lugar, para determinar su riqueza natural.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
<ul style="list-style-type: none"> • Sendero Huigra-San Roque: Es un antiguo camino de herradura donde sus habitantes llevan sus productos a vender en Huigra, el paisaje que se aprecia es muy acogedor, se aprecian montañas, quebradas, ríos, la cascada de Pailahuaico (al frente), y caídas de agua. La presencia de aves durante el trayecto pone alegría a la caminata, ya que las encontramos en un importante número y variedad, la vegetación y clima agradable, conjugan este trayecto en algo simplemente inolvidable, ya que además la pendiente no es muy pronunciada, siendo la mayoría del trayecto zonas planas. • Centro histórico de Huigra: Conjunto de casas que datan de principios de siglo, el parque Eloy Alfaro con una réplica del ex presidente traída de Italia, la antigua gerencia de ferrocarriles, las casas de los gringos, casa Núñez, santuario de la Virgen de Lourdes la estación del tren, todas estas edificaciones construidas a la llegada del ferrocarril. 	
1.10 Permisos y restricciones	
No existe ningún tipo de restricción, salvo en el caso que se tenga que ingresar en alguna propiedad, debe contar con el permiso de sus propietarios.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos actuales	
Agricultura, camino de entrada a terrenos cultivables, ganadería, extracción de madera.	
4.8.2 Usos potenciales	
Ruta de trekking, de Huigra a San Roque, de observación paisajística, flora, avifauna.	
4.8.3 Necesidades turísticas	
Señalética orientativa y preventiva, paraderos, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, baños secos, limpieza y apertura de senderos, instalación de infraestructura para observación de aves (torres, paraderos, telescopios), capacitación de guías turísticos locales, elaboración de un estudio de biodiversidad, capacidad de carga y de uso sustentable del bosque.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
El incremento de la actividad turística para Huigra, generando fuentes alternas de ingreso para los actores turísticos de la parroquia, involucrando a los habitantes de la zona, también la conservación del medio ambiente	
4.9.2 Impactos negativos	
Sedimentación y compactación del terreno, deforestación.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: Alterado	
5.2 Causas: Deforestación, expansión de la frontera agrícola, ganadería, introducción de especies, basura, quemas, derrumbos.	
6. ENTORNO	
6.1 Entorno: En proceso de deterioro.	
6.2 Causas:	
Deforestación, quemas, expansión de la frontera agrícola.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero
7.3 Estado de Vías: Malo	7.4 Transporte: A pie, bicicleta, caballo, camioneta
7.5 Frecuencias: Existen camionetas que realizan fletes en el sector de Zigzipamba.	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: No existe ningún tipo de estudio para el aprovechamiento turístico de la ruta y del bosque.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS	

Todas las facilidades turísticas, se las puede encontrar en la cabecera parroquial Huigra.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Vertientes, entubada		
9.2 Energía Eléctrica: No		
9.3 Alcantarillado: No		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
Inicio del sendero Huigra-San Roque	6 km	
Centro Histórico de Huigra	8 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		47
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: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

iv. Cascada del río Angas

Tabla 13. *Cascada del río Angas*

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Gabriela Castillo	1.2 Ficha N° 04
1.3 Supervisor evaluador: Ing. Catalina Verdugo	1.4 Fecha: 17/05/2016
1.5 Nombre del atractivo: Cascada del río Angas	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Río	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Fotografía 4. Cascada del río Angas	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí
2.3 Parroquia: Huigra	
2.4 Latitud: 9741580 N	2.5 Longitud: 717447 E
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Alausí	3.2 Distancia: 35 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 1344 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 18°C - 22°C	
4.3 Precipitación pluviométrica: 500 - 2000 mm/año	
4.4 Ubicación del atractivo	
Para acceder a la cascada se debe tomar un vehículo, o un bus que nos lleve a la vía Huigra Guayaquil, hasta llegar al puente del río Angas, de ahí al lado derecho se coge un pequeño sendero que conduce a la parte baja de la caída de agua.	
1.11 Descripción del atractivo	
Es una caída de agua del río Angas de aproximadamente 20m de altura y 6m de ancho, ubicado dentro de un remanente de bosque húmedo montano bajo occidental, el agua es semicristalina y proviene de los páramos de la provincia del Cañar y que desemboca en la parte baja de la provincia de Chimborazo y Azuay, en el sector de 105. Alrededor de la cascada podemos encontrar una variedad de aves de singular belleza, entre las que más se destacan son: Enmascarado de agua (<i>Fluvicola nengeta</i>), Febe guardarríos (<i>Sayornis nigricans</i>), Elanio tijereta (<i>Elanoides forficatus</i>), gavián gris (<i>Buteo nitidus</i>), Gallinazo cabecirrojo (<i>Cathartes aura</i>) etc.	
La flora es representativa de zona montañosa subtropical, ya que podemos encontrar guarumos, palmas, orquídeas.	

<p>A la cascada se puede ingresar por un sendero que está construyendo la Junta Parroquial. En la parte alta y siguiendo la vía que conduce a Huigra nos encontramos con la comunidad de Angas, cuyos habitantes pertenecen al milenarismo pueblo Cañári, ellos se dedican al cultivo de maíz, frejol, plátano, y a la crianza y pastoreo de ganado vacuno, lanar y caballar, así como de cerdos, gallinas, pavos y patos.</p> <p>La vista de la cascada es espectacular ya que el agua con el pasar de los siglos ha ido formando una caída impresionante en forma de un hueco, que hace que el agua caiga de una manera violenta, tallando a la piedras a su alrededor, también se forman pequeños arcoíris y salpicones de agua, esto se contrasta con el seguir del río, que luego de su abrupto descenso, sigue su camino para unirse con el río Chanchan, Chiguanca, y formar el Chimbo, que deposita sus aguas en las planicies del Litoral.</p>	
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cascada del río Panamá: Para acceder a este atractivo se ingresa por un sendero construido por el Ministerio de Turismo, el cual se encuentra dañado por los fuertes inviernos, la cascada tiene una altura de 25m y 6m de ancho, allí se forman pequeñas pozas que son utilizadas por los turistas para bañarse, el agua es semi cristalina, lastimosamente en el lugar se encuentra basura, debido a la falta de cultura de los visitantes y a la falta de tachos de basura y señalética. • Cascada Pailahuaico: Se encuentra agua debajo de la cascada Panamá, asentada en un valle, se caracteriza por la formación de un acantilado o hueco profundo más o menos de unos 30m. y de ancho 3m. a 4m. En este lugar al momento de lanzar una piedra grande se escucha los sonidos de la caída como si chocara con una paila. 	
<p>1.12 Permisos y restricciones No existe ningún tipo de restricción.</p>	
<p>4.8 Usos</p>	
<p>4.8.1 Usos actuales Turismo, fuente de agua para los comuneros.</p>	
<p>4.8.2 Usos potenciales Observación paisajística, flora, avifauna.</p>	
<p>4.8.3 Necesidades turísticas Recreación, instalación de basureros, baños secos, limpieza y apertura de senderos, instalación de infraestructura para observación de aves (torres, paraderos, telescopios), capacitación de guías turísticos locales, elaboración de un estudio de biodiversidad, capacidad de carga y de uso sustentable del bosque y el río.</p>	
<p>4.9 Impactos</p>	
<p>4.9.1 Impactos positivos El incremento de la actividad turística para la comunidad de Angas y Huigra, generando fuentes alternas de ingreso para los actores turísticos de la comunidad y la parroquia, también la conservación del medio ambiente.</p>	
<p>4.9.2 Impactos negativos Sedimentación y compactación del terreno, deforestación, presencia de basura.</p>	
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>	
<p>5.1 Estado: Alterado</p>	
<p>5.2 Causas: Presencia de basura.</p>	
<p>6. ENTORNO</p>	
<p>6.1 Entorno: En proceso de deterioro.</p>	
<p>6.2 Causas: Deforestación, quemadas, expansión de la frontera agrícola.</p>	
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>	
<p>7.1 Tipo: Terrestre</p>	<p>7.2 Subtipo: Sendero</p>
<p>7.3 Estado de Vías: Bueno</p>	<p>7.4 Transporte: A pie o caballo</p>

7.5 Frecuencias: Turnos diarios Huigra-Guayaquil y 7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año Guayaquil Huigra, fletes de camionetas.		
7.7 Observaciones: En la actualidad el consejo provincial se encuentra habilitando un sendero y asientos para descanso.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Todas las facilidades turísticas, se las puede encontrar en la cabecera parroquial Huigra.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: No		
9.2 Energía Eléctrica: Si		
9.3 Alcantarillado: No		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Cascada Panamá Cascada Pailahuaco	10.2 Distancia: 3 km 4 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		47
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: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

v. Bosque primario y secundario Pangal-Naranjapata

Tabla 14. *Bosque primario y secundario Pangal-Naranjapata*

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Gabriela Castillo	1.2 Ficha N° 05
1.3 Supervisor evaluador: Ing. Catalina Verdugo	1.4 Fecha: 17/05/2016
1.5 Nombre del atractivo: Bosque primario y secundario Pangal-Naranjapata	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Bosque	
1.8 Subtipo: Montano Bajo Occidental	
	
Fotografía 5. Bosque primario y secundario Pangal-Naranjapata	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí
2.3 Parroquia: Huigra	
2.4 Latitud: 9747659 N	2.5 Longitud: 715040 E
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Cumanda	3.2 Distancia: 25 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 500-1263 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 18°C - 22°C	
4.3 Precipitación pluviométrica: 500 - 2000 mm/año	
4.4 Ubicación del atractivo	
Para acceder al bosque se debe tomar la vía Huigra-Pepinales-Gramalote. O la vía Cumandá-Suncamal-Bugte-Gramalote, pero si se desea caminar se toma el camino Huigra-San Roque-Pangal, o, Cumanda-Naranjapata-Gramalote, aunque estas vías son difíciles debido a las pendientes y a la distancia.	
1.13 Descripción del atractivo	
Es un bosque primario en algunas partes y secundario en otras, se encuentra a los alrededores de las comunidades de Gramalote, Pangal y en la parte baja Naranjapata, que se encuentran cerca unas de otras, en estos bosques aún podemos encontrar arboles de palma, cedros, limón, así como cultivos de papa china, yuca, plátano, naranjas, aves como gavilanes, vencejos, carpinteros, tangaras, colibrís, insectos como escarabajos, mariposas, libélulas, reptiles como lagartijas, iguanas, serpientes, y mamíferos como guantas, guatusas, pumas, tigrillo, venados, sajinos. Cabe recalcar que la vista panorámica es excepcional, ya que en algunos tramos podemos observar la ciudad de Cumanda y las estribaciones occidentales de la provincia de Chimborazo y Cañar.	
El recorrido es sobrecogedor ya que se trata de los últimos bosques subtropicales existentes en la zona, debido principalmente a la sobre explotación sufrida décadas atrás con la llegada del ferrocarril, y su demanda de madera para elaborar durmientes y carbón, así como de personas que llegaron en busca de	

terrenos para cultivar y criar ganado aprovechando la riqueza de sus suelos y su clima, apto para cultivos de yuca, papa china, maíz, tomate, frejol, cañas, naranjas, mandarinas etc.	
El recorrido es acompañado de un clima acogedor templado de montaña, en él nos podemos encontrar con quebradas, caídas de agua, apreciar la vida cotidiana del campo de los últimos pocas personas que quedan en el sector, debido principalmente a la migración hacia grandes ciudades, que dejó el tren con su desaparición, ya que este era la vida de estas comunidades.	
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estación de ferrocarriles de Naranjapata: Antigua estación de ferrocarriles, que se complementa con una antigua bodega de almacenamiento de carga, alimentos etc., y de un tanque de gasolina y agua del antiguo poliducto Duran- Alausi, cabe recalcar que toda esta estructura se encuentra completamente destruida y olvidada. • Cumanda: Cantón de la provincia de Chimborazo, cuenta con hosterías, hoteles, cascadas, bosques, balnearios, plantaciones de cacao, banano, piña y demás productos tropicales 	
<p>1.14 Permisos y restricciones</p> <p>No existe ningún tipo de restricción, salvo el caso que se tenga que ingresar n alguna propiedad privada, se debe pedir autorización a los propietarios.</p>	
4.8 Usos	
<p>4.8.1 Usos actuales</p> <p>Extracción de madera, caza, cultivos, pastoreo.</p>	
<p>4.8.2 Usos potenciales</p> <p>Observación paisajística, flora, avifauna, trek, investigaciones científicas.</p>	
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Arreglo y mantenimiento de la carretera que conduce de Pepinales y Suncamal a Pangal, señalética orientativa y preventiva y orientativa, paraderos, delimitación de zonas de camping y recreación, instalación de basureros, baños secos, limpieza y apertura de senderos, instalación de infraestructura para observación de aves (torres, paraderos, telescopios), capacitación de guías turísticos locales, elaboración de un estudio de biodiversidad, capacidad de carga y de uso sustentable del bosque.</p>	
4.9 Impactos	
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>El incluir a comunidades como Pangal y Gramalote en la actividad turística de la parroquia Huigra, ya que aunque se trate de territorio lejano, forma parte de la parroquia, y no se debe olvidar a sus habitantes ni a sus riquezas naturales y culturales.</p>	
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <p>Sedimentación y compactación del terreno, deforestación, presencia de basura.</p>	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: Alterado	
<p>5.2 Causas:</p> <p>Deforestación , expansión de la frontera agrícola, ganadería, introducción de especies, basura, quemas, derrumbos</p>	
6. ENTORNO	
6.1 Entorno: En proceso de deterioro.	
<p>5.2 Causas:</p> <p>Deforestación, quemas, expansión de la frontera agrícola.</p>	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
<p>7.1 Tipo: Terrestre</p> <p>7.3 Estado de Vías: Malo</p> <p>7.5 Frecuencias: Se debe pagar flete de Huigra o de Cumandá para llegar a esta zona</p>	<p>7.2 Subtipo: Sendero</p> <p>7.4 Transporte: A pie o caballo</p> <p>7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año</p>

7.7 Observaciones: La zona se encuentra completamente olvidada y sus habitantes no tienen ningún tipo de servicios básicos.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Debido al aislamiento del lugar, no se encuentra ninguna facilidad turística.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Si		
9.2 Energía Eléctrica: Si		
9.3 Alcantarillado: No		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Estación Naranjapata Cantón Cumanda	10.2 Distancia: 3 km 10 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	6
	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	
TOTAL		43
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: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

b) Patrimonio cultural

i. Caldo de gallina

Tabla 15. Caldo de gallina

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador		CÓDIGO
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO				IM-06-08-50-000-14- 000001
A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO				
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN				
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón: ALAUSÍ	DATUM: WGS84 Z17S-UTM	
Parroquia	HUIGRA	Urbana	X Rural	
Localidad	CENTRO			
Coordenadas en sistema: Zona X (Este) 724307 Y (Norte) 9746764 Z(Altitud) 1.255 m.s.n.m.				
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL				
				
Descripción de la fotografía: Plato típico de caldo de gallina. FOTO: GABRIELA CASTILLO, 2016				
Código fotográfico: IM-06-08-50-000-14-000001_1.jpg				
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Denominación		Otra (s) denominación (es)		
Caldo de gallina		D1	N/A	
		D2	N/A	
Grupo social		Lengua (s)		
Mestizo		L1	Castellano	
		L2	N/A	
Subámbito		Detalle del subámbito		
Gastronomía		Gastronomía festiva		

Breve Reseña							
El succulento caldo de gallina con yuca, que entre las clásicas leyendas urbanas se indica que se trata de una sopa que reconstruye las energías perdidas durante el día. Su presencia origina algunos cambios de ánimo en quienes tienen la suerte de probar su sabor, es considerado dentro del folklore de cada pueblo. Lo cierto es que el Caldo de Gallina es desde hace mucho tiempo, parte de la Cocina Ecuatoriana, solamente que con una variación en Huigra, no es papa ni mote, sino la yuca.							
4. DESCRIPCIÓN							
Ingredientes: Gallina Zanahoria picada Arroz Cebolla blanca Culantro Ajo Yuca Sal Agua Perejil							
Preparación: En una olla grande poner la gallina, agua suficiente (4 litros aprox) y sal, llevar al fuego. Antes de hervir sacar la espuma. Agregar todos los ingredientes, con excepción de las yucas cocidas, la cebolla y el perejil picados. Cocinar hasta que este suave la gallina. Retirar la gallina y despedazarla; sacar también la cebolla. Para servir poner en el plato las papas, el perejil, la cebolla y el caldo.							
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 de la parroquia.					
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			
5. PORTADORES/ SOPORTES							
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad		
Individuos	Mariana Martínez	50	Vendedora	Barrio Azuay	Huigra		
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia					
X	Padres – hijos	La señora Mariana Martínez ha aprendido de sus padres y sigue con el negocio de generación en generación.					
	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				
6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)					
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.					
Sensibilidad al cambio					
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					
Categoría					
Manifestaciones Vigentes	X	Manifestaciones vigentes vulnerables		Manifestaciones en la memoria pero no practicadas	
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Rosita Auqui de Petroche		Barrio Azuay	N/A	Femenino	56
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
ELEMENTOS RELACIONADOS PATRIMONIO INMATERIAL					
N/A					
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES MUEBLES					
N/A					
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES INMUEBLES					
N/A					
ELEMENTOS ACTUALIZADOS					
N/A					
9. ANEXOS					
Textos	Fotografías	Videos	Audio		
	IM-06-08-50-000-14-000001_1.JPG				
	IM-06-08-50-000-14-000001_3.JPG				
10. OBSERVACIONES					
N/A					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora	ESPOCH_GCASTILLO				
Registrado por	CASTILLO GABRIELA		Fecha de registro	24/05/2016	
Revisado por	CATALINA VERDUGO		Fecha de revisión	24/05/2016	
Aprobado por	CATALINA VERDUGO		Fecha aprobación	21/05/2016	

Fuente: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

ii. Arroz con huevo en hoja de col

Tabla 16. Arroz con huevo en hoja de col

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO				IM-06-08-50-000-14- 000001	
A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón: ALAUSÍ	DATUM: WGS84 Z17S-UTM		
Parroquia	HUIGRA	Urbana	X Rural		
Localidad	CENTRO				
Coordenadas en sistema: Zona X (Este) 724307 Y (Norte) 9746764 Z(Altitud) 1.255 m.s.n.m.					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Arroz con huevo en hoja de col. FOTO: GABRIELA CASTILLO, 2016					
Código fotográfico: IM-06-08-50-000-14-000001_1jpg					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación			Otra (s) denominación (es)		
Arroz con huevo en hoja de col			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					
Huigra, era una parada obligada de 20 min para descansar. Entonces, los vendedores de comida, trataban de complacer con el más rápido y barato plato a los viajeros: Arroz con huevo pero, como no había platos					

plásticos ni envases o fundas en ese tiempo y, no querían perder la vajilla que se les proveía ya que en muchas ocasiones los pasajeros se les fueron llevando, pues las vivanderas optaron por vender arroz con huevo frito en hojas de col.							
4. DESCRIPCIÓN							
Ingredientes: Arroz Huevo Hoja de col Sal Agua							
Preparación: Cocinar el arroz y colocarlo en la hoja de col previamente lavada. Agregar el huevo freírlo con sal al gusto.							
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad					
Anual		La preparación de este plato típico es de forma ocasional, ya que el plato constituye parte de la gastronomía tradicional dentro de la parroquia.					
Continua							
Ocasional						X	
Otro							
Alcance		Detalle del alcance					
Local		El alcance de este plato es debido local ya que solo lo degustan en las fiestas de la parroquia.					
Provincial							
Regional							
Nacional							
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			
5.PORTADORES/ SOPORTES							
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad		
Individuos	Edelina Méndez	40	Vendedora	Barrio Azuay	Huigra		
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia					
X	Padres – hijos	La señora Edelina Méndez ha aprendido de sus padres y sigue con el negocio de generación en generación.					
	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						
6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)							
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.							
Sensibilidad al cambio							

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				
Categoría				
Manifestaciones Vigentes	X	Manifestaciones vigentes vulnerables		Manifestaciones en la memoria pero no practicadas
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Rosita Auqui de Petroche	Barrio Azuay	N/A	Femenino	56
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
ELEMENTOS RELACIONADOS PATRIMONIO INMATERIAL				
N/A				
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES MUEBLES				
N/A				
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES INMUEBLES				
N/A				
ELEMENTOS ACTUALIZADOS				
N/A				
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
	IM-06-08-50-000-14-000001_1.JPG			
	IM-06-08-50-000-14-000001_3.JPG			
10. OBSERVACIONES				
N/A				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora	ESPOCH_GCASTILLO			
Registrado por	CASTILLO GABRIELA	Fecha de registro	24/05/2016	
Revisado por	CATALINA VERDUGO	Fecha de revisión	24/05/2016	
Aprobado por	CATALINA VERDUGO	Fecha aprobación	21/05/2016	

Fuente: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

iii. Canelazo

Tabla 17. Canelazo

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO				IM-06-08-50-000-14- 000001	
A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón: ALAUSÍ	DATUM: WGS84 Z17S-UTM		
Parroquia	HUIGRA	Urbana	X Rural		
Localidad	CENTRO				
Coordenadas en sistema: Zona X (Este) 724307 Y (Norte) 9746764 Z(Altitud) 1.255 m.s.n.m.					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Canelazo. FOTO: GABRIELA CASTILLO, 2016					
Código fotográfico: IM-06-08-50-000-14-000001_1.jpg					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación			Otra (s) denominación (es)		
Canelazo			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					
El típico Canelazo, especialmente en Carnaval para aplacar el frío que producía estar bañándose bajo los chimbusos del tren. Al ser tierras productoras de caña de azúcar y por el trapiche el guarapo o más aún					

el aguardiente, cómo no disfrutar de un apetecido canelazo. De la caña de azúcar también obtienen la panela, que acompaña a los quesos de Remijón y Tilange.

4. DESCRIPCIÓN

Ingredientes:

Canela
Naranjilla
Clavo de olor
Azúcar
Agua
Agua ardiente
Hoja de naranja

Preparación:

Hervir las naranjillas, azúcar, clavo de olor y canela con agua, tapar durante 15 min, hasta que se haga un almíbar de canela, añada agua, hierva 5 min más, luego cernir, agregar el agua ardiente. Servirlo caliente.

Fecha o periodo	Detalle de la periodicidad	
A anual		La preparación de este plato típico es de forma ocasional, ya que el plato constituye parte de la gastronomía tradicional dentro de la parroquia.
Continua		
Ocasional	X	
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

5. PORTADORES/ SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	Barrio Azuay	Huigra

Procedencia del saber		Detalle de la procedencia	
X	Padres – hijos	N/A	
	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		

6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)

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.

Sensibilidad al cambio				
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				
Categoría				
Manifestaciones Vigentes	X	Manifestaciones vigentes vulnerables	Manifestaciones en la memoria pero no practicadas	
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Rosita Auqui de Petroche	Barrio Azuay	N/A	Femenino	56
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
ELEMENTOS RELACIONADOS PATRIMONIO INMATERIAL				
N/A				
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES MUEBLES				
N/A				
ELEMENTOS RELACIONADOS BIENES INMUEBLES				
N/A				
ELEMENTOS ACTUALIZADOS				
N/A				
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
	IM-06-08-50-000-14-000001_1.JPG			
	IM-06-08-50-000-14-000001_3.JPG			
10. OBSERVACIONES				
N/A				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora	ESPOCH_GCASTILLO			
Registrado por	CASTILLO GABRIELA	Fecha de registro	24/05/2016	
Revisado por	CATALINA VERDUGO	Fecha de revisión	24/05/2016	
Aprobado por	CATALINA VERDUGO	Fecha aprobación	21/05/2016	

Fuente: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

iv. Fiestas de Huigra

Tabla 18. Fiestas de Huigra

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO				IM-06-08-50-000-14- 000004	
A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón: ALAUSÍ	DATUM: WGS84 Z17S-UTM		
Parroquia	HUIGRA	Urbana	X Rural		
Localidad	CENTRO				
Coordenadas en sistema: Zona X (Este) 724280 Y (Norte) 9746766 Z(Altitud) 1.255 m.s.n.m.					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Nuestra señora de virgen de Lourdes. FOTO: GABRIELA CASTILLO, 2016					
Código fotográfico: IM-06-08-50-000-14-000004_1_2.jpg					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación			Otra (s) denominación (es)		
Fiestas Patronales			D1	N/A	
			D2	N/A	
Grupo social			Lengua (s)		
Mestizo			L1	Castellano	
			L2	N/A	
Subámbito			Detalle del subámbito		
Fiestas			Fiestas o conmemoraciones religiosas		
Breve Reseña					
Esta fiesta religiosa se celebra en homenaje a Nuestra Señora de Lourdes conocida también como la Virgen de la Inmaculada Concepción patrona de la parroquia de Huigra quien llegó en 1931. Esta celebración tiene lugar el 8 de diciembre de cada año, con un periodo de duración de 4 - 5 días, para lo					

cual se prepara programas y actividades que llena de alegría a las familias huigreñas, recalcando que el financiamiento de estos eventos es de cuenta de los priostes que son la o las personas que voluntariamente motivados por su fe deciden hacerlo sumado al apoyo del gobierno parroquial.				
4. DESCRIPCIÓN (Origen)				
Doña Adelina Parducci de Morla obsequió la Virgen al Pueblo de Huigra. La imagen llegó en tren, pero lo más arduo era subir esas veinte toneladas de mármol de carrara y colocarlas en la gruta.				
Aquí jugó un papel decisivo el reverendo Padre Daniel Octavio Paredes y Machuca, quien trabajó noche y día con grupos de voluntarios, hasta cuando la hermosa imagen fue colocada en la Gruta el 12 de Diciembre de 1931, guardando desde su santa atalaya a su amado pueblo. La virgen de las manos juntas, la protectora de Huigra, lo último que se gravan en las pupilas los emigrantes huigreños y lo primero que buscan cuando regresan”.				
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad		
Anual	X	08 al 12 de Diciembre		
Continua				
Ocasional				
Otro				
Alcance		Detalle del alcance		
Local		Es una manifestación que se realiza en el barrio Azuay de la parroquia Huigra con la participación de pobladores locales o residentes en Guayaquil, Alausí, Chunchi, Riobamba, Quito, España y EEUU; y turistas, que hacen de Huigra su destino preferido en ésta época.		
Provincial	X			
Regional				
Nacional				
Internacional				
Preparativos		Detalle de las actividades		
P1	Invitación	Los programas y actividades que se han planificado durante todo el año se desarrollan en el barrio Azuay, en la gruta de la patrona y centro de la parroquia.		
Descripción de la manifestación				
La programación inicia con un pregón de fiestas, eventos culturales, deportivos, verbenas, bailes, elección de reinas, pelea de gallos y toros de pueblo entre los complementarios siendo los eventos centrales la peregrinación a la gruta de la virgen desde el barrio Azuay, donde sus feligreses acompañan a la patrona con cánticos y oraciones, además llevan presentes como rosas y cirios encendidos, para terminar en una misa campal en la gruta de la virgen con la presencia de pobladores locales y turistas con la presencia del sacerdote de la parroquia y finalmente hay un show de luces y castillos donados por los priostes.				
Elementos significativos				
Nombre		Tipo	Detalle del elemento	
E1	Virgen de Nuestra Señora de Lourdes	Imagen conmemorativa	N/A	
N/A	N/A	N/A	N/A	
Estructura orgánica				
Nombre		Tipo	Detalle de la estructura	
01	Comité	N/A	Son los encargados de planificar, organizar y ejecutar estas festividades	
5. PORTADORES/ SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad

Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	Comité Permanente de Fiestas	Organizadores y participantes	Barrio Guayaquil	Huigra
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia		
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			
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
X	Padres – hijos	Los sacerdotes que colaboran con la realización de estas fiestas año tras año se alternan con sus hijos para que sean ellos también participantes de esta fiesta y puedan colaborar.		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)				
La creencia en La Virgen de Lourdes, 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.				
Sensibilidad al cambio				
Alta		La persistencia de las festividades en honor a la Virgen de Lourdes, se debe a que es parte integral de la cultura de la parroquia 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	X			
Categoría				
Manifestaciones Vigentes	X	Manifestaciones vigentes vulnerables		Manifestaciones en la memoria pero no practicadas
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Blanca Altamirano	Barrio Azuay	N/A	Femenino	65
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
ARTES DEL ESPECTÁCULO	MÚSICA	N/A	Música de banda	
ARTES DEL ESPECTÁCULO	DANZA	N/A	N/A	
CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMIA	GASTRONOMIA FESTIVA Y COTIDIANA	Caldo de gallina, Canelazo	
TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES	LEYENDAS	LEYENDAS ASOCIADAS IMÁGENES RELIGIOSAS	A	Llegada a la Gruta de Nuestra señora Virgen de Lourdes
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	

	IM-06-08-50-000-14-000004_1_2jpg		
10. OBSERVACIONES			
N/A			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora	ESPOCH_GCASTILLO		
Registrado por	CASTILLO GABRIELA	Fecha de registro	25/05/2016
Revisado por	CATALINA VERDUGO	Fecha de revisión	25/05/2016
Aprobado por	CATALINA VERDUGO	Fecha aprobación	25/05/2016

Fuente: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

v. Carnaval de Huigra

Tabla 19. *Carnaval de Huigra*

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL ECUADOR		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO				IM-06-08-50-000-14-000004	
A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón: ALAUSÍ	DATUM: WGS84 Z17S-UTM		
Parroquia	HUIGRA	Urbana	X Rural		
Localidad	CENTRO				
Coordenadas en sistema: Zona X (Este) 724280 Y (Norte) 9746766 Z(Altitud) 1.255 m.s.n.m.					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Fiestas de carnaval. FOTO: GABRIELA CASTILLO, 2016					
Código fotográfico: IM-06-08-50-000-14-000004_1_2jpg					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación			Otra (s) denominación (es)		
Fiestas Patronales			D1	N/A	

	D2	N/A
Grupo social	Lengua (s)	
Mestizo	L1	Castellano
	L2	N/A
Subámbito	Detalle del subámbito	
Fiestas	Fiestas o conmemoraciones religiosas	
Breve Reseña		
<p>El carnaval es una fiesta tradicional que se celebra en todo el país ecuatoriano, pero la forma de su celebración es lo que diferencia a cada pueblo. Huigra no se aleja de la forma de celebración convencional que es el juego con harina, huevo y agua, más aún si es un territorio bendecido por un abrigado clima hace que sea que el baño con agua fría más placentero. El carnaval es motivo de reunión familiar, vistas y turismo que se celebra una vez al año por un período de cinco días, según lo marca el calendario vigente en Ecuador.</p>		
4. DESCRIPCIÓN (Origen)		
<p>Lo tradicional del carnaval era bañarse con el agua del chimbucho. El chimbucho es un tubo que se conecta con el tanque reservorio de agua para las locomotoras a vapor, del cual caía el agua como una cascada a quien de uno en uno iban mojando.</p> <p>Retrocediendo en el tiempo, las comunidades habitantes en medio de los extintos bosques de canelos y robles, sabían que El carnaval es para el campesino... no como la navidad que solo es para un niño rico. El carnaval es un estado anímico, es euforia represada, un grito, una canción guardada en el alma. En haciendas, patrones y partidarios, jóvenes o viejos empolvados de pies a cabeza y con una botella de licor en la mano van visitando de casa en casa, cantando jalila, jalila, jalilaal ritmo monótono de un tambor hecho con piel de gato, acompañado de un rondador, pingullo o flauta. Si llovía y se mojaban, no importaba, alzaban más su voz y decía "todo se hace por el carnaval".</p>		
Fecha o periodo	Detalle de la periodicidad	
Anual	X	06 al 09 de Febrero
Continua		
Ocasional		
Otro		
Alcance	Detalle del alcance	
Local		Es una manifestación que se realiza en las calles centrales de la parroquia con la participación de visitantes locales, provinciales y nacionales.
Provincial	X	
Regional		
Nacional		
Internacional		
Preparativos	Detalle de las actividades	
P1	Invitación	Los programas y actividades que se han planificado durante todo el año se desarrollan en el barrio Guayaquil.
Descripción de la manifestación		
La programación inicia con un pregón de fiestas, verbenas, bailes, elección de reinas, pelea de gallos y toros de pueblo.		
Elementos significativos		
Nombre	Tipo	Detalle del elemento
N/A	N/A	N/A
N/A	N/A	N/A

Estructura orgánica				
Nombre	Tipo	Detalle de la estructura		
01	Comité	N/A	Son los encargados de planificar, organizar y ejecutar estas festividades	
5. PORTADORES/ SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	Comité Permanente de Fiestas	Organizadores y participantes	Barrio Guayaquil	Huigra
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia		
X	Padres – hijos	La continuidad de esta costumbre, responde a una exigencia vivencial por mantener la tradición. Es heredada.		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
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			
6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)				
N/A				
Sensibilidad al cambio				
Alta		La persistencia de esta festividad se debe a que es parte integral de la cultura de la parroquia, un elemento que garantiza la sobrevivencia de la celebración mediante el aporte y la participación de los habitantes.		
Media				
Baja	X			
Categoría				
Manifestaciones Vigentes	X	Manifestaciones vigentes vulnerables	Manifestaciones en la memoria pero no practicadas	
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Blanca Altamirano	Barrio Azuay	N/A	Femenino	65
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
ARTES DEL ESPECTÁCULO	MÚSICA	N/A	Música de banda	
ARTES DEL ESPECTÁCULO	DANZA	N/A	N/A	
CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMIA	GASTRONOMIA FESTIVA Y COTIDIANA	Caldo de gallina, Canelazo	
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
	IM-06-08-50-000-14-000004_1_2.jpg			

10. OBSERVACIONES			
N/A			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora	ESPOCH_GCASTILLO		
Registrado por	CASTILLO GABRIELA	Fecha de registro	25/05/2016
Revisado por	CATALINA VERDUGO	Fecha de revisión	25/05/2016
Aprobado por	CATALINA VERDUGO	Fecha aprobación	25/05/2016

Fuente: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

vi. Monumento a Eloy Alfaro en el parque central de Huigra

Tabla 20. Monumento a Eloy Alfaro en el parque central de Huigra

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO			CÓDIGO
A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES			IM-06-08-50-000-14- 000005
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón: ALAUSÍ	DATUM: WGS84 Z17S-UTM
Parroquia	HUIGRA	Urbana	X Rural
Localidad	CENTRO		
Coordenadas en sistema: Zona X (Este) 724280 Y (Norte) 9746766 Z(Altitud) 1255 m.s.n.m			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Monumento al Presidente Eloy Alfaro			
FOTO: GABRIELA CASTILLO, 2016			
Código fotográfico: IM-06-08-50-000-14-000005_1.jpg			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
Monumento al Presidente Eloy Alfaro		D1	N/A
		D2	N/A
Grupo social		Lengua (s)	

Mestizo	L1	Castellano		
	L2	N/A		
Subámbito		Detalle del subámbito		
Leyendas		Leyendas asociadas a topónimos y antropónimos		
Breve Reseña				
<p>En el parque frente a la Estación se levantó <i>un monumento</i> al mártir luchador General Eloy Alfaro, cuya imagen acompañada de las figuras de los empresarios Archer y John Harman, esculpidas en bronce, sintetizan su grandeza. Como tal, la población en esa época (1900 – 1930) se hallaba en todo su apogeo, pero como lo bueno no dura, fue el Río Chanchán, el primero en asolar con sus crecidas aguas por más de una vez, llevándose hermosas casas y dañando su estructura.</p>				
4. DESCRIPCIÓN (Origen)				
<p>En el año de 1922, es decir diez años después de la hoguera bárbara en Quito, los empleados del ferrocarril se proponen erigir un monumento al General Eloy Alfaro como un símbolo de gratitud del pueblo, manifiestan que el Ferrocarril de Guayaquil a Quito, es la obra magna del general y como todas las grandes obras, merecen el reconocimiento público, por esta razón los ferroviarios lanzan la idea de levantar el monumento que perpetúe la memoria de tan preclaro ciudadano.</p> <p>El 16 de febrero de 1929, la población engalana a la parroquia con flores de colores amarillo, azul y rojo dispuestas a recibir a los trenes que venían desde Quito como de Durán, con un grupo de privilegiados a presenciar el develamiento del monumento, finalmente el Ministro de Previsión Social, Sr. Manuel Navarro, es quien descorre el iris tricolor que cubre el monumento dando a conocer al Ecuador la imagen plasmada de Alfaro junto a los hermanos Harman.</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		La historia del Monumento se lo conoce en las provincias del Ecuador.		
Provincial				
Regional				
Nacional	X			
Internacional				
Uso simbólico		Descripción del uso simbólico		
Ritual		La leyenda del Monumento a Eloy Alfaro es una leyenda muy importante para todos los habitantes de la parroquia debido a que es un pueblo ferroviario.		
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 HUIGRA	Gobierno local	Barrio Guayaquil	Huigra
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia		
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			
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
X	Padres – hijos	N/A		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)				
En el relato de la construcción del Monumento es importante para los habitantes debido a que cuenta los orígenes de la creación del pueblo que se formó debido a la construcción de la línea férrea.				
Sensibilidad al cambio				
Alta		N/A		
Media				
Baja				
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Blanca Altamirano	Barrio Azuay		Femenino	65
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
N/A	N/A	N/A	N/A	
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
	IM-06-08-50-000-14- 000005_2.JPG			
10. OBSERVACIONES				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora	ESPOCH_GCASTILLO			
Registrado por	CASTILLO GABRIELA	Fecha de registro	25/05/2016	
Revisado por	CATALINA VERDUGO	Fecha de revisión	25/05/2016	
Aprobado por	CATALINA VERDUGO	Fecha aprobación	25/05/2016	
Registro fotográfico	N/A			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO				
N/A				
13. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN LENGUA ORIGINARIA				
N/A				

Fuente: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

vii. Casa Núñez

Tabla 21. Casa Núñez

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO				IM-06-08-50-000-14- 000005	
A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón: ALAUSÍ	DATUM: WGS84 Z17S-UTM		
Parroquia	HUIGRA	Urbana	X Rural		
Localidad	CENTRO				
Coordenadas en sistema: Zona X (Este) 724297 Y (Norte) 9746802 Z(Altitud) 1259 m.s.n.m					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Casa Núñez FOTO: GABRIELA CASTILLO, 2016					
Código fotográfico: IM-06-08-50-000-14-000005_1jpg					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación			Otra (s) denominación (es)		
Casa Núñez			D1	N/A	
			D2	N/A	
Grupo social			Lengua (s)		
Mestizo			L1	Castellano	
			L2	N/A	
Subámbito			Detalle del subámbito		
Leyendas			Leyendas asociadas a topónimos y antropónimos		
Breve Reseña					
Situada en la calle Guayaquil de propiedad de la familia Álvarez originalmente usada para vivienda, tiene un área de construcción de 510 m2 en un predio de 251 m2, se construyó entre 1910–1920, utilizando piedra, adobe, madera y zinc, el estilo de la fachada es republicano ecléctico tipo recta con					

inscripciones en la portada y como remate de la fachada cornisa y aleros, de tres pisos, paredes de textura lisa y actualmente de color amarillo, blanco y café.				
4. DESCRIPCIÓN (Origen)				
Esta casa cuenta una historia por sí sola, porque es la testigo del auge, caída y resurgimiento de un pueblo que tuvieron su desarrollo vinculado al ferrocarril. Construida durante el apogeo del tren, a ciencia cierta no se ha determinado con qué fin fue construida. Los actuales dueños de la “Casa Núñez”, la familia Álvarez, manifiestan que esta casa seguramente perteneció a ingenieros del ferrocarril, mismos que eran “masones” y cuya logia les inculca ciertas determinaciones en todas las instancias de la vida como la perfección, la independencia y el conocimiento, elementos representados en la decoración de la fachada de la casa y en la estructura interna la cual está dividida en tres pisos a los cuales se accede por escaleras distintas y puertas independientes. E incluso manifiestan que es posible que haya habido un subterráneo con un túnel de salida al mercado central de Huigra; subterráneo donde los antiguos masones celebraban sus reuniones en secreto y con la posibilidad de huir por aquel túnel, ya que después de la muerte de Alfaro (francmasónico), algunos de sus seguidores fueron también perseguidos.				
Narración (Versión 1)				
Entre otra de las leyendas de la población, se cuenta que esta casa fue construida por un libanés, uno de los muchos que llegaron por el alto comercio entre costa – sierra- austro que existió hasta los años 30’s, como su cultura les permite tener muchas esposas, él construyó aquella casa con pisos independientes para cada una de sus esposas.				
Estructura	Prosa		Otro x	
Fecha o periodo	Fecha o periodo			
Anual	X	N/A		
Continua				
Continua				
Continua				
Alcance	Detalle del alcance			
Local	X	La historia de la casa Núñez se lo conoce en la parroquia Huigra.		
Provincial				
Regional				
Nacional				
Internacional				
Uso simbólico	Descripción del uso simbólico			
Ritual		La leyenda de la casa Núñez es una leyenda muy importante para todos los habitantes de la parroquia debido a que es un pueblo ferroviario.		
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 HUIGRA	Gobierno local	Barrio Guayaquil	Huigra
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia		
X	Padres – hijos	La leyenda de la construcción de la casa Núñez se ha transmitido de los más ancianos a los más jóvenes		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			

Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
X	Padres – hijos	N/A		
	Maestro – aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
6. VALORACIÓN (Importancia para la comunidad)				
En el relato de la construcción de esta vivienda es importante para los habitantes debido a que cuenta los orígenes de la creación del pueblo que se formó debido a la construcción de la línea férrea.				
Sensibilidad al cambio				
	Alta	N/A		
	Media			
	Baja			
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Blanca Altamirano	Barrio Azuay		Femenino	65
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
N/A	N/A	N/A	N/A	
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
	IM-06-08-50-000-14-000005_2.JPG			
10. OBSERVACIONES				
N/A				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora	ESPOCH_GCASTILLO			
Registrado por	CASTILLO GABRIELA	Fecha de registro	25/05/2016	
Revisado por	CATALINA VERDUGO	Fecha de revisión	25/05/2016	
Aprobado por	CATALINA VERDUGO	Fecha aprobación	25/05/2016	
Registro fotográfico	N/A			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO				
N/A				
13. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN LENGUA ORIGINARIA				
N/A				

Fuente: GADPR HUIGRA, 2012

Elaborado por: Gabriela Castillo

b. Oferta complementaria

De acuerdo al catastro turístico del cantón Alausí, existen los siguientes establecimientos que se consideran como parte de la oferta complementaria:

