

**ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS PARA  
LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, PROVINCIA DE COTOPAXI.**

**MAYRA ANDREA MARTÍNEZ ILLESCAS  
MARIELISA DEL ROCÍO PONCE RIVERA**

**TESIS**

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

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



**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2009**

**CERTIFICACIÓN**

**EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE:** El trabajo de investigación titulado: **“ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS PARA LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, de responsabilidad de las Señoritas Egresadas **Mayra Andrea Martínez Illescas y Marielisa del Rocío Ponce Rivera**, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

**TRIBUNAL DE TESIS:**

Ing. Patricia Tierra

**DIRECTORA**

Ing. Alberto Latorre

**MIEMBRO**

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

**Riobamba, Marzo del 2009**

## AGRADECIMIENTO

En esta etapa de mi vida que hoy culmina quiero dar primeramente las gracias al Señor, porque sin el no hubiese sido posible este logro; cada día en la senda del camino he encontrado obstáculos que en ocasiones han hecho que pierda la confianza pero sin duda alguna he hallado la Fe en nuestro creador y es el quien me ayudo a culminar con esta etapa de mi vida.

Gracias a mi madre y hermano que han estado a mi lado desde que empecé a dar mis primeros pasos, sin el apoyo de ellos jamás hubiese llegado a la meta, gracias a esa amiga que siempre estuvo hay en las buenas y malas apoyándome siempre, compartiendo momentos inolvidables que han ayudado a enriquecer esta amistad que nació en la politécnica.

Agradecemos a los Ingenieros Patricia Tierra y Alberto Latorre por todo el tiempo que nos dedicaron en el cual sin duda alguna transmitieron todos sus conocimientos y por aquella amistad y respeto que entregaron en las aulas u fuera de ellas.

## DEDICATORIA

***“SOMOS LO QUE PENSAMOS, TODO LO QUE SOMOS SURGE DE NUESTROS  
PESNAMIENTOS, CON NUESTROS PENSAMIENTOS CREAMOS EL MUNDO”***

***(BUDA)***

Quiero dedicar este trabajo a las personas mas importantes en mi vida, a ti Dolores madre mía que con tu paciencia, consejos, amor ayudaste en mi formación, Hugo ese hermano que supo apoyarme en el transcurso de la carrera, a mi hijo Emilio que supo despertar en mi el amor de madre y deseo de superación para poder entregarte un mejor futuro, y finalmente a ese amigo fiel que siempre estuvo y esta a mi lado apoyándome, cuidándome, aconsejándome, pues con tu presencia influenciaste en mi deseo de superación.

## TABLA DE CONTENIDO

I.	TITULO.....	22
II.	INTRODUCCIÓN.....	22
	A. JUSTIFICACIÓN.....	24
	B. OBJETIVOS.....	25
III	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	26
	A. TURISMO.....	26
	B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO.....	28
	C. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	35
	D. SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (SIG).....	44
	E. ESTUDIO DE MERCADO.....	45
	F. PRODUCTO/SERVICIO.....	55
	G. DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS.....	60
	H. PUBLICIDAD.....	62
	I. DISEÑO DE LA INFRAESTRUCTURA.....	63
	J. HIPÓTESIS.....	66
IV	MATERIALES Y METODOS.....	67
	A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	67
	B. MATERIALES Y EQUIPOS.....	69
	C. METODOLOGIA.....	69
V	RESULTADOS.....	77
	A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA ZONA.....	77
	B. ESTUDIO DE MERCADO.....	182
	C. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO.....	261
	D. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE LA INFRAESTRUCTURA PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO COMUNITARIO Y DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE CONSTRUCCIÓN.....	282
	E. DETERMINACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA UNIDAD DEL EMPRESARIADO COMUNITARIO.....	299
	F. ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO.....	359
	G. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO SAN JUAN DE PASTOCALLE.....	373
VI	CONCLUSIONES.....	382
VII	RECOMENDACIONES.....	384
VIII	RESUMEN.....	386
IX	SUMMARY.....	387
X	BIBLIOGRAFIA.....	388
IX	ANEXOS.....	391

## LISTA DE CUADROS

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
01	División de la población de la parroquia San Juan de Pastocalle, por sexo y porcentaje, 2008.	58
02	Total de hombres de la parroquia San Juan de Pastocalle, por rango de edad y porcentaje. 2008	59
03	Total de mujeres de la parroquia San Juan de Pastocalle, por edad y porcentaje. 2008	60
04	Población de la parroquia San Juan de Pastocalle, por tipo de población y porcentaje. 2008	61
05	Establecimientos educativos de la parroquia San Juan de Pastocalle.	63
06	Analfabetos mayores de 15 años, de la parroquia San Juan de Pastocalle, por sexo y porcentaje. 2008	64
07	Instituciones que se encuentran presentes en la parroquia San Juan de Pastocalle, por actividad.2008	66
08	Uso del suelo en Cotopaxi y Latacunga, por hectáreas y porcentaje. 2008.	68
09	Clasificación del ganado menor de las mujeres del proyecto “Sin Fronteras, por costo unitario. 2008.	71
10	Empresas florícolas de la Comunidad San Juan de Pastocalle, por comunidad. 2008.	71
11	Servicios Básicos de las Parroquia San Juan de Pastocalle, por comunidades y barrios. 2008.	75
12	Disposición de servicio de alcantarillado en la Parroquia San Juan de Pastocalle, por número de habitantes. 2008.	76
13	Calendario de Fiestas Celebradas en San Juan de Pastocalle	151
14	Resumen del Inventario de atractivos naturales	153

**LISTA DE CUADROS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
15	Evolución de mercados emisores al Ecuador, por años. 2004 – 2006	162
16	Evolución del turismo receptor, por años. 2000 – 2006	162
17	Preferencias de actividades realizadas por los turistas, por número de visitantes y porcentaje. 2006	163
18	Cálculo del universo de estudio para turistas nacionales.	166
19	Cálculo del universo de estudio para turistas internacionales.	167
20	Proyección de la demanda nacional y extranjera, para cinco años. 2008 – 2013	170
21	Total demanda nacional y extranjera, para los cinco años. 2008 – 2013	171
22	Cantidad demandada vs cantidad ofertada = demanda insatisfecha y cuota objetiva de mercado para cinco años. 2008 – 2013	172
23	Número de turistas nacionales encuestados, por edad y porcentaje. 2008	173
24	Media aritmética de la edad del turista nacional. 2008	174
25	Número de turistas nacionales encuestados, por sexo, 2008	175
26	Número de turistas nacionales encuestados, por procedencia y porcentaje. 2008	176
27	Con quien viaja acompañado el turista nacional. 2008	177
28	Medio por el que el turista nacional se informa. 2008	178
29	Como obtuvo la idea de realizar el viaje el turista nacional. 2008	179
30	Cual fue el principal motivo del viaje del turista nacional. 2008	180
31	Realizo reservaciones el turista nacional antes de salir de viaje. 2008	181
32	En las vacaciones el turista nacional prefiere visitar.	182
33	Cuanto tiempo el turista nacional permanece fuera de casa.	183

**LISTA DE CUADROS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
34	Ha realizado excursiones el turista nacional	184
35	Como realiza las excursiones el turista nacional.	185
36	El turista nacional visita otros lugares del país	186
37	El turista nacional que lugares prefiere visitar.	187
38	Obtuvo información turística antes de salir de viaje.	188
39	Cuando obtuvo información turística	189
40	Donde obtuvo información turística	190
41	Cuántas personas integran su grupo de viaje en las vacaciones.	191
42	numero de turistas nacionales encuestados, por nivel de educación y porcentaje. 2008	192
43	Inclinación de los turistas nacionales por realizar turismo Comunitario, por porcentaje. 2008	193
44	Inclinación del turista nacional en la preferencia a participar en tours comunitarios, por porcentaje. 2008	194
45	Preferencia del turista nacional para hospedarse en las comunidades, por tipo de hospedaje y porcentaje. 2008	195
46	Estadía del turista nacional por número de días y porcentaje. 2008	196
47	Cuanto estaría dispuesto a cancelar al día por permanecer en las Comunidades, por porcentaje. 2008	197
48	Número de turistas extranjeros encuestados, por edad y porcentaje. 2008	198
49	Media aritmética de la edad del turista internacional. 2008	199
50	Número de turistas extranjeros encuestados, por sexo y porcentaje 2008	200
51	Número de turistas extranjeros encuestados, por procedencia y porcentaje 2008	201
52	Con quién viaja acompañado el turista internacional. 2008	202



**LISTA DE CUADROS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
53	Medio por el cual el turista internacional se informa. 2008	203
54	Cual fue el principal motivo del viaje del turista extranjero. 2008	204
55	Donde realizo el pago de sus vacaciones el turista extranjero. 2008	205
56	El paquete que usted cancela incluye otros destinos ecuatorianos. 2008	206
57	Otros destinos que usted haya visitado o pretende visitar en su Estadía en el país. 2008	207
58	Ha realizado excursiones el turista extranjero. 2008	208
59	Como efectuó el turista extranjero las excursiones. 2008	209
60	Realizo reservaciones al momento que decidió realizar el viaje. 2008	210
61	Es su primera visita al país. 2008	211
62	Número de turistas extranjeros encuestados, por nivel de Educación. 2008	212
63	Inclinación de los turistas extranjeros por realizar turismo Comunitario, por porcentaje. 2008	213
64	Inclinación del turista extranjero en la preferencia a practicar tours Comunitarios, por porcentaje. 2008	214
65	Preferencia del turista extranjero para hospedarse en las comunidades, por tipo de hospedaje y porcentaje. 2008	215
66	Estadía del turista extranjero por número de días y porcentaje. 2008	216
67	Cuanto estaría dispuesto a cancelar al día por permanecer en las Comunidades, por porcentaje. 2008	217
68	Identificación de las agencias y operadoras de la provincia de Cotopaxi que practican otro tipo de turismo y que se encuentran Interesados en practicar turismo comunitario.	221

**LISTA DE CUADROS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
69	Identificación de agencias y operadoras de la provincia de Pichincha que practican otro tipo de turismo y que se encuentran interesados en practicar turismo comunitario.	222
70	Servicios que ofrece el centro artesanal quilotoa	226
71	Servicios que ofrece Ilalo	227
72	Servicios que ofrece Yunguilla	227
73	Servicios que ofrece Achik ñan”	228
74	Servicios que ofrece “Casa cóndor”	229
75	Servicios que ofrece “Razu Nan”	230
76	Servicios que ofrece “Quilla Pacari”	231
77	Servicios que ofrece “Ucasaj”	232
78	Servicios que ofrece “Visión futura”	233
79	Servicios que ofrece “Guargualla”	234
80	Servicios que ofrece “Patuloma”	235
81	Servicios que ofrece “Salinas de Guaranda”	236

**LISTA DE CUADROS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
82	Análisis de la competencia en la provincia de Cotopaxi, Pichincha y Chimborazo que practican turismo comunitario.	237
83	Proyección de la oferta nacional y extranjera hasta el año 2013	239
84	Niveles de producción para el producto.	240
85	Estructuración del costo del paquete 1	252
86	Estructuración del costo del paquete 2	253
87	Estructuración del costo del paquete 3	254
88	Estructuración del costo del paquete 4	255
89	Resumen de los precios individuales por paquete, por rango de pax.	256
90	Porcentaje de aceptación de los paquetes comunitarios.	258
91	Porcentaje de aceptación de los paquetes comunitarios.	260
92	Presupuesto para la construcción de las cabañas de hospedaje para la Parroquia San Juan de Pastocalle.	268
93	Menage para equipar las habitaciones.	273
94	Muebles de oficina	273
95	Equipo camping.	274
96	Menage para el restaurante.	276
97	Menage para la cocina.	277
98	Producto Turístico	282
99	Personal necesario y plan de capacitación para el proyecto.	299
100	Capacitación para el área de administración.	301
101	Capacitación para el área de operación – contabilidad.	302

**LISTA DE CUADROS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
102	Capacitación para el área de guianza.	303
103	Capacitación para el área de alimentación.	305
104	Capacitación para el área organizativa – comunal.	306
105	Capacitación para el área de hospedaje.	307
106	Programas de capacitación.	308
107	Presupuesto para las áreas de capacitación.	309
108	Resumen de inversiones	353
109	Cuadro resumen de los recursos propios	355
110	Tabla de amortizar para cinco años	355
111	Flujo de caja	357
112	Información sobre egresos	358
113	Análisis Financiero de Liquidez	359
114	Análisis Financiero de Rentabilidad	359
115	Cuadro de depreciaciones	360
116	Plan de ventas	361

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
01	División de la población de la parroquia San Juan de Pastocalle, por sexo y porcentaje, 2008.	59
<b>02</b>	Total de hombres de la parroquia San Juan de Pastocalle, por rango de edad y porcentaje 2008.	60
<b>03</b>	Total de mujeres de la parroquia San Juan de Pastocalle, por rango de edad y porcentaje. 2008	61
04	Población de la parroquia San Juan de Pastocalle, por tipo de población y porcentaje. 2008.	62
05	Disposición de servicio de alcantarillado en la Parroquia San Juan de Pastocalle, por número de habitantes. 2008.	77
06	Proyección de la demanda nacional y extranjera, para cinco años. 2008 – 1013	170
07	Número de turistas nacionales encuestados, por edad y porcentaje. 2008	174
08	Número de turistas nacionales encuestados, por sexo y porcentaje. 2008	175
09	Número de turistas nacionales encuestados, por procedencia y porcentaje. 2008	176
10	Con quien viaja acompañado el turista nacional. 2008	177
11	Medio por el cual el turista nacional se informa, por porcentaje. 2008	178
12	Como obtuvo el turista nacional la idea de realizar el viaje.	179
13	Principal motivo de viaje de los turistas nacionales	180
14	Hace cuanto tiempo realizó reservaciones el turista nacional para salir de viaje.	181
15	Preferencias del Turista Nacional por visitar en las vacaciones	182

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
16	Tiempo que permanece el turista nacional fuera de su casa en las vacaciones.	183
17	Ha realizado excursiones el turista nacional	184
18	Como ha realizado las excursiones el Turista Nacional	185
19	El Turista Nacional visita otros lugares del País	186
20	El Turista Nacional que lugares prefiere visitar.	187
21	Obtuvo información turística antes de salir de viaje.	188
22	Cuando obtuvo información turística.	189
23	Cuando obtuvo información turística.	190
24	Con cuantas personas viaja usted en las vacaciones	191
25	Número de turistas nacionales, por nivel de educación y porcentaje. 2008	192
26	Inclinación de los turistas nacionales por realizar turismo comunitario, por porcentaje. 2008	193
27	Inclinación del turista nacional para participar de las actividades Comunitarias, por porcentaje. 2008.	194
28	Preferencia del turista nacional para hospedarse en las comunidades, por tipo de hospedaje. 2008	195
29	Estadía del turista nacional, por número de días y porcentaje. 2008	196
30	Cuanto estaría dispuesto a cancelar al día por permanecer en las Comunidades, por porcentaje. 2008	197
31	Número de turistas extranjeros encuestados, por edad y porcentaje. 2008	198
32	Número de turistas extranjeros encuestados, por sexo y porcentaje. 2008	200
33	Número de turistas extranjeros encuestados, por procedencia y porcentaje. 2008	201
34	Con quien viaja acompañado el turista internacional. 2008	202

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
35	Medio por el cual el turista extranjero se informa. 2008	203
36	Cual Fue El Principal Motivo Del Viaje Del Turista Extranjero.	204
37	Donde realizo el pago de sus vacaciones el turista extranjero. 2008	205
38	El Paquete Que Usted Cancela Incluye Otros Destinos Ecuatorianos	206
39	Otros destinos que usted haya visitado o pretende visitar en su estadía en el país.	207
40	Ha realizado excursiones el turista extranjero	208
41	Como efectuó el turista extranjero las excursiones	209
42	Realizó reservaciones al momento que deicidio realizar el viaje	210
43	Su primera visita al país	211
44	Número de turistas extranjeros encuestados, por nivel de educación y porcentaje. 2008	212
45	Inclinación de los turistas extranjeros por realizar turismo comunitario, por porcentaje. 2008	213
46	Inclinación del turista extranjero para participar de actividades	214
47	Preferencia de turista extranjero para hospedarse en las comunidades, por tipo de hospedaje y porcentaje. 2008	215
48	Estadía del turista extranjero por número de días y porcentaje. 2008	216
49	Cuánto estaría dispuesto a cancelar al día por permanecer en las Comunidades, por porcentaje. 2008	217
50	Diagrama de flujo del servicio de alojamiento.	283
51	Diagrama de flujo del servicio de alimentos	284
52	Diagrama de flujo del servicio de información en la comunidad	285
53	Diagrama del proceso productivo del paquete “ruta de los Illinizas”	286

**LISTA DE GRÁFICOS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
54	Diagrama del proceso productivo del paquete “el buen vivir en Pastocalle”	287
55	Diagrama del proceso productivo del paquete “Coello de luna”	288
56	Diagrama del proceso productivo del paquete “Illinizas encanto y Tradición”	289

**LISTA DE MATRIZ**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
01	Identificación de las causas, problemas, efectos y soluciones de la parroquia Juan de Pastocalle.	156
02	Identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y Amenazas de la parroquia Juan de Pastocalle	160



**LISTA DE FOTOS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
01	Cascada de “Cununyacu”	79
02	Bosque primario	83
03	Aguas termales de los Illinizas	87
04	Los páramos del Illinizas	91
05	Laguna de los Patos	95
06	Los Illinizas	99
07	Volcán Cotopaxi	103
08	Volcán Cotopaxi	103
09	Laguna de Limpiopungo	107
10	Laguna de Limpiopungo	107
11	Cueva de los Búhos	111
12	Cueva de los Búhos	111
13	Zona de Camping	115
14	Pueblo Encantado	119
15	Laguna Quilotoa	123
16	Artesanías Laguna de Quilotoa	126
17	Artesanías Laguna de Quilotoa	127
18	Ruinas del Antiguo Pastocalle	128
19	Asociación de Mujeres “Sin Fronteras	131
20	Feria Saquisilí	134
20	Feria Saquisilí	134
21	Fabrica de escobas	138
22	Tejidos de Lanilla	141
23	Página Web	344

**LISTA DE FOTOS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
24	“Logotipo”	345
25	“Valla Publicitaria”	346
26	“Plegable”	347
27	“Plegable”	347
28	“Plegable”	347
29	“Hoja Tipo”	348
30	“Postales”	349
31	“Postales”	349
32	“Afiche”	349
33	“Tarjeta”	350

**LISTA DE MAPAS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
01	Ubicación “Cascada Cununyacu”	80
02	Ubicación “Bosque Primario”	84
03	Ubicación “Aguas Termales”	88
04	Ubicación “Paramo Ruta de los Patos”	92
05	Ubicación “Laguna de los Patos”	96
06	Ubicación “Nevado los Illinizas”	100
07	Ubicación “Ruta Parque Nacional Cotopaxi”	104
08	Ubicación “Laguna Limpiopungo”	108
09	Ubicación “Cueva de los Buhos”	112
10	Ubicación “Zona de Camping”	116
11	Ubicación “Pueblo Encantado”	120
12	Ubicación “Paramo Los Illinizas”	124
13	Ubicación “Ruinas Pastocalle”	129
14	Ubicación “Asociacion de mujeres Sin Fronteras”	132
15	Ubicación Ferias “Culturales Saquisilí”	135
16	Ubicación “Fabrica de Escobas”	139
17	Ubicación “Tejidos de Lanilla”	142
18	“Ruta Los Illinizas”	244
19	“Tour Los Illinizas – Segundo dia Buen vivir Pastocalle”	246
20	“Ruta Cuello de Luna Parque Nacioanal Cotopaxi”	248
21	“Tour Los Illinizas – Encanto y Tradicion”	250

## LISTA DE ANEXOS

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
-	Cuadro 156 Análisis de los precios unitarios (apu) “Puertas de madera Prefabricadas	456
-	Cuadro 157 Análisis de los precios unitarios (apu) “Viga superior de Madera de 7.20 m	457
-	Cuadro 158 Análisis de los precios unitarios (apu) “Viga superior de Madera de 6.00 m	458
-	Cuadro 159 Análisis de los precios unitarios (apu) “Revestimiento de Paredes con madera	459
-	Cuadro 160 Análisis de los precios unitarios (apu) “Enlucido vertical	460
-	Cuadro 161 Análisis de los precios unitarios (apu) “Enlucido Horizontal	461
-	Cuadro 162 Análisis de los precios unitarios (apu) “Pintura en paredes”	462
-	Cuadro 163 Análisis de los precios unitarios (apu) “Entablado en pisos”	463
-	Cuadro 164 Análisis de los precios unitarios (apu) “Closet”	464
-	Cuadro 165 Análisis de los precios unitarios (apu) “Rieles para cortinas”	465
-	Cuadro 166 Análisis de los precios unitarios (apu) “Ceramica en piso”	466
-	Cuadro 167 Análisis de los precios unitarios (apu) “Ceramica en pared”	467
-	Cuadro 168 Análisis de los precios unitarios (apu) “Puntos de luz”	468
-	Cuadro 169 Análisis de los precios unitarios (apu) “Salida de Tomacorriente”	469
-	Cuadro 170 Análisis de los precios unitarios (apu) “Caja de breakers 4 Puntos	470
-	Cuadro 171 Análisis de los precios unitarios (apu) “Salida de agua”	471
-	Cuadro 172 Análisis de los precios unitarios (apu) “Tubo PVC de ½”	472
-	Cuadro 173 Análisis de los precios unitarios (apu) “Instalación calefón	473
-	Cuadro 174 Análisis de los precios unitarios (apu) “Salida tubería PVC 3”	474

**LISTA DE ANEXOS**

<b>No.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PÁGINAS</b>
-	Cuadro 175 Análisis de los precios unitarios (apu) “Salida tubería PVC 4”	475
-	Cuadro 176 Análisis de los precios unitarios (apu) “Tubería PVC 4”	476
-	Cuadro 177 Análisis de los precios unitarios (apu) “Tubería PVC 4”	477
-	Cuadro 178 Análisis de los precios unitarios (apu) “Caja de revisión	478
-	Cuadro 179 Análisis de los precios unitarios (apu) “Instalación inodoro”	479
-	Cuadro 180 Análisis de los precios unitarios (apu) “Instalación lava manos	480
-	Cuadro 181 Análisis de los precios unitarios (apu) “Mezcladora ducha”	481
-	Cuadro 182 Análisis de los precios unitarios (apu) “Accesorio para baños”	482

## **I. ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS PARA LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, PROVINCIA DE COTOPAXI.**

### **II. INTRODUCCIÓN**

El turismo es una de las actividades que ha ido tomando fuerza con el transcurso de los años, convirtiéndose en una nueva fuente de recursos económicos orientada a una prestación eficiente y eficaz de servicios, que busca brindar una experiencia positiva al turista y una rentabilidad financiera a todo a quien se dedica a dicha labor, creando así una imagen turística sólida del producto que se oferta para garantizar la calidad del destino turístico visitado.

El turismo es una fuerza económica importante, que puede contribuir al desarrollo sostenible de una localidad, planteando una propuesta diferente que involucre indicadores básicos para el desarrollo de esta actividad, como lo establece la agenda local 21 celebrada en Johannesburgo en septiembre 2002, el desarrollo turístico sostenible pretende mejorar el papel y la capacidad de las autoridades locales para el fortalecimiento y apoyo permanente a los programas de aplicación local y otras iniciativas productivas, a través de alianzas conexas y alentar, en particular, las asociaciones entre las autoridades locales y demás niveles interesados en alcanzar el desarrollo sostenible.

Es así como el turismo visto desde la Agenda Local 21 como una herramienta para la reducción de la pobreza, procura la vinculación entre la salud, la condición socio – política, cultura y ambiental de una zona, características que de llegar ha involucrarse formando un equipo en el que si es correctamente estructurado llegara a convertirse en una empresa que genere recursos económicos capaces de solventar las necesidades de una población y como una alternativa a los trabajos habituales que existen dentro la misma,

desarrollándose además como una actividad que conlleve a la equidad, productividad y responsabilidad en su práctica.

Desde este punto de vista el turismo en el Ecuador ha ido evolucionando, hasta conseguir una nueva forma de gestión turística conocida como turismo comunitario, la cual pretende que los dueños de los recursos y territorios sean quienes los manejen siendo los beneficiarios directos, generando así recursos para toda la parroquia, con la participación igualitaria de sus miembros. Siendo esta una forma de gestión local para lograr el desarrollo, el mismo que pretende conservar los recursos tanto naturales como culturales, preservando así la Pachamama como generadora de vida, la cual encierra costumbres y tradiciones que son dignas de ser conocidas tanto a nivel nacional como internacional.

En la provincia de Cotopaxi, se ha venido manejando el turismo comunitario de una forma rudimentaria, donde solo ha sido participe la iniciativa de unos pocos pobladores del sector de Pastocalle ubicado a veinte y cinco minutos de la ciudad de Latacunga, siendo los mismos los impulsores que han venido involucrando a otras comunidades que han sentido ya la necesidad de trabajar en el sector turístico, siendo así cuatro comunidades que se encuentran dando sus primeros pasos dentro de este mercado, pero el mismo hecho de haber comenzado de una forma rudimentaria a ocasionado serios inconvenientes, debido a la falta de experiencia y conocimiento en el tema, llevando al mismo a un declive de la practica turística, viendo necesario replantear un proyecto de turismo comunitario con la participación activa de todos los miembros de sus comunidades, comprendiendo principalmente que dicha actividad requiere de tiempo, sacrificio, estudios previos que identifiquen la potencialidad turística que poseen, así como el tipo de servicios indispensables para entregar un servicio de calidad.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

Ecuador al ser un país megadiverso posee una extraordinaria variedad de atractivos, ya que presenta diversos ecosistemas, recursos naturales, bellezas escénicas, diversidad climática, étnica y cultural, entre otros atributos, es así como el Ecuador forma un escenario apto para el desarrollo del turístico de varias localidades.

El turismo comunitario visto como una forma de gestión, donde las comunidades locales se beneficiaran a futuro con dicha actividad al generar recursos económicos capaces de solventar las necesidades de las comunidades que se encuentren dentro de dicha gestión.

En la Provincia de Cotopaxi se ha visto la necesidad de planificar la actividad turística dentro de dos comunidades pioneras en la rama, siendo está la parroquia de Pastocalle, la ubicación de las misma permite observar el volcán Cotopaxi, la cordillera de los Llanganates, el nevado Iliniza, El cerro Rumiñahui, además rodeado de una variedad de flora y fauna.

La parroquia Pastocalle forma parte de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador “FEPTCE”, dicha institución se encuentra dedicada a contribuir al posicionamiento del turismo comunitario como una alternativa económica y social complementaria para la generación de ingresos y empleo en las comunidades de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador. De tal forma que las comunidades propone estructurar un producto turístico comunitario de calidad que satisfaga las demandas del mercado nacional e internacional.

El estructurar un producto turístico en la parroquia de Pastocalle, aportará al beneficio económico, sociocultural y ambiental de las mismas, erradicando la migración, pobreza, desempleo, monocultivo, deforestación, entre otros. Generando una fuente de ingresos adicionales en cada uno de los habitantes de dichas zonas, beneficiando la económica local, manteniendo viva la cultura y tradiciones de cada una de las comunidades.



## **B. OBJETIVOS**

### **1. General:**

- a. Estructuración de productos turísticos comunitarios para la parroquia san Juan de Pastocalle, provincia de Cotopaxi.

### **2. Específicos:**

- a. Realizar la evaluación del potencial turístico de la zona
- b. Realizar el estudio de mercado de la parroquia San Juan de Pastocalle
- c. Diseñar la estructura del producto turístico comunitario
- d. Planificar y diseñar la infraestructura para la prestación del servicio turístico comunitario y determinar los costos de construcción.
- e. Determinar la gestión de la unidad del emprendimiento comunitario.
- f. Definir estrategias de difusión y comercialización para el producto turístico comunitario.

### **III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **A. TURISMO**

##### **1. Generalidades**

Existen varias definiciones sobre “turismo”, entre ellas se enumera las siguientes:

Según la Organización Mundial de Turismo OMT (1999), define “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.”

“El turismo se considera como todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organizaciones que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar” (ARTILLAGA, 1966).

“El turismo es una afición a viajar por el gusto de recorrer un país en un sentido amplio, o también en la visita de una persona o grupo a diversos lugares sean urbanos o rurales con el fin de conocerlos y disfrutarlos con un objetivo meramente recreativo” (PALACIOS).

La Corporación Ecuatoriana de Turismo califica esta actividad como el viajar por descanso, placer espiritual y físico; cuando hacemos turismo conocemos gente, poblados, paisajes, recorremos parques, jardines, plazas, observamos edificios, monumentos, visitamos museos, bibliotecas, templos, sitios históricos, universidades, centros de investigación técnico-científicos, salas de espectáculos, salones de diversión, zoológicos, salones y canchas deportivas, balnearios y todo aquello que se nos ocurra e interese.

## **2. Importancia del Turismo**

Según Molina (1998) nos dice que en términos cuantitativos el turismo se ha convertido en una de las actividades de mayor importancia del planeta, por el número de desplazamientos internacionales y domésticos, debido a los empleos que genera, a su impacto sobre la Balanza de Pagos y el Producto Nacional, al igual que el monto de las inversiones y el gasto público y privado que propicia, así también destaca la importancia del turismo como una opción para el desarrollo de las comunidades y de los individuos, su trascendencia cualitativa es innegable en nuestros días además de relacionarse con necesidades fundamentales del ser humano, como por ejemplo, la educación, el aprendizaje e identificación con otras culturas, grupos étnicos y los recursos naturales. El turismo es importante además porque proporciona experiencias emotivas y cognitivas de gran riqueza y valor, pues permite al individuo la interacción con el medio que lo rodea.

## **3. Turismo comunitario**

La FEPTCE, define al Turismo Comunitario como: la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

El turismo comunitario se presenta como una alternativa de desarrollo sustentable de las comunidades indígenas que se encuentran amenazadas por el narcotráfico, la guerrilla, la deforestación producto de la actividad maderera y agroindustrial y la contaminación provocada por la actividad petrolera y minera.

El gobierno ecuatoriano al apoyar este tipo de proyectos, obtiene prestigio en la lucha contra la pobreza, el narcotráfico y el terrorismo en el mundo.

Se entiende por turismo comunitario toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a

prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes. (MALDONADO, Carlos. 2006)

El turismo comunitario difiere de otras formas de turismo y de otras estrategias de desarrollo. En las actividades que competen, se invita a personas totalmente desconocidas a vivir en los hogares y a participar de la vida privada de los miembros de la comunidad.

Por esta razón es crucial que el proceso de turismo comunitario tenga lugar de una manera genuinamente respetuosa y participativa. Los miembros de la comunidad tienen voz y voto en todos los aspectos del desarrollo de esta actividad turística mediante la planificación, la implementación, el monitoreo y la evaluación. Se trabaja en relación directa con grupos comunitarios establecidos: líderes de las casas y grupos de jóvenes, mujeres y conservacionistas. Una comunidad contenta es el cimiento del turismo comunitario sostenible. (PROYECTO REST, Turismo Comunitario el desafío de la sustentabilidad. 2003).