1) Oferta complementaria de la parroquia Huigra

Tabla 22. *Oferta complementaria de la parroquia Huigra*

Razón social	Dirección	Categoría	Habit	Plaza	N. Mesas	Contactos
Hostal						
Alfaro	Barrio Azuay bajo	Tercera	12	16	4	2938-196
Hostería						
Eterna primavera	Sector la Ninfa, vía a Guayaquil	Segunda	19	63	8	2938-057
Hotel						
Huigra Internacional	Barrio Guayaquil	Segunda	20	60	15	0994167679
Alimentos y bebidas						
Paul	Barrio Guayaquil	Tercera	0	8	2	
Picantería don Moro	Barrio Guayaquil			8	2	
Marianita	Barrio Guayaquil	Tercera	4	8	2	
El tren	Barrio Guayaquil	Tercera	0	8	2	
Azucena	Barrio Guayaquil	Tercera	0	8	2	
Maribel	Barrio Guayaquil	Tercera	0	8	2	
Isabelita	Barrio Guayaquil	Tercera	0	8	2	
Mónica	Barrio 24 de Mayo	Tercera	0	8	2	

Fuente: Catastro turístico del cantón Alausi, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

2) Oferta complementaria del Alausi

Tabla 23. *Oferta complementaria del cantón Alausi*

Razón social	Dirección	Categoría	Habit	Plaza	N. Mesas	Contactos
Hostal						
La Carolina	Panamericana sur	Segunda	12	14	8	2930-891
San pedro	5 de junio y 9 de octubre	Segunda	13	31	6	2930-089
Gampala	5 de junio 122 y 9 de octubre	Tercera	15	60	15	2930-138
Panamericano	5 de junio 161 y 9 de octubre	Tercera	16	43	11	2930-278
Tequendama	5 de junio 152 y 9 de octubre	Tercera	17	54	0	2930-123
	Hostal residencia					

Alausi	Esteban de Orozco 122 y 5 de junio	Tercera	15	36	0	2930-361
Americano	García Moreno 151	Tercera	15	62	0	2930-159
Europa	5 de junio 175 y 9 de octubre	Tercera	25	55	0	
Tío Emilio	Ricaurte 158 y García moreno	Tercera	12	24	0	2930-461
Alausi	Esteban de Orozco 122 y 5 de junio	Tercera	15	36	0	2930-361
Pensión						
David	5 de junio y 9 de octubre	Tercera	6	12	4	2930-264
Mirador	Francisco Pizarro y a. J. De Sucre	Segunda	5	10	0	2931-708
Tequendama	5 de junio 152 y Esteban Orozco	Tercera	9	26	0	2930-724
Hostería						
Posada de las nubes	Conventillo km 11 y García Moreno	Segunda	7	22	5	2930-535
Rincón de Isabel	Sector de búa km 2	Tercera	6	9	0	2930-121
Vieja casona	Mariana muños de Ayala y Brasil	Primera	9	30	3	2930-161
Pirca pamba	Sector pirca pamba km1, quinta de comunidad	Primera	6	18	5	2930-001
Quinta la	Eloy Alfaro 121 y m. Muñoz	Primera	8	19	13	2930-247
Alimentos y bebidas						
Champisti	Panamericana sur junto a la gasolinera	Segunda	7	22	5	2
Parador integral andina	Km 1 ½ vía a Alausi – Cuenca	Segunda	0	0	8	
Mesón del tren	Ricaurte y Eloy Alfaro	Segunda	0	0	8	2930-557
Americano	5 de junio s/n y Esteban Orozco	Tercera	0	0	6	2931-313
Café de pedro	Loma lluglli, junto a la imagen de San Pedro	Tercera	0	0	6	2930-332
Chavales los	Eloy Alfaro y Bolivia	Tercera	0	0	8	2931-212
Cisne el	5 de junio s/n y Antonio Cattani	Tercera	0	0	11	2930-588
Comedor familiar	9 de octubre 156 y Pedro Dávila	Tercera	0	0	7	2931-221

Diligencia la	Eloy Alfaro. Estación del ferrocarril	Tercera	0	0	10	2931-293
Don fausto	Panamericana sur vía a Chunchi	Tercera	0	0	12	2930-290
Flamingo	9 de octubre y Antonio Mora	Tercera	0	0	7	2930-367
Higuera la	Av. 5 de junio y Ricaurte	Tercera	0	0	7	2931-582
Integración andina	Panamericana sur vía Cuenca	Tercera	0	0	19	2930-306
Integración andina 11	Eloy Alfaro s/n, diag. Estación tren	Tercera	0	0	6	0
Kenn Johnny	García Moreno y Chile	Tercera	0	0	6	2930-133
Sucre	Esteban Orozco y 5 de junio	Tercera	0	0	6	0
Súper Adrians	Pedro de loza 142 y 5 de junio	Tercera	0	0	8	0
Vera del camino	Panamericana sur vía Chunchi	Tercera	0	0	20	2930-055
Danielito	5 de junio 165 y Esteban Orozco	Cuarta	0	0	6	0
Delicias del paladar	5 de junio y 9 de octubre	Cuarta	0	0	6	0
Latacungueñita	5 de junio 153 y Pedro Loza	Cuarta	0	0	5	0
Reina de agua santa	9 de octubre y Antonio Mora	Cuarta	0	0	4	0
Agencias de viaje						
A. F Alausi tours	Eloy Alfaro 11 y Bolivia	Dualidad	0	0	0	2931746
Cunadi tours	Esteban Orozco y Antonio mora	Operadora	0	0	0	2930365
Nariz del diablo	5 de junio 130 y Pedro de Loza	Operadora	0	0	0	2930240

Fuente: Catastro turístico del cantón Alausi, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

c. Análisis de la competencia

Tabla 24. Características de los complejos turísticos

Complejo turístico Los Naranjos	
Ubicación	Se encuentra ubicado a 15 min de Huigra vía a la costa
Servicios ofertados	Canopy Paintball

	Cabalgata
Precio	Canopy: \$15,00 Paintball: \$5,00 Cabalgata: \$7,00 hora Piscina: \$ 2,00
Clientes anuales	2.000
Huigra Viejo Camping Resort	
Ubicación	Quebrada de Huigra Viejo
Servicios ofertados	Piscina Ciclismo Alquiler de bicicletas Zona de acampada ofrece tiendas con sacos de dormir Bar Tienda Juegos de billar y ping pong
Precio	Camping: full confort \$28,00 pax comodidad controlada \$18,00 pax modo aventurero \$8,00 pax Piscina: \$3,00 adultos \$2,00 niños Ciclismo: \$10,00 día Cabalgata: \$8,00 hora
Clientes anuales	1.600
Complejo turístico Copa Cabana	
Ubicación	Cabecera parroquial barrio Las Violetas
Servicios ofertados	Piscina Discoteca Billar Gym
Precio	Piscina: \$ 1,50 adultos \$ 1,00 niños Discoteca: \$ 2.50 Billar: \$ 1,00 Gym: \$ 20,00 mensuales
Clientes anuales	1.170

Fuente: Información secundaria, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

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 4.770 turistas que consumen la oferta existente.

Se utilizó la fórmula del incremento compuesto:

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

Tabla 25. *Proyección de la oferta para los próximos 5 años*

Años	Oferta
2015 (0)	4770
2016 (1)	5104
2017 (2)	5461
2018 (3)	5843
2019 (4)	6252
2020 (5)	6690

Fuente: Análisis de la oferta para el proyecto

Elaborado por: Gabriela Castillo

2. Análisis de la demanda

a. Segmentación de mercado

Para el análisis de la demanda se identificaron dos segmentos de mercado prioritarios de turistas nacionales y extranjeros a los cuales el complejo vacacional dirigirá su oferta.

b. Universo de estudio

1) Mercado nacional

Para calcular la muestra para turistas nacionales se consideró a las personas de las diferentes provincias del Ecuador que utilizaron el servicio del ferrocarril de la ruta Sur Nariz del Diablo, tomando en cuenta los registros del 1 de enero con reservaciones hasta el 31 de diciembre del año 2015, el mismo que es de 35.450 personas.

2) Mercado extranjero

Para calcular la muestra para turistas extranjeros se tomó en cuenta las cifras de turistas extranjeros que utilizaron el servicio de ferrocarril de la ruta Sur Nariz del Diablo, tomando en cuenta los registros desde el 1 de enero con reservaciones hasta el 31 de diciembre del año 2015, el mismo que es de 65.051 personas.

c. Cálculo de la muestra

1) Turistas nacionales

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

$$n = \frac{35.450 * 0,5 * 0,5}{(35.450 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

Variables	
N	35.450
p	0,5
q	0,5
e	0,05
z	1,96

$n = 380$ encuestas

2) Turistas extranjeros

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

$$n = \frac{65.051 * 0,5 * 0,5}{(65.051 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

Variables	
N	65.051
p	0,5
q	0,5
e	0,05
z	1,96

$n = 382$ encuestas

d. Instrumento

Para la investigación de campo se diseñó un cuestionario que fue aplicado a turistas nacionales y extranjeros (Anexo 1).

e. Resultado del estudio de mercado

1) Turistas nacionales

a) Género

Tabla 26. *Género de los turistas nacionales.*

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	182	48%
Femenino	198	52%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

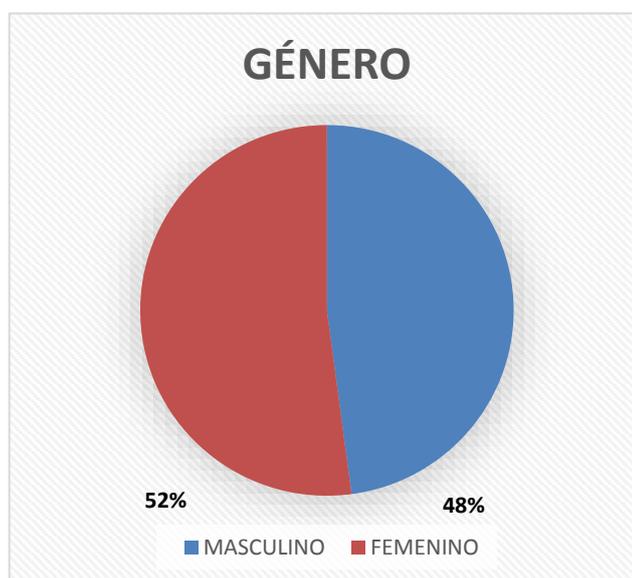


Figura 1. Género de los turistas nacionales

Interpretación:

Del total de encuestados se identificó que en mayor porcentaje tenemos al género femenino con el 52% (198), mientras que en menor porcentaje está el género masculino con el 48% (182).

Análisis:

Esta información permite identificar el género de los turistas que viajan, en este caso como el margen de diferencia es mínimo no existe distinción de género.

b) Edad

Tabla 27. Edad de los turistas nacionales

Edad	Frecuencia	Porcentaje
De 18 - 27 años	56	15%
De 28 - 37 años	176	46%
De 38 - 47 años	87	23%
De 48 - 57 años	43	11%
De 58 - 65 años	18	5%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

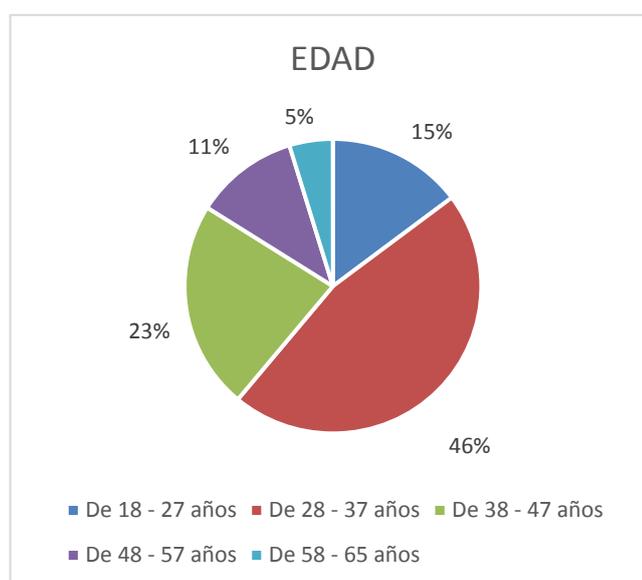


Figura 2. Edad de los turistas nacionales

Interpretación:

La mayoría de los encuestados con el 46% (176) son de 28 a 37 años, seguido del 23% (87) con 38 a 47 años, después tenemos con un 15 % (56) el rango de personas que tienen de 18 a 27 años, con un 11% (43) están las personas que tienen de 48 a 57 años y por último con el 5% (18) de 58 a 65 años.

Análisis:

El rango de edades permite conocer sobre las tendencias y necesidades de los turistas al momento de realizar sus viajes.

c) Lugar de procedencia

Tabla28. *Lugar de procedencia de los turistas nacionales.*

Lugar de procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Tungurahua	55	14%
Azuay	82	22%
Pichincha	103	27%
Guayas	77	20%
Chimborazo	63	17%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

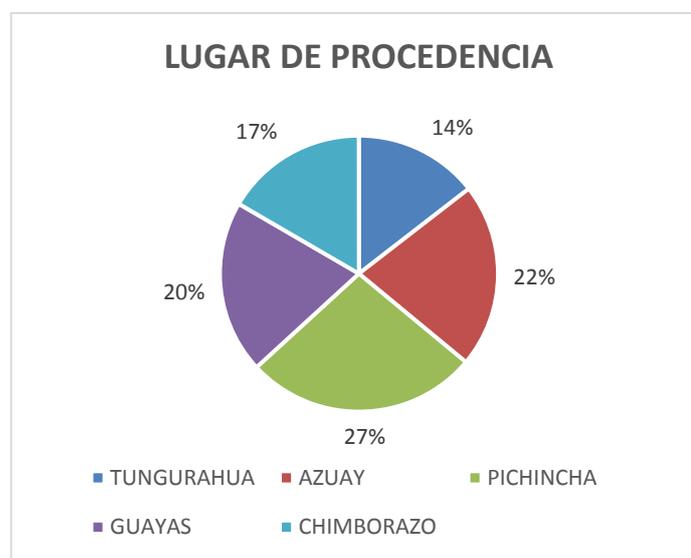


Figura 3. Lugar de procedencia de los turistas nacionales

Interpretación:

En cuanto al lugar de procedencia de los turistas nacionales, el 27% (103) pertenece a la provincia de Pichincha, seguido del 22% (82) a Azuay, el 20% (77) a Guayas el 17% (63) Chimborazo y por último el 14% (55) a la provincia de Tungurahua.

Análisis:

Esta información determina la procedencia de la demanda de turistas permitiendo identificar el flujo de visitantes provenientes de otras ciudades.

d) Nivel de educación

Tabla29. Nivel de educación de los turistas nacionales.

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	4	1%
Secundaria	86	23%
Universidad	221	58%
Post grado	69	18%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

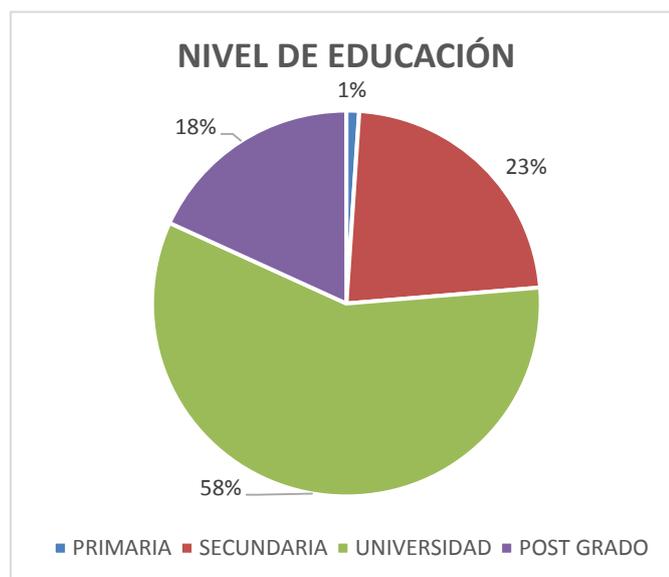


Figura 4. Nivel de educación de los turistas nacionales

Interpretación:

La mayoría de los encuestados tienen un nivel de educación superior con un 58% (221), le sigue las personas que tienen un nivel de educación secundaria con el 23% (86), después tenemos con un 18% (69) a personas con nivel de educación en post grado, y por último se puede apreciar que con un porcentaje menor están las personas que tienen un nivel de educación primaria con el 1% (4).

Análisis:

Esta información permite identificar que son personas de educación superior y que las preferencias de viaje son mas exigentes.

e) Ocupación

Tabla 30. *Ocupación de los turistas nacionales.*

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Trabaja	264	69%
Estudiante	68	18%
Jubilado	48	13%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

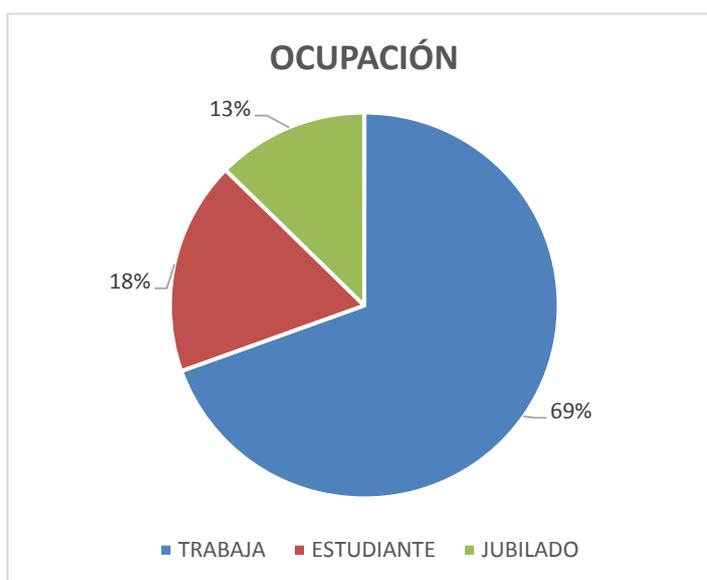


Figura 5. Ocupación de los turistas nacionales

Interpretación:

En cuanto a la ocupación de los encuestados con el 69% (264) son trabajadores, seguidos de estudiantes con un 18% (68) y en menor porcentaje están los jubilados con un 13% (48).

Análisis:

Esta información permite conocer que tipo de personas viajan y que intereses tienen sobre temas relacionados al turismo según su ocupación.

f) Ingresos económicos

Tabla31. *Ingresos económicos de los turistas nacionales.*

Ingresos económicos	Frecuencia	Porcentaje
\$354,00-540,00	98	26%
\$541,00-740,00	199	52%
\$741,00-940,00	57	15%
Más de \$940,00	26	7%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo



Figura 6. Ingresos económicos de los turistas nacionales.

Interpretación:

La mayoría de los encuestados con un 52% (199) tiene un ingreso económico mensual de \$541,00 a 740,00, le sigue con un 26% (98) personas que tienen un ingreso económico de \$354,00 a 540,00, seguido del 15%(57) que tienen un ingreso económico de \$741,00 a \$ 940,00 y con porcentaje mínimo del 7% (26) poseen un ingreso económico de más de \$ 940,00.

Análisis:

Esta información permite determinar cuáles son los ingresos económicos de los turistas y la capacidad de solvencia al momento de realizar sus viajes.

g) Considera usted, que es necesario la implementación de un complejo vacacional en la parroquia Huigra, cantón Alausi.

Tabla32. *Aceptación del proyecto por los turistas nacionales.*

Aceptación del proyecto	Frecuencia	Porcentaje
Si	348	92%
No	32	8%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo



Figura 7. Aceptación del proyecto por los turistas nacionales.

Interpretación:

El 92% (348) de los encuestados manifiestan que les gustaría que se implemente en la parroquia Huigra un complejo vacacional, y el 8% (32) expresa lo contrario.

Análisis:

Esta información permite conocer cuántas personas estarían dispuestas a visitar el complejo vacacional.

h) Servicios turísticos

Tabla33. *Servicios preferidos por los turistas nacionales.*

Servicios turísticos	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	85	22%
Hospedaje	133	35%
Piscina	56	15%
Canchas de uso múltiple	71	19%
Juegos infantiles	35	9%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

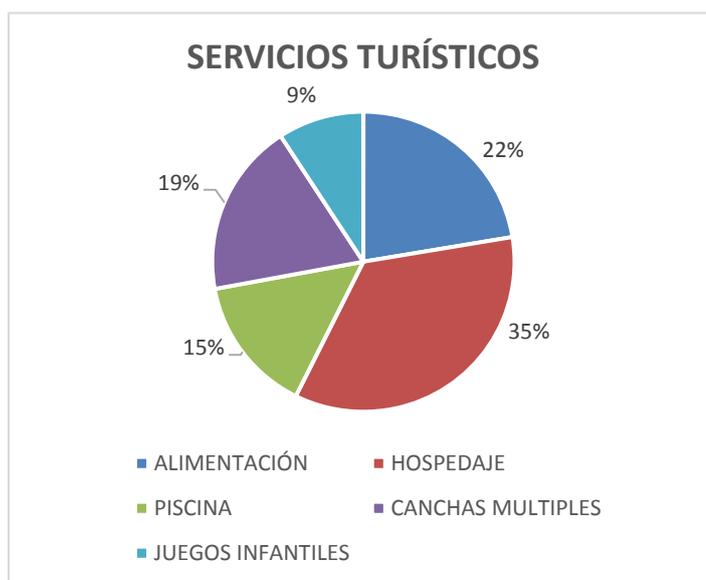


Figura 8. Servicios preferidos por los turistas nacionales.

Interpretación:

El 35% (133) de los encuestados manifiesta que le gustaría que en el complejo vacacional se ofrezca servicio de hospedaje, el 22% (85) que preste servicio de alimentación, el 19% (71) que tenga canchas de uso múltiple, el 15% (56) que posea piscina y por último el 9% (35) se inclinan a que se implemente juegos infantiles.

Análisis:

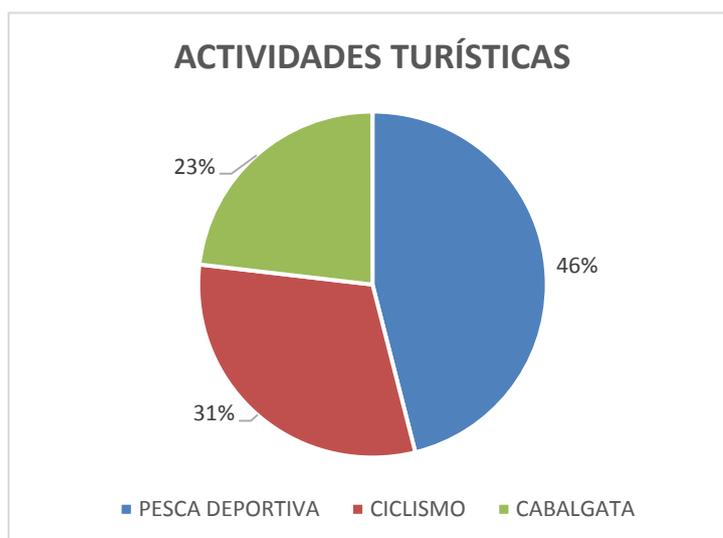
Esta información permite conocer sobre el tipo de servicios turísticos que se deben implementar en el complejo vacacional para la satisfacción del turista.

i) Actividades turísticas**Tabla 34.** *Actividades preferidas por los turistas nacionales.*

Actividades turísticas	Frecuencia	Porcentaje
Pesca deportiva	175	46%
Ciclismo	117	31%
Cabalgata	88	23%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

**Figura 9.** Preferencia de actividades turísticas por los turistas nacionales.

Interpretación:

El 46% (175) de los encuestados manifiesta que les gustaría realizar actividades de pesca deportiva, con el 31% (117) ciclismo, seguida del 23% (88) que se inclinan hacia actividades de cabalgata.

Análisis:

Mediante estos datos se demuestra que las personas tienen diversidad de preferencias al momento de realizar actividades turísticas.

j) Tipo de comida que le gustaría que se ofrezca

Tabla 35. Gastronomía preferida por los turistas nacionales.

Gastronomía	Frecuencia	Porcentaje
Típica de la zona	172	45%
Nacional	186	49%
Internacional	8	2%
Vegetariana	4	1%
Todas las anteriores	10	3%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

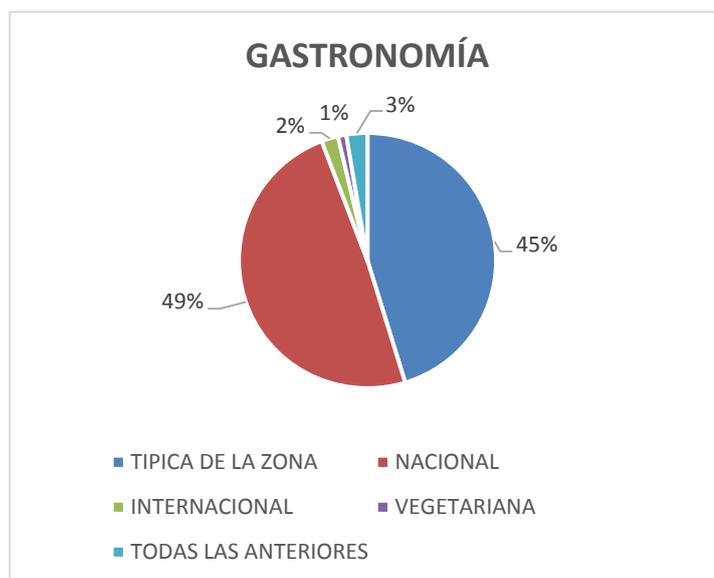


Figura 10. Gastronomía preferida por los turistas nacionales.

Interpretación:

El 49% (186) de los encuestados manifiesta que la gastronomía que le gustaría deleitar en el complejo vacacional sea comida nacional, con el 45% (172) que sea típica de la zona, el 3% (10) que sean todas, el 2% (8) se inclinan por comida internacional y por ultimo con mínimo del 1% (4) que se ofrezca comida vegetariana.

Análisis:

Esta información permite conocer sobre el tipo de gastronomía que se debe ofrecer en el complejo vacacional para el deleite del turista.

k) Permanencia en el complejo vacacional

Tabla 36. *Tiempo de permanencia de los turistas nacionales.*

Tiempo de permanencia	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 día	122	32%
1 día	170	45%
Más de 2 días	88	23%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

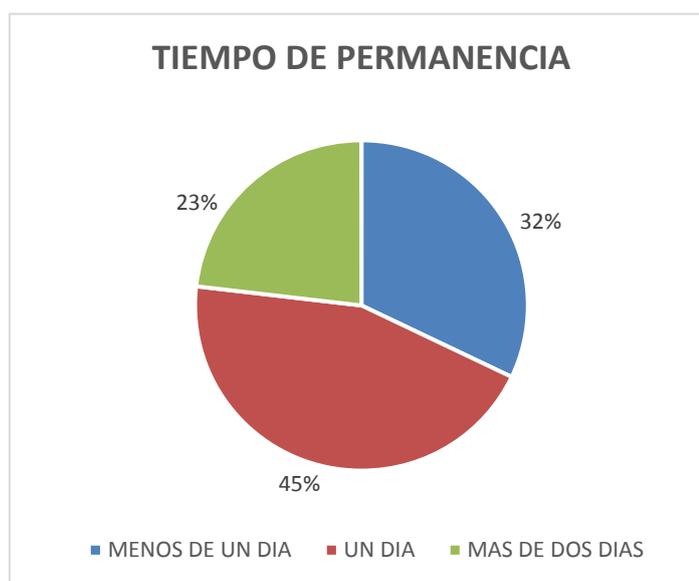


Figura 11. Tiempo de permanencia de los turistas nacionales.

Interpretación:

El 45% (170) de los encuestados manifiesta que le gustaría permanecer en el complejo vacacional un día, el 32% (122) menos de un día y el 23% (88) más de dos días.

Análisis:

Mediante esta variable se puede identificar los días que están dispuestos los turistas a permanecer en el sitio turístico.

1) Frecuencia de visita

Tabla 37. Frecuencia de visita de los turistas nacionales.

Frecuencia de visita	Frecuencia	Porcentaje
Fines de semana	34	8%
Feriados	196	52%
1 vez al mes	98	26%
1 vez al año	52	14%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

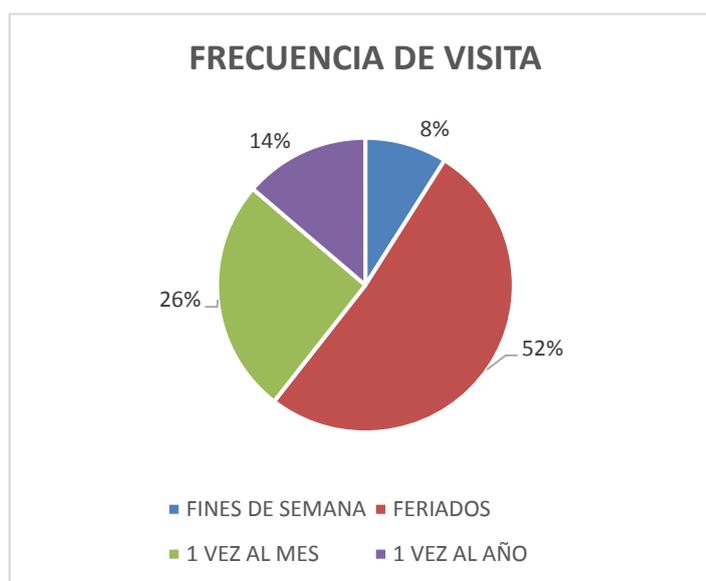


Figura 12. Frecuencia de visita de los turistas nacionales.

Interpretación:

El 52% (196) de los encuestados manifiesta que visita los complejos turísticos en los feriados, el 26% (98) frecuenta una vez al mes, el 14% (52) prefiere hacerlo una vez al año y el 8% (34) lo hace los fines de semana.

Análisis:

Mediante esta información se puede recopilar la periodicidad de viajes que realiza una persona durante el año, identificando si los turistas viajan frecuentemente.

m) Gasto por persona

Tabla 38. *Gasto por persona de los turistas nacionales.*

Gasto por persona	Frecuencia	Porcentaje
\$ 25 a 35	31	8%
\$ 35 a 45	125	33%
\$ 45 a 55	158	42%
Más de \$ 65	66	17%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

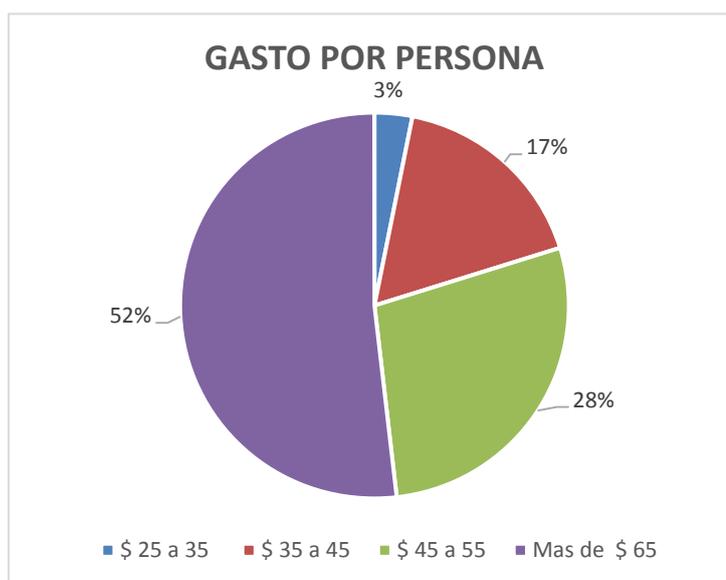


Figura 13. Gasto por persona de los turistas nacionales.

Interpretación:

El 72% (158) de los encuestados manifiesta que estarían dispuestos a gastar por persona de \$ 45,00 a \$ 55,00, el 33% (125) manifiesta que gastaría de \$ 35,00 a \$ 45,00, el 17% (66) estaría dispuesto a gastar más \$ 65,00 y por último en un menor porcentaje del 8% gastaría de \$ 25,00 a \$ 35,00.

Análisis:

Esta información permite conocer que cantidad de dinero gastan los turistas al visitar algún sitio, ocupar los servicios y realizar actividades turísticas.

n) Forma de pago

Tabla 39. *Forma de pago de los turistas nacionales.*

Forma de pago	Frecuencia	Porcentaje
Tarjeta de crédito	54	14%
Efectivo	326	86%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

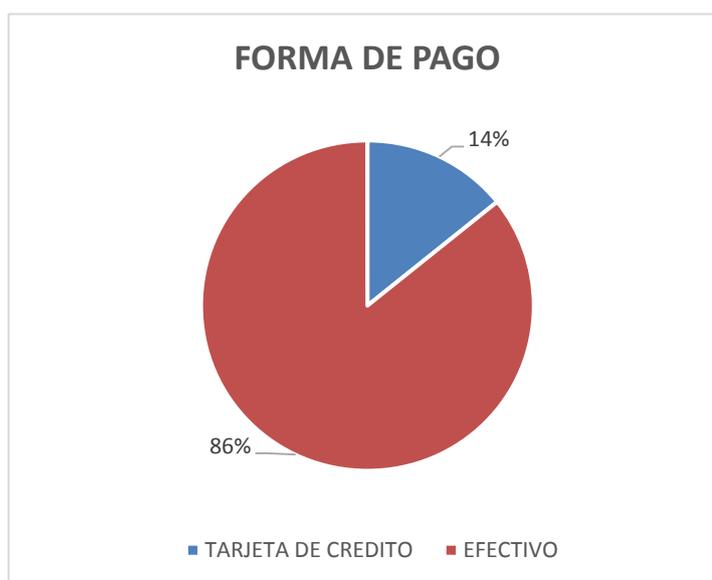


Figura 14. Forma de pago de los turistas nacionales.

Interpretación:

El 86% (326) de los encuestados manifiesta que la forma de pago es en efectivo, y el 14% (54) manifiesta que su pago es mediante tarjeta de crédito.

Análisis:

Esta variable permite identificar las políticas de cobro que se debe implementar para el pago de los servicios y actividades turísticas.

o) Tamaño del grupo

Tabla 40. *Tamaño del grupo de los turistas nacionales.*

Tamaño del grupo	Frecuencia	Porcentaje
Solo	16	4%
En pareja	87	23%
De 3 a 5 personas	277	73%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

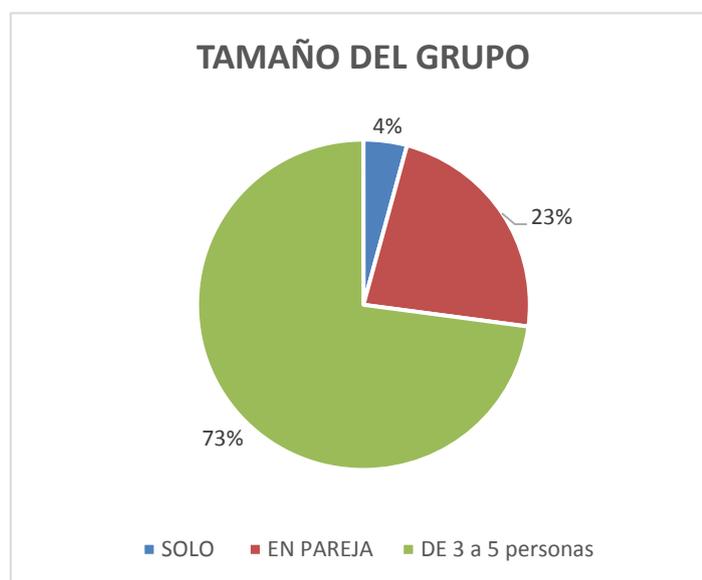


Figura 15. Tamaño del grupo de los turistas nacionales.

Interpretación:

El 73% (277) de los encuestados manifiesta que va a los complejos vacacionales en grupos de 3 a 5 personas, el 23% (87) frecuenta estos lugares en pareja y el 4% (16) va solo.

Análisis:

Esta información permite adecuar los servicios y actividades que deben dirigirse a las comodidades de nuestra demanda.

p) Modalidad de viaje

Tabla 41. *Modalidad de viaje de los turistas nacionales.*

Modalidad de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Independiente	275	72%
Agencia de viajes	105	28%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

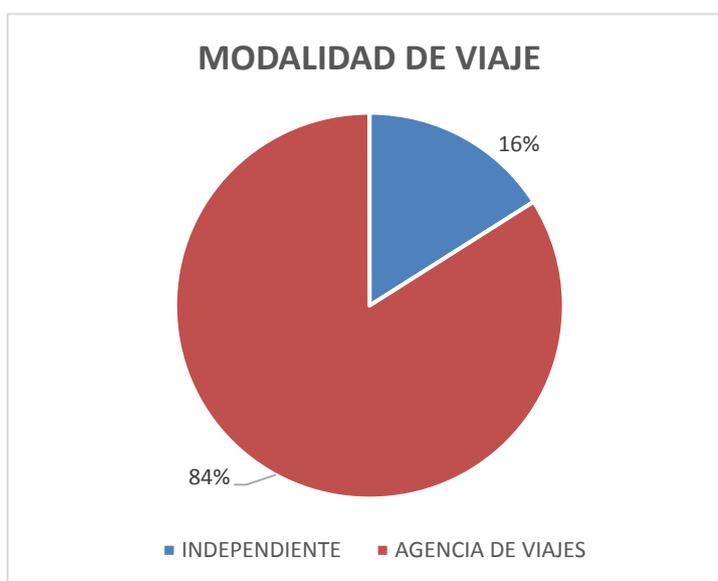


Figura 16. Modalidad de viaje de los turistas nacionales.

Interpretación:

El 72% (275) de los encuestados realizan sus viajes de manera independiente, mientras que el 28% (105) prefiere hacerlo mediante una agencia de viajes.

Análisis:

Esta variable permite identificar el tipo de estrategia y los canales de comercialización del sitio turístico.

q) Medios de información

Tabla 42. Medios de información que utilizan los turistas nacionales.

Medios de información	Frecuencia	Porcentaje
Radio	5	1%
Televisión	13	3%
Prensa	7	2%
Internet	175	46%
Amigos	105	28%
Revistas turísticas	18	5%
Agencias de viaje	57	15%
Total	380	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

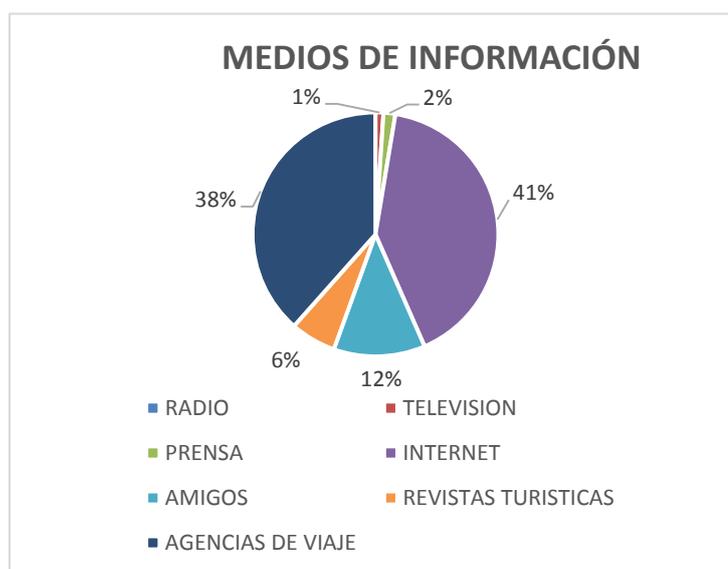


Figura 17. Medios de información que utilizan los turistas nacionales.

Interpretación:

El 46% (175) de los encuestados se informan sobre los sitios y actividades de interés turístico a través del internet, el 28% (105) a través de amigos, el 15% (57) suele hacerlo mediante agencias de viaje, el 5% (18) se informa mediante revistas turísticas, el 3% (13) mediante televisión, 2% (7%) mediante la prensa escrita y el 1% (5) por radio.

Análisis:

Esta información permite determinar los diferentes medios de comunicación que utilizan los turistas para informarse de algún lugar turístico que desean visitar.

1) Turistas extranjeros

a) Género

Tabla 43. *Género de los turistas extranjeros.*

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	211	55%
Femenino	171	45%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

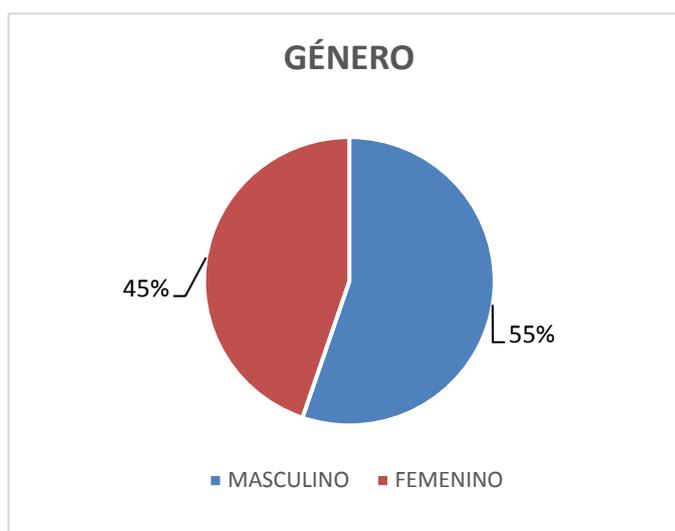


Figura 18. Género de los turistas extranjeros.

Interpretación:

Del total de encuestados en mayor porcentaje está el género masculino con el 55% (211) y en menor porcentaje el género femenino con 45% (171). Esta información permite identificar que el margen de diferencia es mínimo.

Análisis:

Esta información permite identificar el género de los turistas que viajan, en este caso como el margen de diferencia es mínimo no existe distinción de género.

b) Edad

Tabla 44. *Edad de los turistas extranjeros.*

Edad	Frecuencia	Porcentaje
De 18 - 27 años	54	14%
De 28 - 37 años	72	19%
De 38 - 47 años	133	35%
De 48 - 57 años	97	25%
De 58 - 65 años	26	7%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

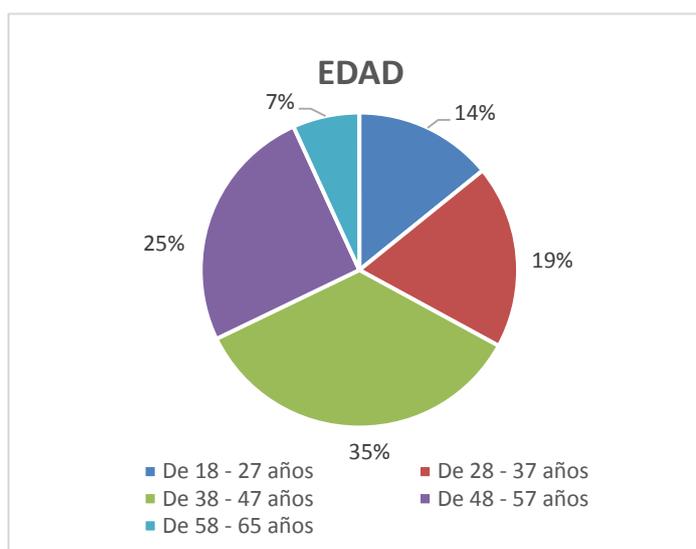


Figura 19. Edad de los turistas extranjeros

Interpretación:

La mayoría de los encuestados son de 38 a 47 años con el 35% (133), le sigue con un 25% (97) el rango de 48 a 57 años, después tenemos con un 19% (72) el rango de turistas que tienen de 28 a 37 años, le sigue con un 14% (54) turistas que tiene de 18 a 27 años y por último con el 7% (26) de 58 a 65 años.