## **B. EVALUACION DEL POTENCIAL TURISTICO**

### **1. Diagnóstico**

Según ICI, 1995; Para realizar el conocimiento general del área debemos efectuar un diagnóstico parcial, activo. ¿Qué es un diagnóstico?. La palabra diagnóstico se usa desde hace mucho tiempo en el campo de la medicina; todo el proceso, desde la observación del aspecto físico del paciente, los síntomas o malestares que sufren diferentes tipos de análisis, hasta la conclusión a la que llega el médico se le llama diagnóstico.

Así pues, el punto de partida es casi siempre una situación irregular. Desde el punto de vista social, en las organizaciones, el diagnóstico es un proceso de investigación, registro y ordenamiento de la información que nos permite conocer la realidad, o un aspecto de

ella y también nos permite valorar críticamente las prácticas de las organizaciones insertas en esta realidad.

### **1.1 Tipos de Diagnóstico**

#### **A. Dependiendo de su alcance el diagnóstico puede ser:**

**Parcial:** Cuando se investiga uno o varios aspectos de la realidad o de la organización.

**Total:** Cuando se hace una investigación global de la organización y su práctica, y de la realidad en que esta actúa.

#### **b. Dependiendo del nivel de participación:**

**Activo:** Cuando se da la participación de los/as miembros/as de la organización en momentos determinados, es decir, los/as miembros/as de la organización participan en momentos como:

- Recolección de datos
- Informe de resultados

Pero no participan en la planificación, manejo y análisis de la información o decisiones posteriores.

**Pasivo:** Cuando los/as miembros/as de la organización no participan y son considerados solamente como sujetos de estudio, permite que alguien los tome como objetos de análisis. (Alguien recoge información que les pertenece a ellos, saca conclusiones sin su participación)

#### **c. Dependiendo de quienes lo ejecutan:**

**Externos:** Cuando la organización encarga a una institución o un grupo de personas ajenas a ella para que realice el diagnóstico y sus miembros puedan apoyar o no en algunos de sus pasos.

El Diagnóstico jamás parte de cero, ya que parte de la experiencia de la gente.

El Diagnóstico es un punto de partida para la planificación de cualquier actividad y es útil porque:

- Permite conocer mejor la realidad de un sitio. Es un aprendizaje de la propia realidad, que permite conocer las causas fundamentales de los problemas y permite también revalorizar los elementos positivos que existen.
- Ayuda a que nuestras acciones sean más eficaces para la transformación de la realidad, ya que parten de un análisis a fondo de lo que nos pasa, ubicando las causas y consecuencias.

### **1.2 Diagnóstico situacional para la planificación estratégica**

El diagnóstico o análisis situacional es uno de los elementos fundamentales del proceso de la planificación estratégica, examina la situación de la institución, tanto en su medio interno (fortalezas y debilidades), como en su medio externo (oportunidades, aliados por una parte y amenazas oponentes)

### **1.3 Diagnóstico situacional: medio interno**

Elemento fundamental del proceso de planificación estratégica, se orienta a dar respuestas a preguntas como:

- ¿Qué somos como institución?
- ¿Qué tenemos?
- ¿Qué hemos sido?
- ¿Hacia dónde nos dirigimos?

Conocer esto resulta vital, porque a la institución le permitirá saber que es capaz de hacer o de emprender.

El análisis del medio interno, como parte del diagnóstico, permite interpretar la situación de la institución, establecer la relación causa – efecto y concluir en una síntesis de puntos sólidos y problemas.

Este análisis “Es la base de todo proceso de planificación porque permite definir cómo y dónde se deberá intervenir para obtener mejores resultados.

Para que el diagnóstico situacional del medio interno sea completo todos los objetos a investigarse estarán en correspondencia a los componentes de la teoría sistemática, esto es insumos, procesos y productos.

En síntesis el análisis del medio interno constituye una evaluación de la organización, cuyo objetivo es identificar las fortalezas (logros) y debilidades (problemas).

#### **a. Fortalezas**

“Características intrínsecas de los insumos, procesos y productos que apoyan la institución para aprovechar las oportunidades o que le protegen de amenazas provenientes del entorno.

Tener una fortaleza, es sentirse fuerte, haber conseguido una buena posición, haber alcanzado un grado de solidez, poseer energía, firmeza y constancia en determinado campo, área o aspecto del quehacer institucional.” (RAMIREZ, 1996)

Poseer ventajas competitivas en relación a otras instituciones análogas.

Diferenciar entre las fortalezas que apoyan a la institución, aprovechando las oportunidades, de las fortalezas que la defienden de las amenazas.

Como identificar las fortalezas:

- Puede utilizarse una encuesta con preguntas concretas y detalladas, sobre diversos aspectos institucionales, aplicar a universo o muestra.
- Completamente el equipo técnico de planificación hará una investigación documental, a través de recopilar todos los estudios, investigaciones, escritos y publicaciones sobre los diferentes aspectos institucionales.

*¿Para que sirven las fortalezas?*

Nos indican que el camino que esta recorriendo la institución es el correcto y que a futuro se necesita implementar acciones que nos permitan robustecerlo.

Contribuye a afirmar la misión, los objetivos, las políticas y las futuras alternativas estratégicas, de consolidación y para ello se requiere persistir y perseverar en las buenas acciones. (RAMÍREZ, 1996)

### **b. Debilidades**

“Las debilidades son manifestaciones que denotan un problema, desventaja, dificultad, entropía o insatisfacción de necesidades. Son aquellas desventajas o factores que provocan vulnerabilidad en la institución y a las cuales otras similares presentan ventajas. (CONUEP, 1994)

Toda institución presenta problemas, para resolverlos es fundamental identificarlos, analizarlos y aclararlos, de modo que estemos seguros de la dificultad, para no tomar decisiones sobre síntomas equivocados.

Para identificar eficazmente un problema se puede responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Por qué es un problema?
- ¿Cuándo ocurre el problema?
- ¿Dónde es el Problema?
- ¿Para quien es el problema?
- ¿Quién se opone a solucionarlo?
- ¿Qué pasaría si no resolvemos el problema?



## **1) Tipos de problemas por su dimensión**

### **a) Los micro problemas**

Generalmente devienen en las entropías, se distinguen por ser coyunturales y su estrategia de solución no requiere de un proyecto amplio y estructurado.

### **b) Los meso problemas**

Son debilidades más estructuradas, su alcance es a mediano plazo, su estrategia de solución requiere de un proyecto o sub-proyecto específico.

### **c) Los macro problemas**

Se componen de un conjunto de problemas medianos y pequeños. Tiene un alcance a mediano y largo plazo, se lo conoce como **nudos críticos**, y de sus estrategias de solución se derivan uno o varios proyectos y sub-proyectos.

## **1.4 Diagnóstico situacional: medio externo**

Toda empresa u organización, tiene su razón de ser, en tanto su visión, misión y objetivos apuntan a contribuir el desarrollo económico, social y cultural de la comunidad y área de influencia en la cual están insertas Pero se requiere conocer e interpretar las exigencias del entorno. Sus preocupaciones entonces dejan de ser solamente intramuros, para proyectarse a lo externo.

### **a. Factor crítico externo**

Constituye las fuerzas, actores, eventos y hechos que afectan en forma directa e indirecta a la institución. Deberán ser considerados en los escenarios, en los objetivos, políticas y alternativas de cambio o consolidación.

## **b. Variables**

Consideradas en el análisis del medio externo:

- 1) Direccionadas, son las oportunidades y amenazas.
- 2) No direccionadas, los aliados y oponentes.

Análisis exhaustivo, al medio externo se lo divide en varios entornos de influencia: económico, social, político, educativo, cultural, legal, científico, tecnológico y ecológico, entre los más relevantes.

## **c. Oportunidades y amenazas**

**1) Oportunidad:** Elemento o circunstancia del ambiente externo que a de no estar bajo control directo de la institución, puede constituirse en una contribución para alguna de sus actividades importantes.

**2) Amenazas:** Elemento del medio externo relevante que no puede convertirse en una desventaja – riesgo – peligro para el desempeño de alguna de las actividades más importantes de una institución o programa.

Oportunidades y amenazas deben ser conocidas para ser aprovechadas o evitadas y reducir su impacto.

## **d. Aliados y oponentes**

**1) Aliados:** Agentes externos que por razones circunstanciales están interesados en el logro parcial o total de sus objetivos. Es preciso entender que la alianza es circunstancial o está referida a un período de tiempo.

**2) Oponentes:** Agentes externos que no desean el logro de ciertos objetivos por parte de la institución y que a veces ni siquiera están interesados en su sobre vivencia.

Para identificar oportunidades, amenazas, aliados y oponentes, metodológicamente se sugiere analizar desglosadamente el medio externo en sus varios entornos con sus respectivos indicadores de alcance.

## **C. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

### **1. Inventario de atractivos turísticos**

#### **1.1. Aspectos Generales**

##### **a. Marco Conceptual**

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país.

Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico.

##### **Los Atractivos Turísticos**

Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

##### **Facilidades turísticas**

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

## **b. Objetivos**

La metodología permite unificar los criterios para el registro de información sobre los atractivos turísticos. Posibilita además brindar tanto a las entidades públicas como privadas ligadas al turismo, información actualizada de la localización de los atractivos, su calidad, facilidades de acceso y disfrute en su entorno, a más de una evaluación y valoración de los mismos por sus características.

## **c. Etapas para elaborar el Inventario de Atractivos**

### **1. Clasificación de los Atractivos**

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo, subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar

#### **1.1 Recopilación de información**

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

#### **1.2 Trabajo de Campo**

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

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

### **1.3 Registro de la Información**

Luego de culminadas las etapas anteriores se seleccionará la información definitiva sobre cada atractivo y se registrará en los formularios según las categorías.

### **1.4 Evaluación y Jerarquización**

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

## **2. Clasificación de los Atractivos Turísticos**

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de Sitios Naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas Protegidas.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

La Categoría, define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística, dependiendo de su naturaleza. El tipo, son los elementos de características similares en una categoría. El Subtipo, son los elementos que caracterizan los tipos.

### 3. Procedimiento para el registro de Información

#### a. Instructivo para el llenado de formularios

La misma ficha será utilizada para el levantamiento de datos tanto de Sitios Naturales como de Manifestaciones Culturales

La ficha consta de los siguientes elementos:

#### **Datos Generales:**

- *Categoría:* Se escribirá ya sea Sitios Naturales o Manifestaciones Culturales.
- *Tipo y Subtipo:* Anotar el tipo o subtipo a los cuales pertenece el atractivo de acuerdo al listado.
- *Nombre:* Indicar el nombre como se conoce al sitio.
- *Ubicación:* Se debe indicar el nombre de la provincia, cantón y parroquia. Para el caso de Manifestaciones Culturales es necesario la ciudad, calle, número, sector y sitio.
- *Distancia al centro urbano más cercano al atractivo:* Anotar los nombres de dos localidades representativas que se hallen más cerca del atractivo y los km. que distan, considerándose que ellas prestan facilidades turísticas para acceder al atractivo.

#### **Calidad:**

Se anota el conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie, se debe remitir a los Cuadros “Características de los atractivos que deben inventariarse”.

- *Valor Intrínseco:* De acuerdo a la categoría, en este casillero se anotará, tipo y subtipo del atractivo, las características y todos los datos que se consideren relevantes y definan de mejor manera al atractivo. La altitud debe estar referida en m.s.n.m. a que se encuentra el atractivo o la ciudad al cual pertenece.
- *Temperatura:* Corresponde a la temperatura media, mínima y máxima en C° de la zona en donde se ubica el atractivo y la precipitación pluviométrica en mm.
- *Valor extrínseco:* En este casillero se señalan hechos relevantes que dan mayor importancia al atractivo por ejemplo hechos históricos, científicos, etc. Para el caso de

sitios naturales se consignarán los usos actuales del atractivo y aquellos factibles de realizar.

- *Estado de conservación*: Se debe resaltar el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, marcando el casillero “alterado si el atractivo ha sufrido cambios sea por causas naturales o el hombre y “no alterado” si suscitase la razón opuesta. Así mismo, es necesario medir el grado de conservación del atractivo, señalando de las tres alternativas aquella que define las acciones en marcha para su defensa y protección, describiendo las causas o acciones para mantener la situación actual.

- *Entorno*: Hay que señalar el ambiente físico biológico y socio-cultural que rodea al atractivo, ya sea conservado. En proceso de deterioro o deteriorado, describiendo de manera puntual las acciones que inciden para tal situación. En el caso de acontecimientos programados se debe anotar la organización y el cumplimiento del evento.

#### **Apoyo:**

- *Infraestructura vial y de acceso*.

- *Estado de conservación de las vías*.

- *Tipo de transporte*.

- *Frecuencia*.

- *Temporalidad de acceso*: Para el caso de los sitios naturales se anotará los meses del año que por condiciones climáticas se puede acceder al atractivo; mientras que para las manifestaciones culturales se debe señalar los días y las horas. Cuando el atractivo puede apreciarse libremente o pagando una tarifa, se debe anotar en el casillero de observaciones tales opciones. Si el atractivo puede observarse a cualquier hora, anotar “permanentemente” y “restringido” si es a horarios especiales.

- *Facilidades o servicios turísticos*.

- *Infraestructura básica*.

- *Asociación con otros atractivos*.

**Significado:**

Se anotará el interés y conocimiento que tiene el atractivo a nivel local, provincial, nacional e internacional.

NOTA: Para el caso de inventariar las manifestaciones culturales que existan en una ciudad, se procederá de manera individual con cada tipo, consignándose la información únicamente hasta el capítulo CALIDAD, inclusive, ya que el resto de datos referentes a los capítulos APOYO y SIGNIFICADO deben corresponder a toda la ciudad en general.

**b. Instructivo para llenar la ficha de evaluación de atractivos**

En la ficha de evaluación se procede a registrar los atractivos para los Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales en su orden.

En esta ficha de evaluación a más del nombre de la provincia, cantón o parroquia y el atractivo, se calificará las variables, registrando en cada casilla el valor en números enteros asignados a cada factor de esta variable, sin sobrepasar los puntos señalados.

En el casillero JERARQUIA se debe anotar, en números romanos la jerarquía de I a IV, que corresponda según el rango dentro del cual se ubica la cifra de puntos totales escrita en el casillero anterior.

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente la siguiente descripción:

**Jerarquía IV**

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



### **Jerarquía III**

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

### **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.

### **Jerarquía I**

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

## **c. Evaluación de los Atractivos**

Evaluar un conjunto de atractivos significa establecer una relación de orden entre los elementos de ese conjunto, en base a la descripción contenida en los formularios de registro de la información. El proceso de evaluación conduce a la asignación de una jerarquía.

### **Descripción de los parámetros de evaluación**

Los atractivos deberán ser evaluados en base a tres parámetros: Información consignada en los formularios, estudio fotográfico (mínimo 5 tomas al atractivo) o filmaciones y un

minucioso conocimiento de los evaluadores sobre las características particulares de los atractivos.

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo.

Los rangos son:

1 a 25 puntos: Jerarquía I

26 a 50 puntos: Jerarquía II

51 a 75 puntos: Jerarquía III

76 a 100 puntos: Jerarquía IV.

### **Definición de variables y Factores**

#### **- Calidad:**

Es la medida del interés de un atractivo, inherente a sí mismo. Las características que hacen único o relativamente único al atractivo y que motivan la visita de corrientes turísticas.

*Valor Intrínseco:* Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a su naturaleza; es decir, escénico, científico, artístico, cultural, etc.

*Valor Extrínseco:* Es el valor convencional en un atractivo; esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad, o por hecho o factor circunstancial o accidental (como es el caso de los bienes históricos). Para el caso de Sitios Naturales se debe valorar en función de los usos y en la medida de su exclusividad o variedad.

*Estado de conservación (y/u organización):* Significa el grado de integridad física en que se encuentra un atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original o inicial como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo. Para el caso de acontecimientos programados se considera la organización, contenido, programación y cumplimiento del evento.

*Entorno:* Se refiere al ambiente físico-biológico y sociocultural que rodea un atractivo. Dado que es susceptible de mejoramiento se le han asignado 10 puntos como valor máximo

**- Apoyo:**

Es la medida de las condiciones físicas y operativas que complementan el atractivo, para contribuir a su difusión y puesta efectiva en el mercado.

*Acceso:* Es la infraestructura, medios de comunicación y de transporte que permite la llegada al atractivo turístico.

*Servicios:* Este factor comprende tanto las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades, en la zona donde está el atractivo, teniendo como área de ubicación un radio de dos horas de recorrido a pie, a caballo o en un automóvil. Se evalúa también en este factor la acción de los comercializadores del turismo en pro de la promoción de los atractivos.

*Asociación con otros atractivos:* Permite medir el grado de complementariedad de un atractivo al pertenecer o estar ubicado dentro de un conjunto de atractivos, hecho que afecta su difusión en el mercado turístico.

**Significado:**

Es la variable que denota la importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido o divulgado.

- Local: Este factor está referido al grado de conocimiento del atractivo dentro del área municipal.
- Provincial: El conocimiento o difusión abarca una o más provincias.
- Nacional: El área de difusión abarca la totalidad del país.
- Internacional: El atractivo supera las fronteras y es conocido en los otros países. Son generalmente los atractivos promocionados por el turismo receptivo.

## **D. SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (SIG)**

### **1. Georeferenciación**

#### **CONCEPTO**

El proceso de Georeferencia permite crear y guardar información de control que relaciona celdas rastre o elementos vector, CAD, o TIN a un sistema de coordenadas y proyección de mapa. TNTmips. Conserva los valores de coordenadas para los puntos de control y parámetros relacionados en un sub. objeto de georeferencia.

Es el sistema más simple, pero no es una verdadera proyección de un mapa, y por lo tanto posee desventajas significantes para muchos usos. (Palbutha, M 2001)

#### **1.1 Los datos de un SIG**

Las observaciones de un fenómeno que se observa en nuestro medio, para un SIG, requiere que se deje implícito dos tipos de información: una componente que determine claramente la localización de este en el espacio con el objeto de ser referenciado en un mapa, y otra componente temática, es decir que se deje indicado que tipo de fenómeno es el que se esta estudiando en ese punto geográfico. De este modo un SIG, tendrá la capacidad de realizar un análisis espacial y un modelamiento cartográfico. (Palbutha, M 2001)

#### **1.2 Representación digital de los datos geográficos**

Hoy en día gracias al avance de la tecnología un mapa digital ofrece la ventaja de dar a conocer la posición geométrica de cada punto en el representado: sino también el poder realizar relaciones espaciales entre los objetos geográficos en estudio, este es conocido como topología. Anteriormente un mapa representaba en forma analógica la realidad de

un fenómeno, debido a lo cual debe llegar hacer procesado por un ordenador, tiene que pasar primeramente por un proceso de digitalización o escaneo que le permita general al mismo tiempo su topología. (Palbutha, M 2001)

## **E. ESTUDIO DE MERCADO**

### **1. Generalidades**

Gary Flor García (2006) define: “El mercado está formado por todos los demandantes y oferentes (personas individuales, instituciones), que comparten una necesidad o deseo específico y podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo”.

Para orientar un negocio al mercado, se deben dar dos requisitos básicos:

- Que se brinde a los deseos de los consumidores
- Que se obtenga utilidades en la empresa

Otra definición de mercado la hace Bruno Pujol (1999): “Un mercado es el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o un deseo y que podrían estar dispuestos a satisfacerlos a través del intercambio de otros elementos de valor”.

Así que el tamaño del mercado depende del número de personas que muestren una necesidad, tengan recursos que interesen a la otra parte y estén deseando intercambiar estos recursos por los que ellos desean.

Originalmente el término mercado se utilizó para designar el lugar donde los compradores y vendedores se reunían para intercambiar sus bienes, tales como la plaza de las ciudades los economistas usaron este termino en relación con los compradores y vendedores que intercambian un determinado producto o clase de producto.

### **a. La investigación de mercados**

La investigación de mercados puede definirse como la recopilación científica de información afín al área de marketing con el objetivo de facilitar la toma de decisiones de dirección. Como tal, puede ser utilizada tanto por empresas privadas como por organizaciones sin ánimo de lucro. La naturaleza científica de la investigación de mercados la separa de otras bases para la toma de decisiones.

En contraste con la intuición, la toma de decisiones científicas puede enseñarse a otras personas. Resulta más económica que la toma de decisiones por tanteo, ya que limita el margen de error. La toma de decisiones, a diferencia del método consiste en copiar los esfuerzos de otra organización, puede ayudar a mostrar que similitudes en los esfuerzos es probable que resulten beneficiosas y cuales resulten perjudiciales.

### **b. Segmentación del Mercado**

Una empresa debe prioritariamente, identificar el mercado sobre el que desea competir, y en dicho mercado definir una estrategia de presencia. Esta elección del mercado implica la partición del mercado total en subconjuntos homogéneos en términos de necesidades y motivaciones de compra, susceptibles de constituir mercados potenciales distintos. Una empresa puede escoger dirigirse a la totalidad del mercado, o concentrarse en uno o varios segmentos que forman parte del mercado de referencia.

La segmentación de mercado, es la división del mismo en grupos más pequeños que comparten ciertas características. En mercados muy grandes resulta difícil otorgar la misma atención a todo mercado, y por otra parte muchas veces el mercado no comparte los mismos intereses o necesidades o resulta igualmente rentable. Existen muchas formas de realizar una segmentación, pero se suelen seguir cuatro patrones:

- La segmentación geográfica, donde los criterios de localización de los distintos consumidores define el segmento.

- La segmentación demográfica, donde las características de la edad, sexo, raza, ingresos, miembros de la unidad familiar, son los determinantes para definir el segmento.
- La segmentación psicológica, donde los rasgos de personalidad o el estilo de vida definen el segmento.
- La segmentación comportamental, que se basa en el comportamiento de los consumidores.

Existen otros tipos de segmentación de mercado como la segmentación sociográfica, la segmentación de mercado por actitud, la segmentación por beneficios, la segmentación por el comportamiento de los consumidores de acuerdo a la edad, la segmentación por las características del usuario y la segmentación por el volumen.

### **c. Segmentación y diferenciación**

Es necesario no confundir las nociones de segmentación y de diferenciación. Esta última es un concepto que radica en la diversidad de la oferta en dos niveles:

Entre competidores para un mismo tipo de producto.

Entre los productos de un mismo fabricante propuestos en diferentes segmentos.

Los productos son diferenciados si los compradores piensan que son diferentes en el sentido que aportaran las soluciones diferentes de sus problemas. Cuando la diferenciación se dirige a la diversidad de los productos, la segmentación se orienta a la diversidad de los compradores potenciales que constituyen el mercado. Reconocer la existencia de esta diversidad lleva a la empresa a ajustar su oferta de productos a cada segmento considerado.

## **2. Demanda turística**

### **a. Generalidades**

La demanda es el deseo por un producto o servicio que puede dar lugar a una compra.

Así, la demanda de un producto concreto por parte de un consumidor, consiste en una tabla de cantidades que adquirirán los consumidores a diversos precios. La relación entre la cantidad comprada de un bien básico y el precio del mismo, suele representarse mediante una curva, que representa la relación de la cantidad demandada en función del precio. Esta curva para un consumidor individual describe simplemente la disposición de dicho consumidor a comprar ciertas cantidades de un bien en una fecha concreta, según la función del precio.

El análisis de la demanda del consumidor tiene una importancia vital para los directivos en persecución de los objetivos de toda empresa de maximización de los beneficios, ventas, valor de la empresa, ganancias, cuota de mercado o alguna combinación de todos ellos.

#### **b. comportamiento del consumidor**

Muchos productos se pueden vender a la gente según se comportan. El comportamiento del consumidor es el acto o actos de individuos en la obtención y uso de los bienes económicos y servicios, incluyendo el proceso de decisión que procede y determina estos actos. La segmentación basada en el comportamiento está influida por las características de motivación, actitudes, aprendizaje, personalidad, percepción y estilo de vida puede generalmente definirse por las actitudes, intereses y opiniones del cliente potencial.

#### **c. Clasificación de la demanda**

##### **Demanda Potencial**

La demanda potencial viene dada por el número teórico de personas susceptibles de adquirir el producto considerado. El mercado potencial real está determinado por el poder de compra y el deseo de comprar.



Es importante saber que es lo que se quiere medir en relación con el mercado. En este sentido, los conceptos esenciales son la demanda del mercado y la demanda de la empresa.

### **Demanda Real**

Es la demanda real con capacidad de pago, que compra un viaje y genera una reservación de servicios en la oferta.

### **Demanda efectiva**

Es aquella población que consume el producto turístico con los siguientes resultados:

Una experiencia intangible para el turismo

Un ingreso directo para los prestadores de servicios

Un ingreso indirecto para los otros agentes de la producción que han participado en la elaboración de un producto turístico. (GARCES, Fausto. 1995).

### **3. Oferta Turística de un producto turístico**

Según Ignacio Álvarez (2003), se puede definir al producto turístico como: “Aquel plan de viaje o viaje que realiza las personas, elaborado con un criterio subjetivo y con una serie de componentes diferenciados, planificado y llevado a cabo por el propio turista en régimen de autoconsumo, o sino se acude a una empresa especializada en la que adquiere un programa de servicios combinado, toda una serie de componentes básicos, para que esa persona desarrolle su viaje”.

Los elementos primordiales de la oferta turística son el conjunto de empresas que están encargadas de elaborar todos los productos y servicios que consumen los turistas, diferenciando tres tipos de empresas:

- **Empresas de atractivos turísticos:** Los atractivos turísticos son los elementos que tienen las zonas que son capaces de motivar el viaje de las personas, donde la importancia del mismo está en su singularidad, por lo que tendrá que permanecer sus características y condiciones generales después de cualquier proceso de producción, por sus propios medios de manera artificial. El turismo se utiliza en término de atractivo preferentemente sobre el del recurso, porque el concepto de recurso hace referencia a una materia que se utiliza y transforma el proceso de producción. Así, los atractivos turísticos son de tres tipos: naturales, culturales y económicos.

- **Empresas de infraestructuras:** Son aquellas construcciones subterráneas y de superficie generalmente construidas con presupuestos estatales, que sirven para la imposición de la oferta de todos los sectores productores del país, que sirven tanto a la población residente como a la turística, que generalmente suelen carecer de costo económico. Hay cuatro tipos de infraestructura: transportes, comunicaciones, de abastecimiento, sanidad e higiene.

- **Empresas de estructura turística:** Son las encargadas de la producción de todos los servicios que necesitan los turistas, que constituyen los medios básicos de producción y que son los que conllevan el costo económico del viaje. Se distinguen 6 tipos de empresas: transporte, alojamiento, diversión y entretenimiento, información y comercialización turística, instalaciones.

#### **4. Competencia**

##### **a. Aspectos Generales**

Todos los negocios se definen, en parte, por la competencia. La gran mayoría de las empresas operan dentro de lineamientos bastantes estrechos. Entender la competencia es parte fundamental del crecimiento del negocio. Las estrategias de promoción y éxito de estas ventas están influidos por la capacidad que se tenga para hacer distinguir el negocio en cuestión. Si conocemos los competidores y lo que están haciendo, se podrá establecer una diferencia con ellos.

La competencia se puede definir como la rivalidad entre las empresas para atraer y servir a clientes con la esperanza de obtener una utilidad. Constantemente genera mejoras en las formas como los minoristas compiten entre ellos al satisfacer cambiantes necesidades de los grupos de consumidores.

Y tratan de lograr que los consumidores compren productos y servicios en su negocio particular. Los minoristas hacen esto por medio de publicidad especial, varios tipos de promociones de venta, bajando precios, mejorando servicios y varias otras actividades.

Así el nombre de este juego es “los productos y servicios correctos al precio correcto”.

#### **b. Identificación de los competidores**

Para identificar los competidores de una empresa, es necesario contestar algunas preguntas como por ejemplo: ¿Quiénes son nuestros competidores?, ¿Qué hacen?, ¿Cuáles son sus estrategias?. Estas preguntas parecen fáciles de responder pero con frecuencia no lo son.

Al analizar la competencia es importante realizar acciones que definen de los competidores. Otro aspecto a considerar es aquel en que se destaca la presencia de competidores potenciales, es decir, quiénes podrán competir en la industria en la que participa la empresa. Para esto cabe identificar también el tamaño relativo de la empresa. La diferenciación de la misma y el número de competidores.

En ocasiones las empresas están seguras de que su producto – servicio es mejor que el de sus competidores. Sin embargo los clientes siguen prefiriéndolos a ellos. Es así que es trascendental tomar en cuenta la calidad intrínseca del producto, la calidad del servicio que se entrega al consumidor, la variedad de los productos, los sistemas de distribución, la rapidez de respuesta al cliente, la relación misma con el cliente.

Una vez identificados los competidores actuales y potenciales, el siguiente paso es sintetizar sus características distintas en los aspectos críticos de competencia. Es importante identificar sus fortalezas, debilidades y estrategias. Así mismo, los segmentos de mercado a los que se dirigen. Si la empresa realiza una segmentación de mercado (no cualquier segmentación, sino una con valor estratégico), podrá elaborar un ejercicio de mapeo de competidores. Ello le permitirá conocer los segmentos que presentan mayor intensidad de competencia, los de menor nivel de competencia, los segmentos no descubiertos por los competidores, y los que representan mayor oportunidad para la empresa y mayor dificultad para los competidores.

### **c. Beneficios al preparar un análisis de la competencia**

Descubrir cuál será la ventaja competitiva de la empresa – la razón por la cual los clientes hacen negocio con la empresa en lugar de su competencia. Entonces será capaz de comunicar efectivamente su ventaja competitiva para ganar clientes potenciales.

Analizar la situación actual del mercado y los ofrecimientos de los competidores da la oportunidad de explorar alternativas para hacer mejoras innovadoras al producto.

Se encontrará que hay ciertos tipos de clientes cuyas necesidades no han sido satisfechas. Si se logra satisfacer las necesidades de un sector que se encuentra al descubierto, se desarrollará un “nicho” de mercado.

### **d. Ventajas competitivas**

Una ventaja competitiva puede ser definida como un rasgo o factor que posee un producto que la diferencia de los que son su competencia. Estas diferencias a veces, muy tenues, son usadas por los anunciantes para contribuir sobre ellas el argumento promocional que usara para dirigirse al público. Se denomina también factor competitivo.

La estrategia competitiva consiste en lo que está haciendo una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva. La estrategia de una compañía puede ser básicamente ofensiva o defensiva, cambiando de una posición a otra según las condiciones del mercado. En el mundo de las compañías han tratado de seguir todos los enfoques concebibles para vencer a sus rivales y obtener una ventaja en el mercado.

#### **e. Cuota objetivo de mercado**

Es la participación de una compañía en determinado mercado. Se puede expresar referido al volumen de ventas en valores, o según el volumen de unidades del producto vendidas. Debe puntualizarse siempre si la expresión de la cuota de mercado se hace en valores o en unidades para apreciar adecuadamente el valor de la cifra. Hay diferentes formas de expresar la cuota de mercado: la cuota de mercado global, que representa las ventas globales de todos los productos de una empresa en relación a las ventas totales de la industria a la que pertenece; la cuota de mercado atendido, que es el porcentaje de las ventas de relación al mercado atendido, es decir, aquellos consumidores a los que la compañía dirige sus esfuerzos promocionales; y por último, la cuota de mercado de la compañía con un patrón de mercado, por ejemplo; puede compararse con el líder del mercado, o con las tres compañías que más gastan en publicidad.

#### **f. Muestra y población**

Entendemos por población o universo cualquier grupo entero completo de unidades estadísticas como por ejemplo todos los habitantes de un país, el número total de clientes de las empresas, etc. Se lo identifica por el carácter “**N**”. Esta población puede ser finita cuando **N** es menor a 100.000 e infinita cuando **N** es mayor a 100.000

La muestra en cambio, es una parte de población como por ejemplo los habitantes de una ciudad de un país, un determinado grupo de clientes de la localidad, etc. A la muestra se le denomina por “**n**” y el objetivo fundamental del muestreo estadístico es obtener

muestras representativas de la población. Es decir, muestras que tengan las mismas características que el universo y que estas estén en la misma proporción.

La característica principal de la muestra es su representatividad. Una muestra es representativa cuando esta constituida por un numero suficientemente grande de elementos tomados al azar del universo.

La investigación de mercado utiliza mucho la encuesta muestraria o encuesta estadísticamente representativa, puesto que se pueden obtener una serie de resultados de una pequeña muestra y aplicarlos a la generalidad o universo, con lo que esto representa en ahorro de tiempo y dinero.

Por lo tanto, la muestra es una reproducción en pequeño del universo, pero los resultados que se obtengan al estudiarlas serán más o menos exactos en función del grado de error muestral que se haya aceptado previamente.

Para calcular la muestra en universos finitos y con un coeficiente de fiabilidad del 99.7 % se utiliza la siguiente fórmula propuesta por Canavos:

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

**N** = universo de estudio

e = margen de error o precisión admisible (8%)

z = nivel de confianza (1.75)

p = probabilidad de ocurrencia (0.5)

q = probabilidad de no ocurrencia (0.5)

## **F. PRODUCTO / SERVICIO**

### **1. Generalidades**

Philip Kotler y Gary Armstrong (2003) definen: “Un producto es un conjunto de características tangibles. Los consumidores tienden a ver los productos como conjuntos complejos de beneficios que satisfacen sus necesidades centrales de los consumidores que el producto satisfará; luego debe diseñar el producto real y encontrar formas de aumentarlo, ofreciendo servicios y beneficios adicionales al consumidor para mayor satisfacción de los mismos”.

#### **a. Calidad del producto**

La calidad es una de las principales herramientas de posicionamiento del mercadólogo. Este tiene dos dimensiones: nivel y consistencia. Al desarrollar un producto, la empresa debe escoger un nivel de calidad que apoye la posición del producto en el mercado meta.

Las empresas escogen un nivel de calidad congruente con las necesidades del mercado y con los niveles de calidad de los productos de la competencia.

#### **b. Características del producto**

Un producto se puede ofrecer con características variables. La empresa puede crear productos de más alto nivel al añadir más características. Estas generalmente son una herramienta competitiva para diferenciar el producto de la empresa de los productos de los competidores.

### **2. Componentes del producto turístico**

El producto turístico está formado por componentes tangibles e intangibles como:

- Recursos turísticos.

- Servicios.
- Recreación.
- Imágenes y valores simbólicos.
- Interpretación.

### **3. Circuito Turístico**

Según Ricaurte Carlos, Oñate Sonia y Lozano Patricio (2006), un circuito constituye el conjunto de atractivos y las actividades que se realizan para satisfacer las necesidades o requerimientos de los turistas. Para la conformación de los circuitos se consideran las jerarquías de los atractivos, ya que estos constituyen la principal fuente de motivación para ser visitados por los turistas.

#### **a. Itinerario**

Son todas las actividades y visitas a los atractivos con los tiempos que toma recorrer cada uno de estos. Es necesario planificarlos con anticipación e influyen directamente con la satisfacción de la experiencia de viaje que tenga el turista.

#### **b. Diseño de un producto turístico**

Para diseñar un producto turístico es necesario seguir los siguientes pasos:

- **Diseño o borrador del proceso turístico (viaje):** se analiza la viabilidad global del mismo, mediante el estudio de los factores internos de la empresa, y los factores externos del destino turístico, realizando un presupuesto económico aproximado. Si la programación se enfoca a la demanda no hay un problema de riesgo de venta, el único problema es la diferencia de empresas competidoras. Realmente el problema aparece cuando la programación se realiza ajustándola a la oferta disponible, ya que pueden aparecer excedentes de producción al final del proceso.



- **Diseño de programación o planificación del producto o servicio:** En el que una vez analizada la viabilidad económica y técnica del producto, se establece la cantidad de elementos del mismo. Posteriormente se realiza el itinerario, integrando los productos turísticos que se ofertan, las actividades y las relaciones de tiempo.

- **Elección de proveedores y establecimientos:** Consiste en determinar específicamente las empresas subcontratadas o asociadas que van a participar en el proceso de producción, para lo cual se recomienda una inspección de las empresas de destino turístico que determine la calidad, la forma de prestación de los servicios y el precio.

#### **4. Marca**

La marca en un producto es de vital importancia, puesto que sin aquel elemento se vería opaco ante los ojos del consumidor.

El concepto e importancia del posicionamiento se fundamenta en que los consumidores tienen una cierta percepción de los diferentes productos y marcas que se encuentran en el mercado. (Martín I, 2000).

La percepción que tienen los clientes sobre la marca se forma como secuencia de las distintas impresiones, sensaciones e informaciones que reciben sobre el producto, y cristaliza en sus mentes en una clasificación que establece un orden preferencial de las distintas ofertas que hay en el mercado, de tal forma que su decisión de compra, recae normalmente en las marcas del producto “posicionado” en los primeros lugares de esa clasificación.

#### **5. El precio**

Las empresas no venden solamente productos, sino también satisfacciones, en las que el precio representa solo un componente a tomar como referencia, aunque de gran

importancia, es el valor que la empresa asigna a sus productos y que será comparado por el cliente con los niveles de calidad que él identifica como correctos.

#### **a. Características del precio**

El precio tiene algunas características que son mencionadas a continuación:

- Es un instrumento a corto plazo
- Es un poderoso instrumento competitivo. Hay que considerar que también es un instrumento peligroso, cuando se utiliza en acciones agresivas que puedan llevar a una guerra de precios, donde probablemente a la larga nadie salga beneficiado, existiendo incluso el riesgo de perjudicar a la propia empresa.
- Es la única variable que proporciona ingresos de forma directa sin precisar de una inversión previa. Sin embargo el resto de variables conlleva gastos necesarios para hacer mas atractiva la oferta.
- Tiene importantes repercusiones psicológicas sobre el cliente, por lo que siempre ha de conseguir que el precio este en consonancia con el valor percibido por el consumidor.

#### **b. Fijación de precios trabajando el mercado**

Los costos de producción deben dar una idea base y no determinar por si solos la fijación de precios. Los costos no permiten predecir las relaciones del mercado. Trabajar el mercado significa encontrar los puntos en que los precios son más fáciles de imponer.

Normalmente esto se logra operando en el extremo de calidad superior y tratando directamente con los clientes, los mismos que deben poseer el dinero necesario, pues no es posible imponer los precios si losa clientes carecen de dinero.

### c. Magnitudes básicas que influyen en la fijación de precios

La fijación de precios para un tipo de producto supone un análisis de relaciones existentes entre las tres magnitudes básicas:

- **Precio de venta:** Es el precio de venta neto que paga el cliente deducidos los descuentos, promociones, bonificaciones similares, equivalente al precio de cesión.
- **Coste de fabricación:** Este coste debe integrar todos los elementos o partidas necesarias para la elaboración del producto: materias primas, mano de obra, amortizaciones, etc.
- **Margen bruto:** Diferencia entre las magnitudes anteriores, también conocido como contribución al beneficio.

### d. Costo de los servicios turísticos

Según Ricaurte Carlos, Oñate Sonia y Lozano Patricio (2006), se puede definir al costo como la expresión monetaria de los consumos de los factores de producción (tierra, trabajo, capital y tecnología) consumidos en actividades turísticas, es decir, el valor de las cantidades de los factores incorporados al proceso productivo.

El costo total de producción de un bien o servicio es el equivalente monetario de todos los factores consumidos en la obtención del mismo y esta integrado por costos fijos y variables.

El costo fijo es el que permanece invariable respecto al volumen producido, mientras que el costo variable es el equivalente monetario de los valores que varían según la producción.

Así, el costo total de un producto se calcula:

$$CT = CF + CV$$

Donde:

CT: Costo total

CF: Costos fijos

CV: Costos variables

### **e. Umbral de rentabilidad**

Según Mónica Cabo Nadal (2004), el umbral de rentabilidad es “el número de plazas mínimo que hay que vender para cubrir los costos fijos. Todas las plazas que se vendan por encima del índice de ocupación, reportan beneficios y en consecuencia, toda aquella plaza vendida por debajo reportará pérdidas a la agencia y se determina que no es rentable el viaje. Se denomina también el punto muerto de explotación”.

Para realizar el cálculo del umbral de rentabilidad se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{\text{Gastos fijos globales}}{\text{PVP} - \text{Gastos variables unitarios}}$$

## **G. DISTRIBUCION Y VENTA DE PRODUCTOS**

### **1. Generalidades**

En el ámbito del sector turístico hoy en día, la distribución es una variable de suma importancia, debido entre otras cosas a factores como la globalización de los mercados, el aumento de la competencia, los avances informáticos y al hecho de que estamos hablando de un producto de carácter perecedero.

## **2. Canales de distribución**

Los canales de distribución son las diferentes rutas por medio de las cuales los bienes pasan a moverse del productor al consumidor. Las decisiones acerca de que canales usar son las importantes; algunos productos y servicios se venden mejor de una manera, otros de otra.

## **3. Diferencias entre la venta de un producto y la de un servicio**

Para determinar las diferencias entre la venta de un producto y un servicio, influyen varios factores que se mencionarán a continuación:

- **Factor confianza:** Es imposible saber el servicio que se recibirá hasta después de haberlo recibido. El factor confianza es uno de los dominantes en todas estas transacciones. Mientras que un producto puede compararse con una muestra, un servicio solo se describe. Así las expectativas podrán girar entorno al cliente.
  
- **Factor producto:** Cuando mayor sea la reputación que se haya ganado una empresa por sus prácticas y cuanto mas demostrables sean estas, tanto más esperarán los clientes el resultado final les sea favorable.
  
- **El vendedor, parte del servicio:** Cuando se vende un servicio, el cliente busca conocimientos prácticos. De esta forma, el vendedor pasa a formar parte del paquete de operación. A lo largo de todo el paquete de venta.

## **H. PUBLICIDAD**

### **1. Generalidades**

Es sin duda el recurso más utilizado por las empresas para comercializar sus productos. Las ventajas que ofrece en relación a otras acciones promocionales, como la venta personal, la promoción de ventas, o la relaciones públicas, la publicidad es una comunicación masiva, sus mensajes llegan al público de una forma rápida y generalizada, permite obtener información que envía el propio público sobre sus gustos y necesidades.

### **2. Tipos de publicidad**

- **Publicidad de imagen:** Este tipo de publicidad se utiliza principalmente para lograr una actitud del comprador hacia la marca, preferiblemente favorable para que esta actitud sea la compra del producto.

- **Publicidad Promocional:** En este tipo de publicidad lo que se busca es el resultado a corto plazo. Aquí ya no nos referimos tanto a la actitud del consumidor hacia la marca, sino que se basa en incitar al consumidor al acto de compra. La eficacia de este tipo de publicidad se mide por el volumen de ventas del producto que trate.

### **3. Objetivos de la comunicación publicitaria**

Los objetivos de la publicidad están relación a los niveles de respuesta del receptor que hay conocer para poder saber cuáles han de ser los objetivos prioritarios de la comunicación.

La respuesta del receptor pasa por tres etapas:

- **Cognitiva:** Cuando el receptor tiene conocimiento del producto y de sus características. Aquí corresponderían unos objetivos de información, familiarización y recuerdo.
- **Afectiva:** Es cuando el receptor tiene una actitud hacia el producto; hay que intentar que esa actitud sea positiva y por eso los objetivos han de ser de valorización, de seducción y de persuasión.
- **Comportamental:** después de que el receptor tenga conocimiento del producto y experimente una actitud hacia él, tendrá una respuesta que podrá ser de compra, o simplemente de demanda de información más detallada, etc.

#### **4. Posicionamiento**

Las definiciones del término varían, pero una posición habitualmente da a entender la imagen mental que un producto o servicio proyecta en un mercado objetivo en relación a las imágenes de otros productos o servicios que compiten con él dicho mercado.

Expresado de otro modo, es lo que uno le hace a la mente y no al producto. Los autores, desde 1969, han defendido una aplicación mucho mas amplia del concepto de posicionamiento, a su juicio es un elemento indispensable en la planificación y estrategia del marketing de la empresa o institución, así como de un producto o servicio concreto.

### **I. DISEÑO DE LA INFRAESTRUCTURA**

#### **1. Planificación.**

La planificación es uno de los pasos más importantes que permitirá tomar decisiones acertadas dentro de la ejecución del proyecto. Es así como se ve en la necesidad de elaborar un diseño sustentable que requiere plantear estrategias sobre una base ecológica para crear proyectos que no alteren o perjudiquen los sistemas existentes en el sitio, sino más bien que ayuden a repararlos y restaurarlos.

El primer paso en el Diseño de la infraestructura es el proceso de selección de sitio, entendido como aquél que identifica y balancea el atractivo de un sitio (natural y cultural) contra el costo inherente de su desarrollo. Debe considerar los siguientes factores: número de visitantes; densidad de las facilidades y edificaciones; características climáticas; pendientes; vegetación; vistas panorámicas; riesgos naturales; acceso a atractivos naturales y culturales; actividades tradicionales; existencia y requerimientos de servicios básicos; separación de las facilidades de apoyo de las áreas de uso público; proximidad de bienes, servicios y alojamiento.

El segundo paso deben tomarse consideraciones de adaptación del diseño al sitio para lo cual habrán de analizarse las características naturales y culturales del contexto; entre las primeras figuran vientos; insolación y soleamiento; lluvias; topografía; geología y suelos; ecosistemas acuáticos; vegetación; fauna y características visuales (del paisaje). Por su parte, en el contexto cultural se analiza la arqueología e historia de la zona, así como las culturas indígenas y otros grupos comunitarios que vivan actualmente en la zona.

El tercer paso es la planeación, diseño y construcción de la infraestructura, dando confort y seguridad al visitante, y facilidades de acceso tanto para el área como para el sitio y los atractivos principales (naturales y culturales). (BÁEZ y ACUÑA, 2003)

El diseño de la infraestructura es un proceso de intervención que tiene como objetivo determinar propuestas de circulación, estructuras y usos para un fin determinado (habitacional, recreativo, administrativo, etc.). En el caso del diseño de la infraestructura sustentable, tales propuestas deben implicar un compromiso serio de integración y respeto con el ambiente natural y cultural.

Siendo tan sólo un componente más dentro de un sistema natural interdependiente, la especie humana debe desarrollar respeto, compromiso y responsabilidad por el paisaje (entorno) y gastar (invertir) mayores esfuerzos en comprender las interrelaciones de suelos, agua, comunidades vegetales, asociaciones y hábitats, así como los impactos del uso humano sobre los mismos.



## **2. Consideraciones Generales para un Diseño Sustentable**

- a. Planificar el desarrollo paisajístico de acuerdo al contexto más que a patrones y soluciones preconcebidos.
- b. Mantener tanto la integridad ecológica como la viabilidad económica en un desarrollo sustentable; ambos factores tienen la misma importancia en el proceso de desarrollo.
- c. Comprender el sitio como un ecosistema integrado con cambios ocurriendo a lo largo del tiempo en un balance dinámico; el impacto del desarrollo debe ser confinado dentro de estos cambios naturales.
- d. Permitir que prevalezca la simplicidad de funciones, en tanto que se respetan las necesidades básicas de confort y seguridad.
- e. Reconocer que no existe tal cosa como basura, tan sólo recursos fuera de lugar.
- f. Determinar la factibilidad del desarrollo a largo plazo en términos de costos sociales y ambientales, no sólo en costos de construcción a corto plazo.
- g. Permitir al ecosistema natural ser autosostenible en la mayor medida posible.
- h. Proveer espacio para procesar todos los desechos creados en el sitio (facilidades para recolección/ reciclaje, digestores, lagunas, etc.) de manera que los recursos reutilizables/reciclables no se pierdan y los desechos peligrosos o destructivos no se liberen en el ambiente.
- i. Establecer términos de seguridad ambiental para la producción y almacenaje de energía en el sitio desde las primeras etapas de planeación del sitio.
- j. Planificar el desarrollo por etapas para permitir el monitoreo de impactos ambientales acumulativos.
- k. Desarrollar facilidades para integrar a la experiencia del visitante ciertas funciones operativas clave como conservación de la energía, reducción de desechos, reciclaje, y conservación de recursos.
- l. Incorporar materiales y artesanías nativas a las estructuras, plantas nativas al paisaje, y costumbres locales dentro de los programas y operaciones.

## **J. HIPÓTESIS**

### **1. Hipótesis nula**

La parroquia San Juan de Pastocalle, al no estructurar un producto turístico comunitario no se desarrollara turísticamente por lo cual evitará que exista un beneficio económico, sociocultural y ambiental, disminuyendo el sentido de conservación de los recursos naturales y culturales de su territorio.

### **2. Hipótesis Alternante**

La parroquia San Juan de Pastocalle, al estructurar un producto turístico comunitario iniciara un proceso de desarrollo turístico el mismo que contribuirá al beneficio económico, sociocultural y ambiental, mediante la conservación de los recursos naturales y culturales de sus territorios.

## **IV MATERIALES Y MÉTODOS**

### **A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

#### **1. Localización**

La comunidad San Juan de Pastocalle se encuentra ubicada al norte del Cantón Latacunga de la Provincia de Cotopaxi, a 2 km. de la panamericana Quito – Ambato,

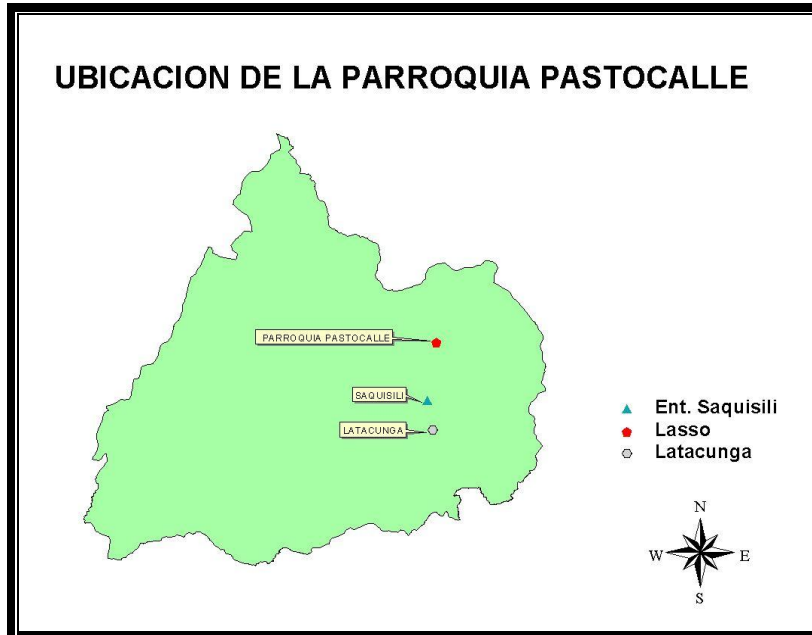
#### **2. Ubicación geográfica**

La parroquia San Juan de Pastocalle está ubicada en el sector Noroccidente de la provincia de Cotopaxi, comprende dos zonas diferenciadas geográficamente, la parte central de la parroquia con sus barrios y la zona alta compuesta por comunidades cuya extensión total comprende 10.000 has.

Jurídicamente la parroquia pertenece al cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, la parroquia cuenta con sus barrios y comunidades en un número de 31.

Cabe señalar que la parroquia por su ubicación se encuentra en una zona de alto riesgo en caso de la “Hipótesis de la erupción del Volcán Cotopaxi” las comunidades como: Romerillos, Tenería y Curiquingue se encuentran ubicadas frente al volcán.

**Mapa N° 1.**



**a. Límites de la parroquia**

Al Norte limita con la parroquia de Pichincha y los Nevados de los Illinizas.

Al Sur con la parroquia Tanicuchí.

Al Occidente con la parroquia Toacaso.

Al Oriente con la parroquia Mulaló y predios del Parque Nacional Cotopaxi.

**b. Coordenadas Geográficas.**

- **Longitud:** 78° 37' 93"

- **Latitud:** 0° 43' 46"

- **Altitud:** 3152 msnm

**3. Características Climáticas**

Temperatura: 6 - 12° C

Precipitación: 1000 a 2000 mm anual

#### **4. Clasificación ecológica**

Según la clasificación de zonas ecológicas de CAÑADAS, (1983): la provincia de Cotopaxi ecológicamente, pertenece a la formación ecológica bosque húmedo Pre - Montano.

### **B. MATERIALES Y EQUIPOS**

#### **a. Materiales**

Resmas de papel bond, lapiceros, papelógrafos, marcadores, masquing, cartulina de colores, alfileres, libreta de campo, cds, cartas topográficas, lápices.

#### **b. Equipos**

Computadora (Programa AutoCad), Impresora, escáner, cámara digital, GPS, binoculares, memory stick 1 G y proyector.

### **C. METODOLOGÍA**

La presente es una investigación fundamentalmente aplicada, de tipo no experimental, que se llevó a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo a un nivel explorativo, descriptivo, analítico y prospectivo; cuyos objetivos se cumplieron de la siguiente manera.

### **1. Para realizar la evaluación del potencial turístico de la zona.**

**a.** Se acudió a fuentes de información secundaria para el levantamiento de la línea base de la parroquia San Juan de Pastocalle, para complementar la información se conversó con los habitantes de la misma, con el fin de obtener información relacionada con los componentes socioeconómicos, ambientales y turísticos de la zona además se revisaron fuentes de información secundaria.

**b.** Para la evaluación del potencial turístico se procedió a realizar un inventario de los atractivos turísticos, para lo cual se revisó la información secundaria existente, y en base a la metodología del MINTUR 2004, se realizaron salidas de campo, con guías locales, donde se registraron los atractivos turísticos mediante la aplicación de fichas de recolección de información (anexo1). Después se procedió a la evaluación y jerarquización de los atractivos.

**c.** Conjuntamente con las salidas de campo a través del Sistema de Posicionamiento Global (GPS) se procedió a realizar la georeferenciación de los sitios identificados e inventariados que corresponden a los atractivos. Los mismos que sirvieron para elaborar los mapas de ubicación de los atractivos y la ruta a seguir.

**d.** El inventario de los recursos culturales de la parroquia San Juan de Pastocalle, se basó en la metodología propuesta por el Manual de Revitalización Cultural de Víctor Hugo Torres 1994 dónde se recopiló la información basada en la siguiente información.

- 1.- Lista de los bienes del Patrimonio Cultural
- 2.- El Calendario de fiestas y ritos en el año
- 3.- Las formas de vida de las familias
- 4.- Las instituciones y organizaciones que promocionan la cultura en la zona.
- 5.- Las soluciones que plantea la comunidad

e. Con los datos obtenidos se realizaron las matrices CEPES y FODA identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la parroquia, para poder determinar sus ventajas y desventajas; permitiendo a la vez establecer en forma participativa los problemas y posibles soluciones a las dificultades encontradas, este trabajo se desarrolló con la gente de la parroquia Pastocalle, por medio de un taller en el mes de mayo 2008, para poder establecer diferentes alternativas que contribuirán a vencer las dificultades y aprovechar las ventajas que se presentan. Finalmente se procedió a realizar la Declaratoria de la imagen turística de la parroquia.

## **2. Para realizar el estudio de mercado de la Parroquia San Juan de Pastocalle.**

a. Para el Estudio de mercado en el análisis de la demanda se realizó el trabajo de campo, se aplicó la técnica del muestreo y se usaron como herramienta la encuesta (anexo 2). Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de Canavos para poblaciones finitas, con un 10% de margen de error, la fórmula es la siguiente:

FORMULA DE CANAVOS:

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = universo de estudio

e = margen de error o precisión admisible (8%)

z = nivel de confianza (1.75)

p = probabilidad de ocurrencia (0.5)

q = probabilidad de no ocurrencia (0.5)

**b.** El universo de los turistas nacionales se basó en información del INEC tomando en cuenta a la población económicamente activa (PEA 2001 con proyecciones al 2010) de las ciudades más cercanas a la parroquia San Juan de Pastocalle: Latacunga, Quito, Ambato y Riobamba, de dónde también procede el mayor número de ingreso de turistas para la zona del Cotopaxi y el Boliche.

El universo de los turistas extranjeros se basó en el registro de ingresos que posee el Ministerio de Turismo en el PLANDETUR 2020.

**c.** Las encuestas para el estudio de la demanda se aplicaron en la ciudad de Quito en el aeropuerto y en el Terminal Terrestre y en la ciudad de Latacunga; tanto a turistas nacionales como a turistas extranjeros; y en todas las agencias y operadoras de turismo de estas dos ciudades interesadas en trabajar con turismo comunitario en el sector de Pastocalle – Cotopaxi

**d.** Los datos se ingresaron en el programa SPSS10 para su respectiva tabulación, obteniendo así las tablas y gráficos con sus respectivos análisis e interpretaciones, obteniendo como resultados: el perfil del turista tanto nacional como extranjero, el cual sirvió para identificar sus gustos y preferencias.

**e.** Para el análisis de la competencia se obtuvo información secundaria de los registros de turismo de las comunidades que se encuentran trabajando con turismo comunitario actualmente, entre estas se encuentran Casa Cóndor, Razu Ñan, UCASAJ, Ilaló, Yunguilla y Quilotoa. De esta forma se contó con información fundamental para elaborar un nuevo servicio acorde a las necesidades del turista y de las posibilidades de las comunidades involucradas en cuanto a los servicios que se van a ofrecer, la infraestructura adecuada al medio y el diseño de la misma, la forma de gestión y administración de los servicios, características únicas que identificarán el producto



turístico de cada comunidad, sus precios de venta y el tipo de comercialización que se manejará para vender el producto.

### **3. Para diseñar la estructura del producto turístico comunitario.**

a. Para la estructuración del producto de turismo comunitario de San Juan de Pastocalle se aplicaron como instrumentos metodológicos los proporcionados por la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH), definiendo de esta manera las características principales del producto, las mismas que se detallan a continuación.

- Se identificó la planta turística necesaria para la actividad turística comunitaria, así como las necesidades y requerimientos de estas instalaciones.

- En un taller donde se analizaron los resultados obtenidos en el inventario de los recursos turísticos, el perfil de los turistas encuestados en el estudio de la demanda y las características más relevantes de la comunidad, se elaboraron cuatro paquetes de turismo comunitario en los que se consideraron elementos como:

- Nombre del Paquete
- Codificación (numeración)
- Duración (horas, días, noches)
- Carácter: Historia, naturaleza, cultura, aventura
- Tiempo de las actividades (inicio, duración)
- Itinerario y Descripción de Actividades (en orden de visita)
- (Listado de atractivos naturales y culturales)
- Dificultad (fácil, moderado, difícil)
- Servicios que se incluyen
- Servicios que no se incluyen
- Precio (por número de pasajeros)

- Observaciones
- Mapa y fotografía

Una vez estructurados los productos se realizó la estructura de costos y se determinó el precio, los cuales han sido considerados para el cálculo del punto de equilibrio.

#### **4. Para planificar y diseñar la infraestructura para la prestación del servicio turístico comunitario y determinar los costos de construcción.**

a. Para la Planificación y diseño de la infraestructura para la prestación del servicio turístico comunitario y la determinación de los costos de construcción, se realizó un taller participativo donde se definió la infraestructura necesaria que permita poner en marcha los paquetes estructurados en el objetivo anterior.

Dentro de los paquetes que se elaboraron se incluye la importancia de la creación de servicios adicionales a los que poseen actualmente las comunidades, como el de hospedaje, haciendo un estudio previo de las condiciones climáticas y el tipo de infraestructura necesaria para estos requerimientos, el cual incluirá el tipo de material a ser usado y la tipología de construcción.

En el caso del servicio de hospedaje se diseñó la planta turística acorde a las necesidades climáticas y materiales propios de la zona, evitando causar un impacto visual y la alteración del ambiente. Este diseño incluye costos de construcción, de materiales y el respectivo plano.

#### **5. Para determinar la gestión de la unidad de emprendimiento comunitario.**

a. Para determinar la gestión de la unidad del emprendimiento comunitario, se procedió a conformar el Equipo de Gestión de la comunidad, definiendo a la par los roles de cada

miembro, mediante talleres participativos con las comunidades. Los resultados obtenidos están basados en los siguientes puntos:

- Personal necesario para la operación de turismo comunitario.
- Estructura administrativa.
- Manual de funcionamiento de cada área
- Manual de operaciones del equipo de gestión y manual para la prestación de servicios turísticos.
- Reglamento interno.
- Áreas de capacitación necesaria.
- Marco legal para la operación.

## **6. Para definir las estrategias de difusión y comercialización.**

Para definir las estrategias de promoción y difusión que las comunidades utilizarán para dar a conocer su producto en el mercado turístico, y poder llegar a ser un emprendimiento competitivo ante el resto de comunidades que ya se encuentran ejecutando turismo comunitario, se consideraron los siguientes componentes.

1. Canales de comercialización
2. Estrategias de comunicación comercial, incluyendo en ellas:
  - Medios de publicidad
  - Relaciones públicas
  - Promoción
  - Merchandising

7. **Para realizar el análisis financiero del producto turístico.**

Para realizar el análisis financiero del producto turístico comunitario, se tomo en cuenta las inversiones requeridas para la puesta en marcha del emprendimiento, a los cuales se sumaron los presupuestos para la creación de la “*Red de turismo comunitario Pastocalle*” como: Creación legal, Planificación y construcción del plano de las cabañas, menaje para las cabañas, restaurante y oficina de información, pago de permisos y patentes tanto en el MINTUR, FEPTCE, CODENPE y la patente anual de funcionamiento que se obtiene en el Municipio,

Una vez obtenidos todos estos gastos de organización se realizó la estructura de costos y se determinó el precio, los cuales han sido considerados para el cálculo del punto de equilibrio que se obtiene dentro del objetivo número tres, concluyendo con el análisis financiero, en función del cálculo de los índices de rentabilidad TIR, VA y RC/B.

## **V. RESULTADOS**

### **A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA ZONA**

#### **1. Diagnostico social del área:**

##### **a. Características Generales**

###### **1) Reseña Histórica**

Los dirigentes de las comunidades de las parroquias de San Juan de Pastocalle manifiestan que antes vivían en las tierras de los Incas, venidos desde el norte del Perú, posteriormente los hacendados y terratenientes, el trabajo en las haciendas fue en calidad de peones y huasicamas, en el tiempo de la hacienda no se practicaba ninguna clase de organización, sin embargo con el pasar de los años han recuperado sus propias formas de organización como los cabildos comunitarios, luego de los grandes procesos vividos en la hacienda surge la idea de liberarse de los patrones, y sobre todo del maltrato físico y psicológico que sufrían todas las familias con esta rebelión se logra que varios terratenientes vendan sus propiedades y es donde se inicia la reconstrucción de las comunidades, acción iniciada por los años 1820 – 1830.