Análisis:

El rango de edades permite conocer sobre las tendencias y necesidades de los turistas al momento de realizar sus viajes.

c) Lugar de procedencia

Tabla 45. *Procedencia de los turistas extranjeros.*

Lugar de procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Canadá	32	8%
Alemania	64	17%
Francia	52	14%
Colombia	39	10%
España	29	8%
Estados unidos	94	25%
Argentina	35	9%
Reino unido	21	5%
Suiza	16	4%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

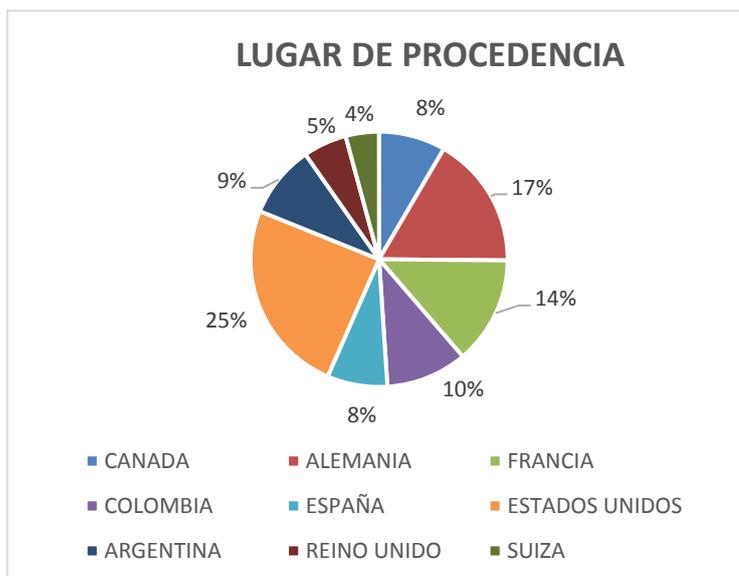


Figura 20. Lugar de procedencia de los turistas extranjeros.

Interpretación:

En cuanto al lugar de procedencia de los turistas extranjeros el 25% (94) pertenecen a Estados Unidos, seguido del 17% (64) de Alemania, el 14% (52) de Francia, el 10% (39) de Colombia, el 9% (35) de Argentina, con el mismo porcentaje del 8% los países de Canadá (32) y España (29), el 5% (21) de Reino Unido y por último con el 4% (16) esta Suiza.

Análisis:

Esta información determina la procedencia de la demanda de turistas permitiendo identificar el flujo de visitantes provenientes de otros países.

d) Nivel de educación

Tabla 46. Nivel de educación de los turistas extranjeros.

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0%
Secundaria	34	9%
Universidad	227	59%
Post grado	121	32%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

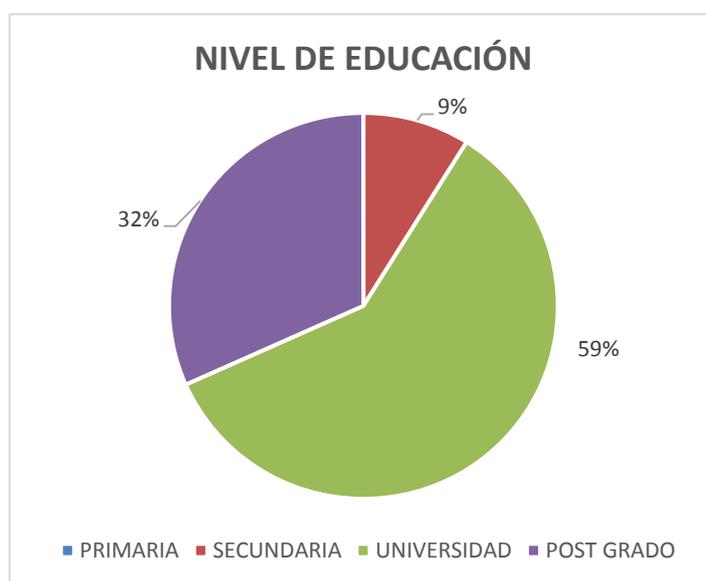


Figura 21. Nivel de educación de los turistas extranjeros.

Interpretación:

Los encuestados tienen un nivel de educación superior con un 59% (227), le sigue los turistas que tienen un nivel de educación de cuarto nivel con el 32% (121), después tenemos con un porcentaje de 9% (34) a personas con nivel de educación secundaria y por último con un 0% (0) los de educación primaria.

Análisis:

Esta información permite tener en cuenta que son personas de educación superior y que las preferencias de viaje son más exigentes.

e) Ocupación

Tabla 47. *Ocupación de los turistas extranjeros.*

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Trabaja	299	78%
Estudiante	54	14%
Jubilado	29	8%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

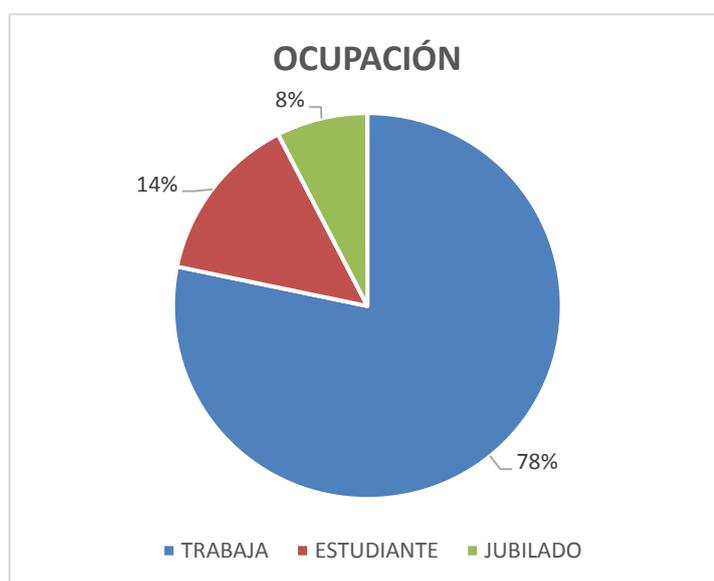


Figura 22. Ocupación de los turistas extranjeros.

Interpretación:

En cuanto a la ocupación de los encuestados con el 78% (299) son trabajadores, seguidos de estudiantes con un 14% (54) y en menor porcentaje están los jubilados con un 8% (29).

Análisis:

Esta información permite determinar que tipo de personas viajan y que intereses tienen sobre temas relacionados al turismo según su ocupación.

f) Ingresos económicos

Tabla 48. *Ingresos económicos de los turistas extranjeros.*

Ingresos económicos	Frecuencia	Porcentaje
\$354,00-540,00	18	5%
\$541,00-740,00	51	13%
\$741,00-940,00	78	20%
Más de \$ 940,00	235	62%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo



Figura 23. Ingresos económicos de los turistas extranjeros.

Interpretación:

La mayoría de los encuestados con un 62% (235) tiene un ingreso económico mensual de más de \$940,00, el 20% (78) de personas tiene un sueldo de \$741,00 a \$ 940,00, el 13% (51) con \$541,00 a \$ 740,00 y con mínimo porcentaje del 5% (18) poseen un ingreso económico alrededor de \$340,00 a \$ 540,00.

Análisis:

Esta información permite determinar cuáles son los ingresos económicos de los turistas y la capacidad de solvencia al momento de realizar sus viajes.

- g) **Considera usted, que es necesario la implementación de un complejo vacacional en la parroquia Huigra, cantón Alausi.**

Tabla 49. *Aceptación del proyecto por parte de los turistas extranjeros.*

Aceptación del proyecto	Frecuencia	Porcentaje
Si	369	97%
No	13	3%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

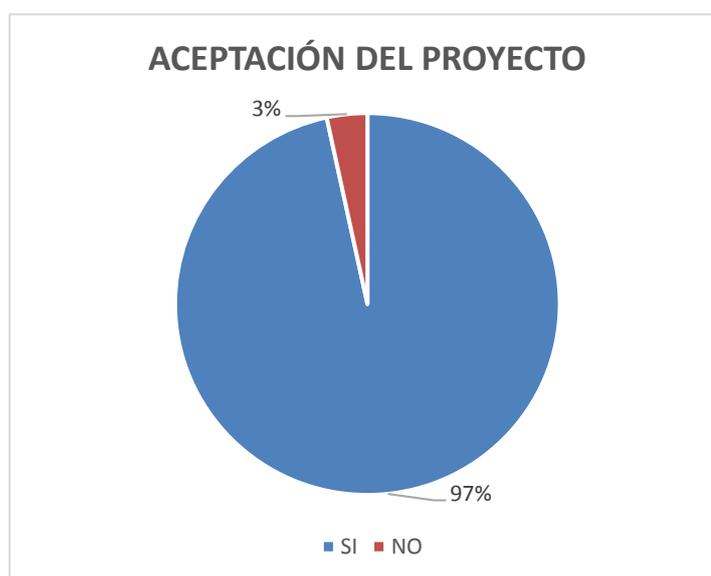


Figura 24. Aceptación del proyecto por parte de los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 97% (369) de los encuestados manifiestan que les gustaría que se implemente en la parroquia Huigra un complejo vacacional, mientras que el 3% (13) expresa lo contrario.

Análisis:

Esta información permite conocer cuántas personas estarían dispuestas a visitar el complejo vacacional.

h) Servicios turísticos

Tabla 50. *Servicios preferidos por los turistas extranjeros.*

Servicios turísticos	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	86	23%
Hospedaje	175	46%
Piscina	61	16%
Canchas de uso múltiple	43	11%
Juegos infantiles	17	4%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

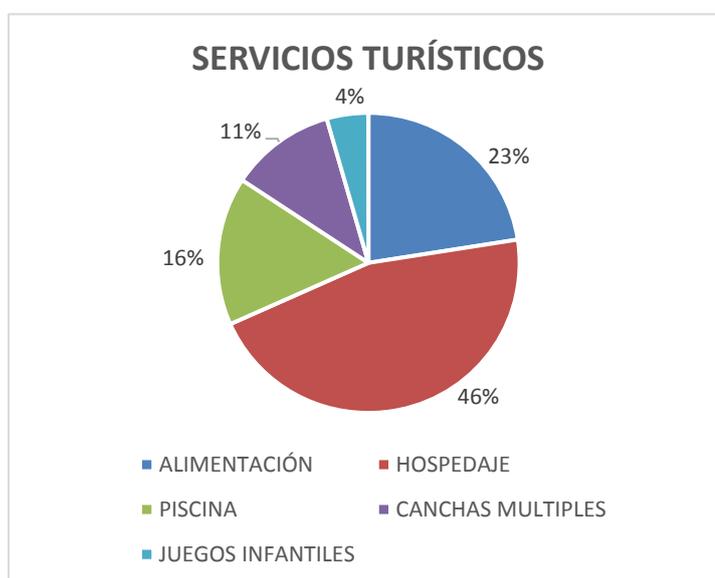


Figura 25. Servicios preferidos por los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 46% (175) de los encuestados manifiesta que le gustaría que en el complejo vacacional se ofrezca servicio de hospedaje y el 23% (87) alimentación, seguido del 16% (61) que preste servicio de piscina, el 11% (42) canchas múltiples y por último el 4% (17) se inclinan a que se implementen juegos infantiles.

Análisis:

Esta información permite conocer sobre el tipo de servicios turísticos que se deben implementar para la satisfacción del turista.

i) Actividades turísticas

Tabla 51. *Preferencia de actividades turísticas por los turistas extranjeros.*

Actividades turísticas	Frecuencia	Porcentaje
Pesca deportiva	103	27%
Ciclismo	158	41%
Cabalgata	121	32%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

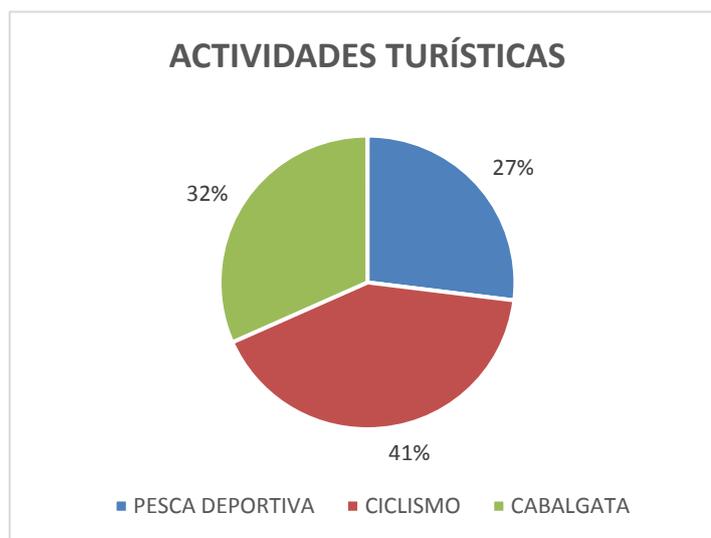


Figura 26. Preferencia de actividades turísticas por los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 41% (158) de los encuestados manifiesta que les gustaría realizar ciclismo, el 32% (121) cabalgata y por último el 27% (103) se inclinan hacia actividades de pesca deportiva.

Análisis:

Mediante estos datos se demuestra que las personas tienen diversidad de preferencias al momento de realizar actividades turísticas.

j) Tipo de comida que le gustaría que se ofrezca

Tabla 52. *Gastronomía preferida por los turistas extranjeros.*

Gastronomía	Frecuencia	Porcentaje
Típica de la zona	188	49%
Nacional	102	27%
Internacional	51	13%
Vegetariana	16	4%
Todas las anteriores	25	7%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

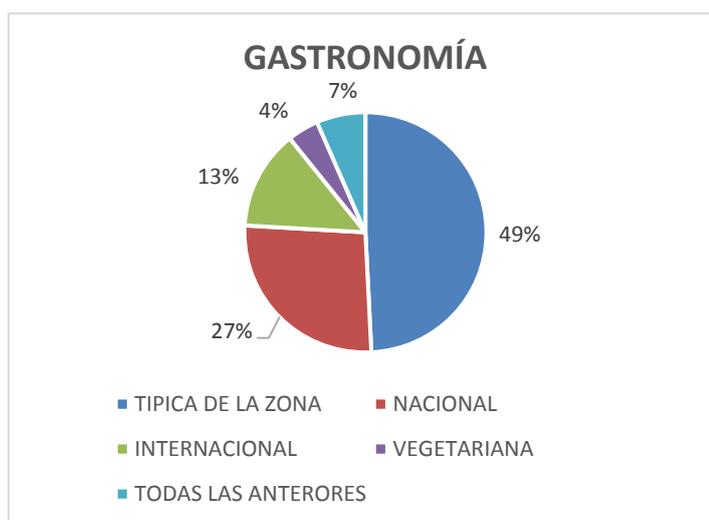


Figura 27. Gastronomía preferida por los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 49% (188) de los encuestados manifiesta que la gastronomía que le gustaría deleitar en el complejo vacacional sea comida típica de la zona, con el 27% (102) que sea nacional, el 13% (51) internacional, el 7% (25) se inclinan a que se ofrezca todo tipo de comida y por último con el 4% (16) que se ofrezca comida vegetariana.

Análisis:

Esta información permite conocer sobre el tipo de gastronomía que se debe ofrecer en el complejo vacacional para el deleite del turista.

k) Permanencia en el complejo vacacional

Tabla 53. *Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros.*

Tiempo de permanencia	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 día	64	17%
1 día	133	35%
Más de 2 días	185	48%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo



Figura 28. Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 48% (185) de los encuestados manifiesta que le gustaría permanecer en el complejo vacacional más de dos días, el 35% (133) un día y el 17% (64) menos de un día.

Análisis:

Mediante esta variable se puede identificar cuántos días están dispuestos los turistas a permanecer en el sitio turístico.

1) Frecuencia de visita

Tabla 54. Frecuencia de visita de los turistas extranjeros.

Frecuencia de visita	Frecuencia	Porcentaje
Fines de semana	9	2%
Feriados	99	26%
1 vez al mes	41	11%
1 vez al año	233	61%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

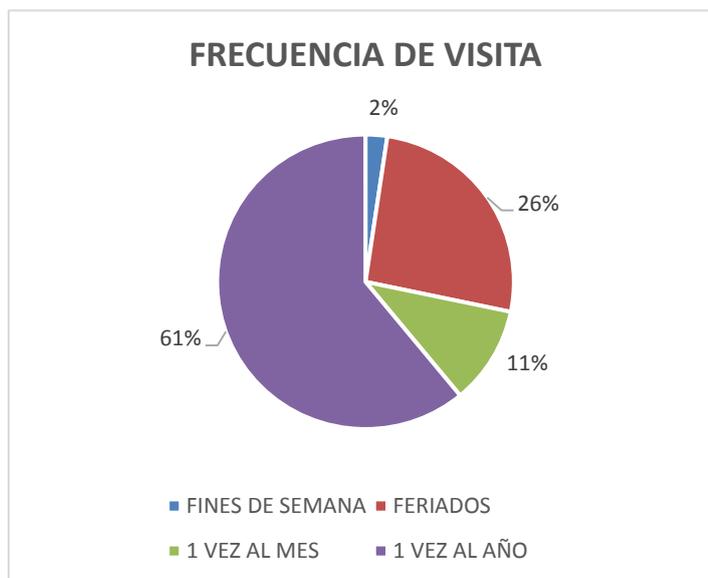


Figura 29. Frecuencia de visita de los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 61% (233) de los encuestados manifiesta que visita los complejos vacacionales una vez al año, el 26% (99) frecuenta en los feriados, el 11% (41) prefiere hacerlo una vez al mes y el 2% (9) lo hace los fines de semana.

Análisis:

Mediante esta información se puede recopilar la periodicidad de viajes que realiza una persona durante el año, identificando si los turistas viajan frecuentemente.

m) Gasto por persona

Tabla 55. *Gasto por persona de los turistas extranjeros.*

Gasto por persona	Frecuencia	Porcentaje
\$ 25 a 35	12	3%
\$ 35 a 45	65	17%
\$ 45 a 55	107	28%
Más de \$ 65	198	52%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

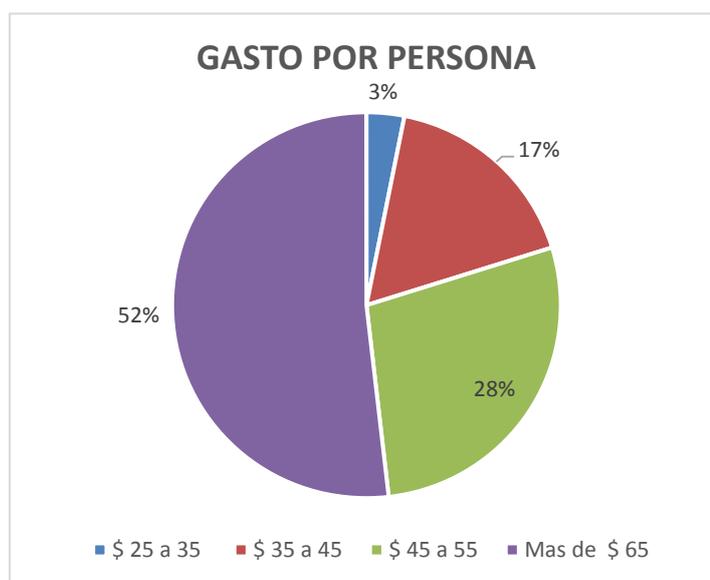


Figura 30. Gasto por persona de los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 52% (198) de los encuestados manifiesta que estarían dispuestos a gastar por persona más de \$ 65,00, el 28% (107) manifiesta que gastaría de \$ 45,00 a \$ 55,00, el 17% (65) estaría dispuesto a gastar de \$ 35,00 a \$ 45,00 y por último en un menor porcentaje del 3% gastaría de \$ 25,00 a \$ 35,00.

Análisis:

Esta información permite conocer que cantidad de dinero gastan los turistas al visitar algún sitio, ocupar los servicios y realizar actividades turísticas.

n) Forma de pago

Tabla 56. *Forma de pago de los turistas extranjeros.*

Forma de pago	Frecuencia	Porcentaje
Tarjeta de crédito	279	73%
Efectivo	103	27%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

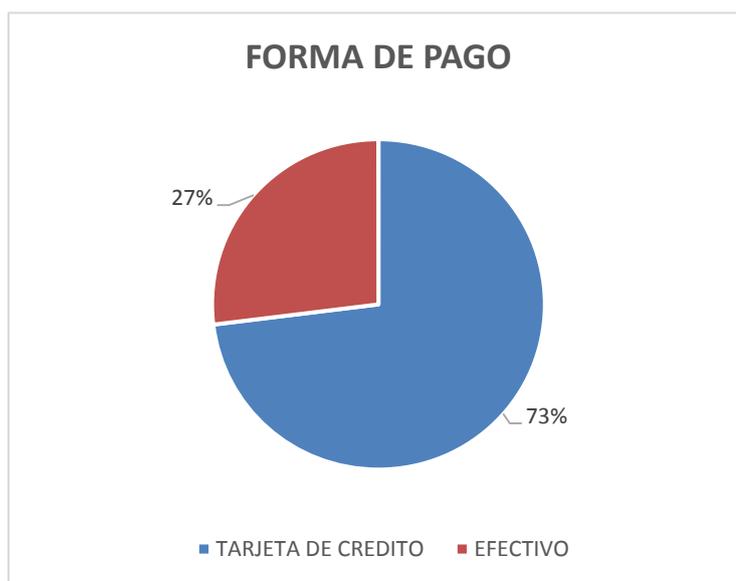


Figura 31. Forma de pago de los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 73% (279) de los encuestados manifiestan que su forma de pago es en tarjeta de crédito y el 27% (103) manifiesta que su pago es en efectivo.

Análisis:

Esta variable permite identificar las políticas de cobro que se debe implementar para el pago de los servicios y actividades turísticas.

o) Tamaño del grupo

Tabla 57. *Tamaño del grupo de los turistas extranjeros.*

Tamaño del grupo	Frecuencia	Porcentaje
Solo	40	10%
En pareja	98	26%
De 3 a 5 personas	244	64%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

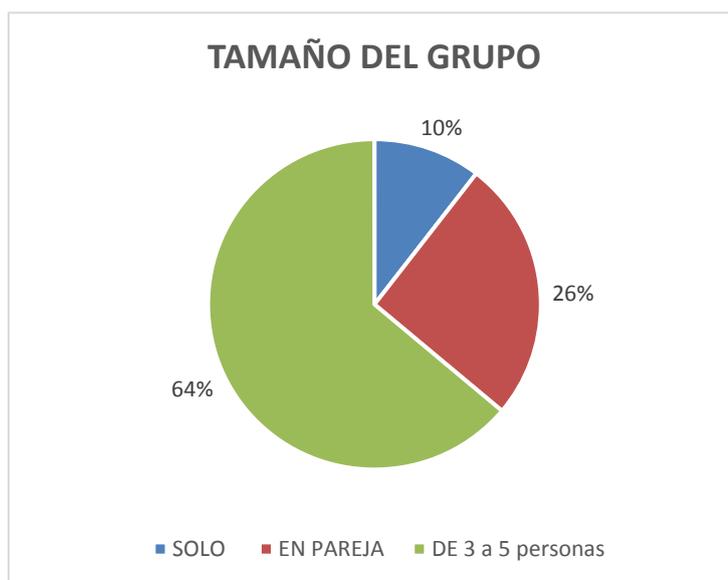


Figura 32. Tamaño del grupo de los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 64% (244) de los encuestados manifiesta que va a los complejos vacacionales en grupos de 3 a 5 personas, el 26% (98) frecuenta estos lugares en pareja y el 10% (40) va solo.

Análisis:

Esta información permite adecuar los servicios y actividades que deben dirigirse a las comodidades de nuestra demanda.

p) Modalidad de viaje

Tabla 58. *Modalidad de viaje de los turistas extranjeros.*

Modalidad de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Independiente	61	16%
Agencia de viajes	321	84%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

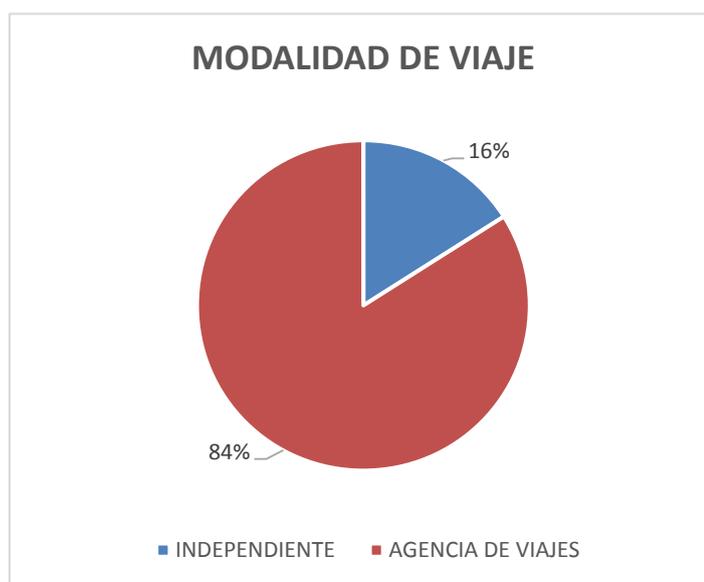


Figura 33. Modalidad de viaje de los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 84% (321) de los encuestados realiza sus viajes mediante una agencia de viajes, mientras que el 16% (61) prefiere hacerlo de manera independiente.

Análisis:

Esta variable permite identificar el tipo de estrategia y los canales de comercialización del sitio turístico.

q) Medios de información

Tabla 59. Medios de información que utilizan los turistas extranjeros.

Medios de información	Frecuencia	Porcentaje
Radio	0	0%
Televisión	4	1%
Prensa	6	2%
Internet	156	41%
Amigos	46	12%
Revistas turísticas	23	6%
Agencias de viaje	147	38%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

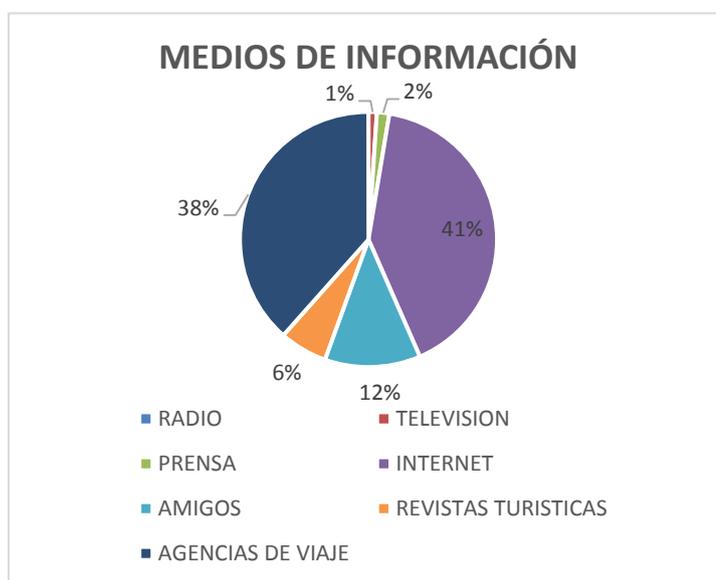


Figura 34. Medios de información que utilizan los turistas extranjeros.

Interpretación:

El 41% (156) de los encuestados se informan sobre los sitios y actividades de interés turístico a través del internet, el 38% (147) se informan de estos lugares mediante agencias de viaje, el 12% (46) suele hacerlo mediante amigos, el 6% (23) por revistas turísticas, el 2% a través de la prensa escrita, el 1% (4) se informa por televisión y el 0% mediante la radio.

Análisis:

Esta información permite determinar los diferentes medios de comunicación que utilizan los turistas para informarse de algún lugar que desean visitar.

e. Perfil del turista

1) Perfil del turista nacional

Luego de las encuestas realizadas se obtuvo como resultado que el (48%) de turistas representan a hombres y el (52%) a mujeres, el (46%) tienen edades de 28 a 37 años. Su lugar de procedencia es Pichincha (27%) y Azuay (22%), con un nivel de educación superior (58%).

La mayoría de turistas trabaja (69%), poseen un ingreso mensual de \$541.00 a \$ 740.00 (52%), ellos consideran que es necesario la implementación del complejo vacacional en la parroquia Huigra, es decir el (92%) están de acuerdo con este proyecto.

En lo que se refiere a tipos de servicios turísticos que ellos prefieren es hospedaje (35%) y alimentación (22%) de gastronomía nacional (49%), seguido de las actividades (46%) pesca deportiva y ciclismo (31%). Los días destinados para su visita son de un día (45%), además prefieren en su mayoría realizar sus viajes en los feriados (52%).

Por el consumo de los servicios ellos gastarían por persona de \$ 45,00 a \$ 55,00 (72%), los turistas prefieren realizar sus pagos en efectivo (86%). Su grupo de viaje está compuesto de 3 a 5 personas (73%) y viajar por su propia cuenta (72%).

Finalmente se informan sobre los sitios y actividades de interés turístico a través de internet (46%) y amigos (28%).

1) Perfil del turista extranjero

Luego de las encuestas realizadas se obtuvo como resultado que el (55%) de turistas representan a hombres y el (45%) a mujeres, el (35%) tienen edades de 38 a 47 años. Su lugar de procedencia es Estados Unidos (25%) y Alemania (17%), con un nivel de educación superior (59%).

La mayoría de turistas trabaja (78%), poseen un ingreso mensual de más de \$ 940,00 (62%), ellos consideran que es necesario la implementación del complejo vacacional en la parroquia Huigra, es decir el (97%) están de acuerdo con este proyecto.

En lo que se refiere a tipos de servicios turísticos que ellos prefieren es hospedaje (46%) y alimentación (23%) de gastronomía típica de la zona (49%), seguido de las actividades de (41%) ciclismo y cabalgata (32%). Los días destinados para su visita son de más de dos días (48%), además prefieren realizar sus viajes una vez al año (61%).

Por el consumo de los servicios ellos gastan por persona más de \$65.00 (52%), los turistas prefieren realizar sus pagos en tarjeta de crédito (73%). Su grupo de viaje está compuesto de 3 a 5 personas (64%) y viajar mediante una agencia de viaje (84%).

Finalmente se informan sobre los sitios y actividades de interés turístico a través de internet (41%) y agencias de viaje (38%).

f. Proyección de la demanda potencial

1) Proyección de la demanda potencial de los turistas nacionales

El 92% de los turistas nacionales desea que en la parroquia Huigra se implemente un complejo vacacional con servicios de hospedaje, alimentación y recreación que corresponde a:

35.450*92%= 32.614 potenciales consumidores

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

En base a estos datos obtenidos y al uso de la fórmula se proyectó la demanda futura para los próximos 5 años, obteniendo los siguientes resultados.

Fórmula:

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

Donde:

Tabla 60. Elementos de la fórmula del incremento compuesto

C _n	Años a proyectarse (2015-2020)
C _o	Demanda actual (32.614 clientes)
I	Tasa media anual de crecimiento (7%) (MINTUR, 2015)
N	Número de años que se va a proyectar la población (1-5)

Elaborado por: Gabriela Castillo

Tabla 61. Proyección de la demanda potencial nacional para los próximos 5 años

Año	Proyección demanda Turistas nacionales
2015(0)	32.614
2016 (1)	34.897
2017 (2)	37.340
2018 (3)	39.954
2019 (4)	42.750
2020(5)	45.743

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales

Elaborado por: Gabriela Castillo

2) Proyección de la demanda potencial de los turistas extranjeros

El 97% de los turistas extranjeros desea que en la parroquia Huigra se implemente un complejo vacacional con servicios de hospedaje, alimentación y recreación que corresponde a:

$$65.051 * 97\% = 63.099 \text{ potenciales consumidores}$$

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

En base a estos datos obtenidos y al uso de la fórmula se proyectó la demanda futura para los próximos 5 años, obteniendo los siguientes resultados.

Fórmula:

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

Donde:

Tabla62. Elementos de la fórmula del incremento compuesto

Cn	Años a proyectarse (2015-2020)
Co	Demanda actual (69.099 clientes)
I	Tasa media anual de crecimiento (7%) (MINTUR, 2015)
N	Número de años que se va a proyectar la población (1-5)

Elaborado por: Gabriela Castillo

Tabla62. Proyección de la demanda potencial extranjera para los próximos 5 años.

Año	Proyección demanda Turistas extranjeros
2015(0)	63.099
2016 (1)	67.516
2017 (2)	72.242
2018 (3)	77.299
2019 (4)	82.710

2020 (5)	88.500
----------	--------

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Gabriela Castillo

3. Confrontación oferta – demanda

a. Proyección de la demanda insatisfecha

Para la proyección de la demanda insatisfecha se consideró la demanda potencial de turistas nacionales y extranjeros menos la captación de la oferta existente en relación al proyecto.

Tabla64. *Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años*

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2015 (0)	95713	4770	90943
2016 (1)	102413	5104	97309
2017 (2)	109582	5461	104121
2018 (3)	117253	5843	111409
2019 (4)	125460	6252	119208
2020 (5)	134242	6690	127552

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Gabriela Castillo

b. Proyección de la demanda objetivo

Para la proyección de la demanda objetivo se estima captar el 10% de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.

Tabla65. *Proyección de la demanda objetivo para los próximos 5 años*

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo (10%)
2015(0)	90943	9094
2016 (1)	97309	9731
2017 (2)	104121	10412
2018 (3)	111409	11141
2019 (4)	119208	11921
2020 (5)	127552	12755

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Gabriela Castillo

B. ESTUDIO TÉCNICO

1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

a. Localización del proyecto

1) Macro localización

El presente proyecto se desarrollará en:

País: Ecuador, **Provincia:** Chimborazo, **Cantón:** Alausi, **Parroquia:** Huigra.

2) Micro localización

El complejo vacacional estará ubicado en el sector la Ninfa, perteneciente a la parroquia Huigra por la vía Guayaquil – El Triunfo.

b. Tamaño de la empresa

1) Número de clientes proyectados

Para determinar el tamaño de la empresa se enfocó en la demanda objetivo. La cuál se calculó con el 10% de la demanda insatisfecha, el cálculo se hizo para los próximos 5 años obteniendo valores semestrales, trimestrales, mensuales, quincenales y diarios.

Tabla 66. *Números de clientes proyectados*

Años	Anual	Semestral	Trimestral	Mensual	Quincenal	Diario
2015 (0)	9094	4547	2274	758	379	25
2016 (1)	9731	4865	2433	811	405	27
2017 (2)	10412	5206	2603	868	434	29
2018 (3)	11141	5570	2785	928	464	31

2019 (4)	11921	5960	2980	993	497	33
2020 (5)	12755	6378	3189	1063	531	35

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Gabriela Castillo

El número de clientes proyectados nos da un total de 27 clientes diarios para el año 2016, y según la proyección se espera tener un incremento de 35 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 67. *Preferencia de servicios turísticos por la demanda nacional.*

Año	Demanda objetivo nacional 35%	Alimentación 22%	Hospedaje 35%	Piscina 15%	Canchas de uso múltiple 19%	Juegos infantiles 9%
2015(0)	3183	700	1114	477	605	286
2016(1)	3406	749	1192	511	647	307
2017(2)	3644	802	1275	547	692	328
2018(3)	3899	858	1365	585	741	351
2019(4)	4172	918	1460	626	793	376
2020(5)	4464	982	1563	670	848	402

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 67, de la preferencia de servicios turísticos la demanda nacional ellos prefieren en mayor porcentaje el servicio de hospedaje, esto indica que para el primer año se tendrían 1192 posibles clientes y posteriormente en el año cinco 1563 clientes.

b) Preferencia de servicios turísticos por la demanda extranjera

Tabla 68. *Preferencia de servicios turísticos por la demanda extranjera.*

Año	Demanda objetivo extranjera 65%	Alimentación 23%	Hospedaje 46%	Piscina 16%	Canchas de uso múltiple 11%	Juegos infantiles 4%
2015(0)	5911	1360	2719	946	650	236
2016(1)	6325	1455	2910	1012	696	253
2017(2)	6768	1557	3113	1083	744	271
2018(3)	7242	1666	3331	1159	797	290
2019(4)	7749	1782	3564	1240	852	310
2020(5)	8291	1907	3814	1327	912	332

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 68, de la preferencia de servicios turísticos la demanda extranjera ellos prefieren en mayor porcentaje el servicio de hospedaje, esto indica que para el primer año se tendrían 2910 posibles clientes y posteriormente en el año cinco 3814 clientes.

c) Preferencia de actividades por la demanda nacional

Tabla 69. *Preferencia de las actividades por la demanda nacional.*

Año	Demanda objetivo nacional 35%	Pesca deportiva 46%	Ciclismo 31%	Cabalgata 23%
2015(0)	3183	1464	987	732
2016(1)	3406	1567	1056	783
2017(2)	3644	1676	1130	838
2018(3)	3899	1794	1209	897
2019(4)	4172	1919	1293	960
2020(5)	4464	2054	1384	1027

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 69, de la preferencia de actividades turísticas la demanda nacional ellos prefieren en mayor porcentaje realizar actividades de pesca deportiva, esto indica que para el primer año se tendrían 1567 posibles clientes y posteriormente en el año cinco 2054 clientes.

d) Preferencia de actividades por la demanda extranjera

Tabla 70. *Preferencia de las actividades por la demanda extranjera.*

Año	Demanda objetivo extranjera 65%	Pesca deportiva 27%	Ciclismo 41%	Cabalgata 32%
2015(0)	5911	1596	2424	1892
2016(1)	6325	1708	2593	2024
2017(2)	6768	1827	2775	2166
2018(3)	7242	1955	2969	2317
2019(4)	7749	2092	3177	2480
2020(5)	8291	2239	3399	2653

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 70, de la preferencia de actividades turísticas la demanda extranjera ellos prefieren en mayor porcentaje realizar actividades de ciclismo, esto indica que para el primer año se tendrían 2593 posibles clientes y posteriormente en el año cinco 3399 clientes.

3) Tipología de la construcción

La construcción de las instalaciones del complejo vacacional tendrá las siguientes características:

El medio físico denotará una imagen tradicional, apta para relajarse, descansar y disfrutar de las actividades recreativas del lugar.

La construcción de las instalaciones en general será de tipo alternativo – mixta (madera y piedra), amoblado de (laurel, eucalipto) y techo de teja resaltando los materiales propios de la zona.

Sin embargo se hará uso de materiales como cemento, ladrillos y cerámica en la construcción de la cocina, comedor, baños y bodega para evitar filtraciones de agua y deterioro de las paredes.

4) Distribución de las áreas

a) Área de administración y recepción

i. Propósito

Brindar información y atención al visitante ya que es la primera impresión que este se llevará del sitio.

ii. Descripción

El área mide 67.61 m², consta de una sala de recepción y baños que están equipados con mobiliario y menaje necesario para brindar una correcta atención al visitante.

b) Área de alimentación

i. Propósito

Brindar un servicio de calidad empleando alimentos propios de la zona, cumpliendo con los mejores estándares durante los procesos de elaboración de cada plato.

ii. Descripción

El área de alimentación mide 131,64m² en complemento al servicio de hospedaje contará con los siguientes espacios:

- **Cocina:** Contará con un área específica para la preparación de los alimentos, además con el equipo y menaje necesario para la elaboración de cada plato.

La construcción es de cemento, el piso y los mesones son de cerámica, sus muebles de madera y cuenta con un espacio destinado para usarse como bodega.

- **Comedor:** El comedor tiene capacidad para 28 personas y su estructura es de madera.
- **Baños:** Los baños están distribuidos de la siguiente manera: dos para hombres y dos para mujeres la construcción es de cemento y el piso de cerámica, además cuenta con menaje como 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 de los que pernocten en el sitio, en combinación de un equipo seleccionado de trabajo que atiendan los requerimientos de los huéspedes.

ii. **Descripción**

El área de alojamiento mide 318,64 m², se caracterizará por cabañas de hospedaje con una capacidad instalada para 28 personas, distribuidas de la siguiente manera:

- 3 cabañas simples
- 5 cabañas dobles
- 5 cabañas triples

La construcción de las cabañas es de madera el baño de cerámica y la cubierta es de teja. Cada cabaña cuenta con el menaje y mobiliario adecuado para ofrecer un servicio de calidad.

d) Área de recreación

i. Propósito

Contar con espacios amplios en los que la naturaleza se combine con adecuadas infraestructuras al aire libre, en donde las personas disfruten de amplias áreas verdes, juegos infantiles y diferentes actividades con la finalidad de que puedan divertirse, entretenerse y recrearse, individualmente, en familia o con amigos.

ii. Descripción

Contará con los siguientes espacios:

- **Juegos infantiles:** Consta de bancas de madera, columpios, sube y baja, resbaladera y un pasamano, todos con las seguridades necesarias.
- **Piscina:** Consta de tres glorietas de caña guadua con mobiliario necesario que serán utilizadas para descansar.
- **Cancha deportiva:** Mide 594,42 m² y está destinada para indor, básquet y fútbol.
- **Pesca deportiva:** Consta de una bodega para guardar instrumentos utilizados en la pesca (caña de pescar, anzuelo, carnadas, etc). La actividad se realizará en una piscina artificial, la especie que se tendrá en las piscinas es la tilapia roja.

Además se le puede preparar el pez que el visitante escoja.

- **Caballerizas:** Consta de tres caballerías, área de lavado, bodega para guardar los implementos para la cabalgata y alimentos para los caballos.
- **Ciclo paseo:** Consta de un parqueadero, además el visitante al realizar el recorrido podrá ir apreciando la naturaleza del lugar.

e) Área de parqueadero de autos

i. Propósito

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

iii. Descripción

- **Parqueadero de vehículos**

El parqueadero será adoquinado, tendrá una capacidad para dieciocho vehículos.

c. Diseño arquitectónico

El diseño arquitectónico está compuesto 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.

A continuación se detallan las áreas con las que contará:

Tabla 71. Distribución de las áreas

Descripción	Unidad	Cantidad
Parqueadero de autos	m2	516,92
Área de caballerías	m2	152,77
Parqueadero de bicicletas	m2	54,74
Cancha de uso múltiple	m2	594,42
Alojamientos simples	m2	63,95
Alojamientos dobles	m2	106,59
Alojamientos triples	m2	148,10
Piscina (Inc. Glorietas y Vestidores)	m3	101,12
Área de cocina, restaurante, baños y bodega	m2	131,64
Área de pesca deportiva (Inc. Bodega)	m2	295,65
Caminos, espacios libres y senderos (Inc. Juegos infantiles)	m2	9225,23
Área de administración y recepción (Inc. Baños para hombres y mujeres)	m2	67,61
	m2	11458,74
Total	Hectárea	1,15

Elaborado por: Marco Guamán

1) Planos arquitectónicos

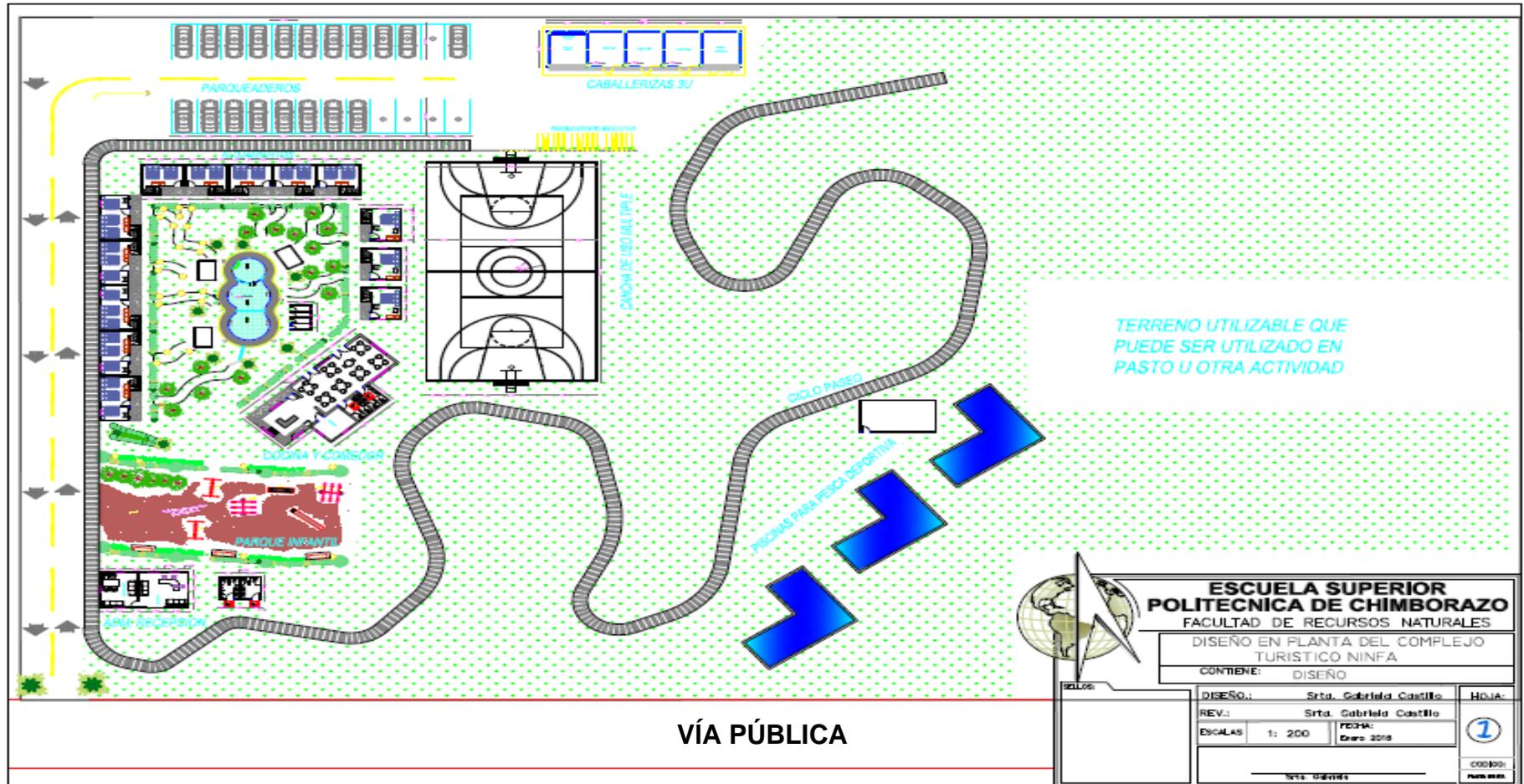


Figura 35. Distribución general de las áreas del complejo vacacional

Elaborado por: Marco Guamán

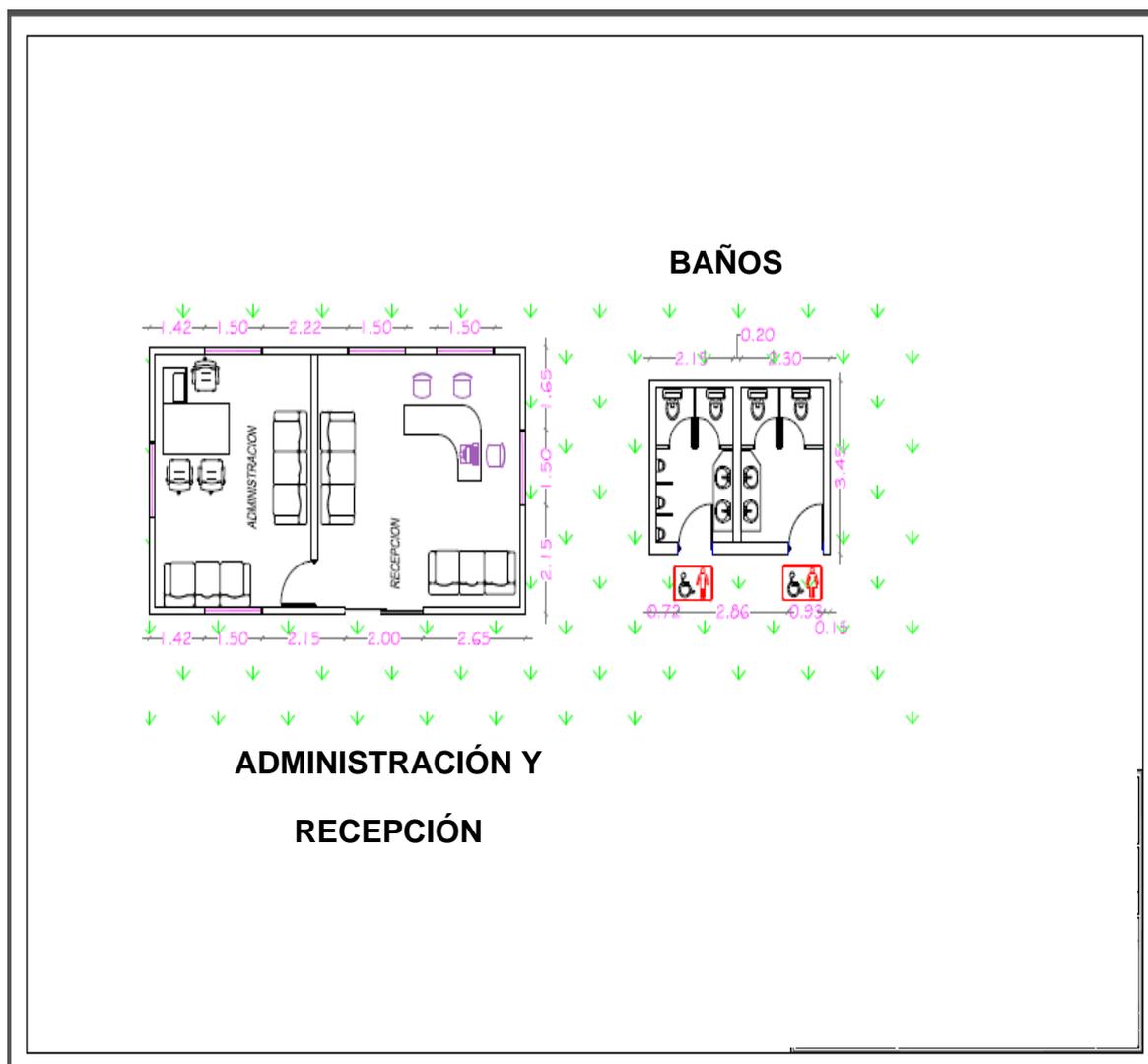


Figura 36. Área de administración y recepción

Elaborado por: Marco Guamán

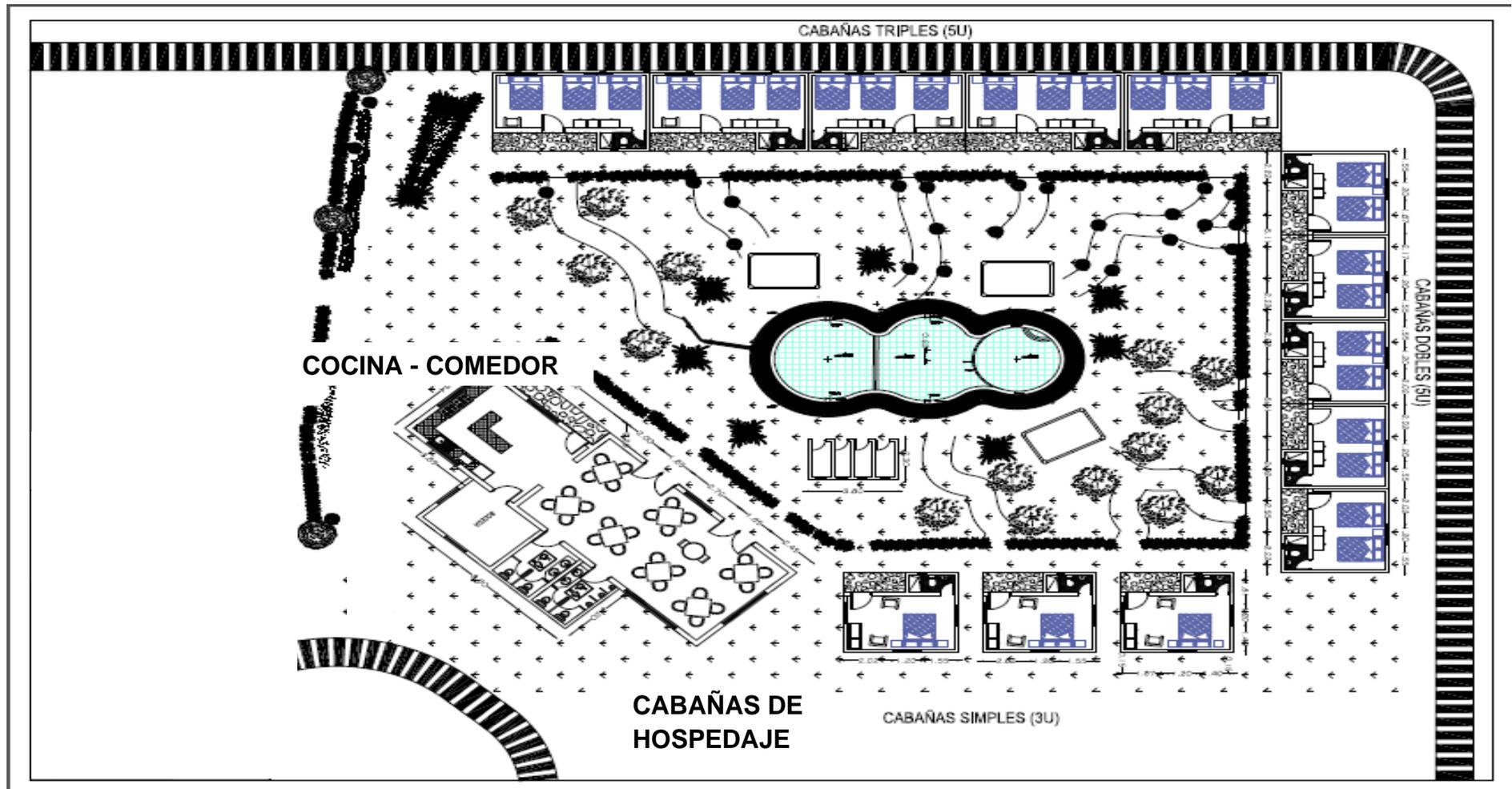


Figura 37. Área de hospedaje y cocina-comedor

Elaborado por: Marco Guamán

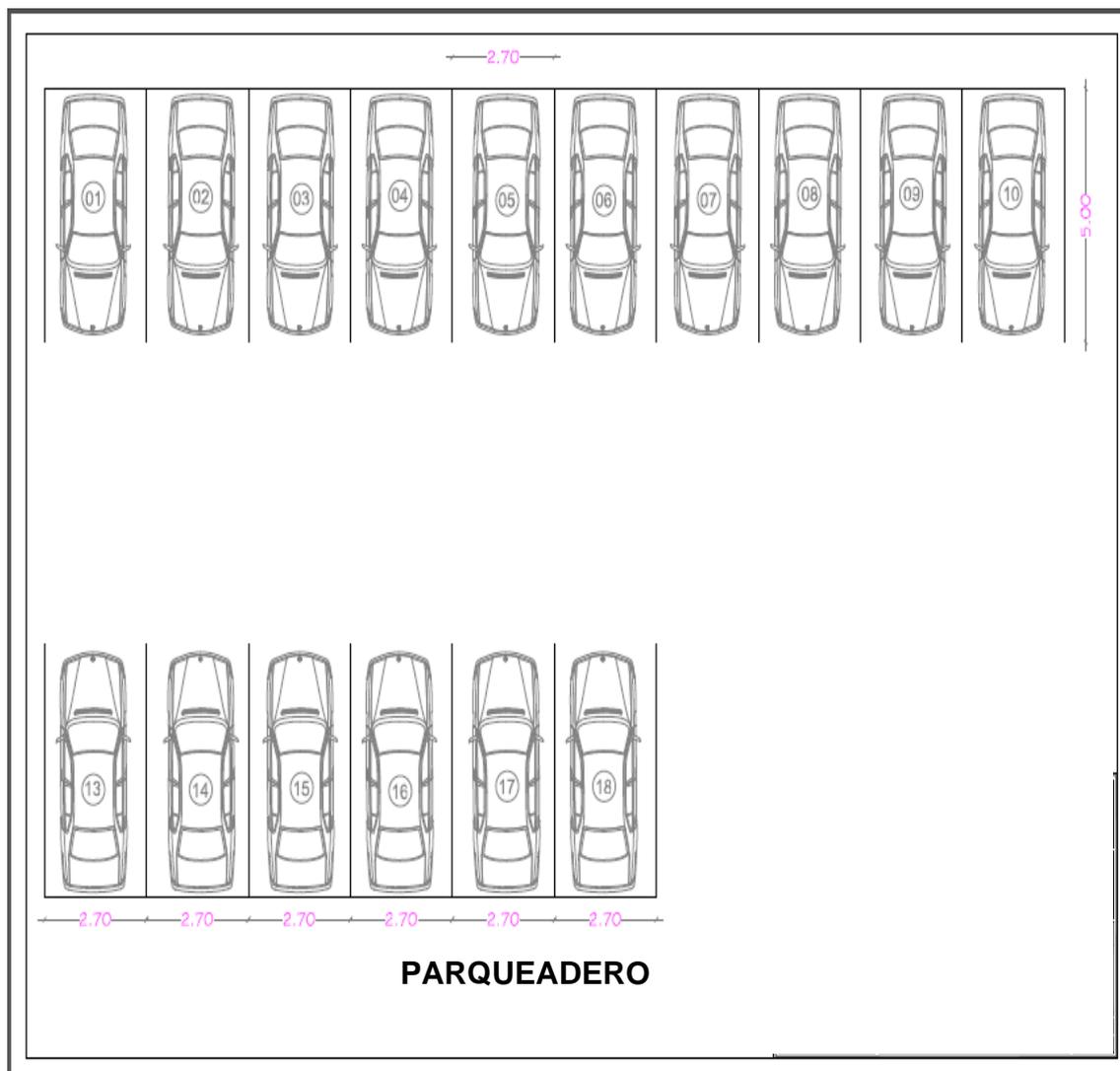


Figura 39. Área de parqueadero

Elaborado por: Marco Guamán

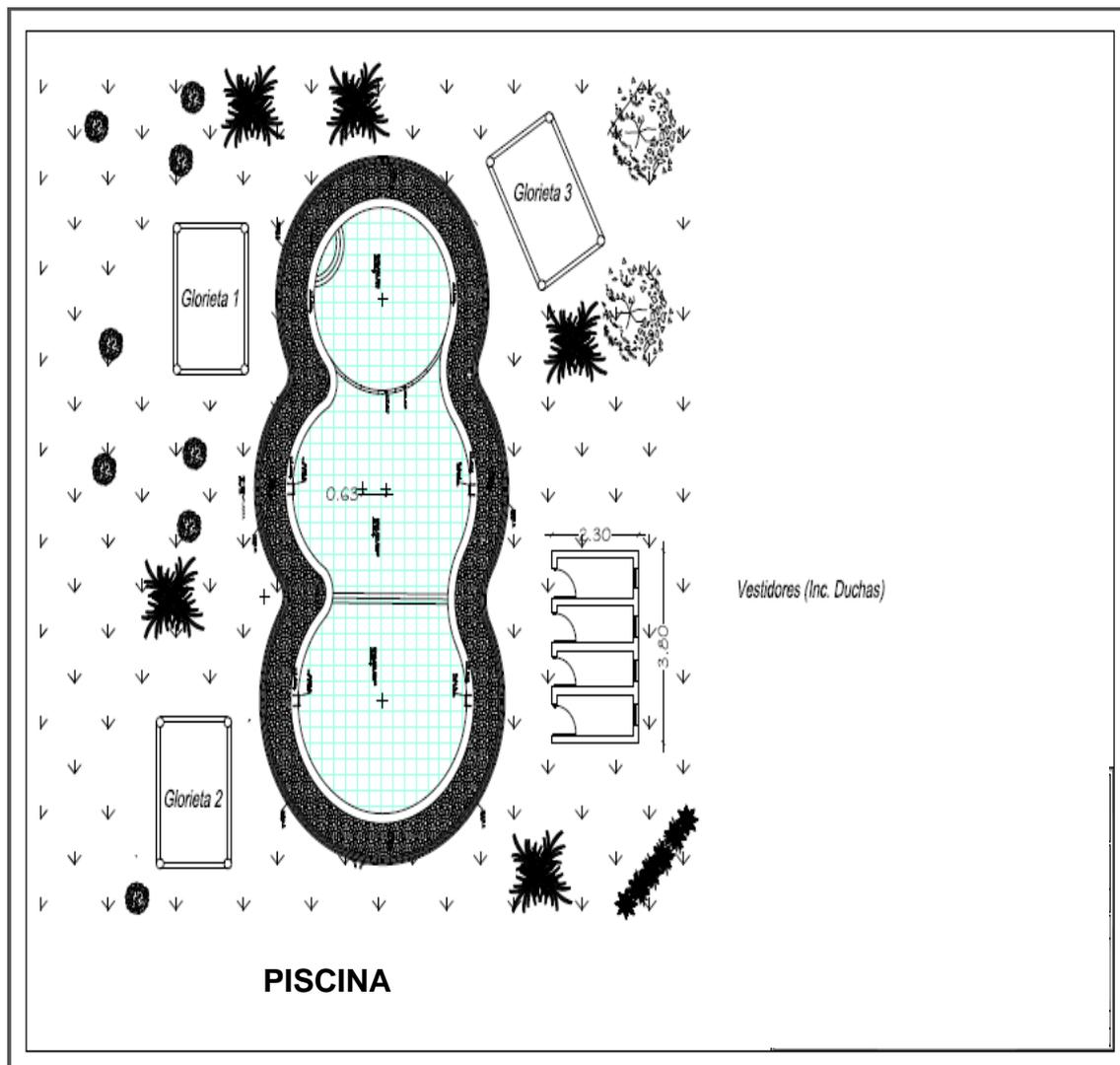


Figura 41. Área de piscina

Elaborado por: Marco Guamán

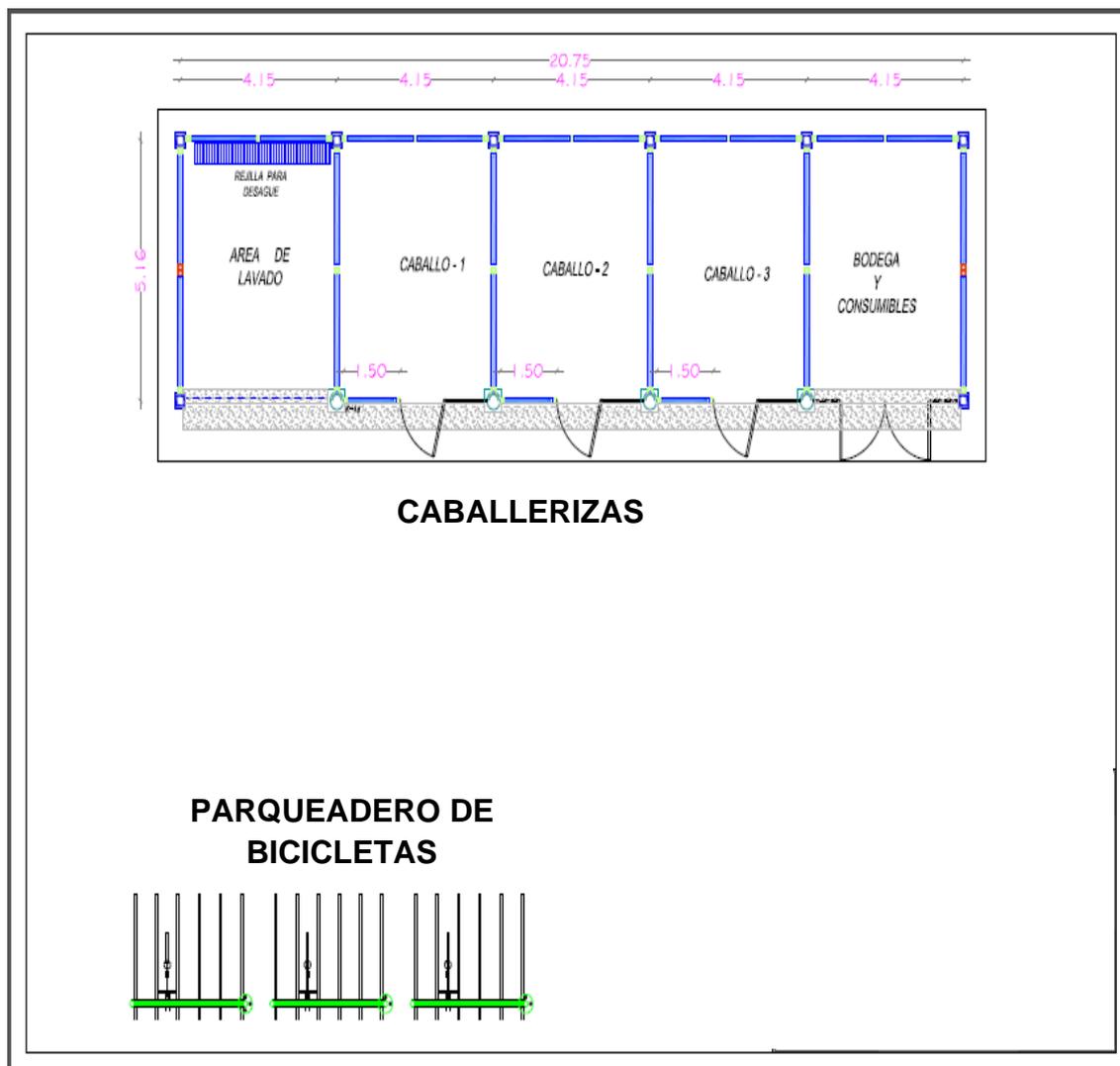


Figura 42. Área de caballerizas y parqueadero de bicicletas

Elaborado por: Marco Guamán

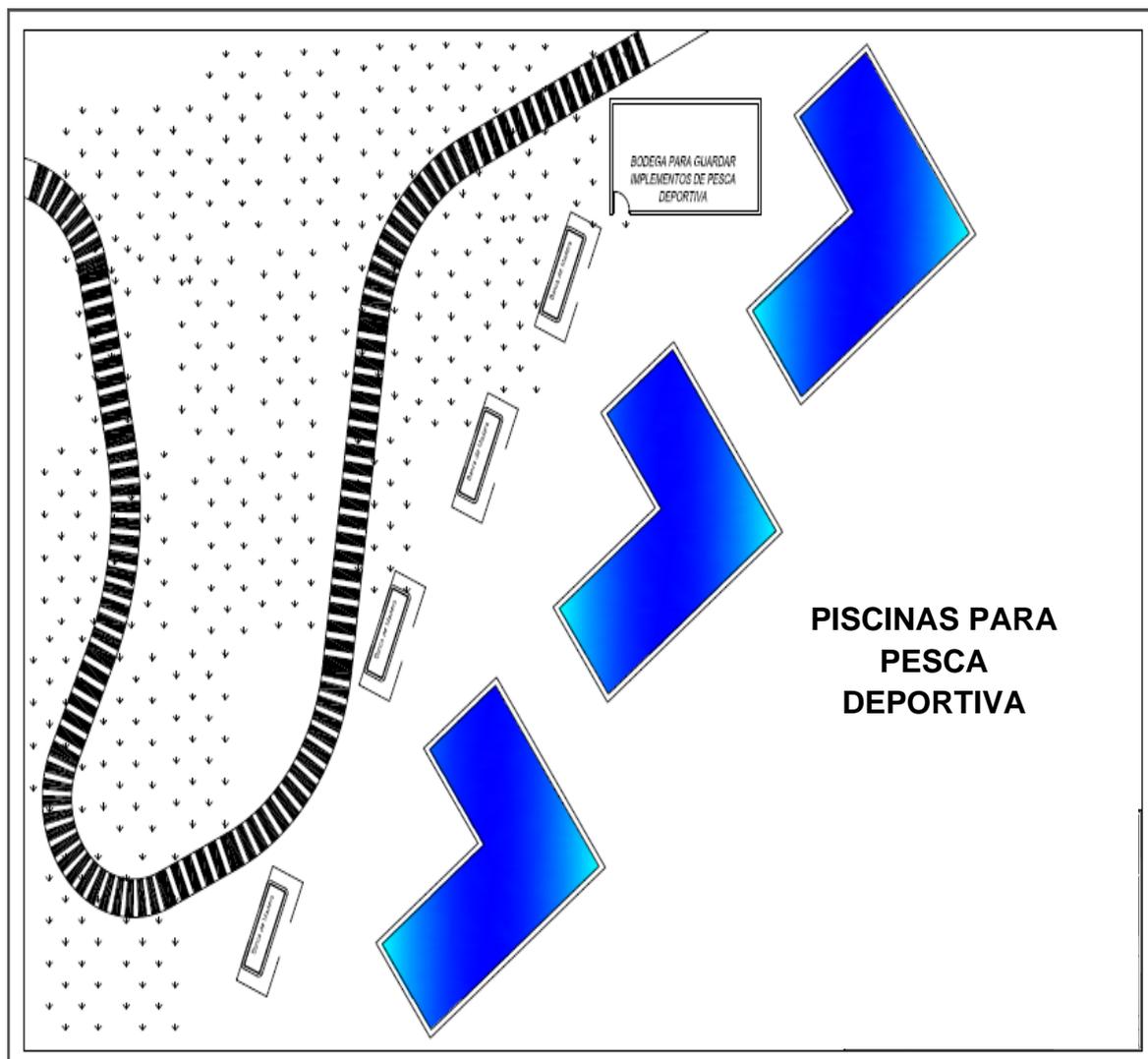


Figura 43. Área de piscina para pesca deportiva

Elaborado por: Marco Guamán

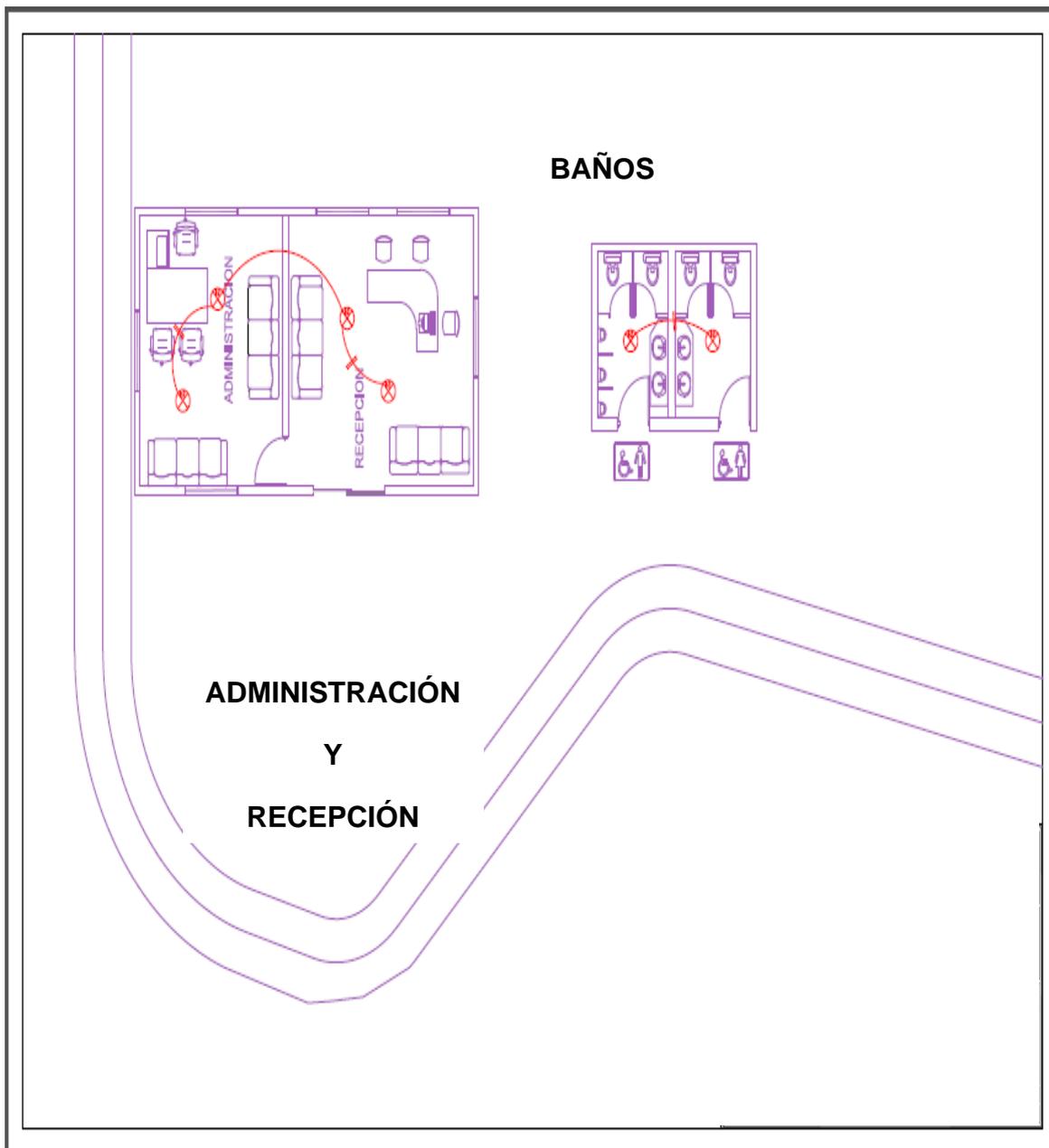
a) Instalaciones eléctricas

Figura 44. Instalaciones eléctricas del área de administración y recepción

Elaborado por: Marco Guamán



Figura 45. Instalaciones eléctricas del área de hospedaje y cocina - comedor

Elaborado por: Marco Guamán

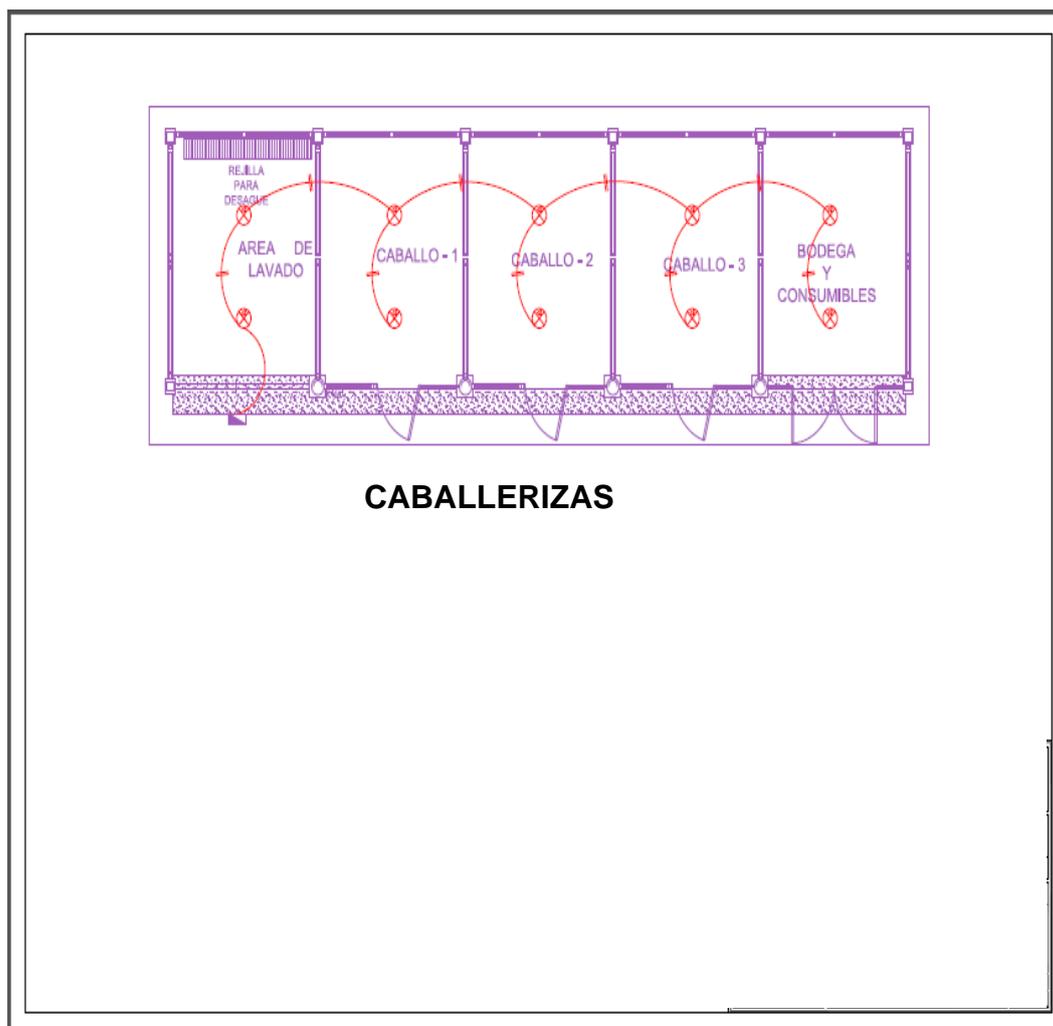


Figura 46. Instalaciones eléctricas del área de caballerizas

Elaborado por: Marco Guamán

Simbología de las instalaciones eléctricas

SIMBOLOGÍA	
SIMBOLO	DESCRIPCIÓN
	CIRCUITOS DE ILUMINACIÓN
	LUCES CON BOQUILLAS
c2	CONMUTADOR
	TABLERO PRINCIPAL

Figura 47. Simbología de las instalaciones eléctricas

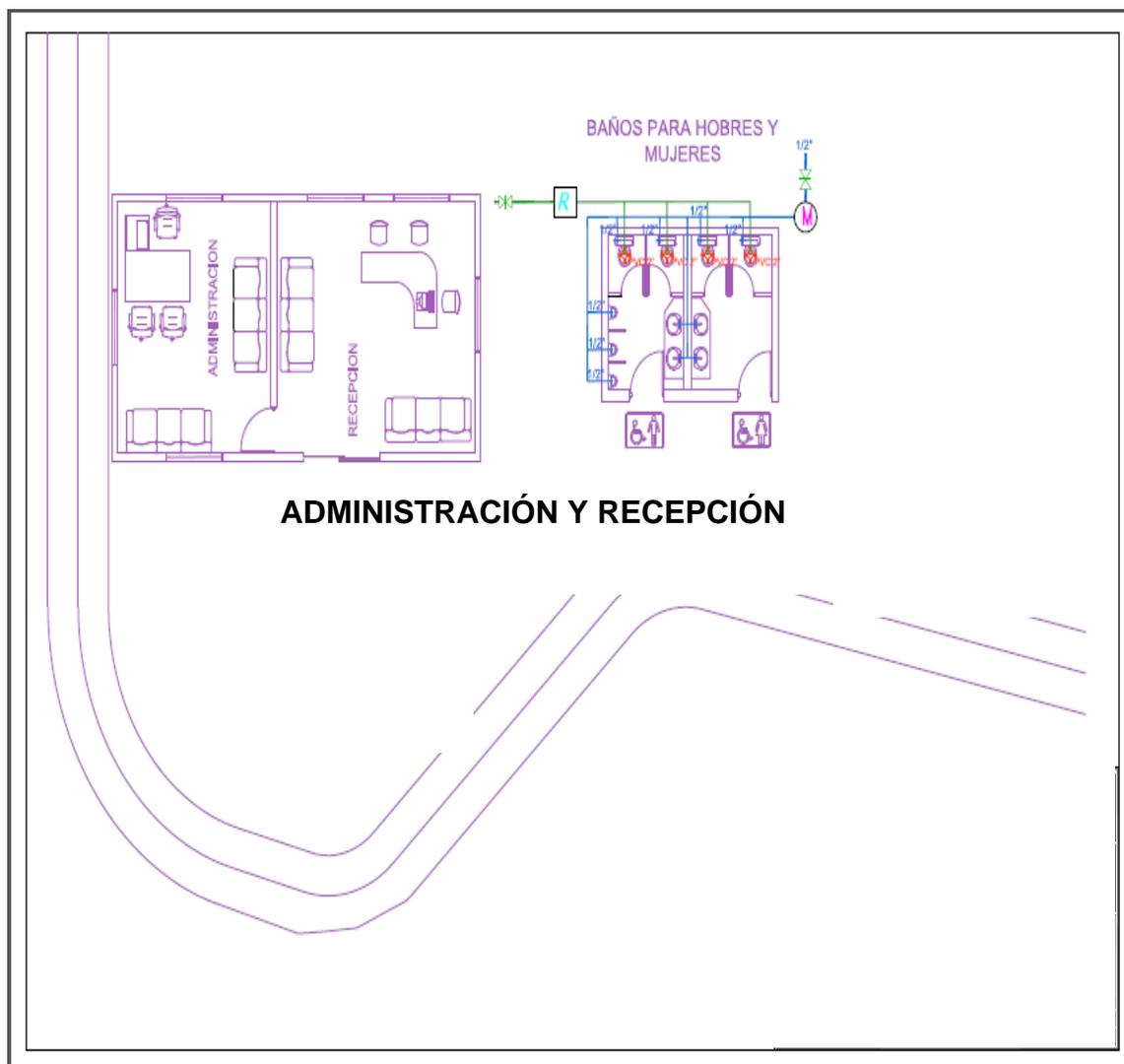
b) Instalaciones sanitarias y de agua potable

Figura 48. Instalaciones sanitarias y de agua potable del área de administración y recepción

Elaborado por: Marco Guamán



Figura 49. Instalaciones sanitarias y de agua potable del área de hospedaje y cocina - comedor

Elaborado por: Marco Guamán

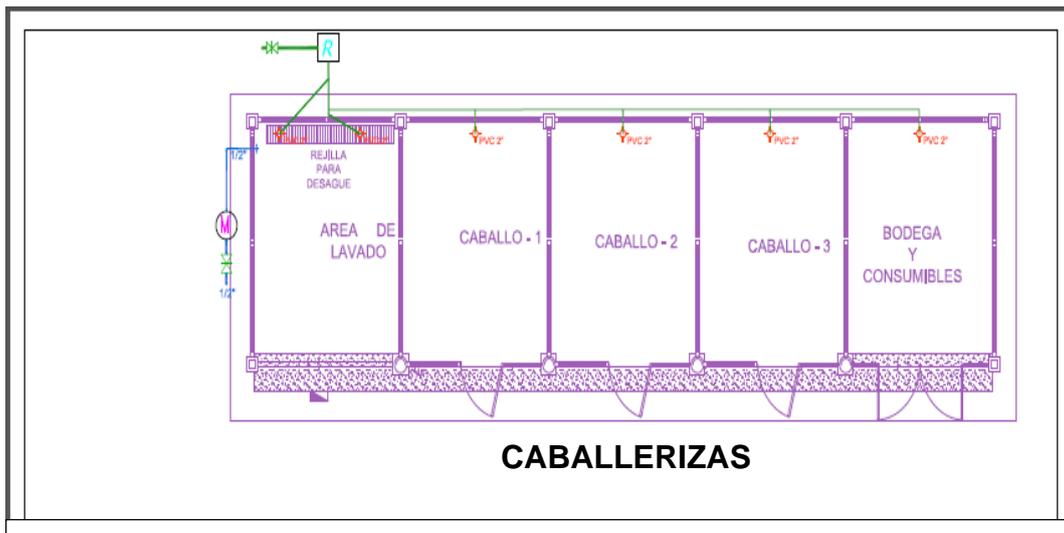


Figura 50. Instalaciones sanitarias y de agua potable del área de caballerizas

Elaborado por: Marco Guamán

Simbología de instalaciones sanitarias y de agua potable

SIMBOLOGÍA	
SIMBOLO	DESCRIPCIÓN
	TUBERIA PVC DE DESAGÜE 4" PLASTIGAMA
	TUBERIA PVC DE DESAGÜE 2" PLASTIGAMA
	SUMIDERO DE TUBERIA PVC DE 2"
	SUMIDERO DE TUBERIA PVC DE 4"
	CAJA DE REVISION
	HACIA RED DE ALCANTARILLADO
	SALIDA DE AGUA FRIA
	TUBERIA 1/2" AGUA FRIA EN PVC PLASTIGAMA
	ACOMETIDA PRINCIPAL
	MEDIDOR

Figura 51. Simbología de instalaciones sanitarias y de agua potable

2) Análisis de precios unitarios (APU)

Los costos para la construcción se establecieron de manera minuciosa a través del análisis de precios unitarios (APU).