El terremoto de 1945 hace que las comunidades se fortalezcan, este desastre natural provocó la desaparición de toda la población de Pastocalle, la cual volvió a construirse nuevamente. Ocurre un segundo terremoto en 1974 en la que desaparece una buena parte de las viviendas de Pastocalle.

Los primeros habitantes de Pastocalle tenían sus propias manifestaciones culturales: el idioma Kichwa era su idioma oficial que actualmente no se practica, Pastocalle es una parroquia civil desde el año 1984, por decreto de la convención nacional de 1983 – 1984,

los moradores del lugar solicitan al arzobispo de Quito, monseñor José Ignacio Checa para que fuera proclamada parroquia eclesiástica, dicha solicitud fue negada. En 1954 se eleva a categoría de parroquia eclesiástica por el mandato del Cardenal Carlos María de La Torre que designó como primer párroco al padre Cecilio Santa Cruz, como se puede notar la parroquia y sus habitantes son mayoritariamente católicos y devotos a los santos.

Pastocalle es una parroquia localizada dentro del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. Fue declarada parroquia civil desde 1884, y está asentada en un amplio valle de tierras fértiles, con clima templado y frío. Tiene 31 entre barrios y comunidades, con una población cerca de 12000 habitantes, entre mestizos e indígenas cuya actividad básica es la agricultura, especialmente la cebolla, papas y toda clase de cereales.

Otra clase generalizada es la elaboración de bloques, especialmente en la comunidad de Miño y otros sectores de la población se dedican a la manufactura y comercialización artesanal de escobas.

Existe transporte inter\_ parroquial que facilita la movilización a la cabecera cantonal y otras parroquias, posee servicio de alumbrado público y un sub-centro de salud pública.

Según el informe sobre el desarrollo humano Ecuador 1999, el 84% de la población de la parroquia es pobre. La tasa de mortalidad infantil es de 74.9 %, la desnutrición crónica de menores de cinco años es de 65.5%.

Se puede decir que el 50% de la población recibe atención médica en el sub-centro de salud de Pastocalle el mismo que no cuenta con un adecuado equipamiento para la atención a la población; el otro 50% se hace atender en Latacunga.

## **2) División Político-Administrativa**

En la actualidad la parroquia San Juan de Pastocalle pertenece al cantón Latacunga, ubicada en el sector Noroccidente de la provincia de Cotopaxi, comprende dos zonas

diferenciadas geográficamente, la parte central de la parroquia con sus barrios y la zona alta compuesta por 31 comunidades, cuya extensión total comprende 10000 ha. Jurídicamente la parroquia pertenece al cantón Latacunga, y se encuentra atravesada por el callejón interandino y en parte por la panamericana central de Latacunga – Quito, limita al Norte con la provincia de Pichincha y los nevados los Illinizas, al Sur con la parroquia Tanicuchi, al Occidente con la parroquia Toacaso, al Oriente con la parroquia Mulaló y predios del Parque Nacional Cotopaxi.

## **b. Características Básicas de la Población**

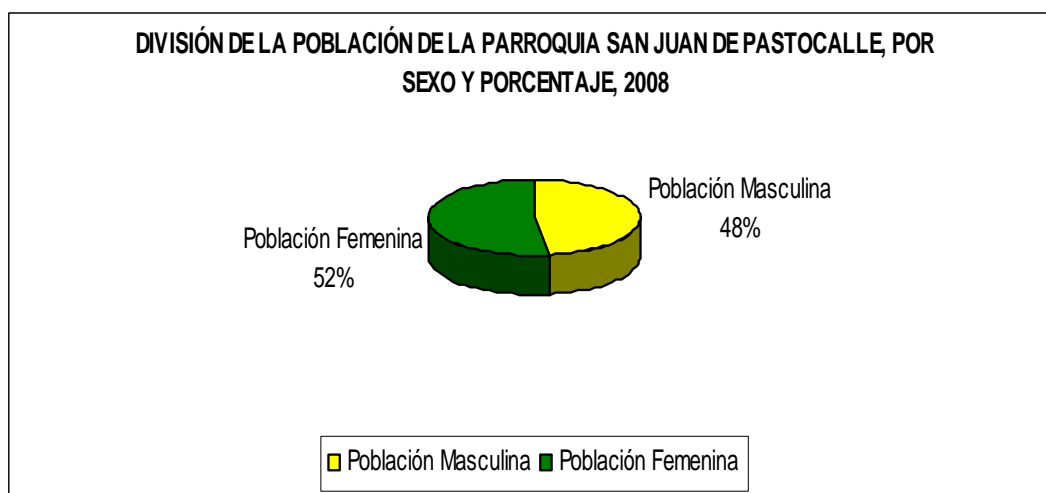
### **1) Socio demografía de la población**

La parroquia San Juan de Pastocalle posee 12000 habitantes entre origen mestizo e indígena, agrupados en 445 familias, de las cuales se encuentran distribuidos en todas las comunidades y caseríos, la mayor parte de los hogares se compone de cuatro miembros de la familia, de los cuales 5734 pertenecen a la población masculina que representa el 52% y 6266 la población femenina, que representa el 48%, la tasa del crecimiento demográfico a nivel provincial es del 2.14%, mientras que la tasa de crecimiento cantonal es de 1.84%, y la tasa de crecimiento parroquial es de 2.13% con esto se concluye que la tasa de crecimiento cantonal es menor que la provincial y la tasa de crecimiento parroquial se considera que se encuentra dentro de los páramos normales

### **CUADRO No 1. DIVISIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, POR SEXO Y PORCENTAJE, 2008.**

INDICES E INDICADORES DEMOGRAFICOS	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Población Masculina	5,734	52%
Población Femenina	6,266	48%
<b>POBLACIÓN TOTAL</b>	<b>12.000</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Censo realizado por la Defensa Civil 2004 y junta parroquial  
**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.



**Gráfico No 1** División de la población de la parroquia San Juan de Pastocalle, por sexo y porcentaje, 2008.

**FUENTE:** Censo realizado por la Defensa Civil 2004 y junta parroquial.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

La comunidad se encuentra establecida, como se detalla a continuación.

El 52% representa la población femenina, y el 48% representa la población masculina, como lo indica el CUADRO 1, gráfico 1.1.

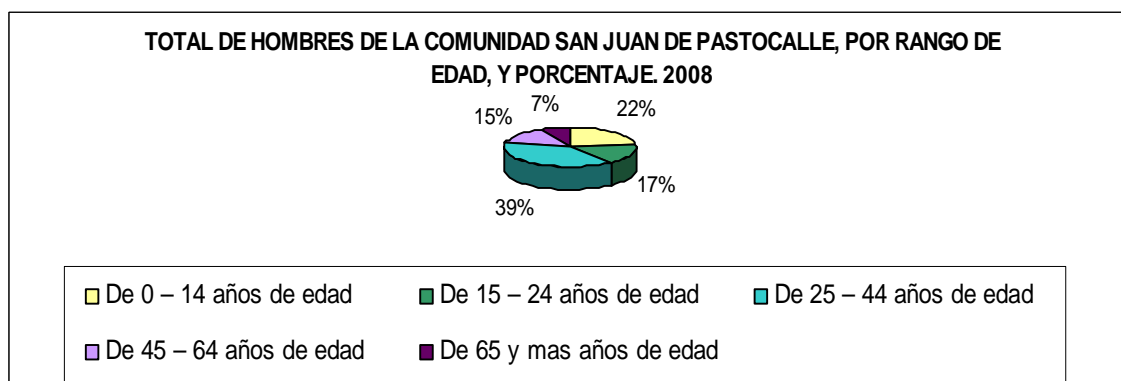
**CUADRO No 2. TOTAL DE HOMBRES DE LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, POR RANGO DE EDAD Y PORCENTAJE. 2008**

RANGO DE EDAD	NÚMERO	PORCENTAJE
De 0 – 14 años de edad	1288	22%
De 15 – 24 años de edad	980	17%
De 25 – 44 años de edad	2206	39%
De 45 – 64 años de edad	850	15%
De 65 y mas años de edad	410	7%
<b>TOTAL DE HOMBRES</b>	<b>5734</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Censo realizado por la Defensa Civil 2004 y junta parroquial.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.





**Gráfico No. 2** Total de hombres de la parroquia San Juan de Pastocalle, por rango de edad y porcentaje 2008.

**FUENTE:** Censo realizado por la Defensa Civil 2004 y junta parroquial.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

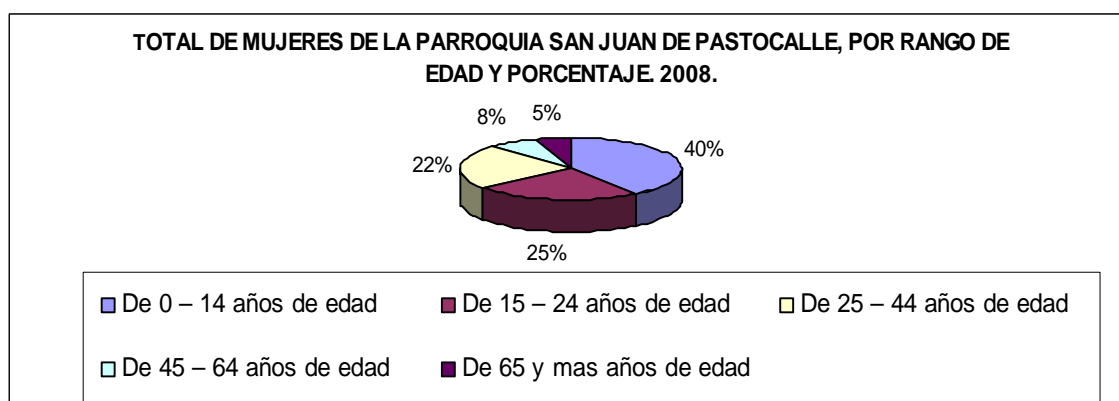
La mayoría de la población masculina conforman el 22% los niños de 0 a 14 años de edad, seguido por el 17% que corresponden al grupo de 15 a 24 años de edad el 39% lo representan el grupo de 25 a 44 años de edad, el 15% corresponde al grupo de 45 a 64 años de edad y un 7% personas mayores de 65 años de edad.

### **CUADRO No 3. TOTAL DE MUJERES DE LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, POR EDAD Y PORCENTAJE. 2008**

RANGO DE EDAD	NÚMERO	PORCENTAJE
De 0 – 14 años de edad	2500	40%
De 15 – 24 años de edad	1563	25%
De 25 – 44 años de edad	1395	22%
De 45 – 64 años de edad	498	8%
De 65 y mas años de edad	310	5%
<b>TOTAL DE MUJERES</b>	<b>6266</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Censo realizado por la Defensa Civil 2004 y junta parroquial.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.



**Gráfico No 3.** Total de mujeres de la parroquia San Juan de Pastocalle, por rango de edad y porcentaje. 2008

**FUENTE:** Censo realizado por la Defensa Civil 2004 y junta parroquial.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

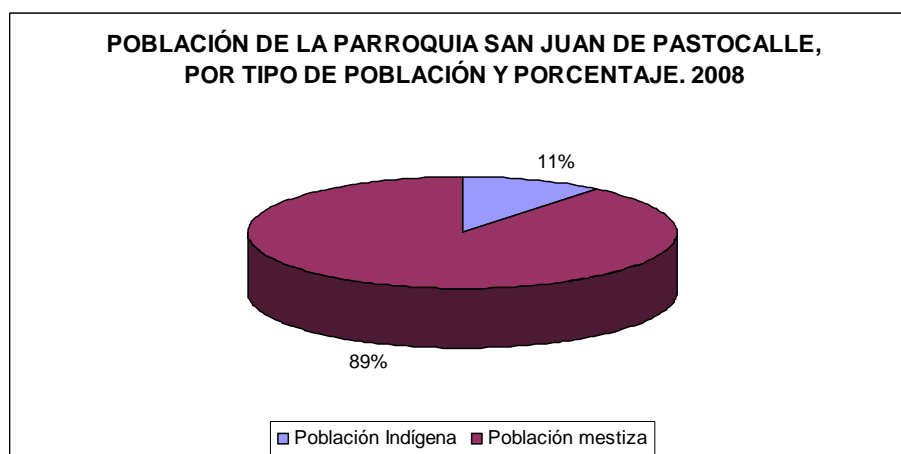
La mayoría de la población femenina conforman el 40% las niñas de 0 a 14 años de edad, seguido por el 25% que corresponden al grupo de 15 a 24 años de edad y el 22% lo representan el grupo de 22 a 44 años de edad, 8% corresponde al grupo de 45 a 64 años de edad y un 5% personas mayores de 65 años de edad.

#### **CUADRO No 4. POBLACIÓN DE LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, POR TIPO DE POBLACIÓN Y PORCENTAJE. 2008**

TIPO DE POBLACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Población Indígena	1304	11%
Población mestiza	10696	89%
<b>POBLACIÓN TOTAL</b>	<b>12.000</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Censo realizado por la Defensa Civil 2004 y junta parroquial.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.



**Gráfico No 4** Población de la parroquia San Juan de Pastocalle, por tipo de población y porcentaje. 2008.

**FUENTE:** Censo realizado por la Defensa Civil 2004 y junta parroquial.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

Del total de la población de la parroquia San Juan de Pastocalle, existe un grupo que por autodefinición propia se proclaman población indígena. Del 100% de la población que son los 12000 habitantes, esta población representa el 10%.

En la parroquia San Juan de Pastocalle, existe un grupo vulnerable que no está siendo atendido adecuadamente, se constituyen al grupo de los ancianos, la mayoría de ellos se quedan solos en casas sin la atención y alimentación adecuada, hasta el momento en que sus familiares regresen de sus actividades laborables, en otros casos viven solos sin tener la ayuda de nadie.

Se puede apreciar en los Cuadros número 2 y 3 que la población de 65 años entre hombres y mujeres asciende a los 720, lo que significa que cada barrio y comunidades se encuentran aproximadamente 23 personas de la tercera edad, por lo que se considera urgente la construcción de una casa hogar para ancianos, de esta forma se podría brindar albergue y atenciones a muchos abuelitos que se encuentran completamente solos, pues este es un grupo vulnerable que posee la parroquia.

## 2). Educación

La parroquia San Juan de Pastocalle posee problemas en la calidad de educación, la carencia de la infraestructura, servicios básicos, material didáctico, equipamiento tecnológico, profesores preparados, etc. Es necesario mencionar que en centro poblado de Pastocalle brinda el servicio de educación básica a los niños de comunidades que se encuentran a una distancia de 2 a 4 Km. En comunidades mas alejadas también hay escuelas que dan el servicio.

En lo referente a la educación secundaria el Colegio Técnico Nacional Pastocalle, acoge a estudiantes de toda la parroquia, pero cabe recalcar que un 70% de los jóvenes estudian en los colegios de Latacunga, un buen número de ellos no asiste a ningún establecimiento educativo, prefieren salir de la escuela y trabajar desde muy temprana edad en las floricultoras que se encuentran en la zona.

### CUADRO No. 5 ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS DE LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE.

COMUNIDAD	ESCUELA
Romerillos	Leopoldo Rivas
Matando	Pulgarcito
Tandacato	Babahoyo
La Libertad	Anastasio Viteri Karolys
Pastocalle Centro	Manuel Matheu Colegio Técnico Pastocalle El Sembrador Centro Artesanal Pastocalle
Chasqui	Quito
Santa Rita	Aglomerados Cotopaxi
Boliche	Rivadeneira

FUENTE: Plan de desarrollo parroquial de la Junta parroquial  
ELABORADO POR: Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

La población analfabeta de la parroquia mayor de 15 años es de 1.292, en relación con la población cantonal (12.080) este valor representa el 10.70% de analfabetos donde los hombres mayores de 15 años, representan el 27.17% del total del grupo analfabetos y el 72.83% representa al grupo de las mujeres mayores de 15 años analfabetas.

En esta relación se puede apreciar claramente que el grupo de las mujeres es la que posee más índices de analfabetismo, dicho problema se piensa atenuar con el programa de alfabetización para adultos (**YO SI PUEDO**), que se encuentra ejecutando el Consejo Provincial de Cotopaxi.

**CUADRO No. 6 ANALFABETOS MAYORES DE 15 AÑOS, DE LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, POR SEXO Y PORCENTAJE. 2008**

INDICES E INDICADORES DE EDUCACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Hombres analfabetos mayores de 15 años	351	27.17%
Mujeres analfabetas mayores de 15 años	941	72.83%
Población analfabeta mayores de 15 años	1.292	100%

FUENTE: INFOPLAN 2001

ELABORADO POR: Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

### 3) Salud e higiene

Actualmente en la cabecera Parroquial dispone de un Dispensario Médico, su atención es de cuatro horas diarias (medio día) de lunes a viernes, lo que complica el acceso a este servicio por los pobladores ya que trabajan en la mañana, la junta parroquial se encuentran realizando gestiones a fin de conseguir atención en las horas de la tarde.

La ONG CCF del Ecuador apoya a la capacitación sobre la salud, entregando de igual forma gratuitamente medicinas.

Muchos de los pobladores cuando presentan dificultad de acceder a los centros de salud, tienen la costumbre de recurrir a los remedios caseros, como es el caso de las siguientes hierbas medicinales:

La borraja que se utiliza para la gripe, el agua de tilo para la tos, lengua de vaca para los riñones, orégano para el dolor de estómago, la retama (flores amarillas) para el riñón, llantén para la inflamación, el agua de ortiga para los riñones, circulación de la sangre, alergias, y otras rempazan a la medicina química.

#### **4) Organización Parroquial**

La parroquia San Juan de Pastocalle cuenta con la representación de instituciones civiles y eclesiásticas como: La Junta Parroquial, Tenencia Política, Registro Civil, Andinatel, Centro de Salud Pública, Policía Nacional Rural y Comunitaria, Centro Artesanal, Instituciones Educativas, Iglesia Católica, Iglesia Evangélica.

La máxima autoridad en la parroquia es la Junta Parroquial, cuyos miembros son elegidos en elecciones universales y directas, será nominado Presidenta/e de la junta aquella persona que tenga la más alta votación, de igual manera se ubican a los vocales. La Junta Parroquial tiene el poder de convocatoria a todos los actores sociales de la parroquia para planificar las diferentes actividades que conllevan a un desarrollo sustentable de la parroquia.

La parroquia, las comunidades y los barrios han sido beneficiarios de distintas obras, que han impulsado básicamente instituciones del estado como el Municipio, la Prefectura, el MBS, INNFA, INEFAN, Obras Públicas, CCF, CODENPE, PETROECUADOR, CODERECO, Embajada de Japón, FEDICE.

Además en la actualidad se destaca la presencia de ONGS, las mismas que se encuentran trabajando en forma coordinada con la junta parroquial, lo cual permite el ahorro de los recursos económicos de los pobladores de la parroquia.

**CUADRO No. 7 INSTITUCIONES QUE SE ENCUENTRAN PRESENTES EN LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, POR ACTIVIDAD.2008**

INSTITUCIONES	ACTIVIDADES	CON QUIENES TRABAJA
MAE	Asistencia técnica en plantaciones forestales	Comunidades
MUNICIPIO	Canchas deportivas, casas comunales, empedrados, agua entubada, tubería, canalización.	Comunidades y grupos
CONSEJO PROVINCIAL	Canchas deportivas, casas comunales, empedrados, agua entubada, tubería, canalización.	Comunidades y grupos
MIES	Infraestructura mercado comunitario	Comunidad
DRI	Asistencia técnica en agricultura, forestación, capacitación en manejo de sistema de agua entubada.	Comunidad
BANCO MUNDIAL	Plantaciones forestales	Comunidad
DIRECCION DE EDUCACION	Escuelas y colegios	Comunidad
IEOS	Letrinización, seguimiento técnico	Comunidad
FEDICE	Proyectos productivos (ovinos, agrícolas)	Comunidad, grupo de mujeres
ANDINATEL	Telefonía	Personas
EMPRESA ELECTRICA	Electrificación	Comunidad
FISE	Construcción de centro infantil	Matando, Pucara y Pastocalle viejo.
SWSSAID	Agricultura orgánica, manejo de suelos y recursos naturales.	Comunidades de la COPROP
CCF	Mejoramiento sistemas de agua consumo. Capacitación, Jornadas médicas.	Comunidad
FUNDACIÓN PETROECUADOR	Proyecto productivo granjas integrales	Comunidades
PROGRAMA PASSE	Salud y Letrinización	Comunidades

**FUENTE:** Asamblea parroquial Pastocalle. 2006

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

En las comunidades y barrios de la parroquia existen: Juntas de agua potable, club deportivo de hombres y mujeres, asociación de mujeres, Bancos comunales y otros. En especial en las comunidades filiales a la COPROP – OSG.

## **2. Diagnostico económico del área.**

### **a. Agricultura**

Para determinar la población económicamente activa se ha tomado en consideración a las personas comprendidas entre los 18 hasta los 64 años de edad, es así que se puede decir que la parroquia de Pastocalle posee una extensión de 10.000 has. De las cuales el 95% está destinado en manos de propiedad individual y apenas el 5% son tierras comunitarias Curiquingue, Romerillos y la Libertad.

La parroquia San Juan de Pastocalle es una de las zonas con mas presencia de hacendados a nivel de parroquias rurales del cantón Latacunga a continuación se menciona a: Ortuño, Contadero Alto y Bajo, Río blanco, Santa Rosa, Pachosalac, Rosario y Aliaga.

Tomando en cuenta los datos del INFOPLAN 2001, sobre el uso de los suelos, el mayor porcentaje se encuentra en el uso de los páramos con un 27.5 %; seguido por el uso de cultivos transitorios como papa, melloco, oca, etc. que corresponde al 20.5% el tercer lugar del uso del suelo lo ocupa los pastos naturales con el 15.4%, el porcentaje mínimo en el uso del suelo corresponde a los cultivos permanentes con el 0.70%.



**CUADRO No. 8 USO DEL SUELO EN COTOPAXI Y LATACUNGA, POR HECTÁREAS Y PORCENTAJE. 2008.**

USO DEL SUELO	COTOPAXI			LATACUNGA		
	UPAs	Has.	%	UPAs	Has.	%
Cultivos permanentes	11.347	35.477	9.20	1.049	635	0.70
Cultivos transitorios	1.397	1.748	0.50	19.555	19.707	20.5
Descanso	18.699	20.702	5.40	6.528	6.705	7.30
Pastos cultivados	29.430	77.127	20.00	10.197	12.890	14.10
Pastos naturales	12.956	63.906	16.60	2.362	14.023	15.40
Páramos	4.501	71.874	18.70	693	25.071	27.5
Montes y bosques	9.647	105.192	27.30	1.196	10.869	11.90
Otros usos	63.044	9.033	2.30	19.335	2.362	2.60
<b>TOTAL</b>	<b>151.021</b>	<b>385.059</b>	<b>100</b>	<b>60.915</b>	<b>91.264</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Censo Agropecuario 2001 INEC.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

La baja producción y productividad de la parroquia se refleja por la falta de sistemas de riego, por lo que se constituye un problema prioritario, la implementación de sistemas de riego en las comunidades de la parroquia ha venido a ayudar a los cultivos que la comunidad realiza como la cebolla blanca, hortalizas, papas, habas, cebada, chochos, maíz, fréjol, los mismos que se los utilizan para la alimentación familiar.

De los barrios y comunidades de la parroquia apenas 10 cuentan con un sistema de riego, las directivas de las juntas de agua constantemente se encuentran tramitando y realizando gestiones para dotar de este beneficio a los socios.

Las actividades que desempeñan los pobladores de San Juan de Pastocalle, son agricultura tanto para la venta en los mercados y ferias. Unas pequeñas cantidades de terrenos son asignadas al autoconsumo y ganadería, las actividades agropecuarias son realizadas por toda la familia, cada uno de ellos posee una responsabilidad asignada, para

las siembras se realizan mingas al igual que las cosechas, el terreno es abonado con abono natural que es comprado cada cierto tiempo y combinado con productos químicos.

Los hombres y mujeres son los que se encargan de preparar el suelo, sembrar y cosechar, además las mujeres se encargan de las actividades del hogar, ellas constituyen un fuerte apoyo en las actividades agrícolas, en muchas de las actividades agrícolas los niños participan como apoyo.

La comercialización de los productos se realiza a través de intermediarios, por esta razón el precio de sus productos varía de acuerdo como se encuentre el mercado tanto en Machachi como Quito y la feria de Saquisilí. Para transportar los productos algunas de las familias disponen de transporte propio, mientras el resto debe alquilar camionetas.

#### **b. Mercado Comunitario**

En el cantón Saquisilí todos los días jueves se dan cita los agricultores de la región para poner en venta todos los productos que poseen. Además en la panamericana sur en la entrada hacia la comunidad Romerillos existe un mercado comunitario que se desarrolla los días sábados, donde se expende productos agrícolas del lugar, carne de borrego, res y cerdo, se puede encontrar además la venta de comidas típicas el plato mas apetecido es el borrego asado con papas y choclo, la tripa mishque, el mote con chicharrón, etc.

#### **c. Pecuario**

La falta de sistemas de riego en la zona ha incidido en el sector pecuario, es así como el manejo de animales mayores por la falta de pastos, es mínimo, al contrario las amas de casa se dedican a cuidar animales menores como: conejos, pollos, gallinas, cuyes, porcinos, bovinos, los mismo que sirven para la alimentación de sus familias y para la venta que se la realiza todos los jueves en la feria de Saquisilí, de esta manera se constituye en un aporte económico familiar.

Esta actividad es parte del proyecto de mujeres sin fronteras. La asociación está formada por 15 mujeres, entre ellas 1 niña. Cuando hay proyectos productivos se entregan a cada integrante como responsable, los fondos entran en forma general para futuros proyectos solventados por sus miembros.

Esta asociación persigue objetivos en beneficio de las familias de sus integrantes, son proyectos basados en agricultura orgánica (cero químicos) para consumo y alimentación de los animales, producción de huevos y leche, crianza de animales pequeños etc.

La Asociación empezó como Caja Solidaria en el 2003 y como Asociación “Sin Fronteras” desde el 30 de Noviembre del 2004.

En los proyectos se puede apreciar un sector que se encuentra dedicado a la crianza del porcino especialmente de raza landroz que son como pie de cría, los crianza y producción de los cuyes que son sacados a la venta en la feria de Saquisilí los días jueves, la producción de los huevos de gallo y gallina destinados de igual manera a la venta, el ganado es aprovechado con su leche que es entregada a carros recolectores los mismos que son cancelados cada mes, en promedio poseen de siete a diez cabezas de ganado entregando diario 40 litros de leches llegando a percibir ingresos desde los 200 a 270 USD mensuales.

**CUADRO No. 9 CLASIFICACIÓN DEL GANADO MENOR DE LAS MUJERES DEL PROYECTO “SIN FRONTERAS”, POR COSTO UNITARIO. 2008.**

GANADO MENOR	PROYECTO	P.V.P
Gallinas	Mujeres sin fronteras	5.00 c/u
Cuyes	Mujeres sin fronteras	10 a 12 c/u
Conejos	Mujeres sin fronteras	15 c/u
Borregos	Mujeres sin fronteras	35 a 40 c/u
Cerdos	Mujeres sin fronteras	120 a 150 c/u
Gallos de pelea o raza	Mujeres sin fronteras	25 a 30 c/u

**FUENTE:** Inventario de microempresas.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce

**d. Comercio**

En la parroquia se encuentran asentadas las siguientes empresas florícolas, que son fuente de trabajo para muchos habitantes de la parroquia.

**CUADRO No.10 EMPRESAS FLORÍCOLAS DE LA COMUNIDAD SAN JUAN DE PASTOCALLE, POR COMUNIDAD. 2008.**

NOMBRE DE LA EMPRESA FLORICOLA	COMUNIDAD
Garrigos	Ortuño
Martín Roses	Tandacato
Nevaflor	Santa Rosa
Fina flor	San José de Yanayacu
Ecuán ross	San José de Yanayacu
Aliaga	Matando

**FUENTE:** Plan de desarrollo parroquial de la Junta parroquial

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

### **e. Migración**

La migración que presenta la parroquia hasta el año 1997 era del 12% sobre todo el fenómeno se daba en las personas que se dedicaban a la venta de escobas, quienes acudían a las ciudades de Latacunga, Quito, Machachi, y la costa, años atrás las familias aun tenían la capacidad de inversión en la producción agrícola, está en muchos casos ha sido remplazada por la migración diaria al trabajo de las florícolas, dedicándose a esta actividad por la crisis económica que existe actualmente.

La juventud es la que más migra en estos tres últimos años, terminando la primaria van a trabajar en las floricultoras, niños entre (12 y 15 años) siendo ellos los que mantiene a las familias.

La otra fuente de migración específicamente son los hombres jóvenes que salen a vender las escobas recorriendo las ciudades de Latacunga, Quito, Guayaquil, Ambato. Practicando la migración temporal retorna a sus hogares quincenalmente o mensualmente, mientras tanto las esposas son las que asumen el rol de padres con sus hijos.

### **f. Pobreza**

La parroquia San Juan de Pastocalle presenta un índice de desarrollo social estable, la mayoría de sus habitantes poseen viviendas propias de hormigón armado, en el centro de Pastocalle la mayoría posee su negocio propio, las comunidades han logrado mantener sus ingresos económicos estables, por realizar diferentes actividades por medio de la agricultura, ganadería, etc.

### **g. Tenencia de la Vivienda**

En la parroquia San Juan de Pastocalle la mayoría de las viviendas son de cemento armado. De las cuales en un 85% son viviendas propias, un 11% viviendas arrendadas y un 4% viven con los suegros.

### **h. Tenencia de la tierra**

La extensión territorial con que cuenta la parroquia es de 10.000 has. De las cuales el 95% de este territorio está destinado en manos de propiedad y apenas el 5% son tierras comunitarias Curiquingue, Romerillos y la Libertad.

El promedio de la tierra de labranza por familia (cultivos más pastos establecidos) es de 2.7 has., superficie relativamente pequeña que, en función de la calidad de los suelos no constituye un sustento para la economía campesina. Sin embargo la tenencia varía según la zona agroecológica, es así, como en la población de bajo promedio es de 1.4, en la población media 2.2 y en la alta 4.5 has. Cabe señalar que en su gran mayoría las tierras de labranza son de carácter individual.

## **3. Diagnostico ambiental del área.**

### **a. Hidrografía**

En el nudo de Tiopollo donde se encuentra la parroquia San Juan de Pastocalle, nacen dos cuencas hidrográficas: la cuenca del río San Pedro y la cuenca del río Cutuchi, la primera se dirige hacia el valle de Machachi y la segunda hacia el valle de Latacunga.

### **b. Clima**

La parroquia San Juan de Pastocalle va de una altitud de 3180 msnm, en las partes altas de la comunidad, su temperatura va entre los 6° C y 12° C, su promedio de lluvias oscila

entre los 1000 – 2000 mm anuales, dentro de estos límites, la precipitación se distribuye durante todo el año, con menor intensidad durante los meses correspondientes a Julio y Agosto.

### **c. Topografía**

La topografía en el sector es relativamente plana y comprende desde el ingreso de la autopista principal de acceso hasta la parte poblada.

### **d. Servicios Básicos Disponibles**

Pese a encontrarse la Parroquia cerca de la capital provincial los problemas que aquejan a la población no se han solucionado, y cada una de las necesidades son urgentes.

Las comunidades y barrios que disponen de servicios básicos, no cumplen con las disposiciones técnicas adecuadas, debido a lo cual dichos sistemas se encuentran deteriorados.

#### **1) Abastecimiento de Agua**

La parroquia cuenta con el servicio de agua entubada para consumo humano, cuyo caudal no satisface el requerimiento de los pobladores de la parroquia, una de las alternativas de solución a este problema es la perforación de pozos previo sondeo electromecánico para lo cual se busca financiamiento para la ejecución de este proyecto. Cabe mencionar que el sistema de tubería de las comunidades San Bartolomé, Curiquingue, Santa Rita, Luz y Vida se encuentran en mal estado.

**CUADRO No. 11 SERVICIOS BÁSICOS DE LAS PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, POR COMUNIDADES Y BARRIOS. 2008.**

COMUNIDADES Y BARRIOS	AGUA ENTUBADA	LUZ ELECTRICA	LETRINAS	TELEFONO
Romerillos	X	X	X	X
Curiquingue	X	X	X	-
Tenería	X	X	X	-
Pasto Alto	X	X	-	-
Matando	X	X	X	X
Pastocalle Viejo	X	X	-	X
Milagro	X	X	X	X
Tandacato	X	X	X	X
Santa Rosa	X	X	X	X
Ortuño	50%	X	-	X
Pucara	X	X	X	X
Pastocalle Centro	x	X	X	X
Chasqui	x	X	X	-
Boliche	x	X	X	-
San Luis	x	X	X	-
Yacupungo	x	X	X	-
Guapulo	no	X	X	-
San Bartolomé	x	X	X	-
Calvache	x	X	X	-
San José de Yanayacu	-	-	X	-
Progreso	x	X	X	-
Cuiche Mino	x	X	X	-
Luz y vida	x	X	X	-
Buena vista	x	X	X	-
La Libertad	x	X	X	-
San Vicente de Luto	x	X	X	-
Campamento	x	X	X	-
Cuiche Salas	-	X	X	-
Mino San Antonio	50%	X	X	-

FUENTE: Asamblea parroquial Pastocalle. 2006

ELABORADO POR: Mayra Martínez, Marielisa Ponce.



## 2) Alcantarillado y Letrinización

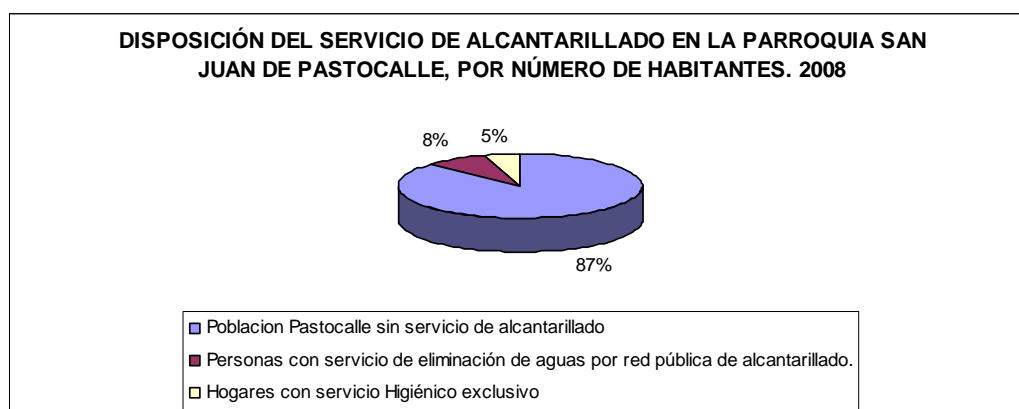
El 40% de la población de la cabecera parroquial cuenta con un sistema de alcantarillado, el mismo que se encuentra a punto de colapsarse por el desorden de la utilización del mismo, y es así como las personas que necesitan este servicio colocan la tubería de acuerdo a la convivencia e intereses, inclusive dañando las carreteras. El déficit de este servicio en el centro parroquial causa ciertas enfermedades parasitarias a los niños y a la población en general. Para sustentar esta realidad de déficit de este servicio que contiene los datos del INFOPLAN 2001 se puede apreciar que solamente 1.134 personas disponen del servicio de eliminación de aguas servidas por red pública de alcantarillado.

### CUADRO No. 12 DISPOSICIÓN DE SERVICIO DE ALCANTARILLADO EN LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE, POR NÚMERO DE HABITANTES. 2008.

INDICES E INDICADORES	NÚMERO
Personas con servicio de eliminación de aguas por red pública de alcantarillado.	1.134
Hogares con servicio Higiénico exclusivo	667

FUENTE: INFOPLAN 2001

ELABORADO POR: Mayra Martínez, Marielisa Ponce.



**Gráfico No. 5** Disposición de servicio de alcantarillado en la Parroquia San Juan de Pastocalle, por número de habitantes. 2008.

FUENTE: INFOPLAN 2001

ELABORADO POR: Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

En la parroquia San Juan de Pastocalle del 100% de los habitantes, apenas el 8% de sus pobladores poseen de eliminación de aguas servidas por la eliminación de la red pública de alcantarillado, un 5% poseen servicios higiénicos exclusivos, el 87% restante poseen pozos sépticos.

### **3) Servicio Eléctrico**

De acuerdo a los datos de INFOPLAN 2001, las viviendas con servicio eléctrico son 1.956. En la actualidad según el diagnóstico realizando todos los domicilios de la parroquia cuentan con el servicio de energía eléctrica.

Los costos en la actualidad se han incrementado considerablemente, uno de los problemas de este servicio en la parroquia es el alumbrado público por ser escaso, además los postes y cableado se encuentran en pésimas condiciones.

### **4) Comunicación**

En la parroquia según el INFOPLAN 2001 apenas el 10.48 % dispone del servicio de telefonía convencional, hoy en día este servicio ha crecido cubriendo el 50% aproximadamente de la población, además la población ocupa el servicio de telefonía celular porta y movistar, la mayoría opta por consumir los servicios que brinda la empresa de telecomunicaciones porta, además en la comunidad existe el servicio de cabinas telefónicas con el costo de 0.25 centavos el minuto, también presta el servicio de venta de tarjetas porta y movistar.

### **5) Recolección de Basura**

La parroquia dispone del servicio de recolección de basura dos veces por semana, (lunes y viernes) servicio que presta la Municipalidad de Latacunga, a pesar de ellos muchas

familias prefieren quemar todo los papeles y enterrar los desperdicios biodegradables en sus terrenos.

## **6) Vialidad y Transporte**

Para llegar a la parroquia su ingreso es por la Panamericana Sur se encuentra dentro del tramo Latacunga – Lasso.

Las empresas de transporte público que prestan el servicio son cinco: Cooperativa Lasso, Compañía Express Pastocalle de la cooperativa de camionetas San Juan Pastocalle, estas camionetas se ubican en la entrada de la parroquia en el sector El Progreso, Pasto Ciatrans, Laso Trans y Transporte pesado Contrasepa. Con un horario desde las 06H30 AM. Hasta las 19H00 PM. Su costo es de 0.50 centavos por persona.

#### 4. Diagnóstico turístico del área.

##### a. Inventario de los Recursos Naturales de la parroquia de Pastocalle.



Ministerio de Turismo GRSC – Regional Sierra Centro



#### 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 001

1.3 Supervisor Evaluador: Patricia Tierra

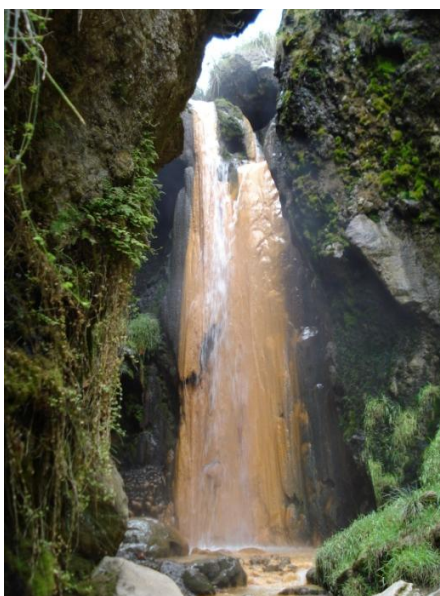
1.4 Fecha: 19 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: CASCADA DE CUNUNYACU**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Ríos

1.8 Subtipo: Cascada



*Cascada de "Cununyacu"*

*Foto: 01 Equipo Técnico.*

#### 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

UTM 0756299 N

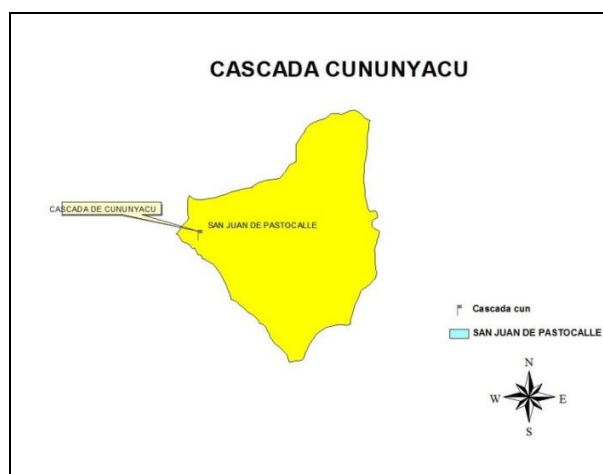
UTM 9924966 E

#### 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Parroquia San Juan de Pastocalle

3.2 Distancia: 20km

### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN DE LA CASCADA CUNUNYACU



**Mapa No. 01 Ubicación "Cascada Cununyacu"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 4046 msnm

4.2 Temperatura: 6°C - 10 °C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

La laguna de Cununyacu se encuentra en el páramo del Illinizas Sur, para llegar a la cascada se debe pasar por los barrios Pucará y Matango, siguiendo la vía Río Blanco en parcelación, hasta la hacienda "Río Blanco" donde se accede al páramo de los Illinizas. Recorriendo una hora treinta minutos en carro hasta el parqueadero. Luego se debe recorrer un sendero de aproximadamente 10 minutos.

4.5 Descripción del atractivo.

La cascada de Cununyacu se encuentra a 10 minutos del parqueadero, rodeada de vegetación nativa, en un encañonado formado de roca volcánica, la cascada tiene 12 metros de caída aproximadamente, el agua tiene azufre por eso su color es amarillo, lo cual llama la atención.

El origen de la cascada se encuentra a 1km con 2 vertientes cuya agua sale templada pero al seguir su recorrido se enfría hasta caer en el encañonado y formar una poza.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Alrededor de la cascada de Cununyacu se encuentra una gran biodiversidad formada por:

Flora: La flora representativa del lugar es: kikuyo (*Pennisetum clandestinum*), paja (*Festuca* sp), diente de león (*Taraxacum officinale*), shamana (*Dodonea viscosa*), pajonal (*Stipa ichu*), achicoria (*Hypochaeris sessiliflora*), helechos (*Jamesonia rotundifolia*), (*Nephrolepis pendula*), Valeriana (*Valeriana rigida*), etc

Fauna: En cuanto a fauna podemos encontrar especies como: tortola (*Zenaida auriculata*), Mirlo (*Turdus fuscater*), Gorrión (*Authus bogotensis*), conejo silvestre (*Sylvilagus brasiliensis*), raposas (*Didelphys albiventris*), pájaro solitario (*Myiotheretes striaticollis*), etc.

4.7 Permisos y Restricciones.

Se recomienda visitarla en horas de la mañana, para el ingreso se debe pasar por un tramo de la hacienda la Vaquería en la cual se controla el ingreso para evitar inconvenientes.

#### 4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: En la Cascada Cununyacu actualmente no se está realizando ninguna actividad de tipo turístico.

4.8.2 Uso Potencial: Sería adecuado destinar a este sitio natural como un área de recreación para los visitantes en donde se pueda realizar fotografía, observación de flora y fauna y comida campestre.

4.8.3 Necesidades: en sector de la Cascada Cununyacu es necesario realizar un estudio de capacidad de carga a los senderos existentes y el mejoramiento de los mismos de modo que se facilite el ingreso al atractivo, completándolo con un sistema de señalización y recolección de basura (basureros).

#### 4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: Con el establecimiento de nuevas actividades ecoturísticas se puede tener un mayor número de visitas hacia el sector, pero sería recomendable realizar un estudio de capacidad de carga del sitio y los posibles senderos para no destruir este hábitat.

4.9.2 Impactos Negativos: Contaminación del agua y erosión del suelo.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

#### 5.2 Causas:

La cascada no es muy conocida y por lo tanto no es muy visitada, al encontrarse bastante lejos de los sectores poblados el agua desde sus vertientes realiza su recorrido sin problemas de uso de la misma, lo que ayuda a que la caída de agua sea permanente.

### 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

#### 6.2 Causas:

Al ser un lugar no muy visitado el entorno se encuentra conservado y no existen indicios de contaminación.

### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Sendero

7.3 Estado de Vías:

7.4 Transporte: 4x4 hasta el estacionamiento, luego caminata hasta la cascada.

Regular

7.6 Temporalidad de acceso:

7.5 Frecuencias: diaria.

Lunes a Domingo

#### 7.7 Observaciones:

Es adecuado que se acceda al sitio con la ayuda de un guía que conozca el sector, y preferiblemente en horas de la mañana. El recorrido varía de 10 a 15 minutos (según la necesidad del turista y su estado físico), se recomienda llevar ropa deportiva, impermeable, botas de caucho o para caminata y agua para el recorrido.

### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Pastocalle actualmente no cuenta con lugares de hospedaje, y muy pocos de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan hospedarse para facilitar su visita.

### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Vertiente

9.2 Energía Eléctrica: no existe.

9.3 Alcantarillado: no existe

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

10.2 Distancia:

- Bosque primario

- 0.66 Km.

### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

### 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>38</b>

### 13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 38 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con rasgos llamativos, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, ya sea del mercado interno y receptivo que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.3 Supervisor Evaluador: Patricia Tierra

**1.5 Nombre del Atractivo: BOSQUE PRIMARIO**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Bosque

1.8 Subtipo: Páramo

1.2 Ficha N° 002

1.4 Fecha: 19 / 12 / 2007



*Bosque primario*

*Foto: 2 Equipo Técnico.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud:

UTM 0756344 N

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga

2.5 Longitud:

UTM 9925036 E

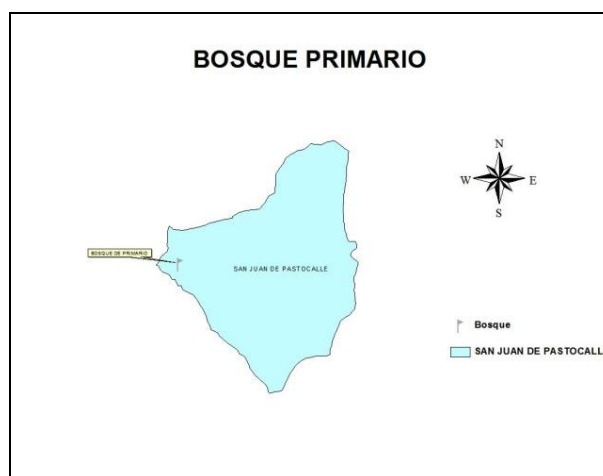
## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Parroquia San Juan de Pastocalle

3.2 Distancia: 20km



### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN DEL BOSQUE PRIMARIO



**Mapa No. 2 Ubicación "Bosque Primario"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 4076 msnm

4.2 Temperatura: 6°C - 10 °C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

El Bosque primario se encuentra en el páramo del Illinizas Sur. Para llegar al bosque se debe pasar por los barrios Pucará y Matango, siguiendo la vía Río Blanco en parcelación, hasta la hacienda "Río Blanco" donde se accede al páramo de los Illinizas. Recorriendo una hora treinta minutos en carro hasta el parqueadero. Luego se debe recorrer un sendero de aproximadamente 50 minutos en forma ascendente, a 20 minutos de caminata aproximadamente atravesando el bosque primario de Polylepis.

4.5 Descripción del atractivo.

El bosque primario cuenta con ciento de Polylepis como especie predominante, los cuales tienen más de 100 años, muchos de ellos han sido plantados por gente de las comunidades aledañas como un medio de reforestación y conservación del entorno.

Adicionalmente se puede observar especies como: Paja: (*Festuca* sp), shamana (*Dodonea vistosa*), etc.

Durante el recorrido se pueden observar varias aves y sentirse parte de un paisaje inolvidable.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Ninguno

4.7 Permisos y Restricciones.

Se recomienda visitarla en horas de la mañana, para el ingreso se debe pasar por un tramo de la hacienda la Vaquería en la cual se controla el ingreso para evitar inconvenientes.

4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: En el bosque primario se realizan visitas esporádicas, algunas de las cuales suelen quedarse a acampar en un pequeño sector, luego de realizar caminatas y observación de la flora y fauna del sector.

4.8.2 Uso Potencial: Es necesario adecuar el área de camping y delimitarla de modo que los turistas que deseen quedarse ahí puedan hacerlo sin problemas, además se podría realizar fotografía, observación de flora y fauna, caminata y comida campestre.

4.8.3 Necesidades: El bosque primario necesita un estudio de capacidad de carga del sendero que lo recorre, además de señalización que permita acceder al lugar, basureros que permitan la recolección de basura de los turistas y delimitar la zona de camping y adecuarla para su fin.

#### 4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: Con el establecimiento de nuevas actividades ecoturísticas se puede tener un mayor número de visitas hacia el sector, difundiendo de esta manera los recursos que posee el sector y la belleza natural que posee, creando conciencia en los visitantes sobre la importancia de conservar lugares como este que ayudan a conservar la biodiversidad y constituye una fuente de almacenamiento de aire puro.

4.9.2 Impactos Negativos: alteración del paisaje por la presencia de elementos inadecuados al lugar y presencia de basura por la visita del turista.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: En proceso de deterioro

5.2 Causas:

El bosque es poco visitado y se encuentra lejos de los centros poblados, por lo que en su mayoría se encuentra conservado, salvo por ciertos sectores bastante contaminados ya que han tenido un mal uso por parte de sus visitantes los cuales en su mayoría no tienen control por parte de algún encargado del lugar ya que no existe ninguno.

### 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas:

Al ser un lugar no muy visitado el entorno se encuentra conservado y no existen indicios de contaminación.

### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías:

Regular

7.5 Frecuencias: diaria.

7.2 Subtipo: Sendero

7.4 Transporte: 4x4 hasta el estacionamiento, luego caminata hasta el bosque

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

7.7 Observaciones:

Es adecuado que se acceda al sitio con la ayuda de un guía que conozca el sector, y preferiblemente en horas de la mañana. Hasta llegar al lugar la caminata es de 50 minutos aproximadamente, y su recorrido dentro del bosque mismo varía de 15 minutos a 1 hora, según la necesidad del turista y su estado físico varía de 10 a 15 minutos, se recomienda llevar ropa deportiva, abrigada, impermeable, botas de caucho o para caminata y agua para el recorrido.

### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Pastocalle actualmente no cuenta con lugares de hospedaje, y muy pocos de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan hospedarse para facilitar su visita.

### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Vertiente

9.2 Energía Eléctrica: no existe.

9.3 Alcantarillado: no existe

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Cascada de Cununyacu

- Aguas Termales

10.2 Distancia:

- 0.33 km

- 0.10 km

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

## 11.1 Difusión: Local

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		<b>44</b>

## 13. JERARQUIZACIÓN

## Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 44 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con rasgos llamativos, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, ya sea del mercado interno y receptivo que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 003

1.3 Supervisor Evaluador: Patricia Tierra

1.4 Fecha: 19 / 12 / 2007

### **1.5 Nombre del Atractivo: AGUAS TERMALES**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Aguas subterráneas

1.8 Subtipo: Aguas Termales



*Aguas termales de los Illinizas*

*Foto No. 03: Equipo Técnico.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

UTM 0756100 N

UTM 9925202 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: San Juan de Pastocalle

3.2 Distancia: 20km

### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN DE LAS AGUAS TERMALES DE LOS ILLINIZAS



**Mapa No. 03 Ubicación "Aguas Termales"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 4118 msnm

4.2 Temperatura: 6 °C - 10 °C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Las aguas termales se encuentran en el páramo del Illinizas Sur, a 20 minutos de caminata desde el bosque primario. Para acceder a ella se debe realizar el mismo recorrido que para ascender hasta la cima del Illinizas Sur, iniciando el trayecto por los barrios Pucará y Matango, siguiendo la vía Río Blanco en parcelación, hasta la hacienda "Río Blanco" donde se accede al páramo de los Illinizas. Recorriendo una hora treinta minutos en carro hasta el parqueadero. Luego se debe recorrer un sendero de aproximadamente 1 hora en forma ascendente.

4.5 Descripción del atractivo.

Las aguas termales están formadas por dos pequeñas piscinas formadas naturalmente, las cuales cuentan con dos vertientes de origen subterráneo las cuales las alimentan constantemente, siguiendo sin embargo su curso por una pequeña acequia que se pierde en su recorrido. Las aguas termales tienen una temperatura de unos 24°C, ya en las piscinas, los comuneros cuentan que el agua desde su origen debe ser más caliente pero que en el recorrido se va enfriando.

El color del agua es amarillo debido a la gran cantidad de azufre que contiene.

#### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Alrededor de la cascada de las aguas termales se encuentra una gran biodiversidad formada por:

**Flora:** La flora representativa del lugar es: kikuyo (*Pennisetum clandestinum*), paja (*Festuca* sp), diente de león (*Taraxacum officinale*), shamana (*Dodonea viscosa*), pajonal (*Stipa ichu*), achicoria (*Hypochaeris sessiliflora*), helechos (*Jamesonia rotundifolia*), (*Nephrolepis pendula*), Valeriana (*Valeriana rigida*), etc.

**Fauna:** En cuanto a fauna podemos encontrar especies como: tórtola (*Zenaida auriculata*), Mirlo (*Turdus fuscater*), Gorrión (*Aythya bogotensis*), conejo silvestre (*Sylvilagus brasiliensis*), raposas (*Didelphys albiventris*), pájaro solitario (*Myiotheretes striaticollis*), etc.

#### 4.7 Permisos y Restricciones.

Se recomienda visitarla en horas de la mañana, para el ingreso se debe pasar por un tramo de la hacienda la Vaquería en la cual se controla el ingreso para evitar inconvenientes.

#### 4.8 Usos:

4.8.1 **Uso Actual:** Las aguas termales son visitadas por algunas personas de las comunidades cercanas, muy pocos turistas llegan a este lugar. Debido a la presencia del agua en medio de un paisaje único suelen realizar ceremonias de limpieza y energetización en este lugar.

4.8.2 **Uso Potencial:** Luego de un mejoramiento del lugar los turistas podrían bañarse, tomar fotografías, observación de flora y fauna y la participación en ceremonias de energetización.

4.8.3 **Necesidades:** Las aguas termales necesitan una reestructuración del encauce del agua que permita un mejor aprovechamiento de las mismas, es conveniente realizar el diseño y ejecución de vestidores que faciliten su uso, para mejorar el acceso es necesario colocar señalización y normas de comportamiento de los visitantes en el lugar. Adicionalmente se podrían colocar basureros.

#### 4.9 Impactos

4.9.1 **Impactos Positivos:** El mejoramiento del atractivo traería consigo el incremento de visitas al lugar, difundiendo a nivel regional y nacional, lo que ayudaría a mejorar la economía del sector debido a que para su mantenimiento se debería cobrar una entrada.

4.9.2 **Impactos Negativos:** Con el incremento de visitas al lugar, el nivel de deterioro de la flora cercana aumentaría debido a que se utilizaría parte del espacio para ampliación del sector destinado a las piscinas para mayor comodidad de los turistas, y el nivel de contaminación aumentaría debido a la presencia de basura por la visita de turistas, además de la alteración del paisaje por la presencia de elementos extraños al lugar.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

#### 5.1 Estado: Conservado

#### 5.2 Causas:

Las aguas termales no son muy visitadas debido a que se encuentran bastante distantes de los centros poblados y muy pocas personas tienen conocimiento de su existencia, por lo que se encuentran conservadas.

### 6. ENTORNO:

#### 6.1 Entorno: conservado

#### 6.2 Causas:

Al ser un lugar no muy visitado el entorno se encuentra conservado y no existen indicios de contaminación.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías:

Regular

7.5 Frecuencias: diaria.

7.2 Subtipo: Sendero

7.4 Transporte: 4x4 hasta el estacionamiento, luego caminata hasta la cascada.

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

7.7 Observaciones:

Es adecuado que se acceda al sitio con la ayuda de un guía que conozca el sector, y preferiblemente en horas de la mañana. Si el turista desea bañarse debe llevar ropa de baño, pero para la caminata debe ir con ropa abrigada, deportiva, y zapatos para la caminata.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Pastocalle actualmente no cuenta con lugares de hospedaje, y muy pocos de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan hospedarse para facilitar su visita.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Vertiente

9.2 Energía Eléctrica: no existe.

9.3 Alcantarillado: no existe

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Bosque primario

10.2 Distancia:

- 0.10 Km.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>33</b>

## 13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 33 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con rasgos llamativos, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, ya sea del mercado interno y receptivo que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 004

1.3 Supervisor Evaluador: Patricia Tierra

1.4 Fecha: 19 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: PÁRAMO DE LOS ILLINIZAS**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Bosque

1.8 Subtipo: Páramo



*Los páramos del Illinizas*

*Foto No. 04: Equipo Técnico.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

UTM 0755755 N

UTM 9925666 E

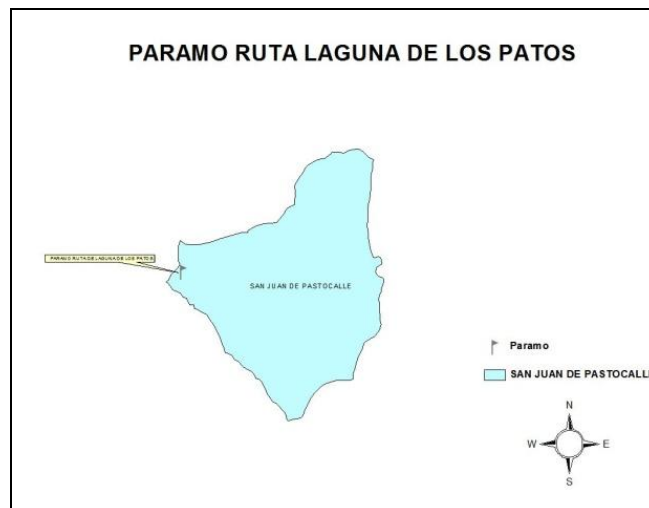
## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: San Juan de Pastocalle

3.2 Distancia: 20km



### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN PÁRAMO LOS ILLINIZAS



**Mapa No. 04 Ubicación "Paramo Ruta de los Patos"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 4396 msnm

4.2 Temperatura: 6 °C -10 °C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Los páramos del Illinizas comienzan a después de hora y media de caminata desde el estacionamiento donde inicia el recorrido para ascender al nevado.

4.5 Descripción del atractivo.

Biodiversidad: El páramo de los Illinizas está formado principalmente por plantas herbáceas que crecen entre el pajonal, aparentemente protegidas de la intemperie por otras plantas

Vegetación: entre la vegetación predominante encontramos gencianas (varias especies de los géneros *Halenia*, *Genciana* y *Gentianella* de las gencianáceas), achupalla (*puya sp*), pajonal (*Stipa ichu*), Valeriana (*Valeriana rígida*), Muchas de estas son las flores que dan colores al páramo.

Fauna: conejo (*Sylvilagus brasiliensis*), lobo de páramo (*Dusicion culpaeus*), pájaro solitario (*Myiotheretes striaticolis*), curiquingue (*Phalcoboenus carunculatus*), etc.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Ninguno.

4.7 Permisos y Restricciones.

Se recomienda visitarla en horas de la mañana, actualmente personas de la hacienda Río Blanco detienen el paso de los visitantes siendo un problema al momento del acceso.

4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: no se le da ningún uso a parte del de camino para llegar a la cima de los Illinizas.

4.8.2 Uso Potencial: nuevos usos que se le podrían dar son el de caminata, observación de flora y fauna, fotografía y cabalgata.

4.8.3 Necesidades: Se debe diseñar un sendero el cual sea ejecutado y señalizado para que los turistas puedan acceder fácilmente a este atractivo, ya que actualmente no cuenta con un sendero marcado técnicamente y muy pocas personas conocen cómo se debe recorrer el lugar sin perderse.

#### 4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: El mejoramiento del atractivo traería consigo el incremento de visitas al lugar, difundiendo a nivel regional y nacional.

4.9.2 Impactos Negativos: Con el incremento de nuevas actividades ecoturísticas y el aumento de visitas al lugar se podría dar problemas de contaminación y desgaste del suelo, debido a la presencia de basura y elementos extraños al lugar.

#### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

Actualmente este sector no es muy visitado y se lo puede apreciar como un atractivo conservado.

#### 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas:

Al ser un lugar no muy visitado el entorno se encuentra conservado y no existen indicios de contaminación.

#### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías:

Regular

7.5 Frecuencias: diaria.

7.2 Subtipo: Sendero

7.4 Transporte: 4x4 hasta el estacionamiento, luego caminata hasta la cascada.

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

7.7 Observaciones:

Es adecuado que se acceda al sitio con la ayuda de un guía que conozca el sector, y preferiblemente en horas de la mañana. La caminata es dura y las personas que deseen recorrer el trayecto deben tener buen estado físico y llevar consigo ropa adecuada para la caminata, ropa abrigada, bufanda, guantes, protector solar, zapatos para caminata, impermeable.

#### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Pastocalle actualmente no cuenta con lugares de hospedaje, y muy pocos de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan hospedarse para facilitar su visita.

#### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No

9.2 Energía Eléctrica: no existe.

9.3 Alcantarillado: no existe

#### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Cascada de Cununyacu

10.2 Distancia:

- 0.44km

#### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

#### 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	6

	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		<b>34</b>

### 13. JERARQUIZACIÓN

#### Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 34 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con rasgos llamativos, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, ya sea del mercado interno y receptivo que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 005

1.3 Supervisor Evaluador: Patricia Tierra

1.4 Fecha: 19 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: LAGUNA DE LOS PATOS**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Ambientes Lacustres

1.8 Subtipo: Laguna



*Laguna de los Patos*

*Foto: Equipo Técnico.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud:

UTM 0755755 N

2.5 Longitud:

UTM 9925666 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: San Juan de Pastocalle

3.2 Distancia: 22km

### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN PÁRAMO LOS ILLINIZAS



**Mapa No. 05 Ubicación "Laguna de los Patos"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 4396 msnm

4.2 Temperatura: 6°C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 3000mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

La laguna de los patos se encuentra en el Illinizas Sur, a 3 horas de caminata aproximadamente desde el estacionamiento que se encuentra al ingreso del sendero para ascender a los Illinizas.