Tabla 72. Análisis de precios unitarios

Presupuesto					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	Alojamientos dobles (5u)				9.163,35
1.001	Excavaciones de terreno normal 0-3 m	M3	53,30	11,02	587,37
1.002	Hormigón simple f'c = 210 kg/cm ² (para plintos, columnas y vigas)	M3	3,26	172,37	561,93
1.003	Pared con madera del sitio (inc. Instalación)	M2	250,00	1,72	430,00
1.004	Cerámica para piso	M2	6,25	22,43	140,19
1.005	Cerámica para paredes (30x20)	M2	3,20	22,57	72,22
1.006	Instalaciones de agua fría de 1/2 "	Global	10,00	44,26	442,60
1.007	Instalaciones eléctricas (foco + interruptor)	Pto	10,00	61,14	611,40
1.008	Instalaciones eléctricas para tomacorriente	Pto	10,00	28,20	282,00
1.009	Instalaciones sanitarias tubo pvc de 4" y 2"	Global	10,00	104,48	1.044,80
1.010	Suministro e instalación de lavamanos incluye accesorios y grifería	U	5,00	66,25	331,25
1.011	Suministro y colocación de inodoro incluye accesorios	U	5,00	81,04	405,20
1.012	Ventanas de hierro y vidrio de 4 mm	U	5,00	59,10	295,50
1.013	Enlucido con mortero 1:2	M2	20,00	7,40	148,00
1.014	Suministro e instalación de teja (inc. Base para teja)	M2	125,00	19,61	2.451,25
1.015	Puerta y ventana de madera según especificación	U	5,00	190,99	954,95
1.016	Instalaciones eléctricas para ducha (inc. Ducha económica)	Pto	5,00	54,94	274,70
1.017	Piso de madera	M2	6,10	21,31	129,99

2	Alojamientos triples (5u)				11.581,42
2.001	Excavaciones de terreno normal 0-3 m	M3	70,00	11,02	771,40
2.002	Hormigón simple f'c = 210 kg/cm2 (para plintos, columnas y vigas)	M3	4,50	172,37	775,67
2.003	Pared con madera del sitio (inc. Instalación)	M2	325,00	1,72	559,00
2.004	Cerámica para piso	M2	8,00	22,43	179,44
2.005	Cerámica para paredes (30x20)	M2	4,20	22,57	94,79
2.006	Instalaciones de agua fría de 1/2 "	Global	13,00	44,26	575,38
2.007	Instalaciones eléctricas (foco + interruptor)	Pto	13,00	61,14	794,82
2.008	Instalaciones eléctricas para tomacorriente	Pto	13,00	28,20	366,60
2.009	Instalaciones sanitarias tubo pvc de 4" y 2"	Global	13,00	104,48	1.358,24
2.010	Suministro e instalación de lavamanos incluye accesorios y grifería	U	7,00	66,25	463,75
2.011	Suministro y colocación de inodoro incluye accesorios	U	7,00	81,04	567,28
2.012	Ventanas de hierro y vidrio de 4 mm	U	5,00	59,10	295,50
2.013	Enlucido con mortero 1:2	M2	26,00	7,40	192,40
2.014	Suministro e instalación de teja (inc. Base para teja)	M2	162,00	19,61	3.176,82
2.015	Puerta y ventana de madera según especificación	U	5,00	190,99	954,95
2.016	Instalaciones eléctricas para ducha (inc. Ducha económica)	Pto	5,00	54,94	274,70
2.017	Piso de madera	M2	6,10	29,62	180,68
3	Alojamientos simples (3u)				4.956,49
3.001	Excavaciones de terreno normal 0-3 m	M3	27,00	11,02	297,54
3.002	Hormigón simple f'c = 210 kg/cm2 (para plintos, columnas y vigas)	M3	2,00	172,37	344,74
3.003	Pared con madera del sitio (inc. Instalación)	M2	125,00	1,72	215,00
3.004	Cerámica para piso	M2	3,00	22,43	67,29
3.005	Cerámica para paredes (30x20)	M2	2,00	22,57	45,14
3.006	Instalaciones de agua fría de 1/2 "	Global	5,00	44,26	221,30

3.007	Instalaciones eléctricas (foco + interruptor)	Pto	5,00	61,14	305,70
3.008	Instalaciones eléctricas para tomacorriente	Pto	5,00	28,20	141,00
3.009	Instalaciones sanitarias tubo pvc de 4" y 2"	Global	5,00	104,48	522,40
3.010	Suministro e instalación de lavamanos incluye accesorios y grifería	U	3,00	66,25	198,75
3.011	Suministro y colocación de inodoro incluye accesorios	U	3,00	81,04	243,12
3.012	Ventanas de hierro y vidrio de 4 mm	U	3,00	59,10	177,30
3.013	Enlucido con mortero 1:2	M2	10,00	7,40	74,00
3.014	Suministro e instalación de teja (inc. Base para teja)	M2	63,00	19,61	1.235,43
3.015	Puerta y ventana de madera según especificación	U	3,00	190,99	572,97
3.016	Instalaciones eléctricas para ducha (inc. Ducha económica)	Pto	3,00	54,94	164,82
3.017	Piso de madera	M2	6,10	21,31	129,99
4	Piscina				7.557,24
4.001	Excavaciones de terreno normal 0-3 m	M3	72,00	11,02	793,44
4.002	Replanto de piedra	M2	77,00	8,66	666,82
4.003	Hormigón ciclópeo (60% hsf'c=210 kg/cm2 y 40% piedra)	M3	3,50	107,21	375,24
4.004	Hormigón simple f'c = 210 kg/cm2 (para plintos, columnas y vigas)	M3	2,60	172,37	448,16
4.005	Acero de refuerzo fy = 4200 kg/cm2 (incluye doblado y corte)	Kg	120,00	2,00	240,00
4.006	Cerámica para piso	M2	32,00	22,43	717,76
4.007	Instalaciones de agua fría de 1/2 "	Global	5,00	44,26	221,30
4.008	Instalaciones sanitarias tubo pvc de 4" y 2"	Global	4,00	104,48	417,92
4.001	Vestidores (inc. Duchas)				3.547,52
4.001.001	Replanto de piedra	M2	8,70	8,66	75,34
4.001.002	Hormigón simple f'c = 210 kg/cm2 (para plintos, columnas y vigas)	M3	0,60	172,37	103,42
4.001.003	Mampostería de ladrillo	M2	180,00	12,19	2.194,20
4.001.004	Acero de refuerzo fy = 4200 kg/cm2 (incluye doblado y corte)	Kg	26,00	2,00	52,00

4.001.005	Cerámica para paredes (30x20)	M2	40,00	22,57	902,80
4.001.006	Instalaciones eléctricas para ducha (inc. Ducha económica)	Pto	4,00	54,94	219,76
4.002	Glorietas de caña guadua				129,08
4.002.001	Desbroce y limpieza	M2	12,00	4,24	50,88
4.002.002	Excavaciones de terreno normal 0-3 m	M3	0,20	11,02	2,20
4.002.003	Sum. E instalación. Caña guadua cepillada	M1	80,00	0,95	76,00
5	Cocina, comedor, bodega y baños				11.834,65
5.001	Desbroce y limpieza	M2	132,00	4,24	559,68
5.002	Excavaciones de terreno normal 0-3 m	M3	26,00	11,02	286,52
5.003	Replantillo de piedra	M2	132,00	8,66	1.143,12
5.004	Hormigón simple f'c = 210 kg/cm ² (para plintos, columnas y vigas)	M3	3,60	172,37	620,53
5.005	Mampostería de ladrillo	M2	214,00	12,19	2.608,66
5.006	Cerámica para piso	M2	20,00	22,43	448,60
5.007	Cerámica para paredes (30x20)	M2	12,00	22,57	270,84
5.008	Instalaciones de agua fría de 1/2 "	Global	6,00	44,26	265,56
5.009	Instalaciones eléctricas (foco + interruptor)	Pto	6,00	61,14	366,84
5.010	Instalaciones eléctricas para tomacorriente	Pto	6,00	28,20	169,20
5.011	Instalaciones sanitarias tubo pvc de 4" y 2"	Global	6,00	104,48	626,88
5.012	Suministro e instalación de lavamanos incluye accesorios y grifería	U	4,00	66,25	265,00
5.013	Suministro y colocación de inodoro incluye accesorios	U	4,00	81,04	324,16
5.014	Ventanas de hierro y vidrio de 4 mm	U	3,00	59,10	177,30
5.015	Enlucido con mortero 1:2	M2	26,00	7,40	192,40
5.016	Suministro e instalación de teja (inc. Base para teja)	M2	140,00	19,61	2.745,40
5.017	Puerta y ventana de madera según especificación	U	4,00	190,99	763,96
6	Piscinas para pesca deportiva				3.428,91

6.001	Excavaciones de terreno normal 0-3 m	M3	54,00	11,02	595,08
6.002	Hormigón ciclópeo (60% hsf'c=210 kg/cm2 y 40% piedra)	M3	12,00	107,21	1.286,52
6.001	Bodega para implementos de pesca				1.547,31
6.001.001	Desbroce y limpieza	M2	25,00	4,24	106,00
6.001.002	Replanto de piedra	M2	32,00	8,66	277,12
6.001.003	Acero de refuerzo fy = 4200 kg/cm2 (incluye doblado y corte)	Kg	20,00	2,00	40,00
6.001.004	Puerta y ventana de madera según especificación	U	1,00	190,99	190,99
6.001.005	Hormigón simple f'c = 210 kg/cm2 (para plintos, columnas y vigas)	M3	0,80	172,37	137,90
6.001.006	Suministro e instalación de teja (inc. Base para teja)	M2	36,00	19,61	705,96
6.001.007	Instalaciones eléctricas para tomacorriente	Pto	1,00	28,20	28,20
6.001.008	Instalaciones eléctricas (foco + interruptor)	Pto	1,00	61,14	61,14
7	Caballerizas				9.995,39
7.001	Excavaciones de terreno normal 0-3 m	M3	12,00	11,02	132,24
7.002	Replanto de piedra	M2	46,00	8,66	398,36
7.003	Mampostería de ladrillo	M2	450,00	12,19	5.485,50
7.004	Puerta y ventana de madera según especificación	U	5,00	190,99	954,95
7.005	Suministro e instalación de teja (inc. Base para teja)	M2	120,00	19,61	2.353,20
7.006	Instalaciones de agua fría de 1/2 "	Global	1,00	44,26	44,26
7.007	Instalaciones sanitarias tubo pvc de 4" y 2"	Global	6,00	104,48	626,88
8	Parqueadero para autos y bicicletas				360,50
8.001	Replanteo y nivelación	M2	40,00	0,23	9,20
8.002	Sum. Y colocación de adoquín normal (inc. Arena fina + mejoramiento de suelo)	M2	30,00	1,96	58,80
8.003	Sum. E instalación. Implementos de parqueo para bicicletas	Global	15,00	19,50	292,50
9	Juegos infantiles				891,62
9.001	Desbroce y limpieza	M2	80,00	4,24	339,20

9.002	Replanteo y nivelación	M2	80,00	0,23	18,40
9.003	Sum. E instalación. Implementos para parque infantil	Global	1,00	534,02	534,02
10	Administración y recepción				11.501,58
10.001	Desbroce y limpieza	M2	52,00	4,24	220,48
10.002	Excavaciones de terreno normal 0-3 m	M3	11,00	11,02	121,22
10.003	Replantillo de piedra	M2	52,00	8,66	450,32
10.004	Hormigón simple f'c = 210 kg/cm2 (para plintos, columnas y vigas)	M3	1,30	172,37	224,08
10.005	Pared y piso con madera del sitio (inc. Instalación)	M2	450,00	1,72	774,00
10.006	Instalaciones eléctricas (foco + interruptor)	Pto	2,00	61,14	122,28
10.007	Instalaciones eléctricas para tomacorriente	Pto	4,00	28,20	112,80
10.008	Enlucido con mortero 1:2	M2	120,00	7,40	888,00
10.009	Suministro e instalación de teja (inc. Base para teja)	M2	32,00	19,61	627,52
10.010	Puerta y ventana de madera	U	2,00	190,99	381,98
10.001	Baños para hombres y mujeres para el área de administración y recepción				7.578,90
10.001.001	Desbroce y limpieza	M2	20,00	4,24	84,80
10.001.002	Excavaciones de terreno normal 0-3 m	M3	3,00	11,02	33,06
10.001.003	Acero de refuerzo fy = 4200 kg/cm2 (incluye doblado y corte)	Kg	12,00	2,00	24,00
10.001.004	Hormigón simple f'c = 210 kg/cm2 (para plintos, columnas y vigas)	M3	0,60	172,37	103,42
10.001.005	Mampostería de ladrillo	M2	220,00	12,19	2.681,80
10.001.006	Enlucido con mortero 1:2	M2	86,56	7,40	640,54
10.001.007	Cerámica para piso	M2	12,00	22,43	269,16
10.001.008	Cerámica para paredes (30x20)	M2	16,00	22,57	361,12
10.001.009	Instalaciones eléctricas para tomacorriente	Pto	2,00	28,20	56,40
10.001.010	Instalaciones eléctricas (foco + interruptor)	Pto	2,00	61,14	122,28
10.001.011	Instalaciones de agua fría de 1/2 "	Global	11,00	44,26	486,86

10.001.012	Instalaciones sanitarias tubo pvc de 4" y 2"	Global	11,00	104,48	1.149,28
10.001.013	Ventanas de hierro y vidrio de 4 mm	U	2,00	59,10	118,20
10.001.014	Suministro e instalación de lavamanos incluye accesorios y grifería	U	4,00	66,25	265,00
10.001.015	Suministro y colocación de inodoro incluye accesorios	U	4,00	81,04	324,16
10.001.016	Puerta metálica según especificación (70 x 170)	U	4,00	119,21	476,84
10.001.017	Puerta y ventana de madera según especificación	U	2,00	190,99	381,98
11	Cancha de uso múltiple				3.116,71
11.001	Replanteo y nivelación	M2	45,76	1,19	54,45
11.002	Excavaciones de terreno	M3	22,82	7,71	175,94
11.003	Empedrado con piedra bola e=20cm	M2	9,15	8,99	82,26
11.004	Hormigón simple f'c=188kg/cm2	M3	4,58	107,58	492,72
11.005	Demarcado de cancha	M1	253,77	2,18	553,22
11.006	Aros y arcos	Global	2,00	702,70	1.405,40
11.007	Masilla do y alisado pisos/lozas mortero 1:3	M2	53,20	6,63	352,72
12	Áreas verdes				6.534,98
12.001	Limpieza manual del terreno	M2	743,77	0,86	639,64
12.002	Replanteo y nivelación	M2	743,77	1,19	885,09
12.003	Jardineras	M2	5,00	15,83	79,15
12.004	Bordillos perimetrales de hormigón simple f'c=180kg/cm2	M3	2,05	111,95	229,50
12.005	Encepado del suelo 7cm	M2	150,00	31,34	4.701,00
Subtotal					92.704,95
				I.V.A 12%	11.124,59
Total					103.829,54
SON: CIENTO TRES MIL OCHOCIENTOS VEINTE Y NUEVE CON 54/100 DÓLARES					

Elaborado por: Marco Guamán

d. Determinación del proceso productivo

1) Recetas del menú

Para el área de alimentación se diseñaron los 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 73. *Requerimiento de infraestructura turística*

Activos fijos	Costo total
Terreno	\$ 30.000,00
Construcción de la infraestructura turística	\$ 103.829,54
Total	\$ 133.829,54

Fuente: Investigación secundaria
Elaborado por: Gabriela Castillo

3) Requerimientos del área productiva

a) Requerimiento de vehículo

Tabla 74. *Vehículo*

Descripción	Precio total
Camioneta Doble cabina Chevrolet Luv Dimax4x2	\$ 24.000,00
Moto Suzuki GD 115/4 Tiempos 9.2 LT	\$ 2.669,00
Moto podadora Murray Modelo TM42L15G6	\$ 2.330,65
Total	\$ 28.999,65

Fuente: Investigación secundaria
Elaborado por: Gabriela Castillo

b) Requerimiento de muebles y encerados

Tabla 75. *Requerimiento de muebles y encerados*

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Muebles y encerados				
Área de alojamiento				
Cama 2 plazas laurel	U	3	\$ 110,00	\$ 330,00

Cama 1,5 plazas laurel	U	25	\$ 95,00	\$ 2.375,00
Veladores laurel	U	21	\$ 35,00	\$ 735,00
Closets de madera empotrados en la pared (1.10 x 2.10 m)	U	13	\$ 350,00	\$ 4.550,00
Silla de madera para dormitorio	U	16	\$ 150,00	\$ 2.400,00
Subtotal 1				\$ 10.390,00
Área de alimentación				
Juego de comedor de madera lacada para 4 personas (1.08 m x 83 cm)	U	8	\$ 110,00	\$ 880,00
Juego de comedor de madera lacada para 2 personas (80x80 cm)	U	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Muebles de cocina (1.20 x 1.10 m)	U	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Subtotal 2				\$ 1.210,00
Área de recreación				
Canchas de uso múltiple				
Bancas de madera (1.20x2.06 m)	U	4	\$ 45,00	\$ 180,00
Balones de futbol Mikasa	U	4	\$ 38,00	\$ 152,00
Balones de básquet Mikasa	U	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Subtotal 4				\$ 472,00
Piscina				
Mesas redondas plásticas Pica	U	3	\$ 11,00	\$ 33,00
Silla plástica con brazo Pica	U	12	\$ 7,60	\$ 91,20
Subtotal 5				\$ 124,20
Total				\$ 12.196,20

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

c) Requerimiento de equipo

Tabla 76. Requerimiento de equipo

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Equipos				
Área de alojamiento				
Lámpara colgante de dormitorio	U	13	\$ 35,95	\$ 467,35
Televisor LG 32 pulgadas	U	13	\$ 446,00	\$ 5.798,00
Lavadora LG 40 lb	U	1	\$ 930,00	\$ 930,00
Secadora Whirlpool 40 lb	U	1	\$ 1.274,00	\$ 1.274,00
Subtotal 1				\$ 8.469,35
Área de alimentación				

Cocina industrial 4 quemadores con tanque de gas	U	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Sanducera Oster	U	1	\$ 127,00	\$ 127,00
Microondas Mabe	U	1	\$ 176,00	\$ 176,00
Refrigeradora Indurama 381 lt	U	1	\$ 831,00	\$ 831,00
Licuada Oster	U	1	\$ 122,00	\$ 122,00
Batidora Oster	U	1	\$ 131,00	\$ 131,00
Extractor de olores de 4 quemadores Mabe	U	1	\$ 141,00	\$ 141,00
Extintor de incendio Tritón	U	1	\$ 25,21	\$ 25,21
Lámpara colgante	U	3	\$ 65,00	\$ 195,00
Mini componente LG 800 w	U	1	\$ 357,00	\$ 357,00
Subtotal 2				\$ 2.355,21
Actividades recreativas				
Pesca deportiva				
Equipo de pesca (caña y anzuelo) Fiish	U	9	\$ 23,18	\$ 208,62
Subtotal 3				\$ 208,62
Cabalgata				
Equipo para cabalgata (cabezada y silla de montar) Doma	U	3	\$ 139,95	\$ 419,85
Caballo	U	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00
Subtotal 4				\$ 2.219,85
Ciclo paseo				
Cascos Bikester	U	10	\$ 36,30	\$ 363,00
Rodilleras (par) Bikester	U	10	\$ 41,95	\$ 419,50
Guantes (par) Bikester	U	10	\$ 44,90	\$ 449,00
Bicicleta de montaña Fuji	U	10	\$ 649,90	\$ 6.499,00
Subtotal 5				\$ 7.730,50
Total				\$ 20.983,53

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

d) Requerimiento de menaje

Tabla 77.Requerimiento de menaje

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Menaje				
Área de alojamiento				
Colchón 2 plazas imperial	U	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Colchón 1,5 plazas imperial	U	25	\$ 99,00	\$ 2.475,00

Edredones 2 plazas	U	3	\$ 35,99	\$ 107,97
Edredones 1,5 plazas	U	25	\$ 29,99	\$ 749,75
Juego de sábanas de 2 plazas 4 pzs	U	3	\$ 28,00	\$ 84,00
Juego de sábanas de 1.5 plazas 4 pzs	U	25	\$ 22,00	\$ 550,00
Almohadas (7x50 cm) Orcanta	U	6	\$ 8,00	\$ 48,00
Almohada (45x45 cm) Orcanta	U	28	\$ 5,09	\$ 142,52
Cortinas de dormitorio (1.10 x 2.00 m)	U	13	\$ 37,00	\$ 481,00
Cortinas de baño (1.80 x 1.80 m)	U	13	\$ 7,00	\$ 91,00
Juego de toallas (grande 138 x 68 cm, mediana 100x50 cm y de mano Dream Lover	U	13	\$ 16,00	\$ 208,00
Decoración				
Decoración habitación				
Cuadros (60x60 cm)	U	13	\$ 42,98	\$ 558,74
Decoración baño				
Espejo (45x55 cm)	U	13	\$ 35,00	\$ 455,00
Basurero redondo de acero 7 lt	U	13	\$ 18,70	\$ 243,10
Juego de accesorios de baño 6 piezas línea Design	U	13	\$ 45,73	\$ 594,49
Subtotal 1				\$ 7.148,57
Área de alimentación				
Utensilios de cocina				
Ollas grandes UNCO n. 45	U	2	\$ 102,65	\$ 205,30
Ollas medianas UNCO n. 40	U	2	\$ 75,40	\$ 150,80
Ollas pequeñas UNCO n. 36	U	2	\$ 61,25	\$ 122,50
Juego de ollas de 4 piezas UNCO	U	1	\$ 38,50	\$ 38,50
Juego de sartenes 3 piezas UNCO	U	2	\$ 22,60	\$ 45,20
Tabla para picar de plástico (32x25 cm) Pica	U	2	\$ 3,75	\$ 7,50
Cucharon aluminio UNCO	U	2	\$ 5,75	\$ 11,50
Cucharon plástico Pica	U	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Cuchareta Tramontina	U	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Batidor de mano Tramontina	U	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Charol grande de plástico Pica	U	2	\$ 4,10	\$ 8,20
Charol de hierro enlosado (60x35 cm)	U	2	\$ 14,95	\$ 29,90
Pinzas de alimentos de acero Tramontina	U	2	\$ 3,65	\$ 7,30
Espátula de plástico Pica	U	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Set de cuchillos 3 piezas Tramontina	U	2	\$ 15,10	\$ 30,20
Juego de coladores 3 piezas Tramontina	U	1	2,45	\$ 2,45
Exprimidor de limón de plástico Pica	U	2	\$ 1,50	\$ 3,00

Legumbreira 3 piezas Pica	U	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Platero de plástico Pica	U	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Salseros de plástico de 3 piezas Pica	U	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Cristalería				
Jarra para jugo cristal	U	2	\$ 2,90	\$ 5,80
Jarra para agua cristal	U	2	\$ 2,90	\$ 5,80
Azucarera cristal	U	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Salero cristal	U	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Docena de vasos para jugo cristal	U	2	\$ 9,90	\$ 19,80
Docena de vasos para agua cristal	U	2	\$ 6,90	\$ 13,80
Cubertería				
Docena de cucharas soperas Best	U	2	\$ 3,75	\$ 7,50
Docenas de cucharas pequeñas Best	U	2	\$ 2,80	\$ 5,60
Docena de cuchillos de mesa Best	U	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Docena de tenedores Best	U	2	\$ 3,75	\$ 7,50
Vajilla				
Docena de platos soperos Best	U	2	\$ 22,50	\$ 45,00
Docena de platos base Best	U	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Docena de platos fuerte Best	U	2	\$ 48,00	\$ 96,00
Docena de platos para postre Best	U	2	\$ 13,50	\$ 27,00
Docena de platos para tasas Best	U	2	\$ 12,50	\$ 25,00
Docena de tasas Best	U	2	\$ 16,00	\$ 32,00
Decoración del restaurante				
Azucarero cristal	U	8	\$ 3,50	\$ 28,00
Saleros cristal	U	8	\$ 1,25	\$ 10,00
Pimentero cristal	U	8	\$ 1,25	\$ 10,00
Esenciero cristal	U	8	\$ 5,25	\$ 42,00
Porta servilletas de cerámica	U	8	\$ 6,00	\$ 48,00
Dispensador de agua de cerámica	U	1	\$ 18,90	\$ 18,90
Decoración interna de la cocina				
Basurero de plástico pica	U	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Decoración baño				
Basurero de plástico Pica	U	2	\$ 7,50	\$ 15,00
Espejo (45x55 cm)	U	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Dispensador de jabón líquido Kimberly Clark 500 ml	U	2	\$ 27,69	\$ 55,38
Dispensador de papel higiénico Kimberly Clark	U	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Dispensador de toallas papel Kimberly Clark	U	2	\$ 17,68	\$ 35,36

Subtotal 2				\$ 1.477,29
Área de recreación				
Piscina				
Canasta para ropa de plástico Pica	U	6	\$ 4,25	\$ 25,50
Áreas verdes				
Manguera 20 m	U	1	\$ 16,00	\$ 16,00
Azadón mediano	U	1	\$ 10,87	\$ 10,87
Paleta de jardinería	U	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Subtotal 3				\$ 55,87
Total				\$ 8.681,73

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

e) Insumos y materiales

Tabla 78. *Insumos y materiales*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Área de hospedaje				
Papel higiénico familia de 24 rollos	20 paquetes	\$ 6,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Jabón de 500 u	2 cajas	\$ 35,00	\$ 70,00	\$ 70,00
Subtotal 1				\$ 1.510,00
Área de alimentación				
Fósforos El sol	1 paquete	\$ 1,20	\$ 1,50	\$ 18,00
Servilletas familia (24x24 cm) 300 u	1 paquete	\$ 1,05	\$ 1,05	\$ 12,60
Palillos	1 caja	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Papel higiénico institucional Scott jumbo (250 m 2hj) 4 u	1 paquete	\$ 3,22	\$ 12,88	\$ 154,56
Toallas de papel Scott (24x25cm) 175 hojas	2 paquetes	\$ 4,10	\$ 8,20	\$ 98,40
Jabón líquido antibacterial Isabela doy pack 1000 ml x 2 u	2 paquetes	\$ 2,40	\$ 4,80	\$ 57,60
Subtotal 2				\$ 353,16
Área de recreación				
Piscina				
Alguicida liquido	1 u	\$ 14,52	\$ 14,52	\$ 174,24
Cloro liquido 5 kl	1 u	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 780,00
Subtotal 3				\$ 954,24

Pesca deportiva				
Balanceado Pronaca 20 kg	1 u	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 264,00
Subtotal 4				\$ 264,00
Cabalgata				
Balanceado Pronaca 100 lb	2 u	\$ 19,00	\$ 38,00	\$ 456,00
Subtotal 5				\$ 456,00
Áreas verdes				
Plantas ornamentales	100 u	\$ 1,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Subtotal 6				\$ 100,00
Insumos generales para de limpieza y aseo				
Esponja mixta estrella 10 g x 3 u	2 paquetes	\$ 0,33	\$ 0,66	\$ 7,92
Estropajo de alambre estrella	2 paquetes	\$ 0,50	\$ 1,00	\$ 12,00
Cloro clorox galón 3800 ml	2 unidades	\$ 3,35	\$ 6,70	\$ 80,40
Desinfectante fabuloso 1 lt	2 unidades	\$ 1,69	\$ 3,38	\$ 40,56
Detergente deja 5 kg	2 paquetes	\$ 6,99	\$ 13,98	\$ 167,76
Aromatizante suavitel 1000 ml	2 paquetes	\$ 4,90	\$ 9,80	\$ 117,60
Lavavajilla en crema axión 1.85 g	1 paquete	\$ 2,99	\$ 2,99	\$ 35,88
Funda para basura tamaño normal 10 u	4 paquetes	\$ 0,85	\$ 3,40	\$ 40,80
Fundas de basura industriales 10 u	4 paquetes	\$ 1,25	\$ 5,00	\$ 60,00
Escoba cerda fina plástica La brujita	4 u	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Escoba cerda gruesa plástica La brujita	4 u	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 10,00
Trapeadores Imperio	4 u	\$ 2,95	\$ 11,80	\$ 11,80
Balde con escurridora La brujita	4 u	\$ 1,60	\$ 6,40	\$ 6,40
Limpiones de mesa (40x30 cm) 10 u	2 paquetes	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 60,00
Recogedor de plástico La brujita	4 u	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Guantes de caucho	4 u	\$ 1,90	\$ 7,60	\$ 7,60
Subtotal 7				\$ 674,72
Total				\$ 4.312,12

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

f) Materia prima (área de alimentación)

Tabla 79. Materia prima para el área de alimentación

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo semanal	Costo anual
Grasas				
Mantequilla Girasol	Kg	1	\$ 2,30	\$ 119,60
Aceites				

Aceite La Favorita	Lt	1	\$ 2,50	\$ 130,00
Aceite de oliva	Lt	1	\$ 2,20	\$ 114,40
Achiote La Favorita	Lt	1	\$ 0,90	\$ 46,80
Conservas				
Mermelada	Lata	1	\$ 2,60	\$ 135,20
Pasta de tomate	Lata	1	\$ 3,00	\$ 156,00
Salsa de tomate	Lata	1	\$ 3,00	\$ 156,00
Polvo de hornear Royal	Lata	1	\$ 1,75	\$ 91,00
Leche condensada	Lata	1	\$ 2,30	\$ 119,60
Leche evaporada	Lata	1	\$ 2,50	\$ 130,00
Champiñones	Lata	3	\$ 7,50	\$ 390,00
Caldo de res	Lata	4	\$ 12,40	\$ 644,80
Viveres secos				
Sal yodada	Kl	2	\$ 1,00	\$ 52,00
Harina de trigo Ya	Kg	1	\$ 1,00	\$ 52,00
Azúcar blanca San Carlos	Kg	1	\$ 2,00	\$ 104,00
Chocolate en polvo La Universal	Gr	1	\$ 1,80	\$ 93,60
Café Nescafé	Gr	1	\$ 4,30	\$ 223,60
Grageas	Gr	2	\$ 2,40	\$ 124,80
Granos secos				
Arroz	Kl	1	\$ 13,50	\$ 702,00
Arroz integral	Kl	1	\$ 2,50	\$ 130,00
Garbanzo	Lb	3	\$ 1,35	\$ 70,20
Lácteos				
Leche	Lt	11	\$ 8,25	\$ 429,00
Huevos	Cubeta	3	\$ 9,00	\$ 468,00
Queso de mesa	Unidad	4	\$ 7,00	\$ 364,00
Queso mozzarella	Unidad	1	\$ 4,50	\$ 234,00
Crema de leche	Funda	1	\$ 1,20	\$ 62,40
Embutidos				
Tocino	Lb	6	\$ 19,80	\$ 1.029,60
Viveres frescos				
Zanahoria	Saquillo	1	\$ 6,00	\$ 312,00
Cebolla blanca	Atado	3	\$ 3,75	\$ 195,00
Cebolla paitaña	Saquillo	1	\$ 8,00	\$ 416,00
Pimiento	Saquillo	1	\$ 4,00	\$ 208,00
Limón	Saquillo	1	\$ 3,00	\$ 156,00
Ajo	Atado	2	\$ 4,00	\$ 208,00
Papa	Quintal	1	\$ 17,00	\$ 884,00

Perejil	Atado	2	\$ 0,50	\$ 26,00
Hierbita	Atado	2	\$ 0,50	\$ 26,00
Choclo	Saquillo	1	\$ 7,50	\$ 90,00
Tomate riñón	Caja	1	\$12,00	\$ 624,00
Plátano verde	Cabeza	1	\$ 3,00	\$ 156,00
Yuca	Saco	1	\$ 8,50	\$ 442,00
Culantro	Atado	2	\$ 0,50	\$ 26,00
Espinaca	Atado	4	\$ 1,00	\$ 52,00
Carnes				
Pollo	Unidad	5	\$ 8,50	\$ 442,00
Gallina	Unidad	3	\$28,50	\$ 1.482,00
Costilla de res	Lb	4	\$ 6,00	\$ 312,00
Filete de carne de res	Lb	4	\$10,00	\$ 520,00
Carne de res molida	Lb	3	\$ 7,50	\$ 390,00
Mariscos				
Alevines (Tilapia roja)	Unidad	500	\$25,00	\$ 25,00
Especias				
Comino	Gr	2	\$ 2,20	\$ 114,40
Orégano	Gr	1	\$ 1,10	\$ 57,20
Pimienta	Gr	1	\$ 1,35	\$ 70,20
Licores				
Cerveza	Unidad	3	\$ 3,00	\$ 156,00
Vino tinto	Unidad	1	\$13,00	\$ 676,00
Panes y fideos				
Pan	Unidad	50	\$ 6,00	\$ 312,00
Fideo tallarín	Lb	3	\$11,25	\$ 585,00
Fideo Canelones 250 g	Funda	2	\$ 3,58	\$ 186,16
Frutas				
Guayaba	Caja	1	\$ 4,00	\$ 208,00
Naranja	Saquillo	1	\$ 6,00	\$ 312,00
Mora	Caja	1	\$ 7,50	\$ 390,00
Saborizantes				
Esencia de vainilla	Unidad	1	\$ 1,26	\$ 2,52
Total				\$ 16.734,08

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

g) Talento humano

i. Mano de obra directa

Tabla 80. 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
Área de hospedaje								
1	Ama de llaves	\$ 359,77	\$ 4.317,24	\$ 359,77	\$ 354,00	\$ 403,66	\$ 481,37	\$ 5.916,04
1	Camarera de pisos	\$ 359,27	\$ 4.311,24	\$ 359,27	\$ 354,00	\$ 403,10	\$ 480,70	\$ 5.908,31
Área de alimentación								
1	Cocinero Polivalente	\$ 358,35	\$ 4.300,20	\$ 358,35	\$ 354,00	\$ 402,07	\$ 479,47	\$ 5.894,09
Actividades recreativas								
1	Encargado/ Ayudante del área recreacional	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 397,19	\$ 473,65	\$ 5.826,84
Total								\$23.545,29

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales. 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

ii. Mano de obra indirecta

Tabla 81. 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
Área de alimentación								
1	Mesero	\$ 357,29	\$ 4.287,48	\$ 357,29	\$ 354,00	\$ 400,88	\$ 478,05	\$ 5.877,70
Total								\$ 5.877,70

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales. 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

Tabla 82. Remuneración anual para mano de obra indirecta del área de recreación

N°	Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual
Área de recreación			
Áreas verdes y jardines			
	Siembra de plantas (por 2 días)		
1	Jardinero	\$ 30,00	\$ 60,00
	Mantenimiento cada mes de las áreas verdes		
1	Jardinero	\$ 25,00	\$ 300,00
	Mantenimiento cada 4 meses de los senderos		
1	Peón	\$ 25,00	\$ 75,00
Total			\$ 435,00

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

h) Combustible

Combustible que se utilizará para la adquisición de productos y movilización administrativa.

Tabla 83. Combustible

Combustible	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Gasolina extra	25 galones (mes)	\$ 1,30	\$ 32,50	\$ 390,00
Gas	2 tanques (mes)	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Subtotal				\$ 438,00
Imprevistos 10%				\$ 43,80
Total				\$ 481,80

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

i) Mantenimiento

Para el mantenimiento de los activos fijos se calcula el 1.5% del valor total de estos, siendo el valor de \$ 627.92

j) Servicios básicos

Tabla 84. *Servicios básicos*

Servicios básicos	Proveedor	Costo mensual	Costo anual
Agua	EMAPAR	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Luz	Empresa eléctrica	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Teléfono	CNT	\$ 30,00	\$ 360,00
TV Cable 66 canales	CNT	\$ 184,21	\$ 2.210,52
Internet 15*7 Mbps	CNT	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Subtotal			\$ 7.850,52
Imprevistos 10%			\$ 785,05
Total			\$ 8.635,57

Fuente: Investigación secundaria
Elaborado por: Gabriela Castillo

2. Estudio de mercadotecnia (área comercial)

a. Estrategias de posicionamiento

1) Identificación del nicho de mercado

Por medio del estudio de mercado se ha identificado los siguientes targets que representan a los clientes potenciales las cuales son personas que han aceptado concurrir a un lugar donde puedan acceder a servicios de alimentación, hospedaje y actividades recreativas rodeados de un entorno natural.

A partir del 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 Pichincha (27%) y Azuay (22%) de edades entre 28 a 37 años (46%), con una formación de nivel superior (58%).

b) Target internacional

Los turistas internacionales son procedentes de Estados Unidos (25%) y Alemania (17%) con edades comprendidas entre 38 a 47 años (35%), con una formación de nivel superior (59%).

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 y Cuenca.
- Clima agradable primaveral.
- Servicio de alojamiento en cabañas que permiten una estadía placentera, gracias a la comodidad de sus instalaciones.
- Interrelación entre la naturaleza y ser humano.
- Variedad de espacios verdes para que exista una relación entre el ser humano y la naturaleza.
- Va a operar con responsabilidad social, generando empleo para los habitantes de Huigra y responsabilidad ambiental con forestaciones y mantenimiento de áreas verdes.

ii. Branding

- **Nombre**

El nombre que se escogió para el complejo vacacional es “**La Ninfa**”; debido a que en la mitología griega significa mujer hermosa y los primeros habitantes del pueblo denominaron así al bosque en forma de montaña por su belleza paisajística y diversidad

de flora y fauna, por ende el terreno donde va a ubicarse el proyecto se lo ha nombrado así por estar situado en ese sector.

- **Slogan**

Se establece el siguiente slogan: “**naturaleza y recreación**”; porque envuelve la riqueza de flora y fauna que posee el lugar que combinada con los servicios de alojamiento, alimentación y recreación brindan el ambiente adecuado para el disfrute de los visitantes.

- **Logotipo de la empresa**

Los colores y el logotipo son diseñados pensando en la belleza de la naturaleza y en su gran diversidad.



Figura 52. Logotipo de la empresa

Fuente: Agencia Publicitaria FL

Elaborado por: Luis Vallejo

Componentes del logotipo

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



Montaña: La Ninfa palabra griega con la cual llamaban así a las hermosas



Bosque secundario que se encuentra en las faldas de la montaña lleno de vegetación.



Sol que cobija el paisaje del lugar.

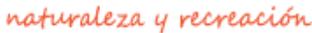


Cabañas autóctonas que conjugan la armonía del lugar.

Tipografía:

Se consideró adecuada una tipografía dinámica, original y llamativa para la palabra La Ninfa.

Tabla 85. Tipografía

Tipografía	Fuente	Utilización
	Vivaldi Italic	Letra utilizada para su nombre ya que presenta rasgos que conjugan la armonía y elegancia.
	Segoe Script	Letra utilizada para su slogan donde representa conjugación para su logotipo.

Fuente: Agencia Publicitaria FL

Elaborado por: Luis Vallejo

Gama cromática de la empresa



El verde más que un color representa la naturaleza, ya que en ella podemos encontrar gran variedad de flora y fauna en las cuales una de sus características es tener este color en su estructura. Por lo tanto, el color verde también adquiere un significado de tranquilidad, armonía, paz, entre otras sensaciones que se perciben cuando te encuentras en un ecosistema de la naturaleza, por lo que también se le asocia con la vida, es decir con todo organismo que puede crecer y desarrollarse. De tal manera que es típico que el color verde se use para promover el cuidado del medio ambiente, ya que las personas lo relacionan automáticamente con este.



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



Azul generosidad, salud, curación, frescor, entendimiento, tranquilidad.



El color amarillo tiene un significado y simbolismo curioso, ya que resulta bastante contradictorio; por un lado se le asocia con la felicidad, la alegría y el optimismo y por el otro, con los celos, la envidia, el egoísmo y algunas enfermedades.



El naranja estimula la mente, renueva la ilusión en la vida y es el perfecto antidepresivo. Es la fuerza intelectual en su pleno apogeo y en plena búsqueda del conocimiento. Aporta bienestar y buen humor.

- **Identidad corporativa**

Para la identidad corporativa se diseñó material gráfico como tarjetas de presentación, hojas membretadas, bolsas y carpetas.



Figura 53. Tarjeta de presentación

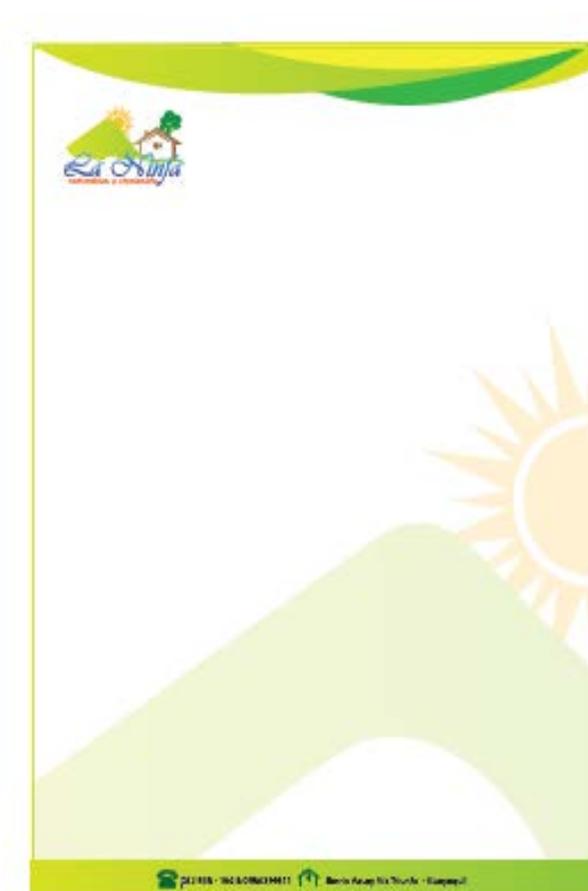


Figura 54. Hoja membretada



Figura 55. Carpeta



Figura 56. Bolsa de papel ecológico

b) Precio

i. Precio de hospedaje

Tabla 86. *Precio de hospedaje*

Hospedaje		
Cabaña	Precio	
	Turistas nacionales	Turistas extranjeros
Simple	\$ 12,00	\$ 14,00
Doble	\$ 24,00	\$ 28,00
Triple	\$ 36,00	\$ 42,00

Elaborado por: Gabriela Castillo

Se estableció el precio de hospedaje en relación al análisis de los costos ya que de esta manera se puedan establecer en el mercado y sean rentables para el proyecto; dichos precios se irán modificando de acuerdo al movimiento del mercado.

Tabla 87. *Precio de las actividades turísticas*

Actividad	Precio
Pesca deportiva	\$ 5,00
Cabalgata	\$ 4,00
Ciclo paseo	\$ 6,00

Elaborado por: Gabriela Castillo

Se estableció el precio mediante el análisis de precios comparativos de los establecimientos turísticos que ofrecen las mismas actividades.

ii. Política de cobro y formas de pago.

En el complejo vacacional la política de cobro de los potenciales clientes es:

- **Contado:** El servicio deberá ser cancelado en su totalidad y de manera inmediata, esto sucede cuando el turista reserva sus servicios de manera personal.
- **Acuerdo (50% al contado y el otro 50% crédito):** Cuando la reserva se realiza desde un lugar fuera del área de servicios a través del internet o llamada telefónica,

el 50% deberá ser transferido a nombre de la empresa a través de una entidad bancaria y el 50% restante, al término del mismo.