4.5 Descripción del atractivo.

La zona presenta una topografía extremadamente escarpada y bastante irregular, la mayor parte de los terrenos tienen pendientes pronunciadas. El agua que alimenta la laguna de los patos es de origen subterráneo y vienen de los deshilos del Illinizas Sur.

La laguna de los patos, lleva este nombre debido a que en determinadas épocas del año llegan patos migrantes al sector, por lo que pocas veces se puede ver y escuchar su presencia en esta laguna de color verde que constituye un singular atractivo de los Illinizas.

La caminata para llegar al sector es dura y su tiempo varía según la condición del turista, pero sin duda alguna el esfuerzo vale la pena pues desde su acceso se está a pocos metros de llegar a la cima.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

**Biodiversidad del sector:** en este sector se puede encontrar una gran variedad de achupallas, pertenecientes a varias especies dentro del género *Puya* (Bromeliaceae), algunas de las cuales son típicas del páramo, existen otras plantas que crecen en esta zona como ciertas especies de *Valeriana* y *Carex* y ciertas formadoras de almohadillas, quizá una de las plantas que más se puede observar en este lugar es la Oreja de Conejo.

En cuanto a fauna en el sector se encuentran patos (*Anas flavirostris*)

#### 4.7 Permisos y Restricciones.

Se recomienda visitarla en horas de la mañana con guías que conozcan el sector y puedan guiarlos sin problema hasta el lugar.

#### 4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: no se le da ningún uso

4.8.2 Uso Potencial: en la laguna se podría realizar caminata que permita bordear la misma, observación de flora y fauna y fotografía.

4.8.3 Necesidades: Se debe diseñar un sendero el cual sea ejecutado y señalizado para que los turistas puedan acceder fácilmente a este atractivo, ya que actualmente no cuenta con un sendero marcado técnicamente y muy pocas personas conocen cómo se debe recorrer el lugar sin perderse, adicionalmente se podría colocar letreros interpretativos que permitan conocer las características del lugar, de la laguna, adicionalmente se recomienda realizar un estudio y evaluación de impactos ambientales y la elaboración e implementación de normas de comportamiento para los turistas. etc.

#### 4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: al mejorar el acceso a la laguna, complementándolo con señalización permitirá que más turistas puedan acceder al lugar, conociendo un atractivo poco visitado debido a la dificultad de su acceso.

4.9.2 Impactos Negativos: Con el incremento de nuevas actividades ecoturísticas y el aumento de visitas al lugar se podría dar problemas de contaminación del agua y del entorno, perjudicando el ambiente, debido a la presencia de basura por la visita de turistas.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

#### 5.2 Causas:

La laguna es muy poco conocida, la mayoría de quienes han tenido el placer de visitarla son personas de las comunidades aledañas, convirtiéndose en un atractivo potencial de gran valor turístico.

### 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

#### 6.2 Causas:

Al ser un lugar no muy visitado el entorno se encuentra conservado y no existen indicios de contaminación.

### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías:

Regular

7.5 Frecuencias: diaria.

7.2 Subtipo: Sendero

7.4 Transporte: 4x4 hasta el estacionamiento, luego caminata por senderos hasta la laguna.

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

#### 7.7 Observaciones:

Es adecuado que se acceda al sitio con la ayuda de un guía que conozca el sector, y preferiblemente en horas de la mañana. La caminata es dura y las personas que deseen recorrer el trayecto deben tener buen estado físico y llevar consigo ropa adecuada para la caminata, ropa abrigada, bufanda, guantes, protector solar, zapatos para caminata, impermeable, y llevar consigo cámara fotográfica.

### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Pastocalle actualmente no cuenta con lugares de hospedaje, y muy pocos de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan hospedarse para facilitar su visita.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No

9.2 Energía Eléctrica: no existe.

9.3 Alcantarillado: no existe

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Aguas Termales.

10.2 Distancia:

- 0.13km

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>38</b>

## 13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 38 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con rasgos llamativos, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, ya sea del mercado interno y receptivo que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 006

1.3 Supervisor Evaluador:

1.4 Fecha: 19 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: LOS ILLINIZAS**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Montaña

1.8 Subtipo: Altas Montañas



*Los Illinizas*

*Foto No. 06: Equipo Técnico.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

UTM 0755755 N

UTM 9925666 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Comunidad Romerillos

3.2 Distancia: 30km



### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN LOS ILLINIZAS



**Mapa No. 06 Ubicación "Nevado los Illinizas"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: Illinizas Sur 5348 msnm, Illinizas Norte 5126 msnm

4.2 Temperatura: 4°C - 12°C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 - 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Estos dos volcanes se encuentran en la provincia de Cotopaxi, para acceder a ellos se debe pasar el peaje de la población de Machachi y seguir la ruta claramente señalada hasta El Chaupi, el acceso se lo puede hacer por la Comunidad San Juan de Pastocalle o por la Comunidad de Romerillos.

4.5 Descripción del atractivo.

Estos dos volcanes activos cubiertos de nieve son vecinos, no tan cercanos del majestuoso Cotopaxi. El Illinizas Norte sirve para novatos escaladores que solo buscan una aventura en el ascenso; no así el Illinizas Sur donde se requiere de gran conocimiento puesto que su ascenso es considerado difícil y peligroso. El ascenso desde "La Virgen" (3.900 m) al refugio (4750 m) y a la cumbre toma entre dos y seis horas.

El Illinizas Sur es un pico lleno de grietas y quizás uno de los más difíciles de escalar en Ecuador. No es recomendable para principiantes, algunas áreas de escalada son de aproximadamente 70°.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Durante el recorrido por estos hermosos volcanes nevados se puede encontrar varios atractivos dignos de visitar, entre ellos tenemos:

Cascada de Cununyacu: cuya característica principal es su agua de color amarillo debido a la alta presencia de azufre. (4030 msnm)

Bosque primario: cuya vegetación predominante son árboles de Polilepys. (4076 msnm)

Aguas termales: formadas por aguas subterráneas

4.7 Permisos y Restricciones.

Se recomienda visitarla en horas de la mañana con guías que conozcan el sector y puedan guiarlos sin

problema hasta el lugar.

#### 4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: no se le da ningún uso

4.8.2 Uso Potencial: en la laguna se podría realizar caminata que permita bordear la misma, observación de flora y fauna y fotografía.

4.8.3 Necesidades: Se debe diseñar un sendero el cual sea ejecutado y señalizado para que los turistas puedan acceder fácilmente a este atractivo, ya que actualmente no cuenta con un sendero marcado técnicamente y muy pocas personas conocen cómo se debe recorrer el lugar sin perderse, adicionalmente se podría colocar letreros interpretativos que permitan conocer las características del lugar, de la laguna, etc.

#### 4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: al mejorar el acceso a la laguna, complementándolo con señalización permitirá que más turistas puedan acceder al lugar, conociendo un atractivo poco visitado debido a la dificultad de su acceso.

4.9.2 Impactos Negativos: Con el incremento de nuevas actividades ecoturísticas y el aumento de visitas al lugar se podría dar problemas de contaminación y erosión del suelo debido a la presencia de basura por la presencia de turistas.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

#### 5.2 Causas:

La laguna es muy poco conocida, la mayoría de quienes han tenido el placer de visitarla son personas de las comunidades aledañas, convirtiéndose en un atractivo potencial de gran valor turístico.

### 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

#### 6.2 Causas:

Al ser un lugar no muy visitado el entorno se encuentra conservado y no existen indicios de contaminación.

### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías:

Regular

7.5 Frecuencias: diaria.

7.2 Subtipo: Sendero

7.4 Transporte: 4x4 hasta el estacionamiento, luego caminata por senderos hasta la laguna.

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

#### 7.7 Observaciones:

Es adecuado que se acceda al sitio con la ayuda de un guía que conozca el sector, y preferiblemente en horas de la mañana. La caminata es dura y las personas que deseen recorrer el trayecto deben tener buen estado físico y llevar consigo ropa adecuada para la caminata, ropa abrigada, bufanda, guantes, protector solar, zapatos para caminata, impermeable, y llevar consigo cámara fotográfica.

### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Pastocalle actualmente no cuenta con lugares de hospedaje, y muy pocos de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan hospedarse para facilitar su visita.

### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No existe.

9.2 Energía Eléctrica: no existe.

9.3 Alcantarillado: no existe

#### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Pueblo Encantado.

10.2 Distancia:

- 0.13km

#### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

#### 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>38</b>

#### 13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 38 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con rasgos llamativos, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, ya sea del mercado interno y receptivo que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra T.

1.5 Nombre del Atractivo: COTOPAXI

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Montaña

1.8 Subtipo: Alta Montaña

1.2 Ficha N° 007

1.4 Fecha: 20 / 11 / 2007



*"Volcán Cotopaxi"*

*Foto No. 07 - 08: Equipo Técnico*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.3 Parroquia: Mulaló

2.4 Latitud: S

Latitud UTM 785081 N

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga.

2.5 Longitud: W

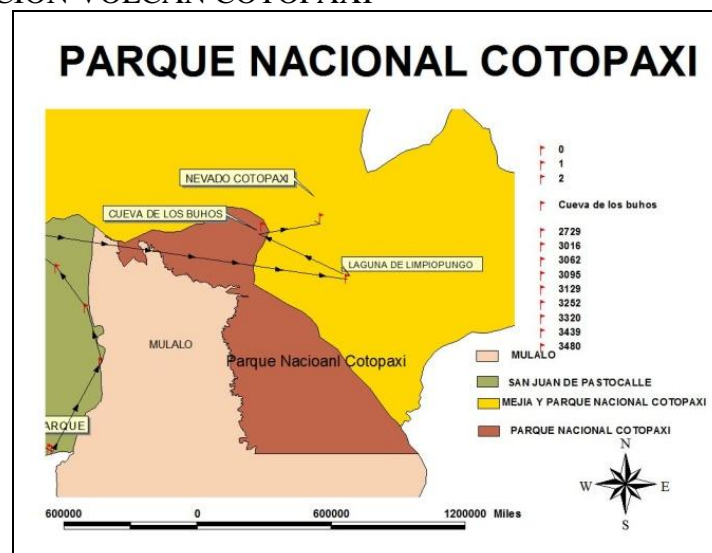
Longitud UTM: 9926998 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Machachi y Latacunga

3.2 Distancia: 30Km

### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN VOLCÁN COTOPAXI



**Mapa No. 07 Ubicación "Ruta Parque Nacional Cotopaxi"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 4843 msnm

4.2 Temperatura: 6 °C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

A 25Km de la comunidad de Romerillos, se puede llegar en carro hasta el parqueadero queda a 200m del primer refugio que se encuentra a 4623msnm, se debe caminar por una ruta que se encuentra establecida hacia el refugio, para llegar al primer refugio puede tomar desde 45 a 60 minutos dependiendo del estado físico de los turistas. Desde la comunidad Romerillos hasta el nevado toma llegar 2 horas.

4.5 Descripción del atractivo.

El Volcán Cotopaxi con una altura de 5897 msnm, conocido como uno de los volcanes mas imponentes y activo que posee el Ecuador, su cono se formó por recubrimientos de lava y acumulación regular de ceniza, se encuentra dentro del Parque Nacional Cotopaxi con una extensión de 33393 ha. Creado el 11 de agosto de 1975, es el segundo Parque mas visitados por los turistas, su principal atractivo el Volcán Cotopaxi, para todos aquellos que disfrutan del ascenso de montaña, el nombre Cotopaxi tiene varios significados entre los mas importantes: Resplandor a la luz de la luna, Garganta de fuego, Cuello de sol.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Laguna de Limpiopungo

Cueva de los Búhos

Volcán Rumiñahui

Museo Mariscal Sucre

4.7 Permisos y Restricciones.

Se debe cancelar la cantidad de 1.50 USD, en la entrada del parque que lleva el nombre de Mariscal Sucre para entrar.

#### 4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: El volcán es visitado actualmente por turistas nacionales y extranjeros que gustan de la aventura y el ascenso a la montaña.

4.8.2 Uso Potencial: ascenso de montaña.

4.8.3 Necesidades: Es necesario llevar caramelos y agua para el momento de subir al primer refugio, a pesar de ser 200 metros de ascenso desde el parqueadero al primer refugio este se dificulta por la pendiente que posee y la presencia de fuertes vientos haciendo difícil su ascenso.

#### 4.9 Impactos:

4.9.1 Impactos Positivos: Incremento de la actividad turística de la provincia, además de ser uno de los nevados más visitados en el Ecuador, tanto por turistas nacionales como por extranjeros.

4.9.2 Impactos Negativos: La masiva presencia de turistas provoca contaminación en el lugar debido a la presencia de basura, además de erosión del suelo.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

#### 5.2 Causas:

El Volcán Cotopaxi se encuentra conservado ya que sus áreas siempre están siendo constantemente vigiladas por los guarda parques, de esta manera se garantiza la preservación del Parque.

### 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

#### 6.2 Causas:

Su entorno se encuentra en perfectas condiciones por encontrarse dentro de un área protegida, se puede observar en las zonas más visitadas señalización y consejos para preservar el entorno.

### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: sendero

7.3 Estado de Vías: Regular

7.4 Transporte: a carro desde la comunidad hasta el parqueadero 45Km. (90 minutos).  
Del parqueadero al primer refugio 200 metros (1Hora)

7.5 Frecuencias: Diaria

7.6 Temporalidad de acceso:  
Lunes a Domingo

#### 7.7 Observaciones:

Se recomienda llevar ropa abrigada, pasamontañas, gafas, guantes caramelos y agua caliente.

### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

La Comunidad San Bartolomé de Romerillos, desea implementar dentro de sus paquetes el ascenso al volcán Cotopaxi, por poseer guías nativos que conocen el sector y poseer la licencia de guiar, además este atractivo se ofrecerá desde la comunidad la cual necesita implementar lugares de hospedaje, alimentación, donde los turistas puedan hospedarse y alimentarse para facilitar su visita.

### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Vertientes.

9.2 Energía Eléctrica: No existe

9.3 Alcantarillado: No existe

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

### 10.1 Nombre del atractivo:

- Laguna de Limpiopungo
- Cueva de los Búhos
- Museo Mariscal Sucre

### 10.2 Distancia:

- 3 Km
- 3 Km
- 5 Km.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

### 11.1 Difusión: Nacional

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	11
	c) Entorno	10
	d) Estado de Conservación y/o Organización	10
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
<b>TOTAL</b>		<b>87</b>

## 13. JERARQUIZACIÓN

### Jerarquía IV

El atractivo alcanzó una puntuación de 87, jerarquía IV; lo que significa que es un atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 008

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra T.

1.4 Fecha: 20 / 11 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: LAGUNA DE LIMPIOPUNGO**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Ambientes Lacustre

1.8 Subtipo: Laguna



*"Laguna de Limpiopungo"*

*Foto No. 09 - 10: Marielisa Ponce R.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga.

2.3 Parroquia: Mulaló

2.4 Latitud: S

2.5 Longitud: W

Latitud UTM 781210 N

Longitud UTM: 9932006 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Machachi, Latacunga

3.2 Distancia 30 Km.



### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN LAGUNA LIMPIOPUNGO



**Mapa No. 08 Ubicación "Laguna Limpiopungo"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3996 msnm

4.2 Temperatura: 6 C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 – 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Dentro de la ruta que se dirige al volcán Cotopaxi, a 25 Km de la panamericana pertenece al parque Nacional Cotopaxi.

4.5 Descripción del atractivo.

La laguna de Limpiopungo ubicada en la parte baja del parque Cotopaxi, se puede llegar en carro y detenerse a observar la laguna si se tiene suerte se puede observar aves que se bañan en la laguna. Alrededor de la laguna no se puede observar vegetación ya que esta rodeada de arena, es ideal para caminar en bicicleta, muchos de los turistas prefieren descender desde el nevado hasta las orillas de la laguna en bicicleta.

En cuanto a fauna podemos encontrar especies como: Gorrión (*Authus bogotensis*), Lige (*Vanellus resplendes*), Guarro (*Geranoaceatus melanoleucus*), Quilico (*Falco sparverius*), etc.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Volcán Cotopaxi

Cueva de los Búhos

Museo Mariscal Sucre

4.7 Permisos y Restricciones.

Para apreciar de las bondades del sector se recomienda llegar en horas de la mañana, previo a su ingreso se deberá cancelar 1.50 USD, para poder ingresar al sector.

#### 4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: La zona es utilizada como área de distracción, paseo en bicicleta y camping.

4.8.2 Uso Potencial: visitada por turistas nacionales y extranjeros.

4.8.3 Necesidades: Es necesario adecuar basureros en la zona para evitar un impacto ecológico.

#### 4.9 Impactos:

4.9.1 Impactos Positivos: La zona es visitada frecuentemente por los turistas creando varias fuentes de trabajo a propios y extraños.

4.9.2 Impactos Negativos: la presencia de turistas en el sector causa la contaminación del mismo debido a la presencia de basura, además de la compactación del suelo.

#### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

La laguna se encuentra en perfectas condiciones a pesar de poseer una gran cantidad de turistas que lo visitan.

#### 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas:

La zona se encuentra constantemente supervisada por guarda parques que garantizan la conservación de su entorno, evitando posibles impactos ecológicos.

#### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías: Regular

7.5 Frecuencias: Diaria

7.7 Observaciones:

Se recomienda que en la zona se implemente señal ética y basureros para evitar impactos ecológicos,

#### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

La Comunidad San Bartolomé de Romerillos, desea incrementar la ruta del Parque Nacional Cotopaxi para ofrecer otro sector que sea atractivo para el turista, la comunidad necesita implementar lugares de hospedaje, alimentación, donde los turistas puedan hospedarse y alimentarse para facilitar su visita.

#### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Vertientes y arroyos.

9.2 Energía Eléctrica: No existe

9.3 Alcantarillado: No existe

#### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- La cueva de los búhos

- Volcán Cotopaxi

- Museo Mariscal Sucre

7.2 Subtipo: camino

7.4 Transporte: a carro desde la panamericana 25 Km. (30 minutos).

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

10.2 Distancia:

- 3 Km.

- 3 Km.

- 2 Km.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

## 11.1 Difusión: Local

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
TOTAL		<b>73</b>

## 13. JERARQUIZACIÓN

## Jerarquía III

El atractivo alcanzó un puntaje de 73, jerarquía III, lo que quiere decir que es un atractivo con rasgos excepcionales en el país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra T.

**1.5 Nombre del Atractivo: CUEVA DE LOS BÚHOS**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Montaña

1.8 Subtipo: Cordillera

1.2 Ficha N° 009

1.4 Fecha: 20 / 11 / 2007



"Cueva de los Búhos"

Foto No 11 - 12: Equipo Técnico.

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.3 Parroquia: Mulaló.

2.4 Latitud: S

Latitud UTM 785127 N

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga.

2.5 Longitud: W

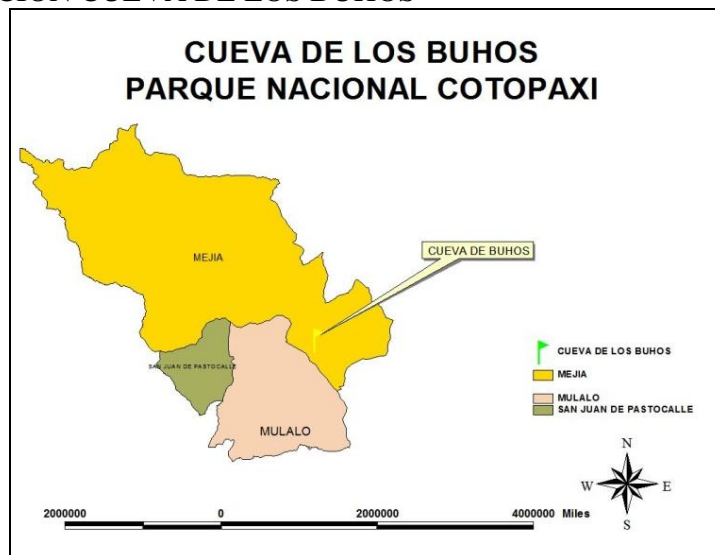
Longitud UTM: 9930140 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Machachi, Latacunga

3.2 Distancia 30 Km.

### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN CUEVA DE LOS BÚHOS



**Mapa No. 09 Ubicación "Cueva de los Buhos"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 4023 msnm

4.2 Temperatura: 6 C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 – 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Dentro de la ruta que se dirige al volcán Cotopaxi, a 25 Km. de la panamericana pertenece al parque Nacional Cotopaxi.

4.5 Descripción del atractivo.

La cueva de los búhos ubicada en la parte baja del Parque Nacional Cotopaxi, se puede llegar en carro y detenerse a observar la cueva si se tiene suerte se puede observar búhos que albergan en las paredes de la cueva en el día. Alrededor de la cueva se puede observar vegetación y residuos de piedra, es ideal para caminar y observar sus paredes.

En cuanto a la flora se puede encontrar

En cuanto a fauna podemos encontrar especies como: Gorrión (*Authus bogotensis*), Lige (*Vanellus resplendes*), Guarro (*Geranoaceatus melanoleucus*), Quilico (*Falco sparverius*), y búhos, etc.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Volcán Cotopaxi, flora y fauna nativas.

4.7 Permisos y Restricciones.

Para apreciar de las bondades del sector se recomienda llegar en horas de la mañana, previo a su ingreso se deberá cancelar 1.50 USD, para poder ingresar al Parque Nacional Cotopaxi, lugar donde se encuentra la cueva de los búhos.

#### 4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: La zona es utilizada como área de distracción, paseo en bicicleta y camping.

4.8.2 Uso Potencial: observación de flora y fauna, toma de fotografías y caminata.

4.8.3 Necesidades: En el lugar es necesario realizar un estudio de capacidad de carga y de impacto ambiental, además de la adecuación de basureros en la zona para evitar contaminación.

#### 4.9 Impactos:

4.9.1 Impactos Positivos: Incremento de turistas al sector, mejorando la economía y brindando una gran variedad de atractivos adicionales al volcán Cotopaxi.

4.9.2 Impactos Negativos: Presencia de basura por la presencia de turistas, y compactación del suelo.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

La laguna se encuentra en perfectas condiciones a pesar de poseer una gran cantidad de turistas que lo visitan.

### 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas:

La zona se encuentra constantemente supervisada por guarda parques que garantizan la conservación de su entorno, evitando posibles impactos ecológicos.

### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías: Regular

7.5 Frecuencias: Diaria

7.7 Observaciones:

Se recomienda que en la zona se implemente señal ética y basureros para evitar impactos ecológicos,

### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Las presentes en el Parque Nacional Cotopaxi.

### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Vertiente.

9.2 Energía Eléctrica: No existe

9.3 Alcantarillado: No existe

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- La cueva de los búhos

- Volcán Cotopaxi

- Museo Mariscal Sucre

7.2 Subtipo: camino

7.4 Transporte: a carro desde la panamericana 25 Km. (30 minutos).

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

10.2 Distancia:

- 3 Km.

- 3 Km.

- 2 Km.

### 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	8
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>40</b>

## 13. JERARQUIZACIÓN

## Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 40 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con rasgos llamativos, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, ya sea del mercado interno y receptivo que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 010

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra T.

1.4 Fecha: 04 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: ZONA DE CAMPING**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Bosque

1.8 Subtipo: Páramo



*"Zona de Camping" Foto No 13: Marielisa Ponce R.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Mejía.

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud: S

2.5 Longitud: W

Latitud UTM 758948 N

Longitud UTM: 9933089 E

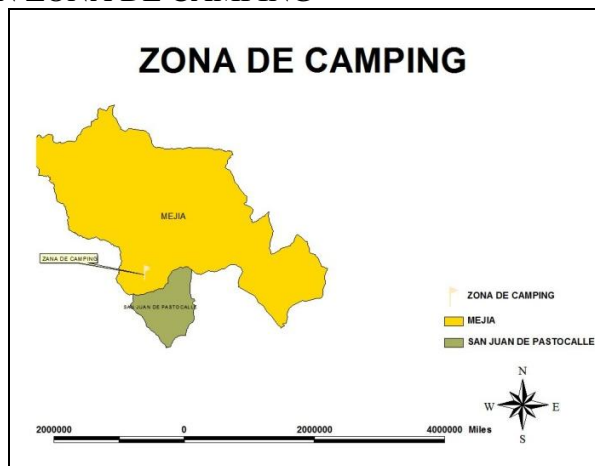
## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Machachi

3.2 Distancia: 20 Km.



### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN ZONA DE CAMPING



**Mapa No. 10 Ubicación "Zona de Camping"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3557msnm

4.2 Temperatura: 10C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

A 10 Km. de la Comunidad San Bartolomé de Romerillos, se puede llegar en carro hasta el área de camping.

4.5 Descripción del atractivo.

El área de camping se encuentra ubicado en las faldas de Los Illinizas, esta zona es frecuentemente utilizada por los turistas que prefieren acampar por las noches y madrugar para realizar el ascenso, esta zona se encuentra rodeada de un bosque nativo de polilepis o árbol de papel, convirtiéndose en un lugar ideal para el descanso nocturno.

La flora representativa del lugar es: Polilepis, Pumamaqui, Familia Araliaceae (*Oreopanax heterophyllum*), Chuquiragua, Familia Asteraceae (*Chuquiragua jussieu*), Familia Asteraceae (*Werneria crassifolia*), Familia Asteraceae (*Hypochaeris sessiliflora*), Familia Asteraceae (*Loricaria ferruginea* o *rubra*), Jata, Familia Asteraceae (*Loricaria thyoides*), *rubra* Familia Asteraceae (*Loricaria ferruginea*), Familia Asteraceae (*Diplostephium lavandulaefolium*), Familia Asteraceae (*Baccharis genistelloides*), almohadones de azorella, Familia Brassicaceae (*Eudema nubigena*), Familia Romerillo (*Hipericum laricifolium*).

En cuanto a fauna podemos encontrar especies como: Gorrión (*Authus bogotensis*), Lige (*Vanellus resplendes*), Guarro (*Geranoaceatus melanoleucus*), Quilico (*Falco sparverius*), etc.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Cerró Corazón, Pueblo Encantado, Illinizas Norte e Illinizas Sur.

4.7 Permisos y Restricciones.

Se recomienda llegar antes del anochecer para poder armar las tiendas.

4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: La zona es utilizada como área de descanso para los que gustan escalar antes del amanecer.

4.8.2 Uso Potencial: en este sitio se caracteriza por poseer un bosque de polilepis que amortigua los fuertes vientos por la noche, convirtiéndose en el sitio ideal para acampar.

4.8.3 Necesidades: mejorar la huella del sendero como medio de accesibilidad al atractivo, colocar letreros interpretativos a lo largo del sendero, realizar un estudio de capacidad de carga y de impactos ambientales, además de la colocación de basureros.

4.9 Impactos:

4.9.1 Impactos Positivos: Nuevas alternativas para los turistas al darle más opciones para su distracción.

4.9.2 Impactos Negativos: presencia de basura por la presencia de turistas y alteración del paisaje por la presencia de elementos inadecuados al lugar para delimitar los senderos.

## 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Poco conservado

5.2 Causas:

El área de camping de los Illinizas se encuentra iniciando un proceso de deterioro ya que por ser muy utilizado por los turistas y no existir una zona que especifique que lugares pueden ser ocupados como áreas de camping, el bosque se ve un poco afectado con la presencia de basura y maltrato de la flora.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Semi Conservado

6.2 Causas:

El sector se encuentra un poco afectado especialmente la vegetación por no existir un sendero que especifique su ascenso el turista crea su propia ruta.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías: Irregular

7.5 Frecuencias:

7.2 Subtipo: camino

7.4 Transporte: a carro desde la comunidad 30Km. (45' minutos).

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

7.7 Observaciones:

Es adecuado que en el lugar se implemente señalética, para evitar posibles impactos, además adecuar en el área basureros.

El sector es seguro el turista no corre riesgos de ser asaltado, existen guardias que recorren el lugar, ofreciendo seguridad al sector.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Alquiler de equipo para acampar.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Alta montaña

9.2 Energía Eléctrica: No existe

9.3 Alcantarillado: No existe

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Los Illinizas Norte y Sur

- Pueblo encantado

- Cerro Corazón

10.2 Distancia:

- 3 Km.

- 2 Km.

- 15 Km.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Nacional

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	10
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		<b>53</b>

## 13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 53 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con rasgos llamativos, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, ya sea del mercado interno y receptivo que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 011

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra T.

1.4 Fecha: 04 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: PUEBLO ENCANTADO**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Bosque

1.8 Subtipo: Páramo



*"Pueblo Encantado" Foto No 14: Marielisa Ponce R.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga.

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud: S

2.5 Longitud: W

Latitud UTM 759643 N

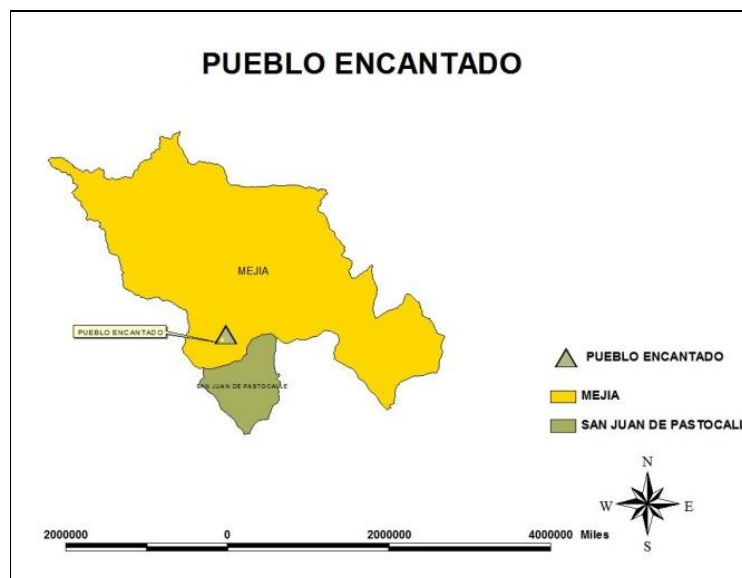
Longitud UTM: 9933967 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Machachi

3.2 Distancia: 20 Km.

### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN PUEBLO ENCANTADO



**Mapa No. 11 Ubicación "Pueblo Encantado"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3436 msnm

4.2 Temperatura: 10C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

A 10 Km. de la Comunidad San Bartolomé de Romerillos, se puede llegar en carro hasta el área de camping y empezar el ascenso, tomara llegar al primer refugio 3 horas dependiendo del estado físico de las personas.

4.5 Descripción del atractivo.

Los Illinizas son 2 riscos ubicados uno al lado del otro, conocidos como Illinizas Norte e Illinizas Sur, es refugio se encuentra en medio de los dos Illinizas, el Illinizas norte es mucho mas fácil su ascenso por su forma, el sur por ser mas empinado se hace mas difícil subir, en el trayecto se puede apreciar claramente al volcán Cotopaxi, cerro Corazón, los Rumiñahui, La ciudad de Latacunga, El Tungurahua, etc. Convirtiendose en una zona muy acogedora.

La flora representativa del lugar es: los Pumamaqui, Familia Araliaceae (*Oreopanax heterophyllum*), Chuquiragua, Familia Asteraceae (*Chuquiragua jussieu*), Mortiño Familia Ericaceae (*Vaccinium floribunda*), Asteraceae (*Bidens andicola*), Orejas de conejo Familia Asteraceae (*Culcitium canescens*), Familia Asteraceae (*Werneria crassifolia*), Familia Asteraceae (*Hypochaeris sessiliflora*), Familia Asteraceae (*Loricaria ferruginea* o *rubra*), Jata, Familia Asteracea (*Loricaria thyoides*), rubra Familia Asteraceae (*Loricaria ferruginea*), Familia Asteraceae (*Diplostephium lavandulaefolium*), Familia Asteraceae (*Baccharis genistelloides*), almohadones de azorella, Familia Brassicaceae (*Eudema nubigena*), Cacho de venado Familia Gentianaceae (*Halenia weddeliana*), Familia Romerillo (*Hipericum laricifolium*), Familia Valerianaceae (*Valeriana rigida*), Familia Valerianaceae (*Valeriana plantaginea*),

Familia Eriocaulaceae (*Paepalanthus ensifolius*), Familia Fabaceae (*Dalea coerulea*), Familia Melastomaceae (*Miconia salicifolia*),

En cuanto a fauna podemos encontrar especies como: tórtola (*Zenaida auriculata*), Mirlo (*Turdus fuscater*), Gorrión (*Authus bogotensis*), Lige (*Vanellus resplendes*), Guarro (*Geranoaceatus melanoleucus*), Quilico (*Falco sparverius*), etc.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Cerro el Corazón, Volcán Cotopaxi

4.7 Permisos y Restricciones.

Se recomienda visitarlo en horas de la mañana, no se puede acceder en carro desde las faldas.

4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: Los Illinizas actualmente son visitados por turistas nacionales y extranjeros de preferencia acampan en el sector del camping y realizan ascensos por las mañanas.

4.8.2 Uso Potencial: en este sitio se caracteriza por los ascensos a los Illinizas, caminatas guiadas, comidas campestres y camping, cabalgatas, etc.

4.8.3 Necesidades: Es necesario realizar un estudio de capacidad de carga y evitar un impacto.

4.9 Impactos:

4.9.1 Impactos Positivos: con la implementación de la nueva ruta y la creación de senderos, el lugar sería más visitado por turistas ya que el lugar es preciso para observar a la redonda todos los nevados, y la gente de la comunidad podría ofrecer este nuevo recorrido.

4.9.2 Impactos Negativos: con la visita de turistas, se incrementaría el nivel de contaminación del lugar.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

El sector de los Illinizas se encuentra en perfecto estado, ya que posee guardias que vigilan el sector y mantienen un control del área.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas:

El sector se encuentra en óptimas condiciones, la vegetación no se encuentra alterada y la gente que lo visita respeta su medio.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías: Irregular

7.2 Subtipo: camino y sendero

7.4 Transporte: a carro desde la comunidad 35Km. (60' minutos). Y el ascenso desde el sector del camping 3 horas para llegar al refugio de los Illinizas.

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

7.5 Frecuencias:

7.7 Observaciones:

Es adecuado que se acceda al sitio con la ayuda de un guía que conozca el sector, y preferiblemente en horas de la mañana. Además se debería implementar un sistema de señalización y adecuar un buen sendero que permita la observación de aves que se encuentran albergadas en el sector.

El recorrido desde el área de camping, va de 3 horas (según la necesidad del turista y su estado físico), hasta llegar al refugio, si desean realizar el ascenso completo se puede tomar todo la media mañana, se recomienda llevar ropa deportiva, y agua para el recorrido, cámara, larga vista, etc.

#### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Ninguna.

#### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Alta montaña

9.2 Energía Eléctrica: No existe

9.3 Alcantarillado: No existe

#### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

- Volcán Cotopaxi

- Cerro Corazón

10.2 Distancia:

- 50 Km.

- 25 Km.

#### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

#### 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>25</b>

#### 13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

El atractivo obtuvo un puntaje de 25, jerarquía I, lo que implica que no es un atractivo relevante.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 012

1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra

1.4 Fecha: 20 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: QUILOTOA**

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Ambiente Lacustre

1.8 Subtipo: Laguna



*"Laguna Quilotoa"*

*Foto No 15: Equipo Técnico*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Pujilí

2.3 Parroquia: Zumbahua, Comunidad Ponce Quilotoa

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

Grados: 00° 51' 21" S

Grados 78° 54' 06" W

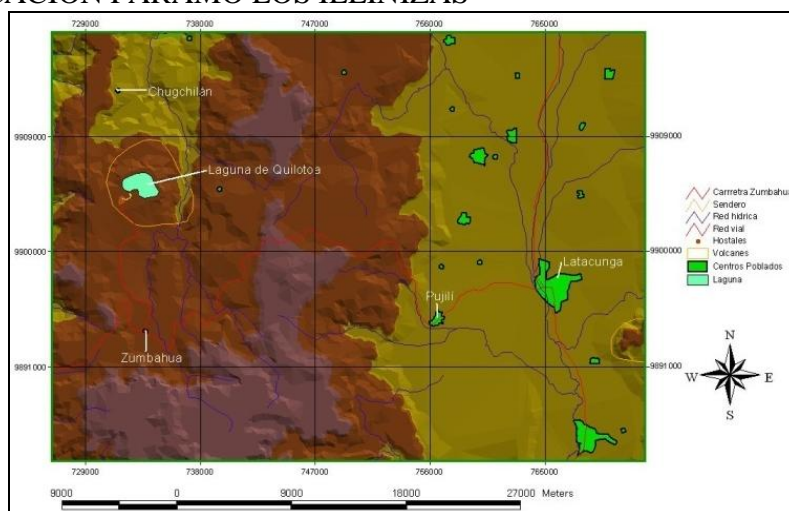
## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Pujilí

3.2 Distancia: 80 Km. Desde Pujilí



### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN PÁRAMO LOS ILLINIZAS



**Mapa No. 12 Ubicación "Páramo Los Illinizas"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3980 msnm la parte más alta y a 3540 msnm el nivel del agua

4.2 Temperatura: 11°C a 14°C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 y 1250 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Ubicada a 10 metros de la comunidad Ponce Quilotoa

4.5 Descripción del atractivo.

El agua de la laguna posee un color verde esmeralda y varía de acuerdo a la temporada. También posee gran cantidad de gas carbónico mezclado con hidrógeno sulfuroso por lo que no es aconsejable para el consumo, la temperatura del agua oscila entre los 16°C y -1°C. En ciertas épocas del año aumentan los gases y pareciera que el agua estaría hirviendo, y en algunos sectores las aguas se tiñen de amarillo por el lodo removido. Su profundidad promedio es de 240 metros.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Actualmente la Organización Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa funciona legalmente bajo el Acuerdo Ministerial N° 200010067 desde el año 2001, durante éste período los miembros se han preocupado por la capacitación en el sector turístico, por lo cual ofrecen varios servicios: Hospedaje, Alimentación (comida típica), Guianza, Feria Artesanal, Música Folklórica, Shaman Indígena, Paseo en bote y Kayac, transporte en Mulas, caminatas a distintos atractivos como la Cueva del Inca Mama Jatava, las Aguas Termales Rumiñahui, Cañón de río Toachi, caminata al pueblo de Chugchilan. Está integrada por 120 socios (80 hombres y 40 mujeres), en una extensión de 3 hectáreas aproximadamente.

4.7 Permisos y Restricciones.

Acuerdo Ministerial N° 200010067 desde el año 2001.

4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: Turístico

4.8.2 Uso Potencial: Se ha generado el movimiento económico permitiendo el comercio por medio del turismo en la zona.

4.8.3 Necesidades: El sistema turístico para que funcione necesita de la infraestructura básica que son los elementos que satisfacen las necesidades de los asentamientos humanos y permiten el flujo de personas,

mercaderías, energía, etc., entre los que están:

Agua: El mirador de la laguna del volcán Quilotoa de la comunidad Ponce Quilotoa, no posee agua potable en los hogares e instalaciones que allí se encuentran. El agua que consumen es traída en tanqueros desde Zumbahua y desde el pueblo de Chugchilan a un costo de \$20,00. Actualmente está en ejecución el Proyecto Pase de la fundación CAAP, para dotar de agua potable al lugar desde el Río Toachi, el cual en el mes Octubre del año presente año estará concluido.

#### 4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: Genera ingresos económicos a los habitantes del lugar.

4.9.2 Impactos Negativos: ninguno

#### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: conservado

5.2 Causas:

La laguna se encuentra en perfectas condiciones a pesar de ser visitada continuamente se ha logrado mantener la laguna en perfectas condiciones ya que la comunidad se preocupa por mantener limpio el sector.

#### 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas:

La comunidad Ponce Quilotoa se encuentra actualmente implementando un salón mirador el cual será utilizado como un restaurante que será manejado por la comunidad, por esta causa se puede apreciar su entorno con material de construcción que daña la imagen del sector, siendo pasajero este material al momento de culminar la construcción se podría decir que el sector esta conservado.

#### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Camino

7.3 Estado de Vías:  
Regular

7.4 Transporte: Bus desde el Terminal de  
Latacunga hasta la comunidad.

7.5 Frecuencias: Todos los días

7.6 Temporalidad de acceso:

7.7 Observaciones:

Se recomienda mantener limpio el sector donde se esta construyendo el nuevo local ya que se observa material votado por todo el sector.

#### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

La comunidad cuenta con hospedaje y alimentación que ofrecen los integrantes de la asociación que dirigen la laguna. Los moradores del lugar adquieren los insumos agrícolas, herramientas, ropa, productos de primera necesidad en la feria que se realiza los días sábados en Zumbahua.

#### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Si

9.2 Energía Eléctrica: si existe.

9.3 Alcantarillado: si existe

#### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

10.2 Distancia:

Las artesanías que aquí se ofrecen son: pinturas en cuero de borrego, máscaras, cofres, cucharas, cruces, bateas de madera, y algunos tejidos. A ésta actividad se dedican 73 miembros de la organización quienes

Aprendieron este arte de los pintores del pueblo TIGUA que hacían sus Cuadros en cuero de borrego, por lo que actualmente existe una rivalidad por el expendio de las pinturas entre los habitantes de Tigua y los de Quilotoa.

Durante 15 años se han venido perfeccionando en la elaboración de las artesanías, logrando un importante reconocimiento de sus productos que son llevados a otras ciudades del Ecuador como Quito, Baños, Cuenca, Latacunga, e incluso al exterior.



*Artesanías Laguna de Quilotoa Foto No. 16 Equipo Técnico*

Las pinturas en cuero de borrego son de varios tamaños desde 10cm hasta 50cm, y sus precios oscilan entre los \$2,00 hasta los \$100.00 dólares dependiendo el tamaño del CUADRO y el detalle de la pintura.

Las máscaras antiguamente eran utilizadas para las fiestas de navidad y otras en que la gente se disfrazaba, escogiendo de entre siete los motivos: León, Tigre, Mono, Perro, Diablo, Sol y Payasos. Estos animales son escogidos de las antiguos ritos de adoración al Sol y la Pachamama, y elaboradas de madera de pumamaqui, pino.

Las máscaras tienen un valor de \$5.00 hasta \$20,00 dólares dependiendo el tamaño.

La mayoría de personas que se dedican al expendio de tejidos traen de Otavalo y los negocian en el Quilotoa, pocas personas son las que se dedican a tejer guantes, gorras y bufandas.

Los tejidos por lo general son guantes, gorros y bufandas hechos de lana de borrego, y sus precios oscilan entre los \$5,00 – \$10,00 dólares.



*Artesanías Laguna de Quilotoa* Foto No. 17 Equipo Técnico

### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Nacional

### 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
<b>TOTAL</b>		<b>71</b>

### 13. JERARQUIZACIÓN III

El atractivo alcanzó un puntaje de 71, jerarquía III, lo que quiere decir que es un atractivo con rasgos excepcionales en el país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 013

1.3 Supervisor Evaluador: Patricia Tierra

1.4 Fecha: 20 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: RUINAS DE PASTOCALLE**

1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales

1.7 Tipo: Históricas

1.8 Subtipo: Arquitectura



*Ruinas del Antiguo Pastocalle Foto No 18: Equipo Técnico.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

UTM 0762870 N

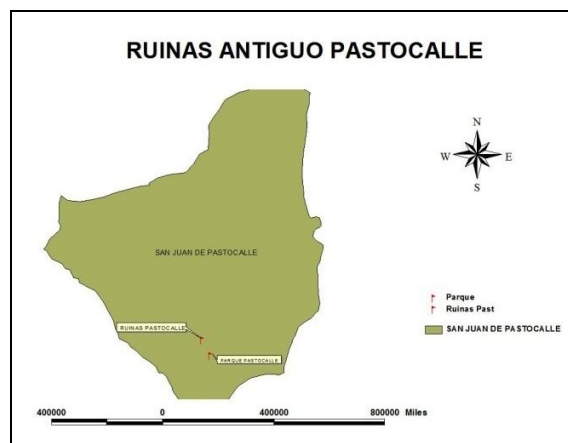
UTM 9920298 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Latacunga

3.2 Distancia: 30 Km.

### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN RUINAS DEL ANTIGUO PASTOCALLE



**Mapa No. 13 Ubicación "Ruinas Pastocalle"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3190 msnm

4.2 Temperatura: 12 ° C -15 ° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Las ruinas están ubicadas dentro del sector denominado Pastocalle viejo a 500 metros del parque central de Pastocalle, en el sector de Pastocalle viejo se puede apreciar las ruinas de una iglesia en el cual se encontraba San Juan Bautista de Pastocalle patrono del sector, el terremoto se efectuó en el año 1941, a las 15:00 pm. en este sector existía la tenencia política, la iglesia, la primera escuela que llevaba el nombre de Manuel Natio y su profesor fue Manuel Viteri, las casas antiguamente eran construidas con paredes de adobe las mismas que fueron destruidas en el terremoto, un año después se volvió a asentar en la actual Pastocalle.

4.5 Descripción del atractivo.

El sector se encuentra ubicado a 500 metros del actual Pastocalle, se puede apreciar las ruinas de la iglesia donde se encontraba su patrono, San Juan Bautista de Pastocalle, también se puede apreciar algunas paredes que formaban casas antiguas y un tanque de lavar que lleva su fecha de construcción (febrero 1940). En la actualidad existe una pequeña población que habita el sector que hoy en día es conocido como Pastocalle viejo.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

4.7 Permisos y Restricciones.

Se recomienda visitarla en horas de la mañana con guías que conozcan el sector.

4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: no se le da ningún uso

4.8.2 Uso Potencial: en el sector se podría realizar caminata que permita observar las ruinas que posee.

4.8.3 Necesidades: Se debe investigar la historia de Pastocalle y tratar de rescatar lo poco que queda en el sector.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: Recuperación del patrimonio cultural del sector.

4.9.2 Impactos Negativos: Contaminación del lugar y vandalismo.

## 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Deteriorado

5.2 Causas:

La falta de atención y cuidados del sector ha ocasionado la pérdida total de las ruinas que quedaron como saldo del terremoto.

## 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Semi conservado

6.2 Causas:

Al ser un lugar que actualmente se encuentra poblado este se encuentra influenciado por la presencia de sus habitantes la falta de basureros en el área ha hecho que la basura se pueda apreciar en las calles.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Camino

7.3 Estado de Vías:

7.4 Transporte: 4x4 hasta el centro poblado.

Irregular

7.5 Frecuencias: diaria.

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

7.7 Observaciones:

Es adecuado que se trate de recuperar la zona donde se encuentran las ruinas de la iglesia, pues estas están llenas de maleza y no se puede apreciar en lo absoluto el lugar.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Pastocalle actualmente no cuenta con lugares de hospedaje, y muy pocos de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan hospedarse para facilitar su visita.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No

9.2 Energía Eléctrica: si existe.

9.3 Alcantarillado: no existe

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

10.2 Distancia:

Microempresas de Pastocalle

- 500 m

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 014

1.3 Supervisor Evaluador: Patricia Tierra

1.4 Fecha: 20 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: ASOCIACIÓN DE MUJERES “SIN FRONTERAS”**

1.6 Categoría: Manifestación Cultural

1.7 Tipo: Grupos étnicos

1.8 Subtipo: Actividades económicas que desarrollan.



*Asociación de Mujeres “Sin Fronteras” Foto No 19: Equipo Técnico.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

UTM 0761685 N

UTM 9918906 E

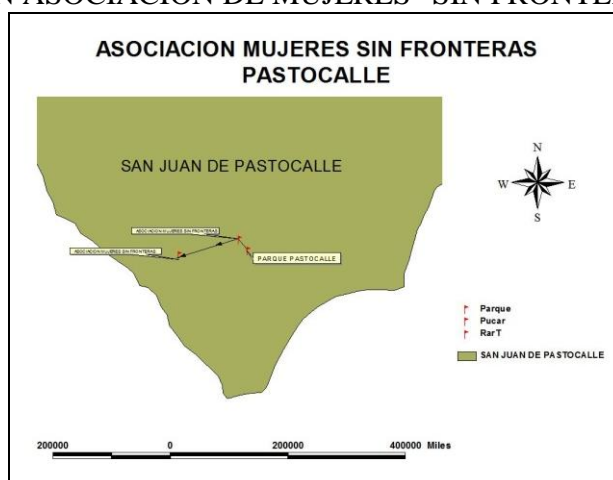
## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Centro de pastocalle

3.2 Distancia: variada



### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN ASOCIACION DE MUJERES “SIN FRONTERAS”



**Mapa No. 14 Ubicación “Asociación de mujeres Sin Fronteras”**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3179 msnm

4.2 Temperatura: 12° C – 15° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Las microempresas de producción de ciclo corto se encuentran ubicadas en el barrio El Milagro, siguiendo la carretera principal, pasando por Progreso, Pastocalle y Toacazo.

4.5 Descripción del atractivo.

La asociación está formada por 15 mujeres, entre ellas 1 niña. Cuando hay proyectos productivos se entregan a cada integrante como responsable, los fondos entran en forma general para futuros proyectos solventados por sus miembros.

Esta asociación persigue objetivos en beneficio de las familias de sus integrantes, son proyectos basados en agricultura orgánica (cero químicos) para consumo y alimentación de los animales, producción de huevos y leche, crianza de animales pequeños etc.

La Asociación empezó como Caja Solidaria en el 2003 y como Asociación “Sin Fronteras” desde el 30 de Noviembre del 2004.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En los proyectos se puede apreciar un sector que se encuentra dedicado a la crianza del porcino especialmente de raza landroz que son como pie de cría, los crianza y producción de los cuyes que son sacados a la venta en la feria de Saquisilí los días jueves, la producción de los huevos de gallo y gallina destinados de igual manera a la venta, el ganado es aprovechado con su leche que es entregada a carros recolectores los mismos que son cancelados cada mes, en promedio poseen de siete a diez cabezas de ganado entregando diario 40 litros de leches llegando a percibir ingresos desde los 200 a 270 USD mensuales.

4.7 Permisos y Restricciones.

No poseen ningún tipo de permiso o restricción.

4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: comercio

4.8.2 Uso Potencial: Se ha segmentado diferentes áreas donde se ha permitido aprovechar al máximo las

tierras de una manera ordenada clasificando sectores que están destinados a la agricultura y la crianza de animales.

4.8.3 Necesidades: Se necesita la ayuda de micro créditos para que logren desarrollarse completamente los proyectos.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: La utilización del abono que logran recoger es procesado y transformado en humus el mismo que es utilizado en los terrenos que ellos poseen, disminuyendo el uso de abonos químicos.

4.9.2 Impactos Negativos:

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Semi conservado

5.2 Causas:

Existen áreas que no son aprovechadas completamente y la mala estructuración de algunos de los proyectos provoca que en ciertos sectores un impacto visual negativo.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas:

La mayoría de los agricultores como utiliza abono natural el sector se encuentra libre de químicos.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Camino

7.3 Estado de Vías:

7.4 Transporte: 4x4 o camioneta

Regular

7.5 Frecuencias: diaria.

7.6 Temporalidad de acceso:

Lunes a Domingo

7.7 Observaciones:

Es adecuado que se acceda al sitio en compañía de las mujeres que forman parte de los proyectos para poder atender a sus conocimientos y llevar consigo cámara fotográfica.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Pastocalle actualmente no cuenta con lugares de hospedaje, y muy pocos de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan hospedarse para facilitar su visita.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No

9.2 Energía Eléctrica: no existe.

9.3 Alcantarillado: no existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

10.2 Distancia:

- Aguas Termales.

- 0.13km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.3 Supervisor Evaluador:

**1.5 Nombre del Atractivo: FERIA DE SAQUISILI**

1.6 Categoría: Manifestación Cultural

1.7 Tipo: Grupos étnicos

1.8 Subtipo: Actividades económicas que desarrollan.

1.2 Ficha N° 015

1.4 Fecha: 20 / 12 / 2007



*Feria Saquisilí*



*Foto No. 20 - 21: Mayra Martínez.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.3 Parroquia:

2.4 Latitud:

UTM 0759482 N

2.2 Ciudad y/o Cantón: Saquisilí

2.5 Longitud:

UTM 9907766 E

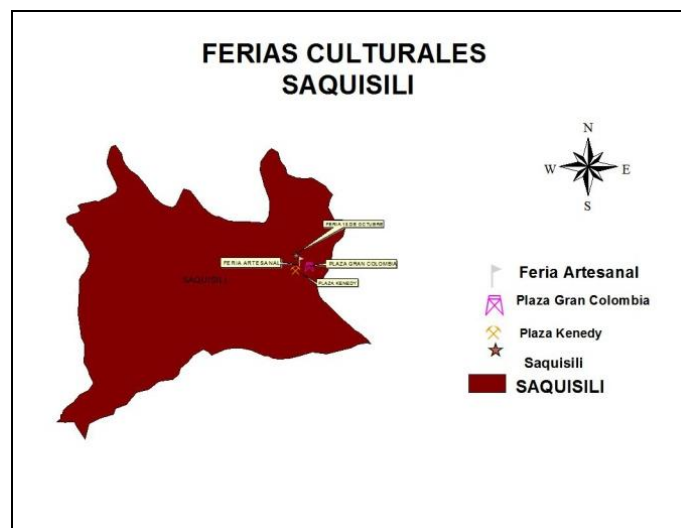
## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Saquisilí

3.2 Distancia: 15 Km. Desde Latacunga

Hasta Saquisilí

### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN FERIA SAQUISILI



**Mapa No. 15 Ubicación Ferias “Culturales Saquisilí”**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 2930 msnm

4.2 Temperatura: 12° C – 15° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 800 a 1000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Saquisilí se encuentran ubicado al norte del cantón Latacunga a 30 minutos del mismo.

4.5 Descripción del atractivo.

Su principal atractivo cultural es la feria artesanal que se desarrolla dentro de la feria de Saquisilí los días jueves, dentro de la misma se puede adquirir una variedad de artesanías que son elaborados por artesanos de diferentes lugares que se dan cita en esta feria cada jueves, exponiendo en ella cerámicas, alfarería y utensilios elaborados con carrizo, totora, bronce y mármol.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Adicional a la feria artesanal Saquisilí ofrece otras ferias, la plaza Rocafuerte se puede encontrar exclusivamente la venta de muebles para el hogar como juegos de dormitorios, aparadores, juegos de comedor, elaborados en madera de pino y laurel sus precios van de 80 a 120 USD dependiendo de los detalles que posee el mueble, además se puede encontrar en otro sector de la plaza material de ferretería, cerrajería, plásticos, artículos usados, utensilios de cocina, víveres y la venta de todo tipo de aves como gallinas, pavos, patos, gansos, palomas, etc. Sus precios van desde 5 hasta 25 USD. Y trabajos informales como copias de llaves y venta de comidas.

Feria 18 de Octubre que se desarrolla en la plaza de los ponchos ubicada en las siguientes coordenadas UTM 0759644 N y UTM 9907568 S a una altura de 2931 msnm. En este sector se encontrara todo lo que es referente a la ropa de lana diseñada especialmente por los Otavaleños y Salasacas como ponchos, bufandas, gorros, blusas, guantes, shigras, bisutería, Cuadros pintados a mano y en cuero de borrego, se puede observar puestos informales de costura, comida y bebidas típicas.

Feria Plaza Gran Colombia, ubicada en las siguientes coordenadas UTM 0759864 N y UTM 9907388 S a una altura de 2933 msnm. Esta es la única feria que empieza desde el día miércoles y culmina el día jueves, la razón radica en la venta al por mayor de las papas, esteras y dulces de panela, pero sobre todo la

distribución de la papa que sale de esta plaza hacia la mayoría de las ciudades del país, ya que muchos comerciantes de distintas provincias se dan cita los días jueves para adquirir la papa y transportarla a otras provincias.

Feria Plaza Kennedy ubicada en las siguientes coordenadas UTM 0759459 N y UTM 9907232 S a una altura de 2934 msnm. Esta plaza posee la construcción de una nave moderna donde se desarrolla la venta de productos de primera necesidad (víveres), ropa de lana, ropa interior, hortalizas, frutas, la venta de los sacos, sogas e hilos de tumbado, todo tipo de granos.

4.7 Permisos y Restricciones.

No poseen ningún tipo de permiso o restricción.

4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: comercio

4.8.2 Uso Potencial: Se ha generado el movimiento económico permitiendo el comercio en la zona un día a la semana.

4.8.3 Necesidades: Se necesita que en el sector se implemente restaurantes de calidad.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: Genera ingresos económicos a los habitantes del lugar, además provoca la visita de turistas tanto nacionales como extranjeros.

4.9.2 Impactos Negativos: visual, debido al mal manejo de la basura y la falta de organización en algunas de las plazas.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: conservado

5.2 Causas:

Las diferentes plazas donde se desarrollan las ferias se encuentran en condiciones favorables para el desarrollo de las mismas.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas:

El cantón dentro de la zona central trata de mantener una imagen agradable la misma que se encuentra en constantes remodelaciones para dar un mejor servicio a la población.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Carretera

7.3 Estado de Vías:

7.4 Transporte: todo tipo de vehiculo

Regular

7.5 Frecuencias: diaria.

7.6 Temporalidad de acceso:

Jueves

7.7 Observaciones:

Se recomienda visitar la feria de las artesanías e ir acompañado de un guía y llevar consigo cámara fotográfica.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Saquisilí actualmente no cuenta con lugares de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan alimentarse para facilitar su visita.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Si

9.2 Energía Eléctrica: si existe.

9.3 Alcantarillado: si existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

10.2 Distancia:

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Nacional

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 016

1.3 Supervisor Evaluador:

1.4 Fecha: 20 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: FABRICAS ARTESANALES DE PASTOCALLE**

1.6 Categoría: Manifestación Cultural

1.7 Tipo: Grupos étnicos

1.8 Subtipo: Actividades económicas que desarrollan.



*Fabrica de escobas*

*Foto No. 21: Mayra Martínez*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

UTM 0763604 N

UTM 9919884 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Latacunga

3.2 Distancia: 30 Km. desde Latacunga hasta Pastocalle.

### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN FABRICA DE ESCOBAS



**Mapa No. 16 Ubicación "Fabrica de Escobas"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3151 msnm

4.2 Temperatura: 12° C – 15° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 800 a 1000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Ubicada a 300 metros del parque central de Pastocalle

4.5 Descripción del atractivo.

La elaboración de escobas se lo viene realizando por 25 años, trabajan 3 personas diariamente por 4 días a la semana, elaborando 100 escobas por día, su propietaria es la Sra. Luisa Mazarón, estas escobas son enviadas a las ciudades de Cuenca, Machala, Loja, Quito, Latacunga, Ambato, etc. Su costo por la docena es de 12.00 USD. La entrega se realiza mediante fletes pagados a las diferentes ciudades.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Distribuidora de materia prima para la elaboración de escobas: propietaria la señora Susana Guaman, se dedica especialmente a la elaboración de las cajas de escoba (base donde se pone la cerda), distribuye a 150 personas que se dedican a esta labor en Pastocalle, llegando a distribuir entre 20000 a 25000 cajas quincenales, además realiza la venta de la cerda por libras o quintales dependiendo de la necesidad del consumidor. Su negocio tiene una antigüedad de 8 años.

Elaboración de Cepillos: propietario Sr. Rubén Rivera, antigüedad 5 años, altitud 3150 msnm. Latitud: 0762830 Longitud: 9919420, ubicado en el barrio Pucara a 500 metros del parque central de Pastocalle. Su venta es al por mayor distribuyéndose a nivel nacional por diferentes ciudades del País, como Santo Domingo, Quevedo, Esmeraldas, Quito, Latacunga, Ambato, se elaboran 120 unidades al día, donde una persona elabora 60 unidades diarias, el material para la construcción lo obtiene de la cerda de vaca o cerda de caballo que lo compra en Guangaló por ser de mejor calidad, su precio 7.00 USD. La docena.

4.7 Permisos y Restricciones.

No poseen ningún tipo de permiso o restricción.

4.8 Usos:



4.8.1 Uso Actual: comercio

4.8.2 Uso Potencial: Se ha generado el movimiento económico permitiendo el comercio en la zona.

4.8.3 Necesidades: Se necesita que poseen un local para que se encuentre exponiendo sus obras y agilite su venta.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: Genera ingresos económicos a los habitantes del lugar.

4.9.2 Impactos Negativos:

## 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: conservado

5.2 Causas:

Los lugares donde se reúnen para elaborar las escobas y cepillos son en sus mismas casas, ubicadas en la parte posterior en pequeñas bodegas o galpones que ellos mismo han construido.

## 6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas:

Pastocalle la zona central trata de mantener una imagen agradable la misma que se encuentra en constantes remodelaciones para dar un mejor servicio a la población.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Caminos

7.3 Estado de Vías:

7.4 Transporte: todo tipo de vehiculo

Regular

7.5 Frecuencias: Todos los días de la semana.

7.6 Temporalidad de acceso:

7.7 Observaciones:

Se recomienda que las persona que realizan esta actividad traten de mejorar sus áreas de trabajo y para conservar la salud deberían utilizar mascarillas cuando se encuentran en contacto con la cerda por las partículas que desprende esta cuando se le esta preparando.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Pastocalle actualmente no cuenta con lugares de hospedaje, y muy pocos de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan hospedarse para facilitar su visita.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Si

9.2 Energía Eléctrica: si existe.

9.3 Alcantarillado: si existe

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: Granjas

10.2 Distancia: variada.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Equipo Técnico

1.2 Ficha N° 017

1.3 Supervisor Evaluador:

1.4 Fecha: 20 / 12 / 2007

**1.5 Nombre del Atractivo: TEJIDOS DE LANILLA**

1.6 Categoría: Manifestación Cultural

1.7 Tipo: Grupos étnicos

1.8 Subtipo: Actividades económicas que desarrollan.



*Tejidos de Lanilla*

*Foto No. 22: Equipo Técnico.*

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Cotopaxi

2.2 Ciudad y/o Cantón: Latacunga

2.3 Parroquia: Pastocalle

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

UTM 0763102 N

UTM 9919624 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Latacunga

3.2 Distancia: 30 Km. Desde Latacunga

Hasta Saquisilí

### 3.3 MAPA DE UBICACIÓN TEJIDOS DE LANA



**Mapa No. 17 Ubicación "Tejidos de Lanilla"**

#### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 3157 msnm

4.2 Temperatura: 12° C – 15° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 800 a 1000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Ubicada a 200 metros del parque central de Pastocalle

4.5 Descripción del atractivo.

La elaboración de ropa de lana como bufandas, gorras, guantes, chalinas, suéteres que son tejidos por 6 señoras que se reúnen un día a la semana y lo dedican varias horas de la tarde para elaborarlos, sus precios varían de acuerdo al tiempo que emplean en culminar una obra puede ir desde los 7 a 30 USD. El producto es puesto a la exposición, la gente del sector ya sabe y acude a adquirirlo según sea su necesidad.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Ninguno

4.7 Permisos y Restricciones.

No poseen ningún tipo de permiso o restricción.