- **Formas de pago:** Efectivo o tarjeta de crédito de cualquier institución bancaria.

c) Plaza

De acuerdo al estudio de mercado, se utilizarán los siguientes canales de distribución:

i. Canal directo – Forma directa

El complejo vacacional utilizará este canal para turistas nacionales, debido a que el 96% organizan sus viajes directamente sin hacer uso de intermediarios.



Figura 57. Canal de distribución directo

ii. Canal indirecto – Forma indirecta

Se utilizará este canal para turistas extranjeros debido a que el 84% realizan sus viajes a través de agencias de viaje con quienes se tengan acuerdos y compromiso en los ámbitos como: precios y políticas convenientes para ambas partes.



Figura 58. Canal de distribución indirecto

d) Promoción

Mediante el estudio de mercado se identificó los medios publicitarios para el proyecto:

i. Publicidad

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

• Página web

El complejo vacacional ‘La Ninfa’ ofertará sus servicios en multimedia en la siguiente web: www.laninfa.com, en la que constarán todas las opciones de los servicios, actividades y números de contactos con la finalidad de que puedan hacer las reservaciones.



Figura 59. Página web

- **Página para redes sociales (Facebook)**

Se creará un perfil en la página de Facebook del complejo vacacional, con el propósito de que sea conocida a través de estas redes sociales, debido a que son de uso masivo.

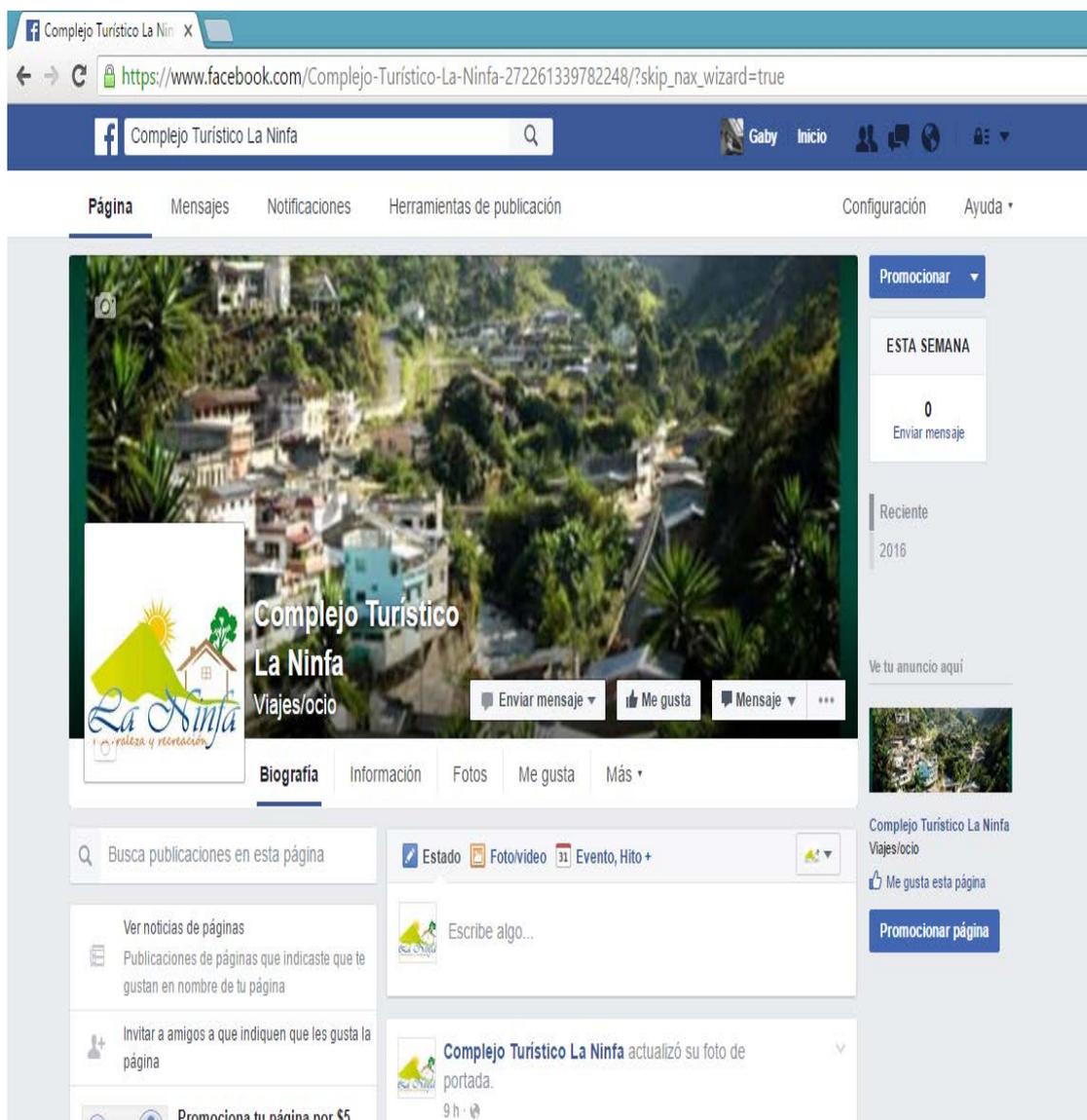


Figura 60. Redes sociales

- **Volantes**

Este tipo de material se colocará en las diferentes agencias de viaje y operadoras en los cuales se pueda promocionar el complejo vacacional.



Figura 61. Diseño de volante

- **Material pop**

El objetivo de diseñar material pop, es promocionar el complejo vacacional con artículos que contengan el sello de la misma y el visitante pueda adquirirlos como un recuerdo de su visita.



Figura 62. Gorras



Figura 63. Llaveros de madera

ii. Políticas de promociones

- Se promocionará los servicios del complejo vacacional en feriados y fines de semana con precios especiales y descuentos a partir de grupos de más de 5 personas.
- Se realizará descuentos a los clientes frecuentes y cumpleaños.
- Por cada 15 personas se entregará una gratuidad.

b. Requerimientos del área comercial

1) Activos fijos del área comercial

Tabla 88. *Activos fijos del área comercial*

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Recepción y sala de espera				
Muebles y encerados				
Counter de recepción (1.20 x 4.46 m)	U	1	\$ 320,00	\$ 320,00
Juego de muebles de 3 piezas	U	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Silla de oficina giratoria	U	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Librero modular (70 cm x 1.74 m)	U	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Archivador (48 cm x 1.30 m)	U	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Dispensador de agua Mabe	U	1	\$ 145,00	\$ 145,00
Total				\$ 1.470,00
Equipos de computo				
Computadora laptop Lenovo	U	1	\$ 1.071,00	\$ 1.071,00
Impresora Epson	U	1	\$ 352,00	\$ 352,00
Total				\$ 1.423,00
Equipos				
Teléfono inalámbrico Panasonic	U	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Datafono	U	1	\$ 315,00	\$ 315,00
Caja registradora Olivetti	U	1	\$ 190,00	\$ 190,00
Calculadora Casio	U	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Perforadora kW-trio	U	1	\$ 3,90	\$ 3,90
Grapadora kW-trio	U	1	\$ 4,65	\$ 4,65
Total				\$ 575,55
Menaje				
Persianas (1.10 x 1.40 m2)	U	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Alfombra (120 x 170 cm) Cosí	U	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Decoración				
Reloj de pared RDN	U	1	\$ 35,09	\$ 35,09
Cuadros (60 x 60 cm)	U	2	\$ 42,98	\$ 85,96
Basurero redondo de acero 7lt	U	1	\$ 18,70	\$ 18,70
Decoración baño				
Basurero de plástico pica	U	2	\$ 7,50	\$ 15,00
Espejo (45x55 cm)	U	2	\$ 35,00	\$ 70,00

Dispensador de jabón líquido Kimberly Clark 500 ml	U	2	\$ 27,69	\$ 55,38
Dispensador de papel higiénico Kimberly Clark	U	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Dispensador de toallas de papel Kimberly Clark	U	2	\$ 17,68	\$ 35,36
Total				\$ 553,49

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

2) Gastos

a) Gastos por publicidad

Tabla 89. *Gastos por publicidad para el área comercial.*

Descripción	Cantidad	Gasto anual
Publicidad		
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
Total		\$ 439,00

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

b) Insumos y materiales

Tabla 90. *Insumos y materiales*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Insumos y materiales de oficina				
Papel bond	1 resma	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 42,00
Papel para Datafono	1 rollo	\$ 7,10	\$ 7,10	\$ 85,20
Papel para Caja registradora	2 rollos	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Esferos Bic	2 cajas	\$ 6,50	\$ 13,00	\$ 13,00
Corrector Bic	1 caja	\$ 8,70	\$ 8,70	\$ 8,70
Caja de grapas	1 caja	\$ 1,10	\$ 1,10	\$ 1,10
Papel de notas	2 paquetes	\$ 5,10	\$ 10,20	\$ 10,20
Archivadores	6 unidades	\$ 1,49	\$ 8,94	\$ 8,94

Recarga de cartuchos	1 recarga	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Subtotal 1				\$ 237,14
Sistema de señalética turística				
Plintos o fundición a piso (300 mm x 300 mm x 1000 mm)	2	\$ 8,00	\$ 16,00	\$ 16,00
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	\$ 13,00	\$ 91,00	\$ 91,00
Pantallas: Laminas de aluminio liso anodizado (50,8mm x 1,5mm (2''x 1,5mm))	7	\$ 12,00	\$ 84,00	\$ 84,00
Perno de sujeción galvanizados (50,8 mm x 12,7 mm (2''x 1/2''))	14	\$ 1,10	\$ 15,40	\$ 15,40
Fondo: Vinilos retroreflectivos prismáticos	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Fondo: Laminado transparente (Lamina liquida o adhesiva)	7	\$ 14,00	\$ 98,00	\$ 98,00
Subtotal 2				\$ 356,40
Total				\$ 593,54

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

3) Talento humano y remuneración económica para el área comercial

Tabla 91. Talento humano y remuneración económica para el área comercial.

N°	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
Total								\$ 5888,68

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales. 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

4) Inversiones diferidas

Tabla 92. *Inversiones diferidas para el área comercial*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Publicidad			
Gorras	100	\$ 4,50	\$ 450,00
Llaveros de madera	100	\$ 2,00	\$ 200,00
Volantes	1000	\$ 0,09	\$ 90,00
Diseño de la página web	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Total			\$ 990,00

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Casillo

C. ESTUDIO AMBIENTAL

1. Delimitación del área

La extensión del terreno donde se pretende implementar el complejo vacacional, ubicado en el sector La Ninfa de la parroquia Huigra es de 2 ha.

2. Identificación de acciones que pueden causar impacto

a. Fase de instalación

1) Movimiento de la tierra

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

2) Montaje de la obra

Esta acción se refiere a la fase de construcción de la planta turística. En esta hay como resultado varios impactos, por lo cual es importante analizar con detalle.

b. Fase de operación

1) Servicios turísticos de hospedaje y alimentación

Se debe tomar en cuenta estas acciones debido a que estas actividades atraerán turismo al proyecto, por esta razón deben ser tomadas en cuenta para mitigar su impacto en el medio.

2) Actividades turísticas

Los turistas que vayan al complejo vacacional realizarán estas actividades, acción que representa generación de impactos tanto sociales como ambientales. Incluye ciclismo, pesca deportiva y cabalgata.

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

a. Aire

El aire dentro de la ejecución de las actividades turísticas es un factor susceptible a sufrir varias alteraciones o impactos que se generan por el desarrollo de dichas actividades, tanto en la fase de instalación por las emisiones generadas por las maquinarias que se utilizarán para la ejecución del proyecto como en la operación es decir la gente que concurren a sitios de esparcimiento y en este caso, al nuestro suelen utilizar automotores los mismo que contaminan el ambiente. Pero cuantificando este impacto se lo puede considerar de baja significancia.

b. Suelo

El suelo de la misma manera sufre varias alteraciones en el desarrollo de estas actividades, como la alteración de la cobertura vegetal, la erosión, etc.

c. Agua

La utilización del agua es indispensable, por lo que es importante darle buen uso a este recurso tan imprescindible para la humanidad. Los factores ambientales a ser evaluados serán el uso intensivo del agua y la disminución del consumo del agua.

d. Flora y fauna

La presencia de turísticas en el sector de influencia del proyecto, puede causar impactos negativos tanto en la flora como en la fauna, aún más en las etapas de construcción mediante la modificación del hábitat.

En la flora la pérdida de especies en la etapa de construcción, lo cual es necesario la reforestación para recuperar el daño causado. La fauna se verá afectada por la destrucción de los habitats de las pocas especies que viven el lugar y en este caso 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

El proyecto contribuye a crear un encuentro cultural, el cual debe manejarse en términos de respeto a la cultural local, como resultado de un intercambio de costumbres. Otro factor del presente proyecto es que contribuirá al incremento de ingresos económicos para la zona local mediante generación de empleos y por el consumo que el proyecto tendrá.

Sera de importancia crear en nuestro proyecto un sistema de fomento de actividades al aire libre, vida sana y relación de afecto con la naturaleza. Los principales impactos a ser evaluados son: aumento de turismo en la zona, generación de nuevas fuentes de trabajo, dinamización de la economía local, intercambio cultural y fomento de deportes y esparcimiento.

f. Paisaje

Como toda creación humana tiene efectos secundarios, uno de ellos es la modificación tanto del entorno en la etapa de construcción y en la operación. Otras son la generación de basura y la perturbación por ruido. Los principales impactos a ser evaluados son: generación y eliminación de basura, perturbación por el ruido y modificación del entorno.

4. Matriz de evaluación de impactos ambientales

Mediante la matriz de Lázaro Lagos se identificará los impactos que se podría ocasionar con las actividades que se realizará al ejecutar el proyecto.

Tabla 93. *Matriz de evaluación de impactos ambientales de Lázaro Lagos*

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Limpieza del terreno	2. Movimiento de tierra (excavaciones)	3. Montaje de la obra (cimentación)	4. Construcción de la infraestructura	5. Servicios turísticos de hospedaje y alimentación.	6. Limpieza y mantenimiento de la piscina.	7. Pisoteo de acémilas y mantenimiento de senderos para la cabalgata.	8. Compactación del suelo y mantenimiento de los senderos para los ciclo paseos.		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
A. AIRE		X	X			X			Emisión de gases contaminantes	-	1	1	D	Pr	2	3	C	N	6
B. SUELO							X		Alteración de la cobertura vegetal	-	1	1	D	Sc	1	3	M	N	5
							X	X	Erosión del suelo	-	1	1	D	Sc	1	2	C	N	4
C. AGUA					X				Generación de aguas grises y negras	-	1	2	C	Pr	2	3	C	S	7

						X			Incremento del consumo de agua	-	1	2	C	Pr	2	3	C	S	7
D. FLORA Y FAUNA	X	X	X						Modificación del hábitat	-	2	1	C	Pr	1	1	C	S	4
		X	X	X					Alejamiento de especies de fauna	-	2	2	C	Sc	2	2	C	N	8
		X	X	X					Perdida de flora	-	2	2	C	Sc	2	2	C	N	8
E. SOCIO-ECONÓMICO					X	X	X	X	Aumento de turismo en la zona	+	3	2	D	Pr	2	3	M	S	11
	X	X	X	X	X	X	X	X	Generación de nuevas fuentes de trabajo	+	3	2	D	Pr	2	3	C	S	11
				X	X				Dinamización de la economía local	+	3	2	D	Pr	2	3	M	S	11
					X				Intercambio cultural	+	3	2	C	Pr	2	3	C	S	11
							X	X	Fomento de deportes y esparcimiento	+	3	2	D	Pr	2	3	C	S	11
F. PAISAJE		X	X	X	X				Generación de basura y eliminación de basura	-	1	2	D	Pr	1	1	C	N	4
		X	X	X		X		X	Perturbación por el ruido	-	1	1	D	Sc	1	1	C	N	3
		X	X	X					Modificación del entorno	-	2	1	D	Sc	1	3	C	N	6

Elaborado por: Gabriela Castillo

Tabla94. *Matriz de cuantificación*

COMPONENTES AMBIENTALES	Actividades								Total (+)	Total (-)	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8			
A		-6	-6			-6				18	18
B							-9	-4		13	13
C					-7	-7				14	14
D	-4	-20	-20	-16						60	60
E	11	11	11	22	44	22	33	33	187		187
F		-13	-13	-13	-4	-3		-3		49	49
Total (+)	11	11	11	22	44	22	33	33	187		
Total (-)	-4	-39	-39	-29	-11	-16	-9	-7		-154	
Total	15	50	50	51	55	38	42	40			341

Elaborado por: Gabriela Castillo

5. Interpretación de la matriz

Para evaluar el presente proyecto de implementación de un complejo vacacional que sea ambientalmente factible se construyeron dos matrices las cuales nos permiten interpretar de manera fácil y real las posibles actividades que a futuro causan algún tipo de efecto en el deterioro del ambiente.

Como resultado de la aplicación de la matriz podemos decir que los posibles impactos sobre los factores ambientales por las actividades consideradas en este proyecto, obtuvieron un total de 341 puntos, de los cuales 187 son de impactos positivos y 154 puntos en los impactos negativos, lo que nos indica que el proyecto es ambientalmente viable. Sin embargo el número de impactos negativos son significativos por lo que se propone un plan de mitigación que aportará con la reducción de estos impactos.

En cuanto a las actividades que se pretende realizar en este proyecto, se puede demostrar por medio de la matriz que el componente socio económico es la acción más beneficiosa con un valor positivo de 187, ya que con la implementación del proyecto va a existir un incremento económico por las fuentes de trabajo y mayor demanda de turistas en la zona.

De los aspectos negativos, la matriz arroja un valor de 60 para el componente de flora y fauna siendo este el aspecto de mayor relevancia en cuanto a la modificación del hábitat donde se creará el proyecto. Por esta razón la reforestación será la principal acción de mitigación de impactos en la zona, permitiéndonos lograr a futuro que nuestro paisaje se vea afectado visiblemente.

6. Medidas de mitigación para los impactos negativos

Tabla 95. *Medidas de mitigación para los impactos negativos*

Componente	Impactos negativos	Medidas de mitigación	Requerimientos	Costo
Aire	Emisión de gases contaminantes	Capacitar al personal sobre el cuidado del aire	Material didáctico para capacitar	\$ 60,00
Suelo	Alteración de la cobertura vegetal	Implementación de senderos	Elaboración de senderos	\$ 1000,00
	Erosión del suelo		Mantenimiento de senderos	\$ 75,00
Agua	Generación de aguas grises y negras	Las aguas negras se desalojaran a zonas de evacuación adecuadas.	Sistema de desalojo por tuberías (se encuentra detallado en los planos del proyecto)	
		Tratamiento de aguas grises	Planta de tratamiento de aguas grises para regadío	\$ 800,00
	Incremento del consumo del agua	Destinar 1 día para el mantenimiento de la piscina	Personal encargado	\$ 10,00
Flora y fauna	Modificación del hábitat	Reforestación	Plantas nativas	\$ 60,00
	Alejamiento de especies de fauna	Implementar señalética turística	Señalética de prohibición y concientización	\$ 200,00
	Perdida de flora			
Paisaje	Generación de basura	Sistema de reciclaje para los desechos inorgánicos y los residuos orgánicos se pueden utilizar para compost.	Adquirir unidades de puntos limpios para desechos inorgánicos para entregarlos a las plantas recicladoras.	\$ 50,00
	Perturbación por el ruido	Controlar el plazo de la obra	Personal encargado	
	Modificación del entorno	Reforestación	Plantas nativas	\$ 60,00
Total				\$ 2.315,00

Elaborado por: Gabriela Castillo

D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Estudio administrativo

a. Estructura organizativa de la empresa

En base a la estructura organizativa de la empresa, se establecieron cuatro niveles, que deberán coordinar sus respectivas funciones dentro de cada área para el correcto desarrollo del proyecto.

1) Organigrama estructural

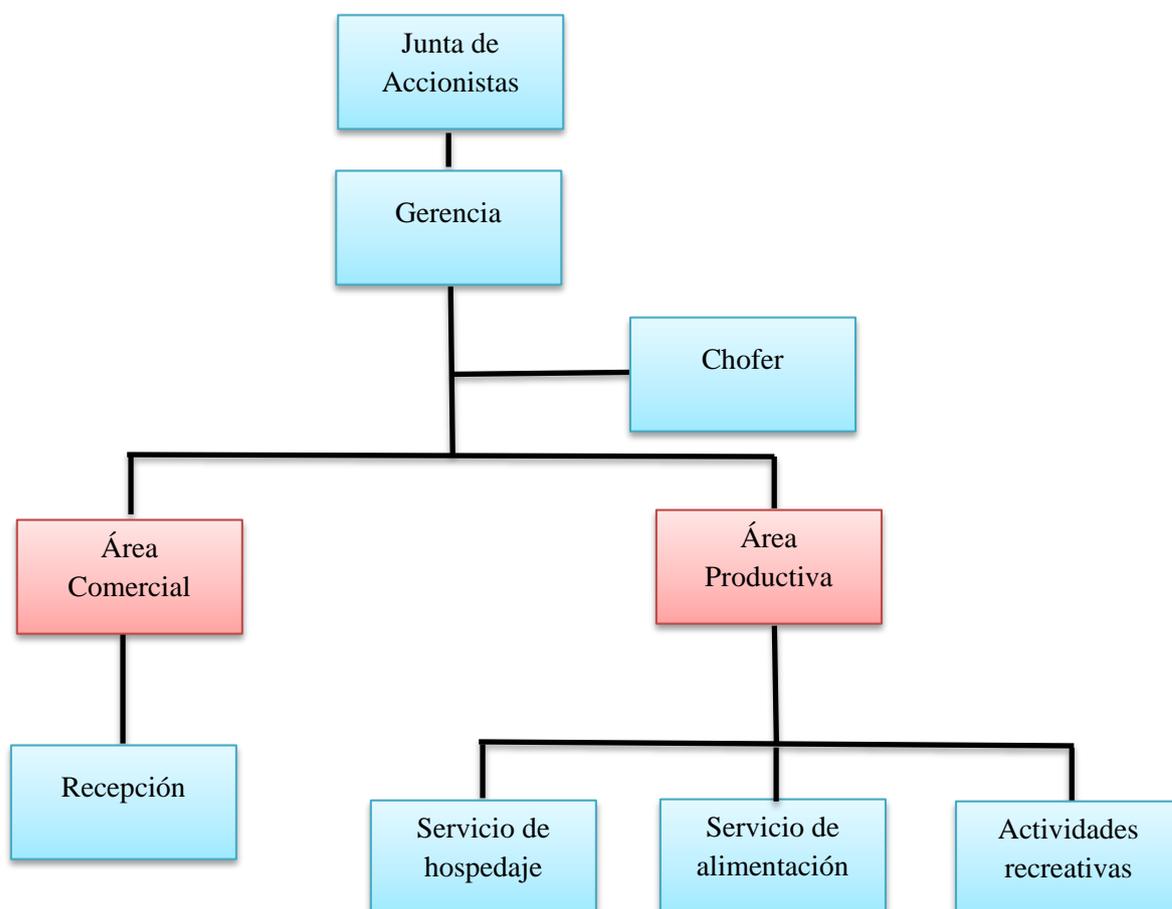


Figura 64. Organigrama estructural

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

2) Organigrama funcional

Se estableció el personal necesario que se deberá contratar para el funcionamiento de la empresa.

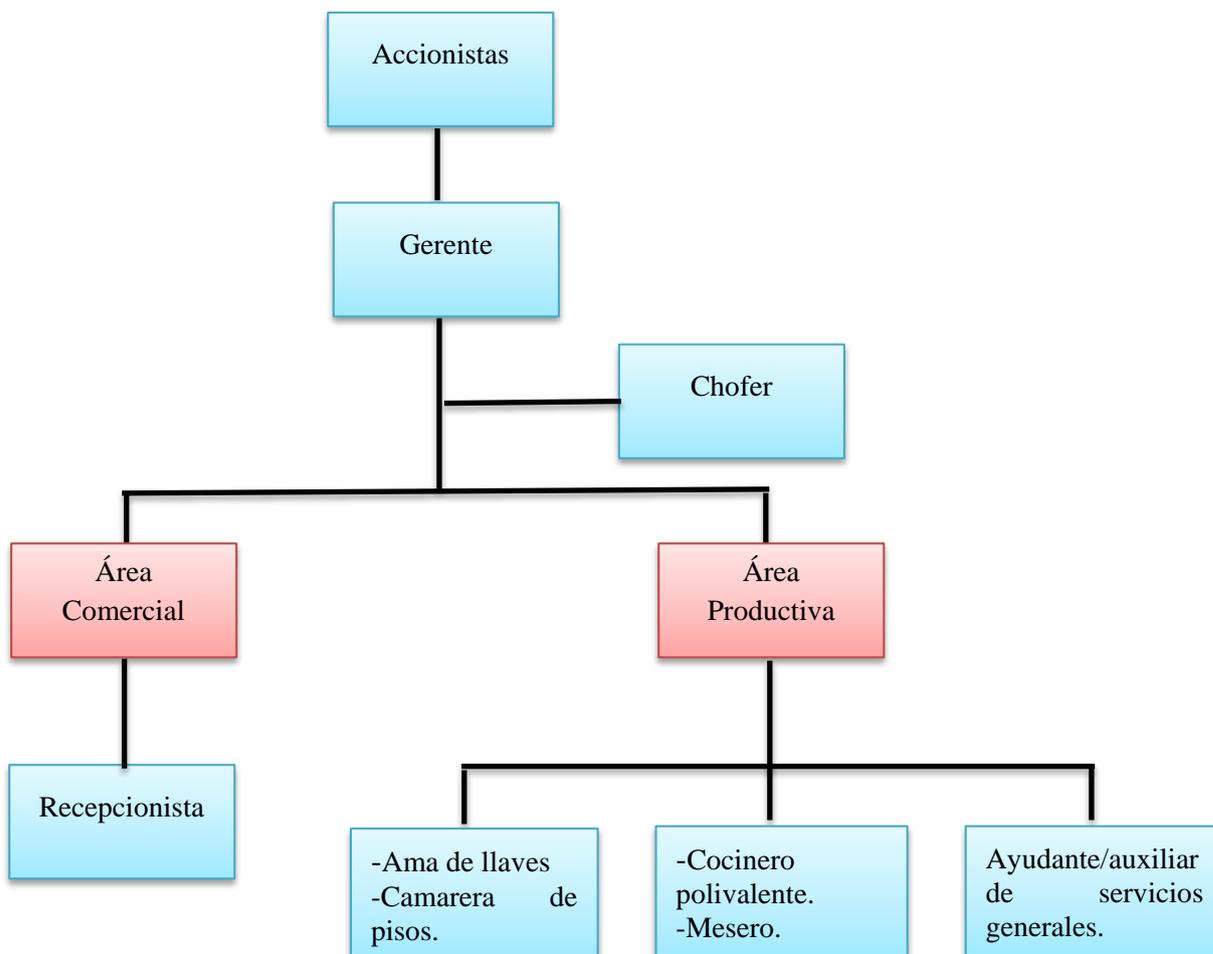


Figura 65. Organigrama funcional

Fuente: Investigación secundaria
Elaborado por: Gabriela Castillo

b. Manual de funciones

La elaboración del manual de funciones para el complejo vacacional, tiene como propósito definir los conocimientos, habilidades, actitudes de una persona para desempeñar exitosamente una ocupación laboral, en diferentes contextos.

1) Gerencia

a) Gerente/Administrador

Tabla 96. Perfil para el cargo de Gerente/Administrador

Cargo:	Gerente/Administrador
Descripción del cargo:	
El administrador se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todo los servicios que se ofertará, cumplir con las exigencias legales y tributarias, finalmente incentivar al personal para alcanzar un desarrollo económico, competitividad y crecimiento de la empresa.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> -Planificar objetivos y estrategias -Establecer estrategias y acciones de mercadeo -Analizar y evaluar resultados para proponer acciones -Alcanzar objetivos esperados -Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento -Asegurar la satisfacción del cliente -Liderar el equipo humano de trabajo 	
Competencia:	
<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Procesos y procedimientos administrativos y contables. -Técnicas de definición de precios, productos y servicios. -Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo. -Procesos de mejora continua -Técnicas de negociación y administración de contratos. -Vocabulario técnico del segmento de turismo y hospitalidad. Aspectos laborales legales, comerciales tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera. -Técnicas de liderazgo y jefatura. -Métodos de evaluación de desempeño de personal. -Tipo, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento. -Técnicas de mercadeo. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> -Planificación de corto y largo plazo. -Toma de decisiones. -Raciocinio numérico aplicado a negocios. 	

<p>-Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita.</p> <p>-Interpretación del lenguaje corporal.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>-Innovador.</p> <p>-Perseverante.</p> <p>-Atento.</p> <p>-Detallista.</p> <p>-Previsor.</p> <p>-Orientado al cambio.</p>
<p>Requisitos:</p> <p>1. Académicos</p> <p>-Estudios relacionados con la administración de empresas.</p> <p>-Manejar con fluidez el idioma inglés y un segundo idioma.</p> <p>2. Experiencia laboral.</p> <p>-Tener un mínimo de 2 años de experiencia.</p>
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende de la junta de accionistas.</p>

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

2) Administración

a) Recepcionista

Tabla97. Perfil para el cargo de recepcionista

Cargo:	Recepcionista
Descripción del cargo:	
El recepcionista se ocupa, principalmente, de recibir y registrar al cliente a su llegada (check in); relacionar al huésped con los diversos servicios del establecimiento y efectuar los procesos de salida del huésped (check out).	
Funciones:	
<p>-Registrar el ingreso del huésped (check in).</p> <p>-Acomodar al huésped en la habitación</p> <p>-Controlar el acceso a las habitaciones</p> <p>-Apoyar al huésped</p> <p>-Apoyar a la administración</p>	

- Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out)
- Entregar la recepción al turno correspondiente.
- Cuidar el área de recepción.
- Operar los equipos de recepción.
- Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento.
- Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento.
- Asegurar la satisfacción del cliente.
- Cuidar de la apariencia personal.

Competencia:

1. Conocimientos

- Dominio del sistema tarifario;
- Procesos de ingreso (check in) y salida (check out) del huésped;
- Procedimientos de seguridad relacionados con el control de acceso a las habitaciones y demás áreas de circulación social;
- Servicios de hotelería, funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento;
- Procedimientos básicos de telefonía, incluyendo manejo de códigos para llamada de larga distancia nacional e internacional, tarifas a cobrar, horarios con descuento, posibilidades de uso celular no local, números de teléfono útiles en caso de emergencia y uso de la guía telefónica;
- Términos técnicos de hotelería relativos a la recepción;
- Medios de acceso a información de servicio de atractivos turísticos, lugares para comprar, sus condiciones de seguridad, costos, horarios y reservas;
- Requisitos de higiene personal;
- Reglas de etiqueta y protocolo;
- Relaciones humanas;
- Manejo de hojas de cálculo, procesador de palabras e internet;
- Contabilidad general;
- Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros;
- Primeros auxilios básicos.

2. Habilidades

- Debatir afablemente en discusiones;
- Lectura y escritura, con capacidad de comunicación oral simple, de forma sintética y caligrafía legible;
- Comunicación verbal clara y articulada, inclusive por teléfono, con manejo de gramática y vocabulario adecuados;
- Predisposición para integrarse al trabajo en equipo;
- Obtención de la cooperación de colegas y de otros sectores;
- Interpretación de lenguaje corporal;
- Comprensión de las necesidades del cliente;
- Tener la capacidad para dar prioridades al huésped;

<p>-Capacidad de relacionarse con los clientes;</p> <p>-Capacidad para realizar una evaluación completa de la situación antes de tomar una decisión.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>-Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.</p> <p>-Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.</p> <p>-Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.</p>
<p>Requisitos:</p> <p>1. Académicos</p> <p>-Cursos para recepcionista.</p> <p>-Hablar inglés principalmente.</p> <p>2. Experiencia laboral.</p> <p>-Experiencia mínima de 1 año.</p>
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende del Gerente/Administrador.</p>

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

b) Chofer

Tabla98. Perfil para el cargo de chofer

Cargo:	Chofer
<p>Descripción del cargo:</p> <p>Manejar vehículos automotores propiedad de la empresa o los que esta 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.</p>	
<p>Funciones:</p> <p>-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.</p> <p>-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</p>	

<p>servicio, realizara trabajos preventivos y en su caso correctivos de mecánica sobre fallas menores del vehículo a su cargo.</p> <p>- Asimismo realizará las actividades de carácter complementario asociadas al puesto, para el logro de las funciones principales del mismo.</p>
<p>Competencia:</p> <p>1. Conocimientos</p> <p>Las características y funcionamiento de los diferentes vehículos utilizados en la empresa.</p> <p>-Mecánica general.</p> <p>-Leyes de tránsito normas de cortesía normas de higiene.</p> <p>-Seguridad integral. Geografía nacional, rutas urbanas / extraurbanas.</p> <p>2. Habilidades</p> <p>-Seguir instrucciones orales y escritas establecer relaciones interpersonales efectivas tomar decisiones en situaciones difíciles detectar fallas en los vehículos.</p> <p>-Prevenir situaciones peligrosas.</p> <p>3. Destrezas</p> <p>-La conducción de diferentes tipos de vehículos automotores.</p> <p>-Uso de equipos y herramientas mecánicas.</p>
<p>Requisitos:</p> <p>1. Académicos</p> <p>-Título de Bachiller.</p> <p>-Licencia Tipo B.</p> <p>2. Experiencia laboral.</p> <p>-Experiencia mínima de 1 año.</p> <p>3. Edad</p> <p>-Como mínimo 21 años cumplidos y máximo 36 años cumplidos.</p>
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende del Gerente/Administrador.</p>

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

3) Producción

a) Hospedaje

i. Ama de llaves

Tabla99. Perfil para el cargo de ama de llaves

Cargo:	Ama de llaves
Descripción del cargo:	
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.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> -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 servicios de terceros. -Administrar materiales a su cargo. -Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo. -Operar los equipos relacionados con su actividad. -Asegurar la satisfacción del huésped. -Interactuar con los demás departamentos. -Apoyar a la gestión del negocio. 	
Competencia:	
<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajo y eventos especiales; -Desarrollo de procedimientos operacionales; -Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de personal; métodos de validación de profesionales y equipos; -Legislación laboral y comercial aplicable a contratos de prestación de servicios y a técnicas de negociación de contratos; -Técnicas de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales; -Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento y operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones; -Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento; -Técnicas de servicio al cliente; 	

<p>-Técnicas básicas de decoración, manejo de volúmenes, manejo del color;</p> <p>-Requisitos para trabajo en equipo.</p> <p>2. Habilidades</p> <p>-Capacidad de argumentar con lógica verbalmente o por escrito;</p> <p>-Tomar decisiones complejas, individualmente o conjuntamente con otras personas;</p> <p>-Cálculos matemáticos y elaboración de planillas y gráficos para análisis y control;</p> <p>-Lectura y escritura clara para elaboración de informes gerenciales;</p> <p>-Planificación de corto plazo, de acuerdo con recomendaciones estratégicas.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>-Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.</p> <p>-Práctico. Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar cosas.</p> <p>-Controlador. Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros.</p> <p>-Democrático. Anima a los demás a expresar sus opiniones, consulta, escucha y toma en cuenta a los demás.</p> <p>-Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.</p>
<p>Requisitos:</p> <p>1. Académicos</p> <p>-Título de Bachiller.</p> <p>-Licenciatura en administración de empresas turísticas o con conocimientos de administración.</p> <p>2. Experiencia laboral</p> <p>- Mínimo 1 año de experiencia.</p>
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende del Gerente/Administrador.</p>

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

ii. Camarera de pisos

Tabla100. Perfil para el cargo de camarera de pisos

Cargo:	Camarera de pisos
Descripción del cargo:	
<p>La camarera de pisos se ocupa, principalmente, de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.</p>	

Funciones:

- Limpiar, asear y ordenar las habitaciones
- Adecuar la habitación para recibir al huésped
- Inspeccionar el estado de una habitación
- Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación
- Ordenar la habitación ocupada
- Efectuar controles y registros
- Operar equipos de trabajo
- Brindar información del establecimiento al huésped
- Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento
- Velar por la seguridad y privacidad del huésped
- Asegurar la satisfacción del cliente
- Cuidar de la apariencia personal
- Mantener la comunicación con los demás departamentos.

Competencia:**1. Conocimientos**

- Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales;
- Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos;
- Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo;
- Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones;
- Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped;
- Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento;
- Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo;

2. Habilidades

- Tomar decisiones rápidas bajo presión;
- Comunicarse claramente de manera verbal;
- Manipular objetos con firmeza y coordinación motriz.

3. Actitudes

- Práctico.** Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar las cosas.
- Detallista.** Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- Tradicional.** Preserva los métodos bien establecidos, prefiere la ortodoxia, disciplinado y convencional.
- Equilibrado emocionalmente.** No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- Discreto.** Reservado, evita hablar de sí mismo y de los otros.
- Atento.** Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.

<p>Requisitos:</p> <p>1. Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Título de bachiller. -Carrera técnica determinada. <p>2. Experiencia laboral.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mínimo un año de experiencia.
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende del Gerente/Administrador.</p>

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

b) Alimentación

i. Cocinero polivalente

Tabla101. Perfil para el cargo de cocinero polivalente

Cargo:	Cocinero polivalente
<p>Descripción del cargo:</p> <p>El cocinero polivalente se ocupa, principalmente, de ejecutar recetas; comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.</p>	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Apoyar al jefe de cocina en la administración de existencias (stock) y control de consumo de la cocina. -Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta. -Realizar corte y preparación de comestibles variados. -Realizar cocción. -Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos. -Cuidar de la higiene y seguridad alimentaria. -Cuidar del área de trabajo. -Operar equipos y maquinaria. -Orientar ayudantes. -Cuidar de su higiene y presentación personal. -Mantener al equipo de trabajo motivado. 	
<p>Competencia:</p> <p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Procedimientos básicos de inventario y de rotación de existencia (stock); 	

- Técnicas de manipulación, conservación y almacenamiento de alimentos; NTE INEN 2-458;
- Procedimientos de emergencia;
- Procedimientos de apertura y cierre del área de trabajo;
- Técnicas de corte y moldeado;
- Aprovechamiento y posicionamiento de alimentos;
- Ingredientes e insumos básicos de la cocina, alternativas de sustitución, temporada y formas de temperar y marinar alimentos;
- Datos históricos y recetas básicas de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres calientes y fríos de la cocina nacional e internacional, para los varios tipos de servicios;
- Técnicas de descongelación, cocción y flambeo, con observación de punto, tiempo, textura, sabor, color y conservación de las propiedades de los alimentos;
- Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual;
- Principales tipos de servicio y presentación de platos;
- Maquinaria, equipos y utensilios básicos de la cocina;
- Vocabulario técnico de la cocina internacional;
- Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación;
- Primeros auxilios básicos;
- Programas informáticos para manejo de inventarios;
- Técnicas de decoración de platos;
- Principios de repostería, panadería y pastelería;
- Principios de garnish;
- Elaboración de presupuestos.

2. Habilidades

- Lectura e identificación de hora, temperatura y peso;
- Cálculos de estimativa de tiempo, peso, dimensión, cantidad, rendimiento y costo de los alimentos;
- Identificación de sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos;
- Memoria de corto y largo plazo;
- Reflejo rápido, coordinación motriz, mano firme y destreza manual para transportar y utilizar objeto, instrumento y equipo leve;
- Motricidad fina;
- Capacidad para resistir largas jornadas de trabajo y gran espíritu de adaptación;
- Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo y en ambiente con temperatura elevada.

3. Actitudes

- Detallista.** Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- Confiable.** Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.

- Equilibrado emocionalmente. No transpara emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
Requisitos:
<p>1. Académicos.</p> <p>-Título de Bachiller.</p> <p>-Certificado de cocinero polivalente.</p> <p>2. Experiencia laboral.</p> <p>-Mínimo 6 meses de experiencia.</p>
Dependencia:
Jerárquicamente depende del Gerente/Administrador.

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

ii. Mesero

Tabla 102. Perfil para el cargo de mesero

Cargo:	Mesero
Descripción del cargo:	
El mesero se ocupa, principalmente, de acomodar al cliente en la mesa; servir alimentos y bebidas; finalizar el plato con el tipo de servicio escogido; preparar y adicionar salsas; flambea; presentar la cuenta y recibir el pago.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> -Realizar la puesta a punto (mise en place). -Recibir y acomodar al cliente en la mesa. -Servir al cliente a la mesa. -Atender la mesa ocupada. -Actuar como nexo entre el cliente y demás áreas del restaurante. -Cuidar de la seguridad de los alimentos. -Finalizar la atención y recibir el pago. -Asegurar la satisfacción del cliente. -Cuidar de la presentación personal. -Apoyar al equipo. 	
Competencia:	
1. Conocimientos	
<ul style="list-style-type: none"> -Normas de etiqueta y protocolo en la mesa y en el salón; -Tipos de servicio a la mesa; -Preparación y finalización de platos y salsas; 	

- Técnicas para servir bebidas, licores y vinos;
- Vocabulario técnico relativo al servicio de alimentos y bebidas;
- Funciones y responsabilidades de los diversos servicios de un restaurante;
- Procedimientos de emergencia;
- Primeros auxilios básicos;
- Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación;
- Utilización de equipos, computadora, calculadora, fax, entre otros;
- Montaje de mesas; NTE INEN 2-458.

2. Habilidades

- Comunicación oral clara y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuados;
- Integración para ejecutar trabajo en equipo;
- Interpretación de lenguaje corporal, en particular gestual;
- Memoria de corto plazo para recordar detalle de pedido específico;
- Capacidad para transportar pequeños pesos, permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo.

3. Actitudes

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

Requisitos:

1. Académicos

- Título de bachiller.
- Conocimientos básicos en inglés.

2. Experiencia laboral

- Mínimo 1 año de experiencia.

Dependencia:

Jerárquicamente depende del Gerente/Administrador.

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

c) Recreación

i. Ayudante/auxiliar de servicios generales

Tabla103. Perfil para el cargo de ayudante/auxiliar de servicios generales

Cargo:	Ayudante/ auxiliar de servicios generales
Descripción del cargo:	
Es el profesional responsable de custodiar las áreas recreativas, así como de la vigilancia del acceso al Complejo Turístico y de la operativa de distribución de los equipos para realizar las actividades que los clientes elijan.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> -Vigila los accesos del establecimiento controlando el tránsito de personas, bienes y actividades. -Realizar el control del buen estado de los equipos de cabalgata, pesca deportiva y ciclismo. -Realizar el inventario de los equipos de cabalgata, pesca deportiva y ciclismo. -Hacer la entrega y recepción de los equipos a los clientes. -Controlar el buen comportamiento de los clientes. -Informar al público acerca de las normativas de seguridad de cada actividad. -Controlar el aseo de las instalaciones del área. -Solicitar los insumos necesarios para limpieza de los equipos. -Gestiona el porte y la distribución de los equipajes. -En ocasiones, puede recibir a los huéspedes y acompañarlos a sus habitaciones. -Custodia y entrega las llaves o tarjetas de acceso a las habitaciones. -Controla la consigna y la caja de seguridad del hotel. -Controla el movimiento de vehículos y la disponibilidad de plazas. -Informa a los clientes sobre los servicios del establecimiento y realiza las reservas de algunos servicios externos -Atiende algunos encargos de los clientes. -Recibe las impresiones, sugerencias y reclamaciones de los clientes y las transmite a los responsables de cada departamento con el fin de mejorar la calidad en el servicio. 	
Competencia:	
1. Conocimientos	
<ul style="list-style-type: none"> -Formación específica en el área de atención al cliente. -Cuidar la presencia física y el aseo personal. -Poseer dotes de comunicación y habilidades sociales. 	
2. Habilidades	
<ul style="list-style-type: none"> -Cumplimiento de instrucciones orales o escritas específicas, frecuentemente con una rutina simple. -Realizar tareas repetitivas, frecuentemente de la misma manera. 	

<p>-Capacidad para ayudar a los huéspedes a levantar y cargar sus pertenencias.</p> <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none">-Práctico-Equilibrado-Atento-Amable
<p>Requisitos:</p> <p>1. Académicos</p> <ul style="list-style-type: none">-Título de bachiller-Licenciatura en carreras determinadas-Conocimientos básicos del idioma inglés-Conocimiento en manejo de grupos <p>2. Experiencia laboral.</p> <ul style="list-style-type: none">-Mínimo un 1 año de experiencia.
<p>Dependencia:</p> <p>Jerárquicamente depende del Gerente/Administrador.</p>

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

c. Procedimiento para la prestación de servicios

Se establecieron diagramas de flujo, los mismos que facilitarán la provisión del servicio desde que el potencial cliente solicita la información hasta que termina su visita.

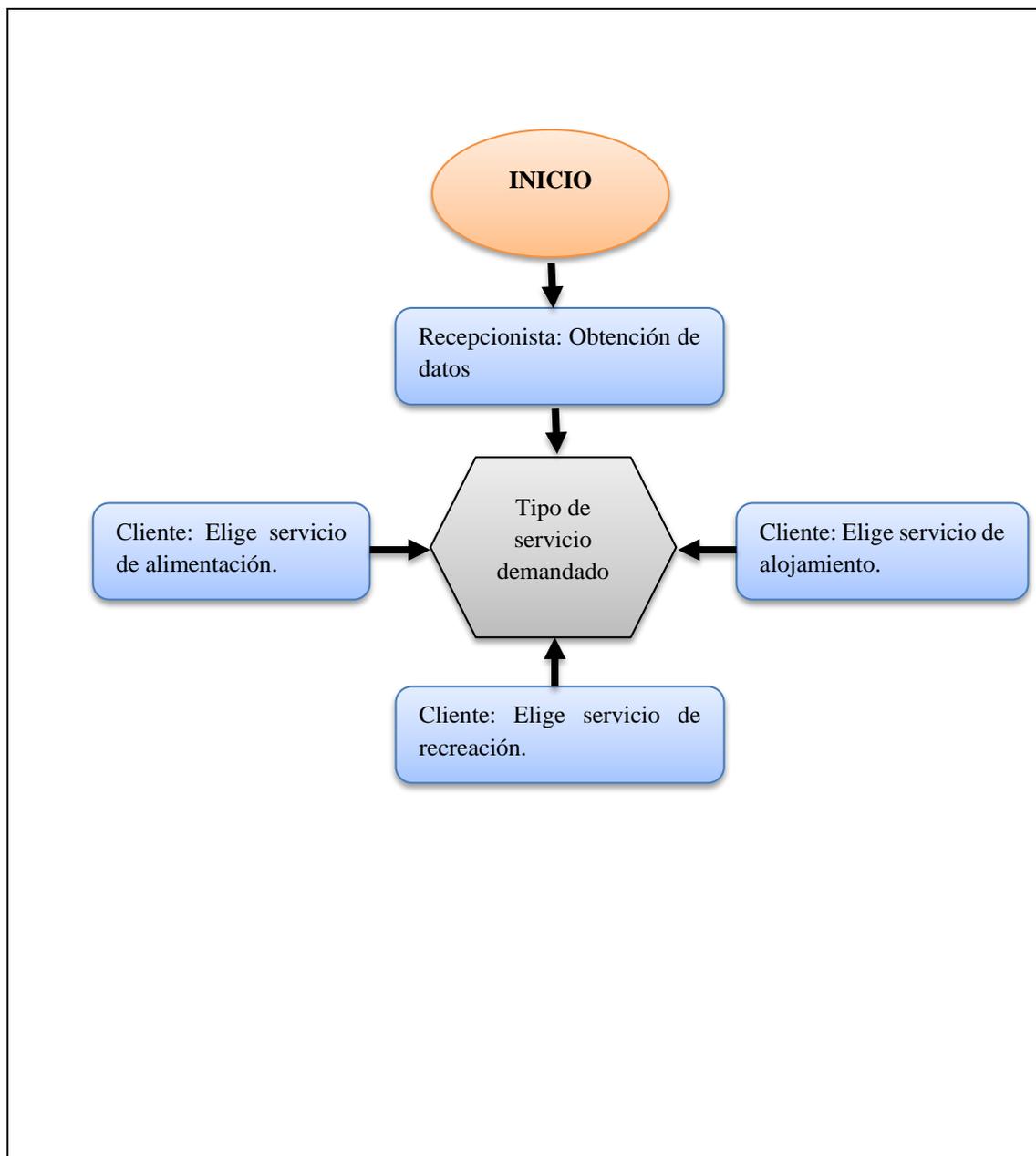


Figura 66. Flujograma general de producción de servicios turísticos

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

1) Servicio de hospedaje

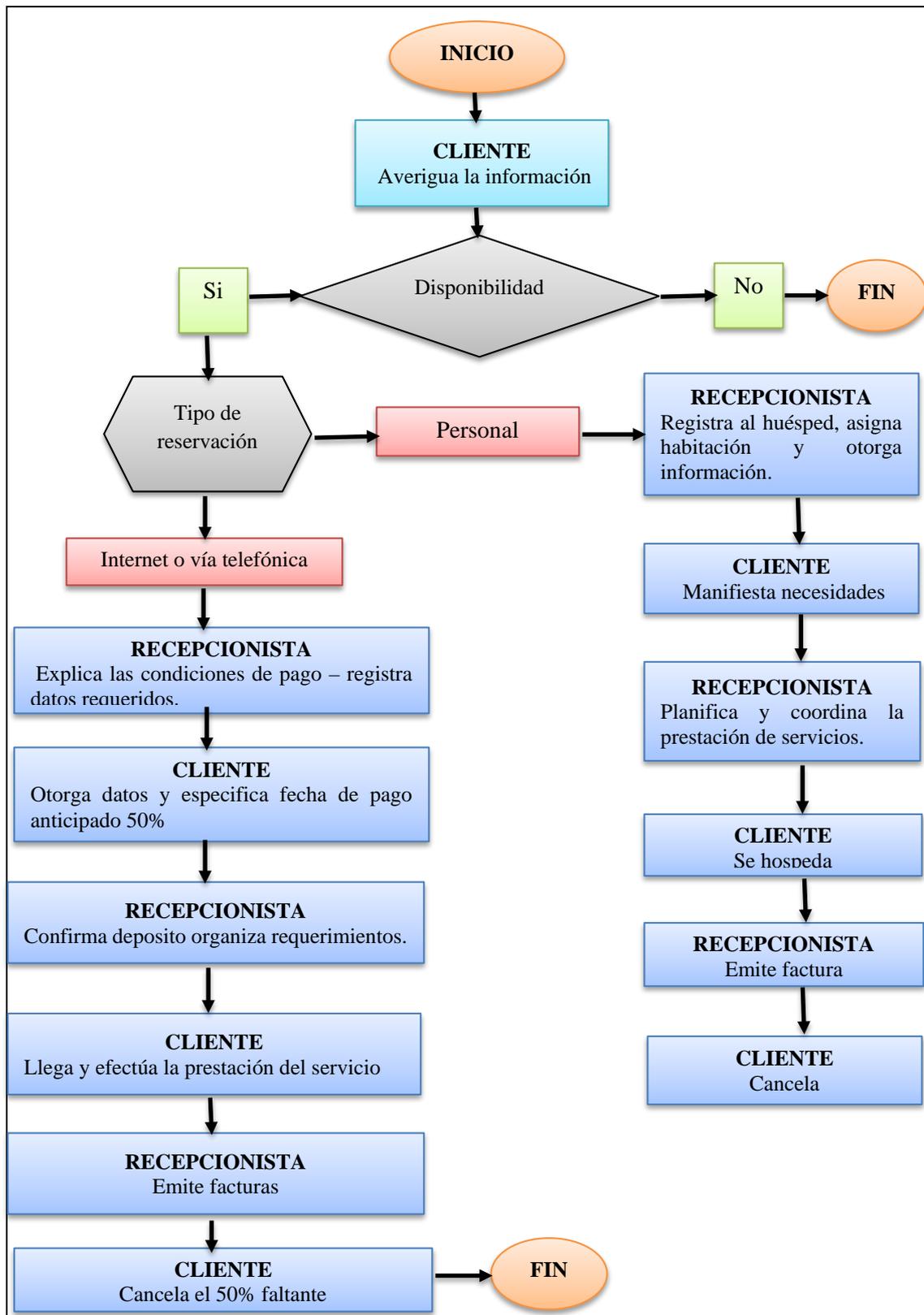


Figura 67. Flujo de servicio de hospedaje

Fuente: Investigación secundaria
 Elaborado por: Gabriela Castillo

2) Servicio de alimentación

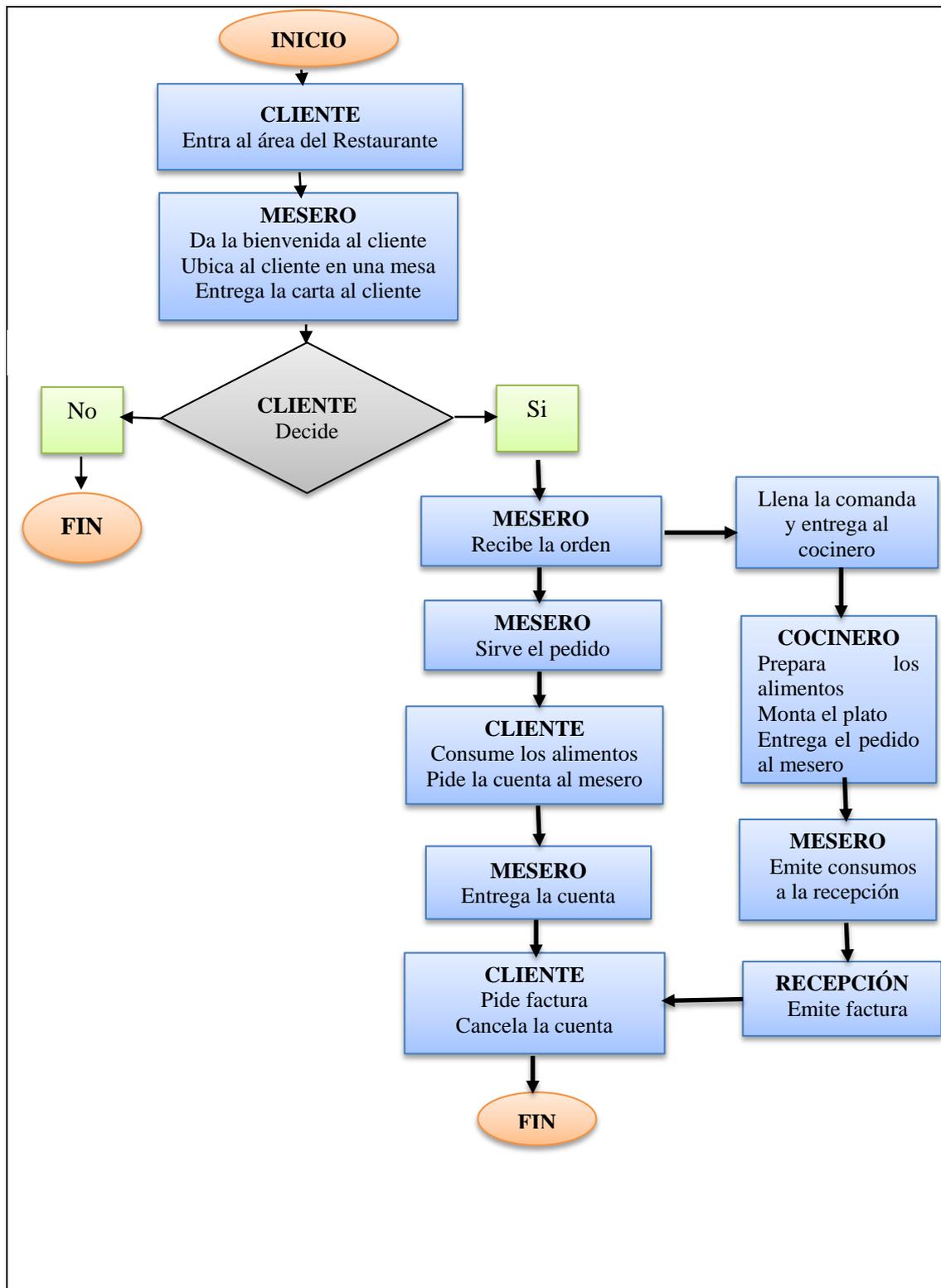


Figura 68. Flujograma de servicio de alimentación.

Fuente: Investigación secundaria
Elaborado por: Gabriela Castillo

3) Servicio de recreación

a) Ciclismo

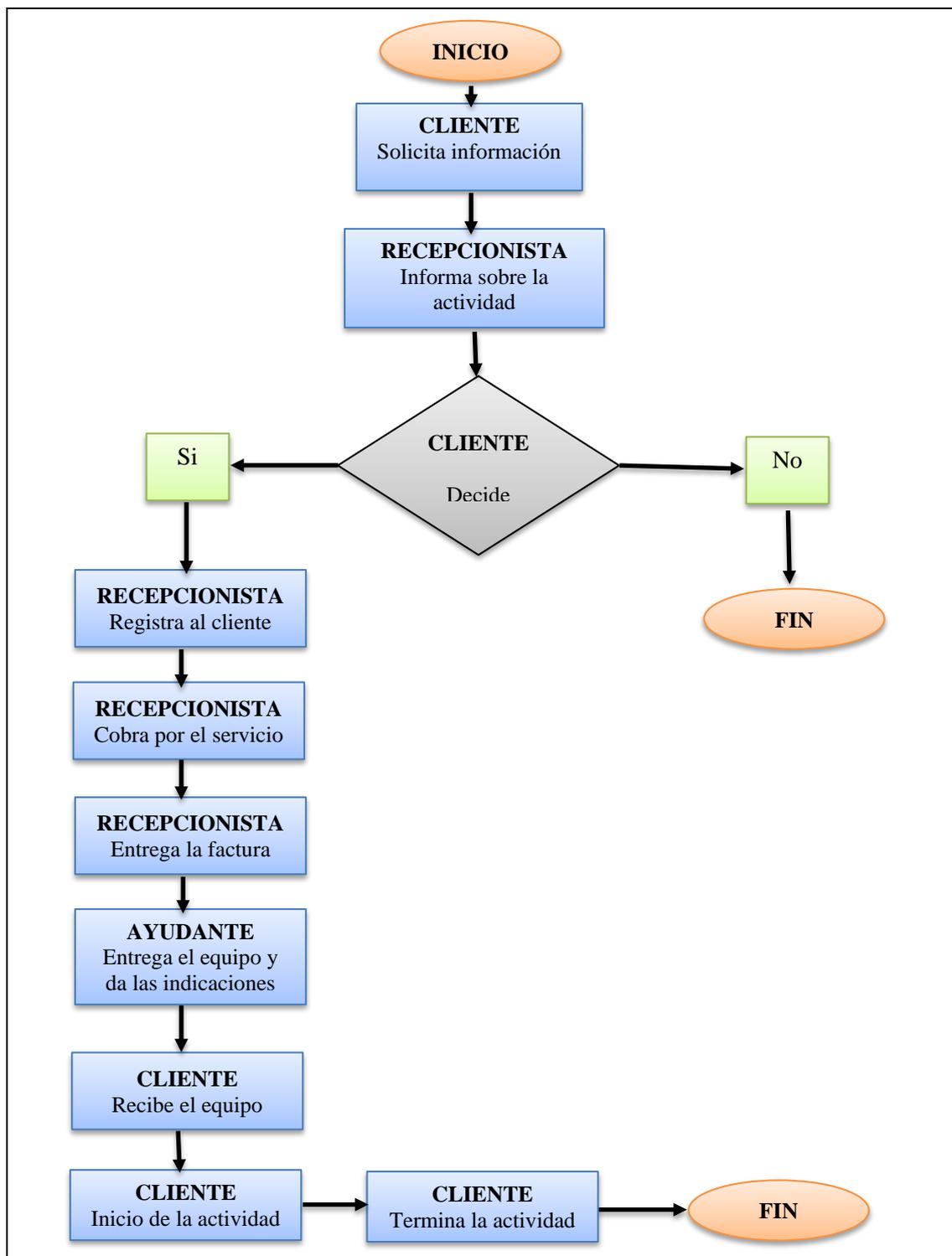


Figura 69. Flujograma de ciclismo

Fuente: Investigación secundaria
Elaborado por: Gabriela Castillo

b) Cabalgata

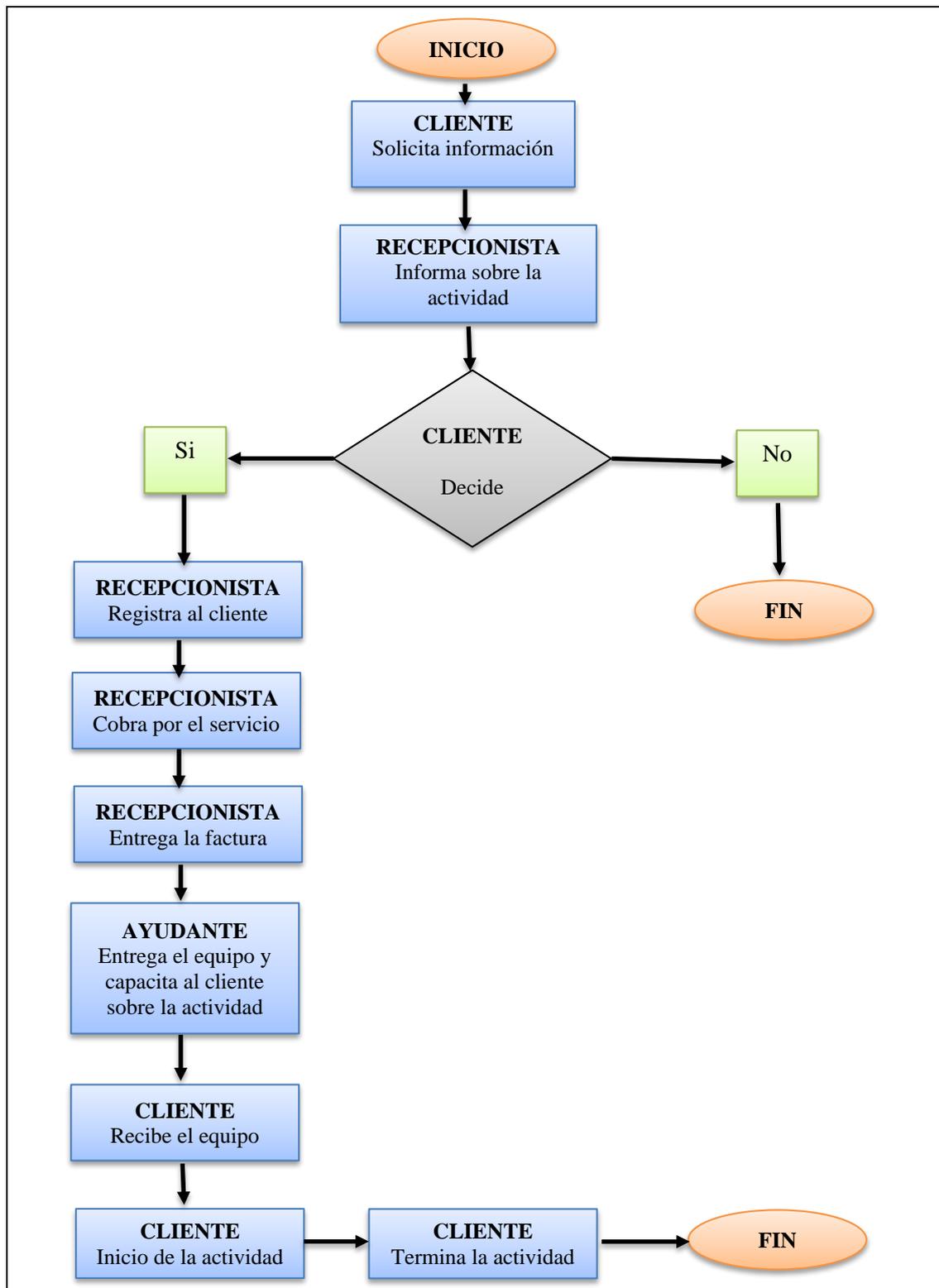


Figura 70. Flujograma de cabalgata

Fuente: Investigación secundaria
 Elaborado por: Gabriela Castillo

c) Pesca deportiva

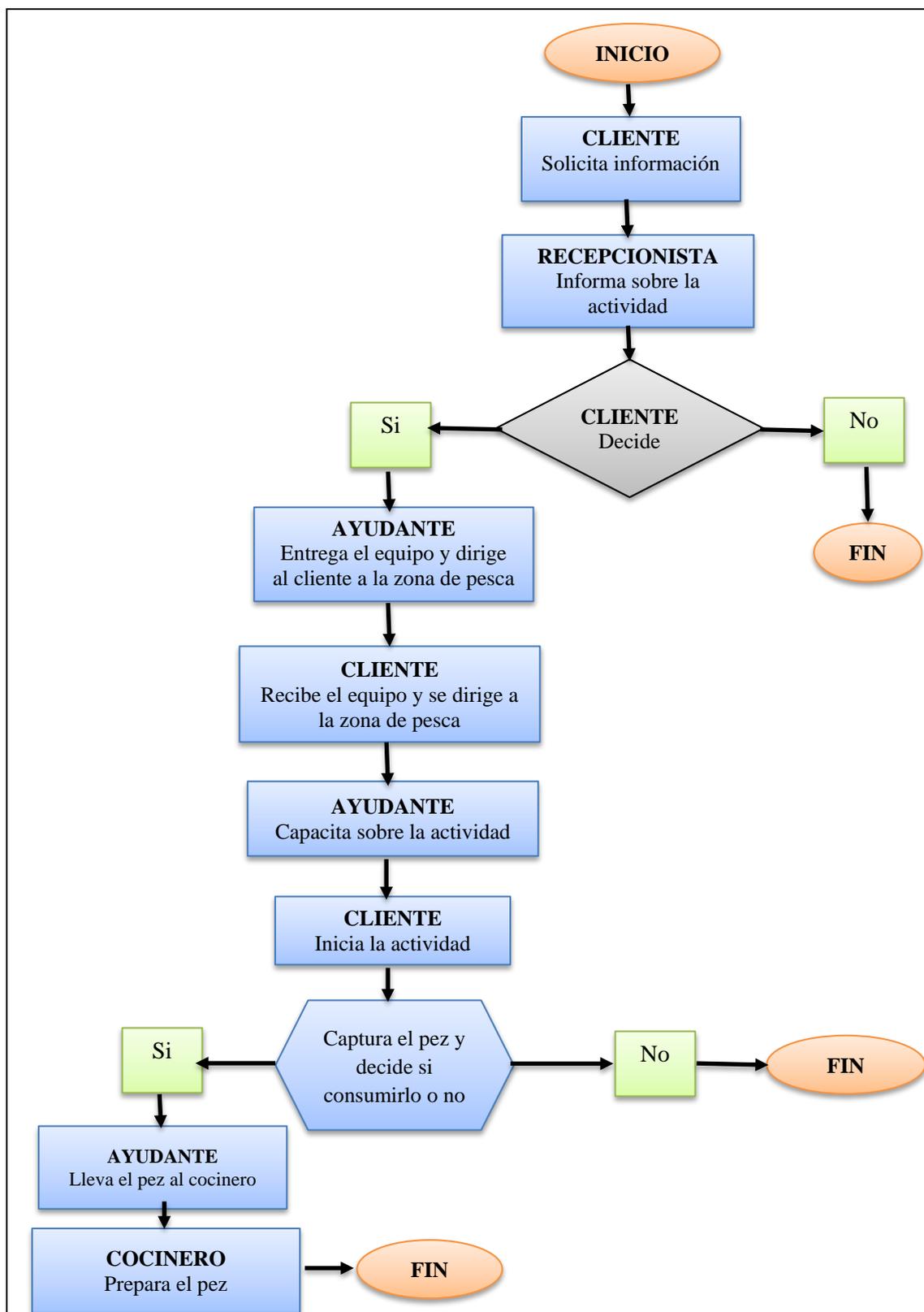


Figura 71. Flujograma de pesca deportiva

Fuente: Investigación secundaria
 Elaborado por: Gabriela Castillo

d. Reglamento para empleados y turistas**1) Reglamento para empleados****a) Jornada laboral**

- i.** Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la empresa.
- ii.** De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la empresa. Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código de Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes.
- iii.** Todos los empleados contarán con un receso de 1 hora para descansar y comer; dependerá de cada área el ponerse de acuerdo al momento de tomar su tiempo libre con la finalidad de que siempre exista un empleado en las mismas.
- iv.** El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones del complejo vacacional durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo a su superior inmediato.
- v.** Vacaciones y días festivos estarán sujetos a disposiciones oficiales y a cambios con previo aviso.

b) Remuneración

- i.** El pago de honorarios y nomina se hará de acuerdo a lo establecido en el contrato con cada trabajador.
- ii.** 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.

iii. 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.** Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.
- ii.** Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- iii.** Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.
- iv.** Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.
- v.** Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, pérdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.

- vi. Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc, al interior de la empresa.
- vii. 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.
- viii. Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.

d) Higiene y cuidado personal

- i. Los empleados deben mantener su aspecto e higiene personal correctamente.
- ii. Es obligación del personal mantener limpia su área de trabajo.

e) Derechos del trabajador

- i. Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la empresa.
- ii. Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este reglamento.
- iii. Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la empresa.
- iv. Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
- v. Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.

- vi.** Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra

2) Reglamento para visitantes

- a)** Al momento del check in se deberá abonar el valor total de la estadía ya sea en efectivo, cheques, depósitos o transferencias bancarias.
- b)** Las reservaciones se las puede realizar personalmente o por vía telefónica cancelando el 50% del precio de la cabaña.
- c)** No se permite el acceso de personas no registradas a las habitaciones de los huéspedes.
- d)** Es obligación del huésped entregar las llaves en recepción al momento en que dejan la empresa.
- e)** Cualquier daño causado por los visitantes a los bienes muebles o al inmueble, será su responsabilidad, debiendo cancelar la reparación de los mismos.
- f)** La empresa no se hace responsable por artículos de valor que no hayan sido dejados para su custodia.
- g)** Si el visitante desea permanecer hospedado un tiempo adicional a lo establecido, deberá informar 24 horas antes de cumplirse su checkout, y está sujeto a disponibilidad de reservas.
- h)** El horario de desayunos está programado desde las 7:30am hasta las 10:00am, luego de este horario no se servirán desayunos.
- i)** El visitante debe transitar por los caminos establecidos, con la finalidad de mantener las áreas verdes en correcto estado.
- j)** Para sugerencias, el visitante debe dirigirse a la recepción donde se encontrará un buzón de sugerencias.

2. Estudio legal

a. Base legal

1) Constitución política de la República del Ecuador

a. Art. 66.- Se reconoce y garantizará 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.

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.

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.

- 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, 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

- k) **Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres 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, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

l) Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituir la, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente sección.

m) 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.

n) 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.

o) Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

p) Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

b. Resumen de la fundamentación legal

Tabla 104. *Resumen de la fundamentación legal*

Nombre de la ley	Artículo	Relación con el proyecto
Constitución política de la República del Ecuador	Art. 66	Reconoce y garantiza el derecho a asociarse para desarrollar actividades económicas en forma individual o colectiva.

Constitución política de la República del Ecuador	Art. 319	Reconoce 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.
Ley de Turismo	Art. 5	Se consideran actividades turísticas a las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de actividades como: Alojamiento (servicios de alimentos y bebidas, transporte, operación).
Reglamento general de Actividades Turísticas	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, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.
Ley de Compañías	Art. 92	La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres 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.

Elaborado por: Gabriela Castillo

c. Requisitos legales para la constitución

1) **Registro único de contribuyentes.-** Para obtener el RUC se requiere:

- 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.-** Cuyos requisitos son:

- a) Formulario de patente de actividades económicas (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas N.- \$0,20).

- 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 obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- a) Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- b) Comprobante de pago de patente del año.
- c) Permiso sanitario de funcionamiento 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 la obtención de la licencia anual de funcionamiento los requisitos son:

- 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 (este trámite es 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).

b. Gastos de constitución

1) Gastos de constitución

Tabla 105. *Gastos de constitución*

Gastos	Descripción	Costo
De Constitución	Estatuto de constitución	\$ 250,00
	Elevación escritura de registro	\$ 500,00
	Registro de nombramiento legal	\$ 150,00

	Apertura de cuenta Banco Nacional de Fomento	\$ 800,00
	IEPI	\$ 100,00
	Otras instituciones	\$ 200,00
De permisos, patentes y licencias	Registro único de turismo (No tiene costo)	0,00
	Permiso sanitario	\$ 50,00
	Licencia Anual de Funcionamiento (El valor lo fija el municipio del cantón Alausi de acuerdo al número de habitaciones de la empresa turística)	\$ 36,00
	Otras instituciones	\$ 30,00
TOTAL		\$2.116,00

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

3. Requerimientos del área administrativa

a. Inversión en activos fijos

Tabla106. *Activos fijos para el área administrativa*

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Muebles y encerés				
Escritorio (5x160x70 cm) Nova	U	1	\$ 271,60	\$ 271,60
Silla de oficina giratoria	U	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Silla de oficina	U	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Archivador (48 cm x 1.30 m)	U	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Total				\$ 586,60
Equipos de computo				
Computadora de escritorio hp	U	1	\$ 735,00	\$ 735,00
Total				\$ 735,00
Equipo de oficina				
Calculadora Casio	U	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Total				\$ 747,00
Menaje				
Persianas (1.10 x 1.40 m2)	U	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Decoración				
Basurero redondo de acero 7lt	U	1	\$ 18,70	\$ 18,70
Reloj de pared RDN	U	1	\$ 35,09	\$ 35,09
Total				\$ 93,79

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

b. Materiales e insumos

Tabla 107. *Materiales e insumos para el área administrativa*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Materiales e insumos de oficina				
Papel bond	2 resmas	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 84,00
Esferos Bic	2 cajas	\$ 6,50	\$ 13,00	\$ 13,00
Archivadores de cartón	6 unidades	\$ 1,49	\$ 8,94	\$ 8,94
Total				\$ 105,94

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Gabriela Castillo

c. Talento humano y remuneración económica

Tabla108. *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	Gerente	\$ 360,12	\$ 4321,44	\$ 360,12	\$ 354,00	\$ 404,05	\$ 481,84	\$ 5921,46
1	Chofer	\$ 526,52	\$ 6318,24	\$ 526,52	\$ 354,00	\$ 590,76	\$ 704,48	\$ 8494,00
Total								\$ 14415,45

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, 2015

Elaborado por: Gabriela Castillo

E. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Análisis económico

a. Inversiones del proyecto

Tabla 109. *Inversiones del proyecto*

Rubros	Inversión por realizar	Total inversión
Activos fijos		\$ 210.875,08
Terreno	\$ 30.000,00	
Edificaciones y construcciones	\$ 103.829,54	
Vehículo de trabajo	\$ 28.999,65	
Maquinaria y equipo	\$ 20.983,53	
Muebles y enseres	\$ 14.252,80	
Equipo de computo	\$ 2.158,00	
Equipo de oficina	\$ 1.322,55	
Menaje	\$ 9.329,01	
Activos diferidos		\$ 5.860,00
Promoción y publicidad	\$ 439,00	
Inversión diferida	\$ 990,00	
Gastos de constitución	\$ 2.116,00	
Gasto estudio ambiental	\$ 2.315,00	
Capital de trabajo		\$ 81.653,09
Insumos y materiales	\$ 5.011,60	
Materia prima	\$ 16.734,08	
Mano de obra directa	\$ 37.960,74	
Mano de obra indirecta	\$ 11.766,38	
Sueldos y salarios	\$ 435,00	
Servicios básicos	\$ 8.635,57	
Contingencias	\$ 1.109,72	
Total		\$ 298.388,17

Elaborado por: Gabriela Castillo

b. Fuentes y usos del proyecto

Tabla 110. Fuentes y usos del proyecto

Rubros	Uso de fondos	Fuentes de financiamiento	
		Recursos propios	Banco
Activos fijos			
Terreno	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	
Edificaciones y construcciones	\$ 103.829,54	\$ 3.829,54	\$ 100.000,00
Vehículo de trabajo	\$ 28.999,65	\$ 28.999,65	
Maquinaria y equipo	\$ 20.983,53	\$ 20.983,53	
Muebles y enseres	\$ 14.252,80	\$ 14.252,80	
Equipo de computo	\$ 2.158,00	\$ 2.158,00	
Equipo de oficina	\$ 1.322,55	\$ 1.322,55	
Menaje	\$ 9.329,01	\$ 9.329,01	
Activos diferidos			
Promoción y publicidad	\$ 439,00	\$ 439,00	
Inversión diferida	\$ 990,00	\$ 990,00	
Gastos de constitución	\$ 2.116,00	\$ 2.116,00	
Gasto estudio ambiental	\$ 2.315,00	\$ 2.315,00	
Capital de trabajo			
Insumos y materiales	\$ 5.011,60	\$ 5.011,60	
Materia prima	\$ 16.734,08	\$ 16.734,08	
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	\$ 8.635,57	\$ 8.635,57	
Contingencias	\$ 1.109,72	\$ 1.109,72	
Total	\$ 298.388,17	\$ 198.388,17	\$ 100.000,00

Elaborado por: Gabriela Castillo

c. Financiamiento del proyecto

Tabla 111. Financiamiento del proyecto

Financiamiento del proyecto	\$	%
Préstamo	\$ 100.000,00	34%
Aporte de los socios (5)	\$ 198.388,17	66%
Total	\$ 298.388,17	100%

Elaborado por: Gabriela Castillo

El aporte individual de los 5 socios es \$ 39.677,63 y el préstamo se lo va a realizar con el programa del Ministerio de Turismo de “Negocios Turísticos Productivos” con el Banco Nacional de Fomento; el cual, facilita un crédito desde \$7001 hasta \$ 300.000 con un plazo de pago máximo en 10 años y una tasa de interés del 10%.

d. Cálculo del pago de la deuda

El cálculo de la deuda se realizó con los siguientes datos:

- 1) Préstamo: \$ 100.000,00
- 2) Plazo: 5 años
- 3) Capitalizable anualmente
- 4) Interés: 10%

Tabla 112. *Tabla de amortización*

Periodo	Saldo inicial	Cuota	Interés	Abono al capital	Saldo final
1	\$ 100.000,00	\$ 26.379,75	\$ 10.000,00	\$ 16.379,75	\$ 83.620,25
2	\$ 83.620,25	\$ 26.379,75	\$ 8.362,03	\$ 18.017,72	\$ 65.602,53
3	\$ 65.602,53	\$ 26.379,75	\$ 6.560,25	\$ 19.819,50	\$ 45.783,03
4	\$ 45.783,03	\$ 26.379,75	\$ 4.578,30	\$ 21.801,44	\$ 23.981,59
5	\$ 23.981,59	\$ 26.379,75	\$ 2.398,16	\$ 23.981,59	00,00
Total	\$ 131.898,74		\$ 31.898,74	\$ 100.000,00	

Elaborado por: Gabriela Castillo

e. Depreciación de activos fijos

Tabla 113. *Depreciación de activos fijos*

Detalle	Valor del bien	%	Duración del proyecto	Años por ley	Depre.	Valor Salvamento	Valor Deprec.
		Depreciación			Anual		
Edificaciones y construcciones	\$ 103.829,54	5%	5	20	\$ 5.191,48	\$ 102.791,24	\$ 1.038,30
Vehículo de trabajo	\$ 28.999,65	20%	5	5	\$ 5.799,93	\$ 27.839,66	\$ 1.159,99
Maquinaria y equipo	\$ 20.983,53	10%	5	10	\$ 2.098,35	\$ 20.563,86	\$ 419,67
Muebles y enseres	\$ 14.252,80	10%	5	10	\$ 1.425,28	\$ 13.967,74	\$ 285,06
Equipo de computo	\$ 2.158,00	33%	5	3	\$ 712,14	\$ 2.015,57	\$ 142,43
Equipo de oficina	\$ 1.322,55	10%	5	10	\$ 132,26	\$ 1.296,10	\$ 26,45
Menaje	\$ 9.329,01	10%	5	10	\$ 932,90	\$ 9.142,43	\$ 186,58
Total	\$ 180.875,08				\$ 16.292,34	\$ 177.616,61	\$ 3.258,47

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 113, depreciación de activos fijos se observó que del total del valor del bien \$ 180.875,08, la depreciación anual sería de \$ 16.292,34, valor del salvamento \$ 177.616,61 y valor depreciado sería de \$ 3.258,47.

f. Amortización de activos diferidos

Tabla 114. *Amortización de activos diferidos*

Diferidos	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Promoción y publicidad	\$ 439,00	\$ 87,80	\$ 87,80	\$ 87,80	\$ 87,80	\$ 87,80
Inversión diferida	\$ 990,00	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 198,00
Gastos de constitución	\$ 2.116,00	\$ 423,20	\$ 423,20	\$ 423,20	\$ 423,20	\$ 423,20
Gasto estudio ambiental	\$ 2.315,00	\$ 463,00	\$ 463,00	\$ 463,00	\$ 463,00	\$ 463,00
Total	\$ 5.860,00	\$ 1.172,00				

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 114, amortización de activos diferidos se obtuvo un valor de \$ 1.172,00, para cada año amortizado.

g. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.

Tabla 115. *Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto*

Denominación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de producción	\$ 71.472,80	\$ 76.475,90	\$ 81.829,21	\$ 87.557,25	\$ 93.686,26	\$ 100.244,30
Insumos y materiales	\$ 5.011,60	\$ 5.362,41	\$ 5.737,78	\$ 6.139,43	\$ 6.569,19	\$ 7.029,03
Materia prima	\$ 16.734,08	\$ 17.905,47	\$ 19.158,85	\$ 20.499,97	\$ 21.934,97	\$ 23.470,41
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
Gastos de ventas	\$ 439,00	\$ 469,73	\$ 502,61	\$ 537,79	\$ 575,44	\$ 615,72
Promoción y Publicidad	\$ 439,00	\$ 469,73	\$ 502,61	\$ 537,79	\$ 575,44	\$ 615,72
Gastos de administración	\$ 25.362,91	\$ 27.138,31	\$ 29.038,00	\$ 31.070,66	\$ 33.245,60	\$ 35.572,79
Sueldos y Salarios	\$ 435,00	\$ 465,45	\$ 498,03	\$ 532,89	\$ 570,20	\$ 610,11

Servicios Básicos	\$ 8.635,57	\$ 9.240,06	\$ 9.886,86	\$ 10.578,94	\$ 11.319,47	\$ 12.111,83
Depreciaciones	\$ 16.292,34	\$ 17.432,80	\$ 18.653,10	\$ 19.958,82	\$ 21.355,93	\$ 22.850,85
Costos financieros		\$ 8.362,00	\$ 6.560,00	\$ 4.578,00	\$ 2.398,00	0,00
Intereses bancarios		\$ 8.362,00	\$ 6.560,00	\$ 4.578,00	\$ 2.398,00	0,00

Elaborado por: Gabriela Castillo

h. Determinación del precio de la habitación

Tabla 116. *Precio de la habitación*

Costos fijos	\$ 3,83
Sueldos y salarios	\$ 0,05
Servicios básicos	\$ 0,95
Equipo de computación	\$ 0,24
Muebles y enseres	\$ 1,57
Menaje	\$ 1,03
Costos variables	\$ 2,39
Área productiva	
Insumos y materiales	\$ 2,31
Área comercial	
Insumos y materiales	\$ 0,07
Área administrativa	
Insumos y materiales	\$ 0,01
Subtotal costos fijos y variables	\$ 6,22
% Gastos de depreciación	\$ 1,79
Precio neto de producción	\$ 8,01
Utilidad 20%	\$ 1,60
Precio Subtotal	\$ 9,61
% Gross (comisión 10%)	\$ 0,96
IVA 14%	\$ 1,35
Precio Total	\$ 11,92

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 116, el precio de la habitación para turistas nacionales es de \$ 12,00 y de \$ 14,00 para turistas extranjeros.

i. Estructura de ingresos

Tabla 117. Estructura de ingresos de los turistas nacionales

Turista nacional	Precio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hospedaje	\$ 12,00	\$ 38.196,00	\$ 40.869,72	\$ 43.730,60	\$ 46.791,74	\$ 50.067,16	\$ 53.571,87
Alimentación	\$ 8,76	\$ 6.132,00	\$ 6.561,24	\$ 7.020,53	\$ 7.511,96	\$ 8.037,80	\$ 8.600,45
Total	\$ 20,76	\$ 44.328,00	\$ 47.430,96	\$ 50.751,13	\$ 54.303,71	\$ 58.104,97	\$ 62.172,31

Elaborado por: Gabriela Castillo

Tabla 118. Estructura de ingresos de los turistas extranjeros

Turista extranjero	Precio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hospedaje	\$ 14,00	\$ 82.754,00	\$ 88.546,78	\$ 94.745,05	\$ 101.377,21	\$ 108.473,61	\$ 116.066,77
Alimentación	\$ 8,76	\$ 11.913,60	\$ 12.747,55	\$ 13.639,88	\$ 14.594,67	\$ 15.616,30	\$ 16.709,44
Total	\$ 22,76	\$ 94.667,60	\$ 101.294,33	\$ 108.384,94	\$ 115.971,88	\$ 124.089,91	\$ 132.776,21

Elaborado por: Gabriela Castillo

Tabla 119. Estructura de ingresos totales

Ingresos por año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por venta demanda nacional.	\$ 44.328,00	\$ 47.430,96	\$ 50.751,13	\$ 54.303,71	\$ 58.104,97	\$ 62.172,31
Ingresos por venta demanda extranjera.	\$ 94.667,60	\$ 101.294,33	\$ 108.384,94	\$ 115.971,88	\$ 124.089,91	\$ 132.776,21
Ingresos por actividades	\$ 44.688,00	\$ 47.816,16	\$ 51.163,29	\$ 54.744,72	\$ 58.576,85	\$ 62.677,23
Total	\$ 183.683,60	\$ 196.541,45	\$ 210.299,35	\$ 225.020,31	\$ 240.771,73	\$ 257.625,75

Elaborado por: Gabriela Castillo

Para la estructura de los ingresos se procedió a realizar el siguiente cálculo: el total de la demanda objetiva por el precio oficial del servicio.

j. Estado de resultados

Tabla 120. *Estado de resultados*

Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 196.541,45	\$ 210.299,35	\$ 225.020,31	\$ 240.771,73	\$ 257.625,75
Costo de Producción	\$ 76.475,90	\$ 81.829,21	\$ 87.557,26	\$ 93.686,27	\$ 100.244,30
Utilidad bruta	\$ 120.065,55	\$ 128.470,14	\$ 137.463,05	\$ 147.085,46	\$ 157.381,45
Gastos de Administración	\$ 27.138,31	\$ 29.037,99	\$ 31.070,65	\$ 33.245,60	\$ 35.572,79
Gastos de Ventas	\$ 469,73	\$ 502,61	\$ 537,79	\$ 575,44	\$ 615,72
Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores	\$ 92.457,51	\$ 98.929,54	\$ 105.854,61	\$ 113.264,43	\$ 121.192,94
Costo financiero	\$ 8.362,00	\$ 6.560,00	\$ 4.578,00	\$ 2.398,00	\$ -
Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 84.095,51	\$ 92.369,54	\$ 101.276,61	\$ 110.866,43	\$ 121.192,94
15% Participación Trabajadores	\$ 12.614,33	\$ 13.855,43	\$ 15.191,49	\$ 16.629,96	\$ 18.178,94
Utilidad antes de reserva	\$ 71.481,19	\$ 78.514,11	\$ 86.085,11	\$ 94.236,46	\$ 103.014,00
Impuestos 25%	\$ 17.870,30	\$ 19.628,53	\$ 21.521,28	\$ 23.559,12	\$ 25.753,50
UTILIDAD NETA	\$ 53.610,89	\$ 58.885,58	\$ 64.563,84	\$ 70.677,35	\$ 77.260,50

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 120 del estado de resultados o de pérdidas y ganancias se observa que la utilidad neta para el año 1 sería \$ 53.610,89, lo que representaría ganancias en el proyecto.

k. Balance general

Tabla 121. Balance general

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo corriente (capital de trabajo)	\$ 81.653,09	\$ 87.368,81	\$ 93.484,62	\$ 100.028,55	\$ 107.030,54	\$ 114.522,68
Activo fijo	\$ 210.875,08	\$ 225.636,34	\$ 241.430,88	\$ 258.331,04	\$ 276.414,21	\$ 295.763,21
Depreciación acumulada	\$ 16.292,34	\$ 17.432,80	\$ 18.653,10	\$ 19.958,81	\$ 21.355,93	\$ 22.850,84
Activos diferidos(valor anual amortizado)	\$ 5.860,00	\$ 1.172,00	\$ 1.172,00	\$ 1.172,00	\$ 1.172,00	\$ 1.172,00
Total activos	\$ 314.680,51	\$ 331.609,94	\$ 354.740,60	\$ 379.490,40	\$ 405.972,69	\$ 434.308,74
Pasivo corriente (intereses)	\$ 10.000,00	\$ 8.362,03	\$ 6.560,25	\$ 4.578,30	\$ 2.398,16	0,00
Pasivo largo plazo (préstamo)	\$ 100.000,00	\$ 83.620,25	\$ 65.602,53	\$ 45.783,03	\$ 23.981,59	0,00
Patrimonio	\$ 204.680,51	\$ 239.627,66	\$ 282.577,82	\$ 329.129,06	\$ 379.592,94	\$ 434.308,74
Total pasivo + Patrimonio	\$ 314.680,51	\$ 331.609,94	\$ 354.740,60	\$ 379.490,40	\$ 405.972,69	\$ 434.308,74

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 121 del balance general se definieron el total de activos y el total pasivo + patrimonio, dando como resultado \$ 331.609,94 para el año 1 y \$ 434.308,74 para el año 5.

l. Flujo de Caja

Tabla 122. Flujo de caja

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 196.541,45	\$ 210.299,35	\$ 225.020,31	\$ 240.771,73	\$ 257.625,75
Valor de salvamento	\$ 177.616,61	\$ 190.049,77	\$ 203.353,26	\$ 217.587,98	\$ 232.819,14
Costos producción	\$ 76.475,90	\$ 81.829,21	\$ 87.557,26	\$ 93.686,27	\$ 100.244,30

Gastos de administración	\$ 27.138,31	\$ 29.037,99	\$ 31.070,65	\$ 33.245,60	\$ 35.572,79
Gastos de ventas	\$ 469,73	\$ 502,61	\$ 537,79	\$ 575,44	\$ 615,72
Gastos financieros	\$ 8.362,00	\$ 6.560,00	\$ 4.578,00	\$ 2.398,00	-
Utilidad antes de repartición de utilidades e impuestos	\$ 261.712,12	\$ 282.419,31	\$ 304.629,86	\$ 328.454,41	\$ 354.012,08
Impuesto	\$ 8.362,00	\$ 6.560,00	\$ 4.578,00	\$ 2.398,00	-
Utilidad neta	\$ 253.350,12	\$ 275.859,31	\$ 300.051,86	\$ 326.056,41	\$ 354.012,08
Depreciaciones	\$ 16.292,34	\$ 17.432,80	\$ 18.653,10	\$ 19.958,81	\$ 21.355,93
Amortizaciones	\$ 1.172,00	\$ 1.172,00	\$ 1.172,00	\$ 1.172,00	\$ 1.172,00
Capital de Trabajo					\$ 81.653,09
Flujo de caja	\$ 270.814,46	\$ 294.464,11	\$ 319.876,96	\$ 347.187,22	\$ 458.193,10

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 122, 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 \$ 270.814,46y para el año 5 es \$ 458.193,10.

m. Punto de equilibrio

Tabla 123.*Punto de equilibrio*

Ingresos Totales	\$ 196.541,45	\$ 210.299,35	\$ 225.020,31	\$ 240.771,73	\$ 257.625,75
Costos fijos totales	\$ 35.970,04	\$ 38.487,94	\$ 41.182,10	\$ 44.064,85	\$ 36.188,51
Gastos Administrativos	\$ 27.138,31	\$ 29.037,99	\$ 31.070,65	\$ 33.245,60	\$ 35.572,79
Gastos de Ventas	\$ 469,73	\$ 502,61	\$ 537,79	\$ 575,44	\$ 615,72
Intereses financieros	\$ 8.362,00	\$ 8.947,34	\$ 9.573,65	\$ 10.243,81	\$ -
Costos Variables	\$ 80.108,37	\$ 85.715,96	\$ 91.716,07	\$ 98.136,20	\$ 105.005,73
Materia Prima	\$ 16.734,08	\$ 17.905,47	\$ 19.158,85	\$ 20.499,97	\$ 21.934,97

Mano de Obra Indirecta	\$ 11.766,38	\$ 12.590,03	\$ 13.471,33	\$ 14.414,32	\$ 15.423,32
Mano de Obra Directa	\$ 37.960,74	\$ 40.617,99	\$ 43.461,25	\$ 46.503,54	\$ 49.758,79
Servicios Básicos	\$ 8.635,57	\$ 9.240,06	\$ 9.886,86	\$ 10.578,94	\$ 11.319,47
Insumos y materiales	\$ 5.011,60	\$ 5.362,41	\$ 5.737,78	\$ 6.139,43	\$ 6.569,19
Total costos	\$ 116.078,41	\$ 124.203,90	\$ 132.898,17	\$ 142.201,04	\$ 141.194,24
Punto de equilibrio ventas	\$ 60.718,17	\$ 64.968,44	\$ 69.516,24	\$ 74.382,37	\$ 61.086,95

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 123, se determinaron los ingresos totales, lo que nos permite determinar el punto de equilibrio de las ventas obteniendo para el año 1 año \$ 60.718,17 y para el año 5 las ventas serán \$ 61.086,95.

2. Evaluación financiera

a. Valor Actual Neto

Tabla 124. *Valor actual neto*

Número	Flujo Neto Efectivo	(1+i) ⁿ	FNE/(1+i) ⁿ
0	\$ (298.388,17)	-	\$ (298.388,17)
1	\$ 270814,46	1,06	\$ 256.404,52
2	\$ 294464,11	1,12	\$ 263.961,17
3	\$ 319876,96	1,18	\$ 271.484,14
4	\$ 347187,22	1,24	\$ 278.983,86
5	\$ 458193,10	1,31	\$ 348.592,25

Elaborado por: Gabriela Castillo

VAN \$ 1.121.037,78

Inversión \$ 298.388,17

B/C \$ 3,76

En la tabla 124, se obtuvo el valor actual neto que corresponde a la suma de flujo efectivo neto más la tasa básica de interés del 5.62% del Banco Central del Ecuador, lo que dio como resultado un VAN igual a \$ 1.121.037,78, a partir de este valor se determinó la relación beneficio costo; dividiendo el VAN para el total de la inversión que dio por resultado \$ 3,76.

b. Tasa Interna de Retorno

Tabla 125. *Tasa interna de retorno*

Número	Flujo Neto Efectivo
0	\$ (298.388,17)
1	\$ (270.814,46)
2	\$ 294.464,11
3	\$ 319.876,96
4	\$ 347.187,22
5	\$ 458.193,10

Elaborado por: Gabriela Castillo

TIR = 35 %

En la tabla 123, se determinó la tasa interna de retorno en base al flujo neto efectivo, dando como resultado 35%.

c. Periodo de Recuperación

Tabla 126. *Periodo de recuperación*

Número	0	1	2	3	4	5
Flujo neto actualizado	\$ (298.388,17)	\$ 270.814,46	\$ 294.464,11	\$ 319.876,96	\$ 347.187,22	\$ 458.193,10
Saldos de recuperación	\$ (298.388,17)	\$ (27.573,71)	\$ 266.890,40	\$ 586.767,36	\$ 933.954,58	\$ 1.392.147,68

Elaborado por: Gabriela Castillo

En la tabla 159, el periodo de recuperación del capital será a partir del segundo año.

3. Resumen de los indicadores económicos

Tabla 127. *Resumen de los indicadores económicos.*

Indicador económico	Significado para el proyecto
VAN	Mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto y si el resultado es positivo el proyecto es viable.
TIR	Indica los rendimientos futuros esperados de la inversión o si el proyecto es factible o no.
R B/C	Indica la ganancia que se obtendrá por cada dólar invertido en el proyecto.
Periodo de recuperación	Indica a partir de qué año se recuperará la inversión.

Elaborado por: Gabriela Castillo

VIII. CONCLUSIONES

1. Según el estudio de mercado el 92% (32.614) de los turistas nacionales y el 97% (63.099) turistas extranjeros manifiestan estar de acuerdo con el proyecto para la creación del complejo vacacional La Ninfa.
2. En cuanto al estudio técnico se determinó el tamaño del proyecto; la construcción de 13 cabañas para hospedaje, restaurante, piscinas y áreas de recreación, instalaciones que se pretende construir en un terreno de 11.458,74 m² ubicado en la parroquia Huigra.
3. El proyecto es socio-ambientalmente factible debido a que el 45% del impacto al momento de la construcción modificará el entorno pero el 55% será el aporte a la economía para la población local compensaría los impactos negativos que este generaría.
4. Administrativamente el proyecto es viable, debido a que está alineado a las leyes y lineamientos basados en diferentes leyes concernientes a la actividad turística de la República 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. Económico y financieramente el proyecto es viable y genera ganancias por los siguientes indicadores; Valor Actual Neto (VAN) es de\$ 1.121.037,78 dólares, Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 35%, la Relación Beneficio Costo es de \$ 3,76 dólares es decir que por cada \$ 1,00 dólar invertido se obtendrá una ganancia de 2,76 dólares. El periodo de recuperación del capital invertido será a partir del segundo año.

IX. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar los estudios de mercado que identifiquen los gustos y preferencias de los turistas.
2. Considerar las especificaciones técnicas para poner en marcha la construcción de la infraestructura turística.
3. Tomar en consideración prioritaria las medidas de mitigación propuestas para minimizar los impactos negativos causados por el proyecto durante su ejecución y la operación turística.
4. Es importante cumplir con los requerimientos legales para su debida operación y de conformidad con las leyes vigentes para evitar inconvenientes a futuro. Además es primordial que la empresa cuente con el personal calificado para un adecuado funcionamiento, ya que de los mismos depende la calidad del servicio, por lo que se recomienda que el recurso humano a contratar cumpla con los requisitos expuestos en el estudio administrativo.
5. Se recomienda trabajar en alianza con instituciones financieras como el Banco Nacional del Fomento a través del Ministerio de Turismo, fomentando de esta manera al sector turístico.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: determinar la factibilidad para la implementación de un complejo turístico en la parroquia Huigra, cantón Alausí, provincia de Chimborazo; se utilizó técnicas de investigación bibliográfica y de campo. Se realizó la valoración del inventario de atractivos turísticos que permitió conocer el potencial turístico de la localidad. El estudio de la demanda tuvo una aceptación del 92% del turismo nacional y del 97% extranjero, siendo el número promedio de visitantes 27 por día, constará de cabañas, restaurante, cancha deportiva y juegos infantiles. El estudio de mercadotecnia definió la marca y las estrategias de marketing para la publicidad y posicionamiento en el mercado. Se estructuró la parte organizativa de la empresa con su manual de funciones, reglamento y el establecimiento de requerimientos para la constitución jurídica de la empresa, según las leyes ecuatorianas relacionadas con el turismo. El estudio de impacto ambiental que causa la ejecución del proyecto demuestra un resultado positivo para su implementación, considerando además medidas de mitigación, control y prevención para cada una de las actividades previstas. Finalmente el estudio económico determinó una inversión total de \$ 298.388,17 y la evaluación financiera demuestra que el proyecto tendrá un VAN de \$ 1.121.037,78, el TIR del 35% y una relación B/C \$ 3,76. El tiempo de recuperación del capital será en 2 años de vida del proyecto lo que indica que el proyecto es económicamente rentable y sostenible.

Palabras claves: complejo turístico, atractivos turísticos, potencial turístico.



XI. SUMMARY

The current research proposes to determine a resort implementation in Huigra town, Alausí village, Chimborazo province. Bibliographic and field research techniques were used. An inventory assessment of tourist attractions was performed which allowed knowing the tourism potential of the town. The demand study had an acceptance of 92% of domestic tourists and 97% of foreign tourists, being the average number of visitors per day 27; the resort consists of cottages, restaurant, sport areas and playground. The marketing study defined the brand and marketing strategies for advertising and market positioning. The organizational part of the company was structured with its manual of functions, regulations, and the establishment of requirements for the legal constitution of the company according to Ecuadorian laws related to tourism. The environmental impact study which directs the implementation of the project shows a positive result for its implementation, also considering mitigation measures, control, and prevention for each one of the planned activities. Finally, the economic study determined a total investment of 298388,17 dollars and financial evaluation shows that the project will have a NPV (Net Present Value) of 1121037,78; the IRR (Internal Rate of Return) of 35% and C/B (Cost/Benefit) relationship of 3,76. The investment recovery time will be in 2 years of the project life, indicating that the project is sustainable and economically profitable.

Keywords: resort, tourist attractions, touristic potential.



XII.BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, M. (2006). *Estudios de factibilidad*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de <http://books.google.com.ec/como+realizar+un+estudio+de+factibilidad&hl=es&sa=X&ei=HDpAVMCIOMnIggTl5oKoCA&ved=0CCoQ6AEwAA#v=onepage&q=como%20realizar%20un%20estudio%20de%20factibilidad&f=false>

Amaya, J. (2009). *Estudio administrativo legal, la organización, el organigrama; manuales de normas y procedimientos*. Recuperado el 5 de junio mayo de 2015 de <http://www.elprisma.com>

Bic, G. (2010). *Manuales prácticos de gestión. Cómo realizar un estudio de mercado*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de <http://books.google.com.ec/como+realizar+un+estudio+de+mercado&hl=es&sa=X&ei=HDpAVMCIOMnIggTl5oKoCA&ved=0CCoQ6AEwAA#v=onepage&q=como%20realizar%20un%20estudio%20de%20mercado&f=false>

Caballero, G. (2006). *Matriz de Lázaro Lagos*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de <http://www.actiweb.es/estudiosymas/biclioteca.html>.

Casani, F. (2009). *Estudio técnico. Componentes del estudio técnico*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de http://www.academica.mx/sites/default/files/adjuntos/35272/e.2_capitulo_del_estudio_tecnico.pdf

Contreras, C. (2008). *Guía para presentación de proyectos. Análisis de la demanda*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/estudiodemercado.shtml>

Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Ley de turismo*. Recuperado el 10 de febrero de 2016 de http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A_Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf

- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra. (2012). *Plan de ordenamiento territorial*. Recuperado el 8 de agosto del 2015 de http://file:///C:/Users/Estudio/Downloads/13022013_100645_PDOT%20HUIGRA.pdf
- Instituto Nacional del Emprendedor. (2014). *Guía empresarial. Análisis de la demanda*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de <https://www.inadem.gob.mx/>
- Koch, J. (2009). *Manual del empresario exitoso. Análisis de la competencia*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de <http://www.esmas.com/emprendedores.html>
- Leiva, J. (2005). *Maestría en gerencial: proyecto desarrollo sostenible. Estudio ambiental*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de <http://www.monografias.com/trabajos102/estrategia-ambiental-mitigar-impacto-negativo-generado-proyectos.shtml>
- Luque, E. (2009). *Proyectos turísticos. El turismo*. Recuperado el 5 de junio de 2016 de <http://www.um.es/aulasenior/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2002). *Reglamento general de actividades turísticas*. Recuperado el 11 de marzo de 2016 de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2011). *Manual de señalización turística*. Recuperado el 16 de abril de 2016 de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizacic3b3n-25-08-2011.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Principales indicadores de turismo. Llegadas de extranjeros al Ecuador*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de http://www.optur.org/estadisticas/Diciembre_boletin_2014.pdf
- Ministerio de Turismo. (2014). *El turismo fuente de ingresos de divisas no petroleras en Ecuador*. Recuperado el 5 de junio del 2015

de<http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-es-cuarta-fuente-ingreso-divisas-no-petroleras-ecuador.html>

Organización Mundial del Turismo. (2014). *Ingresos derivados del turismo*. Recuperado el 17 de mayo de 2015 de <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-05-14/el-turismo-internacional-genera-14-billones-en-ingresos-derivados-de-export>

Ministerio de Relaciones Laborales. (2015). Tablas de comisiones sectoriales. Recuperado el 21 noviembre del 2015 de <http://cdn.ecuadorlegalonline.com/wp-content/uploads/2015/02/TABLAS-COMISIONES-SECTORIALES-2015.pdf>

Nieto, E. (2006). *Temas de turismo: complejo turístico*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de https://books.google.com.ec/books?id=dn_Ln0Gkq-cC&pg=PT59&dq=complejo+turistico+definicion&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIo9ubn4CEXgIVgdGCh2wZAB3#v=onepage&q=complejo%20turistico%20definicion&f=false

Ley de Compañías. (1999). *Compañía de sociedad limitada*. Recuperado el 11 de febrero de 2015 de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf

Organización Mundial del Turismo. (2008). *Introducción al turismo: concepto de turismo*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf

Rosales, H. (2005). *Estudio técnico*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de <http://www.admblog.undermedia.com.ec>

Sendín, E. (2006). *Concepto de proyecto: Análisis económico financiero*. Recuperado el 5 de junio de 2015 de <http://www.paginaspersonales.deusto.es>

XIII. ANEXOS

A. ANEXO 1. Modelo de encuesta aplicada a los turistas nacionales.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO**

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



La presente encuesta tiene como finalidad determinar la factibilidad de un proyecto turístico en la parroquia Huigra, cantón Alausi, provincia de Chimborazo.

1. Género: a. Masculino () b. Femenino ()

2. Edad: a. 18 - 27 () c. 38 - 47 ()
b. 28 - 37 () d. 48 - 57 ()
e. 58 - 65 ()

3. Lugar de procedencia:

4. Nivel de educación:

a. Primaria () c. Universidad ()
b. Secundaria () d. Post grado ()

5. Ocupación:

a. Trabaja () b. Jubilado () c. Estudiante ()

6. Ingresos económicos:

a. \$354,00-540,00 () c. \$741,00-940,00 ()
b. \$541,00-740,00 ()
d. \$ Más de \$ 940,00 ()

14. ¿Cómo le gustaría realizar su forma de pago?

- a. Tarjeta de crédito () b. Efectivo ()

15. ¿Cuándo visita los sitios turísticos, usted viaja?

- a. Solo () b. En pareja () c. 3 – 5 personas ()

16. Cuando viaja lo hace a través de:

- a. Independiente () b. Agencias de viaje ()

17. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse de los sitios turísticos?

- a. Radio () d. Televisión () f. Prensa ()
 b. Internet () e. Amigos () g. Agencias de viaje ()
 c. Revistas turísticas ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**B. ANEXO 2. Modelo de la encuesta aplicada a los turistas extranjeros.**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO**

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



This survey is aimed at determining the feasibility of a Tourism Project in the Huigra parish, Alausi town, Chimborazo province.

- 1. Gender:** a. Male() b. Female ()

- 2. Age:** a. 18 - 27 () c. 38 - 47 ()

- b. 28 - 37 () d. 48 - 57 ()
e. 58 - 65 ()

3. Place of origin:

4. Leve of education:

- a. Elementary school () c. University ()
b. High school () d. Post graduate ()

5. Occupation:

- a. Job() c. Retired () b. Student ()

6. Economic in come:

- a. \$340,00-540,00 () c. \$741,00-940,00 ()
) b. \$541,00-740,00 ()
) d. \$ More of \$ 940,00 ()

7. Do you consider necessary that the implementation of a Tourism Project in the Huigra parish, Alausi town?

- a. Yes () b. No ()

8. If the previous answer is affirmative. What would you like to enjoy tourism services?

- a. Restaurant () c. Pool () e. Playground ()
b. Lodging () d. Sports fields ()

9. What tourist activities you want to do?

- a. Hike () b. Sport fishing () c. Ride ()

10. What kind of food would like to be offered in the Resort?

- a. Typical local food () c. International ()
b. National () d. 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 2 days ()

12. How often would you like to visit the place?

- a. Weekends () c. once a month ()
b. Holiday () d. once a year ()

13. For tourist services. You usually how much spend for person?

- a. \$ 25 - 35 () c. \$ 45 - 55 ()
b. \$ 35 - 45 () d. More of \$ 65 ()

14. How would you like to make your payment?

- a. Credit card () b. Cash ()

15. When visiting tourist sites, you travel?

- a. Alone () b. Couple () c. 3 – 5 persons ()

16. How do you organize your trip?

- a. Independent () b. Travel agency ()

17. How do you usually get information about this kind of places touris?

- a. Radio () d. TV () f. Newspaper ()
 b. Internet () e. Friends () g. Travel Agency ()
 c. Tourist Magazines ()

THANK FOR YOUR COLLABORATION

C. ANEXO 3. Recetas para el menú.

1. Desayunos

a. Desayuno continental

Desayuno continental			
Porciones : 1			
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo
Leche	1	Tasa	0,25
Café/ chocolate	1	Cucharada	0,12
Huevos	2	Unidad	0,15
Pan	1	Unidad	0,25
Queso	1	Rodaja	0,21
Mermelada	1	Cucharada	0,05
Mantequilla	1	Cucharada	0,10
Azúcar	1	Cucharada	0,02
Tocino	2	Unidades	0,90
Elaborado por: Gabriela Castillo			Costo total
			2,05
			Utilidad (10%)
			0,21
			I.V.A (12%)
			0,25
			Precio total unitario
			2,50

b. Desayuno ecuatoriano

Desayuno ecuatoriano			
Porciones: 1			
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo
Leche	1	Tasa	0,25

Café / chocolate	1	Cucharada	0,12
Huevos	2	Unidad	0,15
Pan	1	Unidad	0,12
Mermelada	1	Cucharada	0,05
Azúcar	1	Cucharada	0,02
Seco de Pollo	1	Unidad	1,91
Elaborado por: Gabriela Castillo			
Costo total			2,62
Utilidad (10%)			0,26
I.V.A (12%)			0,31
Precio total unitario			3,20

2. Sopas

a. Caldo de gallina

Nombre de la receta:	Caldo de gallina			
Porciones : 8				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Gallina	1	Unidad	9,50	9,50
Zanahoria picada	1	Tasa	0,30	0,30
Arroz crudo lavado	1	Tasa	0,45	0,45
Cebolla blanca	2	Ramas	0,10	0,20
Ajo machacado	1	Cucharada	0,05	0,05
Papas picadas	10	Unidades	0,10	1,00
Cebolla blanca picada	2	Cucharadas	0,10	0,20
Agua	4	Litros		
Sal al gusto	1	Global	0,15	0,15
Perejil picado	1	Rama	0,05	0,05
Procedimiento: En una olla grande poner la gallina, agua suficiente (4 litros aprox) y sal, llevar al fuego. Antes de hervir sacar la espuma. Agregar todos los ingredientes, con excepción de las papas cocidas, la cebolla y el perejil picados. Cocinar hasta que este suave la gallina. Retirar la gallina y despedazarla; sacar también la cebolla. Para servir poner en el plato las papas, el perejil, la cebolla y el caldo.	Costo total			11,90
	Utilidad (10%)			1,19
	I.V.A (12%)			1,43
	Precio de venta			14,52
	Precio unitario			1,81

Elaborado por: Gabriela Castillo

b. Sancocho de carne

Nombre de la receta:	Sancocho de carne			
Porciones : 6				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Costilla de res	1	Libra	1,50	1,50
Choclos cortados en pedazos	3	Unidad	0,33	0,99
Cebolla blanca picada	1	Tasa	0,10	0,10
Tomate pelado y picado	1	Unidad	0,15	0,15
Perejil picado	1	Unidad	0,10	0,10
Ajo molido	3	Cucharadas	0,15	0,45
Plátano verde cortado en rodajas	1	Unidad	0,30	0,30
Zanahoria picada	1	Tasa	0,15	0,15
Sal	1	Global	0,05	0,05
Yuca pequeña cortada en pedazos	1	Unidad	0,50	0,50
Comino	2	Cucharadas	0,10	0,20
Agua	2	Litros		
Procedimiento: En una olla con 2 litros de agua ponga las costillas de res, condimente con sal, comino, apio y hierva, luego saque la espuma de la superficie, añada los choclos, la zanahoria, después los verdes previamente lavados. 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 que servirá para poner al plato al momento de servir.	Costo total			4,34
	Utilidad (10%)			0,43
	I.V.A (12%)			0,52
	Precio total			5,29
	Precio unitario			0,88

Elaborado por: Gabriela Castillo

3. Platos fuertes

a. Seco de pollo

Nombre de la receta:	Seco de pollo			
Porciones : 8				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Pollo cortado en presas	1	Unidad	8,50	8,50
Arroz crudo lavado	3	Libras	0,65	1,95
Cebolla paiteña cortadas	1	Tasa	0,20	0,20
Vaso de cerveza	2	Vaso	0,50	1,00

Achiote	4	Cucharada	0,05	0,20
Tomate riñón pelado	2	Unidades	0,15	0,30
Perejil picado	1	Unidad	0,10	0,10
Culantro picado	1	Unidad	0,10	0,10
Sal al gusto	1	Global	0,05	0,05
Pimiento	1	Unidad	0,15	0,15
Comino	2	Global	0,05	0,10
Agua	2	Litros		
Procedimiento: 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 añade el agua, la cerveza, tape y cocine a fuego lento, hasta que el pollo este suave. Acompañe de arroz amarillo.	Costo total			12,55
	Utilidad (10%)			1,26
	I.V.A (12%)			1,51
	Precio de venta			15,31
	Precio unitario			1,91

Elaborado por: Gabriela Castillo

b. Pescado frito

Nombre de la receta:	Pescado frito			
Porciones : 6				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Tilapia	6	Unidades	2,50	15,00
Harina de trigo	1	Libra	1,00	1,00
Arroz crudo lavado	3	Libras	0,65	1,95
Aceite	1	Litro	2,50	2,50
Sal	1	Global	0,05	0,05
Comino	2	Global	0,05	0,10
Ajo molido	3	Cucharadas	0,15	0,45
Plátanos verdes picados	4	Unidades	0,30	1,20
Cebolla paiteña	1	Unidad	0,20	0,20
Limón	1	Unidad	0,10	0,10
Procedimiento: Lave los pescados, sazone con sal, pimienta y comino, páselos por harina de trigo, fríalos en aceite bien caliente hasta que doren de ambos lados. Salsa de cebolla: Corte y ponga la cebolla a curtir, agregar sal, limón. Sírvalos acompañados de la salsa de cebolla, arroz y los patacones.	Costo total			22,55
	Utilidad (10%)			2,26
	I.V.A (12%)			2,71
	Precio de venta			27,51
	Precio unitario			4,59

Elaborado por: Gabriela Castillo

c. Filet mignon

Nombre de la receta:	Filet mignon			
Porciones : 6				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Filetes de res lavados	2	Libras	2,50	5,00
Champiñones fileteados	2	Tasas	2,50	5,00
Vino tinto	2	Tasas	2,00	4,00
Harina	1	Tasa	0,50	0,50
Mantequilla	1	Cucharada	0,10	0,10
Leche	1	Tasa	0,25	0,25
Sal	1	Global	0,05	0,05
Caldo de res	1	Lata	3,10	3,10
Pimienta	1	Global	0,15	0,15
Procedimiento: Marinar los filetes con el vino y reservar, fundir la mantequilla en un sartén, salpimentar los filetes y sellar por ambos lados, retirar del fuego y reservar. Agregar harina y dejar dorar, incorporar el vino en el que se marinaron los filetes, incorporar el caldo, leche y champiñones. Dejar que se espese y retirar del fuego.	Costo total			18,15
	Utilidad (10%)			1,82
	I.V.A (12%)			2,18
	Precio de venta			22,14
	Precio unitario			3,69

Elaborado por: Gabriela Castillo

d. Tallarín de albóndigas

Nombre de la receta:	Tallarín con albóndigas			
Porciones : 6				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Fideo tallarín	2	Libras	3,75	7,50
Carne de res molida	1	Libra	2,50	2,50
Cebolla blanca picada	1	Unidad	0,10	0,10
Cebolla paiteña	1	Unidad	0,20	0,20
Pimiento	1	Unidad	0,15	0,15
Ajo molido	3	Cucharadas	0,15	0,45
Mantequilla	2	Cucharadas	0,10	0,20
Pasta de tomate	1	Tasa	1,00	1,00
Salsa de tomate	1	Tasa	1,00	1,00
Hierbita picada	1	Rama	0,10	0,10
Comino	1	Global	0,05	0,05
Sal al gusto	1	Global	0,05	0,05
Agua	2	Litros		
Procedimiento: En una olla con abundante agua hirviendo, ponga u poquito de aceite y sal, cocine el tallarín. Después escúrralo y enjuáguelo en agua fría, póngalo en un recipiente. Aparte licue la cebolla colorada, cebolla blanca, el pimiento, Ajo	Costo total			12,30
	Utilidad (10%)			1,23
	I.V.A (12%)			1,48
	Costo de venta			15,01

y comino. En un sartén ponga el licuado, la mantequilla, la pasta de tomate, la salsa de tomate, revuelva y sofría, arme las bolas de carne e incorpore los tallarines.	Precio unitario	2,50
---	------------------------	-------------

Elaborado por: Gabriela Castillo

4. Vegetariana

a. Canelones vegetarianos

Nombre de la receta:	Canelones vegetarianos			
Porciones : 6				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Canelones medianos	6	Unidad	0,43	2,58
Salsa de tomate	1	Tasa	1,00	1,00
Champiñones fileteados	1	Lata	2,50	2,50
Queso mozzarella	1	Unidad	4,50	4,50
Cebolla paiteña	1	Unidad	0,20	0,20
Aceite de oliva	5	Cucharadas	0,22	1,10
Ajo molido	1	Cucharada	0,15	0,15
Sal	1	Global	0,05	0,05
Espinaca picada	1	Tasa	0,25	0,25
Tomate riñón cortado en rodajas	1	Unidad	0,15	0,15
Zanahoria rayada	1	Unidad	0,30	0,30
Mantequilla	1	Cucharada	0,10	0,10
Procedimiento: Sofreír el tomate, zanahoria y la espinaca con mantequilla hasta que tenga un poco de su jugo natural. Rellenar los canelones, primero poner los filetes de queso y luego, dentro de ellos, lo que hemos sofreído colocarlos. Poner los canelones en un molde y bañarlos con la salsa de tomate y empolvar con el queso mozzarella por encima y ponerlos a hornear de 20 a 30 min.	Costo total			11,88
	Utilidad (10%)			1,19
	I.V.A (12%)			1,43
	Precio de venta			14,49
	Precio unitario			2,42

Elaborado por: Gabriela Castillo

b. Milanesa vegetariana

Nombre de la receta:	Milanesas vegetarianas			
Porciones : 4				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Garbanzos	1	Tasa	0,45	0,45
Arroz integral cocido	2	Libras	2,50	5,00

Sal	1	Global	0,05	0,05
Pimienta	1	Global	0,15	0,15
Ajo molido	1	Cucharada	0,15	0,15
Orégano	1	Cucharada	0,10	0,10
Pimiento	1	Unidad	0,15	0,15
Huevo batido	1	Unidad	0,15	0,15
Pan rayado	2	Unidad	0,30	0,60
Aceite de oliva	2	Cucharadas	0,22	0,44
Perejil	1	Tasa	0,20	0,20
Procedimiento: Hacer puré con los garbanzos, agregar los demás ingredientes, incorporar el pan rallado para que te tome consistencia, tomar porciones y darle forma, con cuidado pasarlas por el huevo batido y freírlas con aceite vegetal.			Costo total	6,00
			Utilidad (10%)	0,60
			I.V.A (12%)	0,72
			Precio de venta	7,32
			Precio unitario	1,83

Elaborado por: Gabriela Castillo

4. Bebidas

a. Jugo de naranja

Nombre de la receta:	Jugo de naranja			
Porciones : 1				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Naranja	3	Unidad	0,20	0,60
Agua	1	Litro		
Azúcar	2	Cucharadas	0,10	0,20
Procedimiento: Lavar las naranjas y exprimirlas, agregar el agua y la azúcar al gusto.			Costo total	0,80
			Utilidad (10%)	0,08
			I.V.A (12%)	0,10
			Precio de venta	0,98

Elaborado por: Gabriela Castillo

b. Jugo de guayaba

Nombre de la receta:	Jugo de guayaba			
Porciones : 1				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Guayaba	3	Unidad	0,12	0,36
Agua	1	Litro		
Azúcar	2	Cucharadas	0,10	0,20
			Costo total	0,56

Procedimiento: Lavar guayabas, agregar el agua, licuarlas y cernirlas. Agregar azúcar al gusto.	Utilidad (10%)	0,06
Elaborado por: Gabriela Castillo	I.V.A (12%)	0,07
	Precio de venta	0,68

c. Jugo de mora

Nombre de la receta:	Mora			
Porciones : 1				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Mora	1	Libra	0,50	0,50
Agua	1	Litro		
Azúcar	2	Cucharadas	0,10	0,20
Procedimiento: Licuar la mora, cernirla, agregar el agua y la azúcar al gusto.	Costo total			0,70
	Utilidad (10%)			0,07
Elaborado por: Gabriela Castillo	I.V.A (12%)			0,08
	Precio de venta			0,85

5. Postres

a. Espumilla

Nombre de la receta:	Espumilla			
Porciones : 6				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Guayabas maduras peladas	8	Unidad	0,12	0,96
Azúcar	2	Tasas	0,30	0,60
Claras de huevo	2	Unidad	0,15	0,30
Coco rayado	4	Cucharadas	0,15	0,60
Procedimiento: Retire la parte del centro con las semillas y guarde las partes pulposas ponga los pedazos de la pulpa en un tazón grande, agregue el azúcar y use un tenedor o machacador para hacerlo puré. Luego use la batidora eléctrica para mezclarlo con el azúcar, agrega las claras de huevo, bátalo hasta que la textura este cremosa y tiesa. Sirva la espumilla inmediatamente e conos de helado y acompañe con grajeas.	Costo total			2,46
	Utilidad (10%)			0,25
	I.V.A (12%)			0,30
	Precio de venta			3,00
	Precio unitario			0,50

Elaborado por: Gabriela Castillo

b. Tres leches

Nombre de la receta:	Tres leches			
Porciones : 8				
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Huevos	6	Unidad	0,15	0,90
Azúcar	2	Tasas	0,30	0,60
Harina	2	Tasas	1,00	2,00
Esencia de vainilla	1	Cucharada	0,15	0,15
Polvo de hornear	1	Cucharada	0,15	0,15
Leche condensada	1	Lata	2,30	2,30
Leche evaporada	1	Lata	2,50	2,50
Crema de leche	1	Tasa	1,20	1,20
Claros de huevo	3	Unidad	0,15	0,45
<p>Procedimiento: Elaboración del biscocho: batir los huevos hasta que tengan una textura espumosa, luego agregar la azúcar poco a poco y sin dejar de batir hasta que se triplique su volumen. Después agregar la harina previamente tamizada junto con el polvo de hornear, bátela haciendo movimientos envolventes, incorporar la esencia de vainilla poco a poco.</p> <p>Cuando este la masa del biscocho lista, unta un poco de mantequilla en un molde y viértela en él. Deberás hornearlo de 25-30 min, cuando esté listo retirarlo del horno y dejar que se enfrié. Crema de tres leches: vierte el contenido de las tres latas en un recipiente y batirlo, con esta mezcla bañar el biscocho. Merengue: batir las claras a punto de nieve y agregar el azúcar poco a poco hasta que el merengue adquiera la consistencia adecuada, cuando el biscocho haya reposado verter la mezcla de tres leches y dejar que se empape por completo.</p>	Costo total		9,05	
	Utilidad (10%)		0,91	
	I.V.A (12%)		1,09	
	Precio de venta		11,04	
	Precio unitario		1,38	

Elaborado por: Gabriela Castillo

D. ANEXO 4. Señalética turística

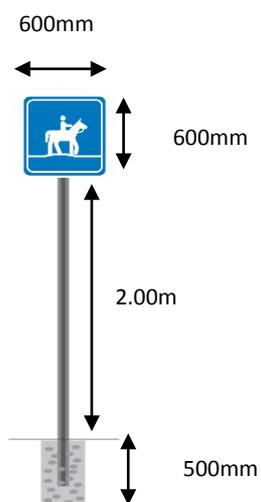
1. Señalética de destino turístico

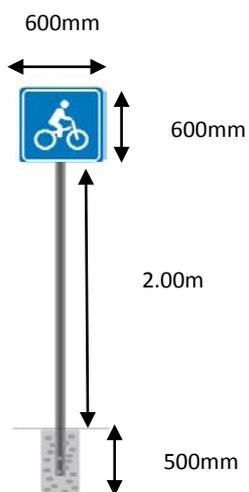
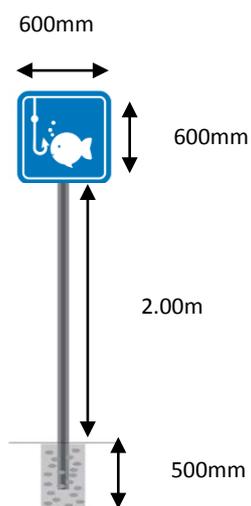
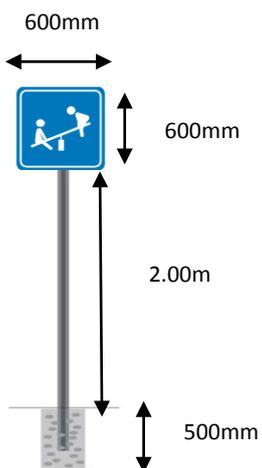
a. Señal de aproximación del complejo vacacional La Ninfa

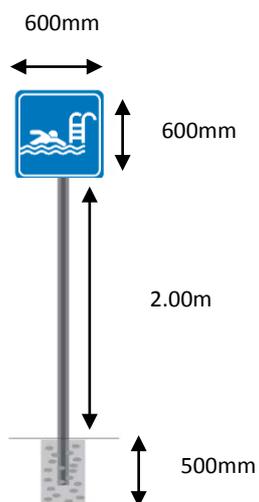
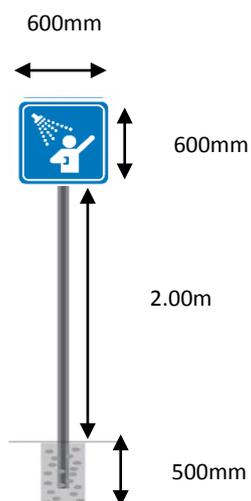
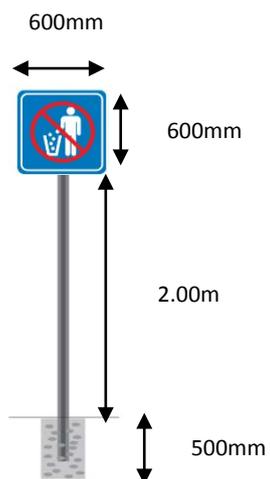


2. Señales identificativas de actividades turísticas

a. Paseo a caballo



b. Paseo en bicicleta**c. Pesca deportiva****3. Señales identificativas de servicios turísticos****a. Juegos infantiles**

b. Piscina**c. Duchas****4. Señales restrictivas****a. No botar basura**

E. ANEXO 5. Matriz FODA del análisis competitivo.

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Precios competitivos para toda clase social y económica. • Importante fuente generadora de empleo e ingresos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la infraestructura turística. • Fortalecimiento de la calidad de los productos, servicios y entorno físico de la oferta turística actual. • Manejo adecuado de los recursos naturales y culturales. • Desarrollo de productos turísticos. • Gestión por parte de la Junta Parroquial para solicitar capacitaciones.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de una asociación de prestadores de servicios turísticos de la Parroquia, que hagan frente común para la solución de problemas y buscar mejoras a favor de su gremio. • Los dueños de restaurants y puestos de comida, no cuentan con capacitaciones y mejoras por parte de autoridades de la junta parroquial. • Malas prácticas del turismo, generación excesiva de basura. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de unión y organización por parte de los prestadores de servicios turísticos de la Parroquia. • Falta de información actual sobre turismo a los prestadores de servicio por parte de las autoridades de la junta parroquial.

Elaborado por: Gabriela Castillo