4.8 Usos:

4.8.1 Uso Actual: comercio

4.8.2 Uso Potencial: Se ha generado el movimiento económico permitiendo el comercio en la zona.

4.8.3 Necesidades: Se necesita que poseen un local para que se encuentre exponiendo sus obras y agilite su venta.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos Positivos: Genera ingresos económicos a los habitantes del lugar.

4.9.2 Impactos Negativos:

#### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: conservado

5.2 Causas:

La casa donde se reúnen para tejer se encuentra en condiciones favorables para el desarrollo de la actividad.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: conservado

## 6.2 Causas:

Pastocalle la zona central trata de mantener una imagen agradable la misma que se encuentra en constantes remodelaciones para dar un mejor servicio a la población.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Caminos

7.3 Estado de Vías:

7.4 Transporte: todo tipo de vehiculo

Regular

7.5 Frecuencias: Un día a la semana

7.6 Temporalidad de acceso:

Miércoles

## 7.7 Observaciones:

Se recomienda que las persona que realizan esta actividad mantengan los diseños alejados del polvo y adquieran una percha apropiada para lucir sus productos y los guarden en fundas para una mejor presentación

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Pastocalle actualmente no cuenta con lugares de hospedaje, y muy pocos de alimentación, se recomienda que se implementen lugares donde los turistas puedan hospedarse para facilitar su visita.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Si

9.2 Energía Eléctrica: si existe.

9.3 Alcantarillado: si existe

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: granjas

10.2 Distancia: variada.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

## **b. Inventario de los Recursos Culturales de la parroquia de Pastocalle.**

### **1) Forma de vida anterior**

#### **a). Arquitectura**

Las casas eran construidas de adobe con techo de paja, en su interior se dividía en dos cuartos el uno la cocina y el otro el dormitorio, en la parte de la cocina el fogón era construido sobre la tierra con piedras sobre las cuales se colocaba la leña, compartiendo el lugar con los animales domésticos como gallinas, gallos, cuyes, además poseían un pequeño espacio que era destinado para la ubicación de herramientas, instrumentos de cocinas como pailas, tiestos, ollas, etc. La habitación era un cuarto general el que toda la familia descansaba por las noches, sus ropas eran guardadas en baúles o cajas.

Las construcciones de las casas eran elaboradas en mingas por parte de los habitantes de la comunidad, todos los gastos eran cubiertos por el dueño de la casa, al final de la construcción se celebraba se festejaba al dueño con comida y bebida para todos los asistentes.

### **2) Vestimenta**

#### **a) Vestimenta femenina indígena**

Las mujeres indígenas antiguamente vestían de la siguiente manera:

**Anaco:** El anaco era confeccionado con paño (baitilla), esta era rectangular y la teñían de color azul o negro, su largo llegaba hasta los talones, el anaco era amarado con una faja ancha el mismo que sirve como un cinturón y para esconder ahí sus carteras, llaves, etc.

- **Combinación:** Preferentemente de color blanco era utilizado siempre por las indígenas, tenía la apariencia de un vestido largo pero sin mangas, en la parte
- **Blusa:** esta era bordada de varios colores, que iba colocada sobre la combinación.
- **Chal (Guatagina):** tejida a mano con lana de borrego de color azul con franjas bordadas.
- **Alpargata:** algunas mujeres usaban alpargatas otras preferían caminar con los pies descalzos.
- **Sombrero de paño negro:** Uno de los elementos que jamás podía faltar.

#### **b) Vestimenta masculina indígena**

La vestimenta indígena masculina era pantalones de color blanco de lencillo, su poncho de dos caras la una de color rojo y el otro de color azul, confeccionada con lana de borrego, una faja ancha de cualquier color pero especialmente azul, roja y blanca, su camisa era blanca bordada y alpargatas hechas con caucho de llanta y el sombrero de paño negro.

Por la migración y el mismo contacto con zonas urbanas, la gente de la comunidad ha reemplazado éstas prendas incluyéndose otras, los hombres no utilizan el poncho, alpargatas ni el sombrero, a cambio de ellos usan chompas, gorras y zapatos, los pantalones son de varios estilos y telas. Las mujeres no usan anaco sino faldas de tela, la chalina ha sido sustituida en algunos casos por suéteres de lana o material sintético. La vestimenta antigua la conservan únicamente los mayores de la comunidad.

## **2) Gastronomía**

Entre los productos que se consumían antiguamente en la comunidad, tenemos, morocho, cauca, cebada, trigo, maíz, quinua, habas. Las cuales se consumían en coladas, en el caso del maíz y las habas se consumían sus granos frescos cocinados. En actualidad se ha perdido el consumo de algunos granos y tubérculos como mellocos, ocas y mashuas.

Entre las bebidas tradicionales están la chicha de jora que se elabora con maíz seco y cuando está a punto de nacer, a éste grano se lo muele y se utiliza panela, agua, hierbas como clavo de olor, hierba luisa, hoja de naranja, cedrón, pimienta dulce e ishpingo, todos éstos ingredientes se los mezcla al mismo tiempo, se hace hervir y se los pone en pipa o barriles. De una parte alta se cuelga la panela hasta que tope la chicha y se endulce poco a poco y se la deja reposar de 2 a 3 días para que fermente.

- **Morocho de sal:** Los ingredientes son: refrito, carne, papas y achiote, acompañado de col picada.

- **Morocho de leche:** Los ingredientes son leche, morocho, canela, pasas y azúcar opcional. Su preparación se la deja reposar en agua hervida por cinco minutos luego se la pasa a agua fría para que salga el afrecho, se pone a hervir agua y se añade el morocho se lo deja hasta que esté cocido y se le agrega, pasas, leche y canela. En ciertas ocasiones se pone el rabo de la cebolla blanca y una pizca de sal.

- **Colada de choclo:** Sus ingredientes son: choclo, papas, carne (puede usarse tripas, carne de res, chancho, cuy o pollo), aliños (cebolla, sal, hiervas). Se pone en agua hervida todos los ingredientes y se deja cocinas por 30 minutos.

- **Cauca:** Con maíz blanco se le hace hervir y entre crudo y cocinado se le muele y se mezcla con la misma agua que se hirvió hasta que se forme un engrudo, esta se cierne y se le pone con agua, pamela y leche hasta que espese y se sirve.

- **Quinua:** Se le limpia a la quinua y se le lava, luego se le hace hervir junto con papas, cebolla, ajo, sal, carne de chancho, Col hasta que todo se cocine y se sirve.

- **Colada de Machica:** Se disuelve un poco de machica en un tazón y se agrega a la leche que este hirviendo con canela, se le deja que hierva y se toma.

- **Caldo de gallina criolla:** Ingredientes gallina, papa, papa nabo, zanahoria, arveja, apio y arroz. En agua hervida se pone la gallina hasta que se cocine luego se añade todos los ingredientes más la sal y los aliños, las papas las pueden cocinar aparte o en el caldo.

-**Locro de cuy:** Ingredientes cuy, papa, aliños, cebolla, se hace el refrito en un sartén y se añade agua hirviendo, luego se pone el cuy, las papas y aliños, se deja cocinas por 30 minutos.

-**Cuy y conejo con papas:** Ingredientes ajo, cebolla paiteña, pimienta, culantro, apio, perejil, sal todos estos ingrediente se licuan para formar el aliño, el cuy, las papas, se aliña el cuy y se lo pone a la parrilla o al carbón, las papas son cocinadas aparte y se lo acompaña con una salsa de cebolla blanca con menudencias, esta salsa se prepara haciendo un refrito se le coloca achiote con leche y menudencias.

En el caso del conejo se lo prepara de la misma forma pero solo se le acompaña con una ensalada de lechuga.

- **Tazno de habas:** Se tuesta habas secas en un tiesto de barro se lo coloca en agua fría por unos minutos y luego se la cocina por unos minutos con papas y choclos este plato es acompañado por ají.

### 3) Tradiciones

Las tradiciones de la parroquia tienen una fuerte influencia de la religión católica, los pobladores antiguos de la comunidad trabajaban como jornaleros y siempre participaban de las fiestas religiosas del sector.

A continuación se detalla algunas de sus tradiciones:



- **Matrimonio (antes):** el novio tenía que dejar un borrego, una carga de leña, una mula de papas o doce medianos (canastos de frutas) para pedir la mano de la novia, al día siguiente del pedido se casaban con la misma ropa pero el hombre no usaba el poncho, luego se iban a una Cantina donde bebían toda la noche y luego a la casa.

En la actualidad para el pedido de la novia el novio lleva el canasto de frutas al día siguiente se realiza el matrimonio civil y al mes el eclesiástico, la fiesta se la realiza en un local o en la casa de los novios, se baila toda la noche, su vestuario es el hombre con terno y la novia con un vestido blanco.

- **Bautizos:** Se lo efectuaba apenas nacía el niño y lo realizaba cualquier mujer que podía dar de lactar al niño, esta actividad ni era realizada por los padres, hoy en la actualidad los bautizos se celebran de igual forma como lo celebra la gente de la ciudad.

- **Funerales:** Cuando alguien fallecía los acompañantes se ponían a jugar en el patio al huairo este consistía en utilizar un hueso humano de forma cuadrada o rectangular que tenía numeraciones en cada lado, se jugaba acompañado de granos de maíz. Habían dos rondas en la primera ronda jugaba la familia donde no habían apuestas, en la segunda ronda jugaban los acompañantes y quienes perdían cumplían con la penitencia, que consistía en rajar leña, uno de los `perdedores tenía que subir al techo y gritar a quienes no habían acompañado en el velorio. Cuando moría un anciano se mataba a un borrego y se daba de comer a media noche.

Hoy los velorios no son celebrados como en el pasado, simplemente se asiste al velorio seguido por el entierro acompañado por los familiares y amistades mas cercanas, en pocas ocasiones se les da de comer.

#### 4) Creencias

- Las personas más antiguas de la comunidad comentan que hace muchos años el taita Illinizas que no era bautizado bajaba a oír misa en Toacaso una comunidad de la

parroquia, pero que salía corriendo en su caballo de cinco cachos antes del momento de la bendición.

- Se creía que todos quienes realizaban fiestas en semana santa iban al cielo, y quienes no, no recibían la llave para entrar en él.

### **5) Cultivos**

Antes se cultivaban especialmente habas, cebada, quinua, melloco, ocas y mashua, hasta hace uno 30 años aproximadamente, actualmente existen plantaciones de rosales y madereras, para preparar el suelo se utilizaba siempre la yunta la cual era harreada por un burro o caballo. Hoy rara vez se utiliza la yunta y si se la utiliza es en lugares donde no tiene acceso el tractor, para la preparación del suelo se utilizan químicos y muy pocos productos orgánicos, antes para cavar se utilizaban el guashno y hoy ha sido remplazado por azadones y rastrillos.

### **6) Música y danza**

La gente de la parroquia escucha todo tipo de música, se han introducido géneros actuales como el regatón, pop, balada, rock, etc. en ciertos lugares especialmente las personas adultas escuchan géneros nacionales. Los instrumentos que se utilizaban antiguamente eran el acordeón, tamborete, flauta, rondador y violín, existen muy pocas bandas de pueblo en el sector, en su mayoría son contratadas de afuera.

Existe un grupo de danza el cual asiste a la mayoría de eventos que se realizan en la parroquia.

### **7) Artesanías**

- Las mujeres del sector trabajan elaborando tejidos en lana (suéteres, bufandas, gorros, chalinas, guantes).

- Por más de 30 años la gente del sector hace escobas en talleres familiares, constituyéndose la primera fuente de ingresos del sector.
  
- Existe un taller familiar de elaboración de cepillos de calzado, distribuidos a nivel nacional.

### **8) Calendario de Fiestas**

El calendario de fiestas de la parroquia ha quedado como un recuerdo de tiempos pasados, se recoge a continuación las celebraciones que aún se conservan con una breve y ligera descripción de la festividad, así también se recoge actividades que están regidas al calendario común.

**CUADRO No. 13 CALENDARIO DE FIESTAS CELEBRADAS EN SAN JUAN  
DE PASTOCALLE**

MES	CELEBRACIÓN	DETALLE DE LA FIESTA
Enero 01 – 02 - 03	Año Nuevo	La gente Católica se organizan y cada año existe un prioste, se celebra la misa acompañado de una fiesta en la que participa toda la comunidad.
Febrero	Carnaval	Se organiza la comunidad y preparan una danza para la comparsa, por dos días.
Marzo		
Abril	Semana Santa	Toda la semana se realizan reuniones familiares para la preparación de la fanesca y participación de las santas misas.
Mayo	Día de la madre	Se celebra con festejos y reuniones familiares, preparación de los terrenos.
Junio	Fiestas de la Parroquia (2-24)	En este mes se festeja a San Juan, patrono de la parroquia, el pueblo suele festejarlo con bailes, comidas, misas, desde el 2 hasta el 24 de junio y el día 24 el prioste mayor se encarga de dar de comer y beber a todos. Para esto se realizan las jochas (préstamo de objetos, animales, comida y bebida) el prioste se viste con terno y da banda de pueblo por 3 días y danzantes para animar a toda la gente del sector.
Julio	San Juan	En el sector "La Libertad" se realizan los festejos al patrono San Juan con bailes y música para todo el pueblo.
Agosto	Fiesta de la cosecha. Santa Rosa y San Ramón.	
Noviembre	Fiesta de la Virgen del Quinche.  Finados.	Se acostumbra ir a la Santa Misa y festejarla con cánticos y alabanzas.  Hacen colada morada y pan en horno de leña. Las personas acostumbran a bajar estos alimentos al cementerio.
Diciembre	Navidad (Fiesta del niño)  Año Viejo	Hacen novenas del niño en todas las casas, no se acostumbra hacer pesebres pero sí ir a misa y celebrar la Navidad en familia. Se hacen reuniones familiares, aunque los jóvenes prefieren salir a la ciudad a admirar los años viejos y pasar con sus amistades.

**FUENTE:** Taller participativo. 2008

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

## 9) Como se curan las enfermedades

Actualmente se utiliza en menor grado en la comunidad, las personas mayores son quienes conservan el conocimiento del uso de plantas tanto del bosque como de la comunidad misma, existiendo también personas que prefieren visitar doctores regularmente para controlar su salud.

Para enfermedades o malestares leves la gente de la parroquia usa medicina natural alternativa utilizando así:

Orégano y cebolla blanca o la pepa de la manzanilla para curar el dolor de estómago.

Ortiga para purificar la sangre y para curar problemas de reumas.

Toronjil con agua el dolor de cabeza y estómago.

Trinitaria para curar la infección de estómago.

Meado de vaca para curar el dolor de muela, también se usa la hoja de la uvilla o de chuquirahua las cuales se colocan en la muela adolorida.

Matico se usa como cicatrizante.

Para dar a luz algunas mujeres asisten a los sub centros de salud de Saquisilí o a clínicas privadas en Latacunga, y un pequeño grupo prefiere utilizar los servicios de las parteras. En la comunidad existen 7 parteras las cuales prestan asistencia a la mujer utilizando sus conocimientos tradicionales. El costo es de \$150 cuando nace varón y \$50 cuando nace mujer.

Cuando les da “mal aire” se utiliza el cuy para limpiar. El paciente en ropa interior es sometido a una limpieza que empieza pasándole el cuy negro por todo el cuerpo y cuando este muere se lo abre para ver cuáles han sido las zonas más afectadas del paciente, las cuales se manifiestan con cúmulos de sangre en ciertas partes del cuerpo. Seguidamente el curandero limpia al paciente con hiervas y al culminar la limpieza el curandero escupe trago en todo el cuerpo del paciente.

Se recomienda que las limpiezas se realicen los días martes y viernes de preferencia en la noche para que su efecto sea mejor.

**c. Resumen del Inventario de atractivos naturales.**

**CUADRO No. 14 RESUMEN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS NATURALES**

ATRACTIVO	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
Cascada de Cununyacu	Ríos	Cascada	II
Bosque Primario	Bosque	Páramo	II
Aguas Termales	Aguas Subterráneas	Aguas Termales	II
Páramo Los Illinizas	Bosque	Páramo	II
Laguna de los patos	Ambientes lacustres	Laguna	II
Los Illinizas	Montaña	Altas Montañas	II
Cotopaxi	Montaña	Altas Montañas	IV
Laguna de Limpiopungo	Ambientes lacustres	Laguna	II
Cueva de los Búhos	Montaña	Cordillera	II
Zona de camping	Bosque	Páramo	II
Pueblo encantado	Bosque	Páramo	I
Quilotoa	Ambientes lacustres	Laguna	III

**FUENTE:** Inventario de atractivos turísticos naturales.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

**1) Desarrollo actual del turismo en la zona.**

En la parroquia no existe infraestructura turística ni actividades relacionadas. La creación de un Centro nace por la necesidad de apoyar a las comunidades aledañas e ir creando fuentes de trabajo y luchar contra la pobreza. En el 2004 con el apoyo de la Fundación Pastocalle, se inmersa en el turismo comunitario capacitando a los jóvenes en la obtención de licencia de guías naturalistas, con el mismo afán se ha venido trabajando en

los últimos años sabiendo y conociendo las bondades que tiene la naturaleza y así fortalecer el grupo de guías de las comunidades.

Debido a la falta de infraestructura y una buena organización se pararon las actividades turísticas, así actualmente no se tiene visitas a sus atractivos, sin embargo se está trabajando en pro del turismo comunitario como una de las comunidades pioneras en esta actividad en la provincia de Cotopaxi.

## **2) Imagen turística de la parroquia San Juan de Pastocalle**

Al realizar la identificación, valoración y jerarquización de los recursos naturales y culturales de la parroquia San Juan de Pastocalle se obtuvieron los siguientes resultados:

Se identificaron doce atractivos de tipo natural y cinco de tipo cultural, en porcentaje tenemos que del 100% el 70% corresponde a los atractivos naturales mientras que el 30% son atractivos culturales.

El 8% (1) de los atractivos naturales corresponden a la jerarquía IV, lo que constituye un atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, dentro de esta categoría se encuentra el Parque Nacional Cotopaxi.

El 8% (1) de atractivos naturales corresponden a la jerarquía III, constituyendo un importante recurso debido a la gran afluencia y publicidad que estos sectores poseen. Dentro de esta categoría se encuentran la Laguna de Limpiopungo

Dentro de la categoría con jerarquía II que corresponde al 75%, encontramos la cascada Cununyacu, Bosque primario, Aguas termales, Páramo los Illinizas, Laguna de los patos, Los Illinizas, Laguna de Limpiopungo, Cueva de los búhos, Zona de camping, atractivos que por presentar un peculiar paisaje y características naturales, además por las diferentes actividades que se pueden realizar durante su recorrido, constituyen importantes recursos que se complementan los unos con los otros.

El Pueblo encantado con jerarquía I, con el 8%, fuente de diversas historias y creencias por sus habitantes, es respetado por los moradores de las diferentes comunidades que pertenecen a la parroquia, además el esplendor del paisaje que se puede apreciar desde diferentes lugares del pueblo, observando a los Illinizas, Cotopaxi y valles andinos.

Por todas estas razones la imagen turística de “San Juan de Pastocalle” es la siguiente:

*En la Región Andina se posa San Juan de Pastocalle “Imperio de volcanes y rincón de tradiciones” que te invita a conocer su cotidiano vivir a través de la convivencia comunitaria, junto al imponente Illinizas y su misterio, guardando encanto y secretos en cada rincón cobijado por el espíritu de la Madre Tierra.*

#### **d. Elaboración de la Matriz CEPES (Causa, Problema, Efecto, Solución) y Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)**

##### **1) Identificación de las causas, problemas, efectos y soluciones (CEPES)**

En la parroquia San Juan de Pastocalle mediante el diagnóstico realizado se ha podido identificar una serie de elementos que forman parte de las necesidades que la parroquia posee, a continuación se detalla los problemas identificados.



**Matriz No.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS CAUSAS, PROBLEMAS, EFECTOS Y SOLUCIONES DE LA PARROQUIA JUAN DE PASTOCALLE.**

CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de sistemas de canalización para el agua de riego</li> <li>- Falta de asesoramiento en el cultivo de productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baja producción agrícola en la parroquia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pérdida de los pocos productos sembrados.</li> <li>- Minimiza la cosecha de los cultivos sembrados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar asesoramiento técnico o realizar capacitaciones que permitan mejorar el manejo agrícola.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de recursos económicos destinados a la construcción y mantenimiento de centros de acopio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carencia de centros de acopio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La parroquia no posee una infraestructura apropiada para el desarrollo del comercio.</li> <li>- La desorganización al momento de realizar las ventas provoca una mala imagen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear un grupo que sea encargado de gestionar las necesidades que posean previa identificación y a su vez organizar a las comunidades para llegar a crear un centro de acopio que ofrezca variedad y calidad al momento de vender.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aculturación.</li> <li>- Adoptar características externas a sus comunidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desconocimiento y desvalorización de la cultura por parte de los jóvenes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pérdida de identidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar talleres motivacionales con los jóvenes para que conozcan la importancia de su cultura.</li> <li>- Educación por parte de los padres a sus hijos.</li> <li>- Realización de eventos culturales tradicionales.</li> <li>- Integración de jóvenes en actividades de proyectos culturales que se desarrollen en la comunidad.</li> </ul>
CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de conocimiento sobre la riqueza turística que posee.</li> <li>- No existen proyectos turísticos que beneficien a los moradores de la parroquia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de la explotación de los recursos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poco interés por los habitantes de la parroquia en aprovechar la riqueza turística que poseen.</li> <li>- Minimiza la posibilidad de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los posibles lugares turísticos, previo a un estudio de mercado que identifique los gustos y necesidades del posible turista, creando un producto turístico competitivo y de excelente</li> </ul>

		mejorar la forma de vida de sus habitantes.	calidad en el ámbito turístico comunitario.
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poco interés en invertir recursos económicos en el sector.</li> <li>- Falta de créditos con tasas de interés accesibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de microempresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desperdicio de grandes cantidades de tierras, provocando adicionalmente que las personas tengan que migrar hacia otras ciudades para trabajar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conformar grupos de personas que puedan recibir capacitaciones para formar microempresas con el objetivo de empresas comunitarias que beneficie al sector.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diferentes ideologías políticas</li> <li>- Intereses personales de grupos y creencias religiosas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- División entre las comunidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Descoordinación en actividades parroquiales.</li> <li>- Poca participación de la población en actividades comunitarias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Integrar a todas las comunidades y barrios, creando una propuesta que ayude a comprometer activamente a los pobladores de la parroquia.</li> </ul>
<b>CAUSA</b>	<b>PROBLEMA</b>	<b>EFEECTO</b>	<b>SOLUCIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de fuentes de empleo para la gente del sector.</li> <li>- Ausencia de centros educativos de todo nivel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Migraciones masivas temporales a otras ciudades por trabajo y/o educación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausencia de gente del sector.</li> <li>- Falta de participación e interés en asuntos de la comunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incentivar a la población para que participe en las diferentes organizaciones de la comunidad como fuente de empleo o como complemento de sus actividades productivas.</li> </ul>

EN LO AMBIENTAL			
CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La deforestación de los bosques.</li> <li>- Destrucción de los páramos a causa de la quema.</li> <li>-Contaminación ambiental.</li> </ul>	<p>Disminución del caudal de agua de riego para el consumo y riego.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perdida de tierras productivas, disminuyendo los beneficios de aprovechar las tierras.</li> <li>-Incendios que minimizan las aguas que llegan a la parroquia las mismas que son utilizadas tanto en el cultivo como en el consumo humano.</li> <li>- Pérdida de escenarios atractivos turísticamente debido a al impacto visual.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar capacitaciones donde se traten temas como el manejo y conservación de los páramos y recuperación de suelos y bosques.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilización de productos tóxicos tanto en procesos industriales como artesanales.</li> <li>- Uso de productos químicos en la agricultura, sobre todo en las florícolas.</li> <li>- Incineración y arrojado de basura inorgánica en los terrenos baldíos de la comunidad y vías de acceso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contaminación de suelo y aire.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambiente contaminado que causa problemas respiratorios a los pobladores.</li> <li>- Disminución de la calidad de los suelos.</li> <li>-Mala imagen en el sector. Malos olores y aumento de plagas ya que sirve como criadero de ratas, insectos que propagan enfermedades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minimizar el uso de productos químicos en los terrenos tratando de crear abonos naturales como el humus mediante un adecuado manejo de basura orgánica, de esta forma se evita la contaminación ambiental y a la vez se crea una alternativa sostenible de manejar los desechos orgánicos producidos en el sector.</li> <li>- Estructurar un programa de manejo de desechos sólidos que incluyan reciclaje en la comunidad.</li> </ul>

INFRAESTRUCTURA LOCAL			
- Falta de gestión por parte de la población ante las autoridades. - Falta de estudios en la zona para la distribución el agua potable	- Carencia de agua potable, falta de alcantarillado y letrinas en ciertas comunidades de la parroquia.	- No poseer agua potable y consumir agua entubada. - Aumenta el riesgo de contraer enfermedades. - Au de malos olores, por no poseer alcantarillado.	- Priorizar la necesidad de crear el servicio de poseer agua potable, poner más énfasis en los proyectos de mejoramiento en el trato del agua.

**FUENTE:** Trabajo de campo.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

## 2) Identificación del FODA, Fortalezas, Oportunidad, Debilidades, Amenazas

En la parroquia San Juan de Pastocalle mediante el diagnostico realizado y la matriz CEPES se ha podido identificar una serie de elementos que forman parte del análisis denominado FODA, que a continuación se detalla

**Matriz No. 2 IDENTIFICACIÓN DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DE LA PARROQUIA JUAN DE PASTOCALLE.**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
La parroquia San Juan de Pastocalle posee una ubicación estratégica al tener rutas de acceso a los Illinizas y cercano al centro de recreación el Boliche, y el Parque Nacional Cotopaxi.	- El Consejo Provincial de Cotopaxi, impulsando el desarrollo del turismo a través de proyectos y financiamiento a la parroquia San Juan de Pastocalle.
Existencia de recursos turísticos naturales y culturales de importancia para el desarrollo turístico de la zona.	El MINTUR, cuentan con recursos económicos para ejecutar programas de capacitación que pueden ser aprovechados por la gente que está involucrada dentro del ámbito turístico.
Pertenencia a la FEPTCE.	El equipo técnico de la CORDTUCH que brinda asesoramiento técnico directo y permanente a la parroquia de Pastocalle.
Grupo de mujeres organizadas impulsando el desarrollo turístico y productivo de la parroquia.	- Apoyo de la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador) para la presentación de proyectos que pueden ser financiados.
Poseen guías nativos capacitados con licencias para guiar.	Presupuesto destinado para proyectos de turismo comunitario por el MINTUR a la Regional Sierra Centro que está participando la parroquia.
Servicios de transporte permanente de dos cooperativas desde la ciudad de Latacunga hasta la parroquia que facilita su ingreso.	
Poseen una organización comunitaria, ligada a actividades productivas y turísticas la cual se encarga de la organización dentro de la comunidad.	
Cuentan con servicios básicos que ayudan a brindar un buen servicio al turista en la mayor parte de la parroquia.	Cambio en los gustos de los turistas, inclinándose hacia destinos naturales y culturales.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Deficientes medios de comunicación en ciertas comunidades de la parroquia San Juan de Pastocalle.	Inestabilidad política en el país
No existe infraestructura ni equipamiento adecuado para el desarrollo turístico dentro de la parroquia.	Cambios climatológicos no permiten acceder a los atractivos turísticos con facilidad.
Malas vías de acceso hacia los atractivos turísticos que posee la parroquia.	Introducción de nuevas sectas religiosas
Limitada práctica de los conocimientos adquiridos en los diferentes programas de capacitación	Fenómenos naturales como terremotos, erupciones volcánicas, deslaves limita la afluencia turística a la zona.
Desconocimiento de idiomas extranjeros para el manejo de grupos.	
Ingreso restringido al nevado los Illinizas Sur por parte de los hacendados.	
Servicios básicos limitados en la comunidad.	

**FUENTE:** Trabajo de campo.

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

## **B. ESTUDIO DE MERCADO**

### **1. Análisis de la Demanda**

#### **a. Aspecto cuantitativo**

##### **1) Afluencia de visitantes**

Se debe considerar que el lugar donde se propone este proyecto de turismo alternativo, no es un área desarrollada turísticamente, por lo que se analizarán dos tipos de demanda: la potencial y la objetiva.

##### **a) Demanda Potencial**

Con respecto al turismo receptivo del país, es decir los principales emisores de turistas al país, tenemos:

**CUADRO N. 15 EVOLUCIÓN DE MERCADOS EMISORES AL ECUADOR,  
POR AÑOS. 2004 - 2006**

<b>Norteamérica</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Variación 2004 – 2006</b>
EEUU	182.000	206.000	227.000	24,7%
Canadá	15.308	16.428	18.444	20,5%
<b>Total</b>	<b>193.308</b>	<b>222.428</b>	<b>245.444</b>	<b>+ 24.20%</b>
<b>Europa</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Variación 2004 – 2006</b>
España	26.669	31.956	32.772	22,9%
Italia	11.745	12.278	13.227	12,6%
Francia	13.336	15.363	16.327	22,4%
Alemania	19.451	20.809	21.870	12,4%
Reino Unido	20.867	22.822	24.344	16,7%
Países Bajos	8.766	9.115	10.260	17,0%
<b>Total</b>	<b>100.834</b>	<b>112.343</b>	<b>118.800</b>	<b>+ 17.80%</b>
<b>MERCOSUR</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Variación 2004 – 2006</b>
Argentina	15.354	16.720	18.448	20,2%
Brasil	10.295	11.255	13.672	32,8%
Chile	17.541	18.228	21.125	20,4%
<b>Total</b>	<b>43.190</b>	<b>46.203</b>	<b>53.245</b>	<b>+23.30%</b>

Fuente: Plandetur 2020

Ecuador muestra un desempeño variable en las llegadas de turistas internacionales. Sin embargo, muestra una mejora positiva en los niveles de ingresos por turismo internacional, año a año. Debe entenderse que se apunta a un turista de alto consumo, abriéndose un nicho para el Ecuador bajo un modelo de turismo sostenible.

**CUADRO N. 16 EVOLUCIÓN DEL TURISMO RECEPTOR, POR AÑOS. 2000 – 2006.**

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>LLEGADAS TURISTAS INTERNACIONALES (TURISMO RECEPTOR)</b>	627.090	640.561	682.962	760.776	818.927	859.888	841.001

Fuente: MINTUR

Elaborado por Equipo T&L/PLANDETUR 2020

Los visitantes que más recibe el país son de procedencia americana, seguidos por los visitantes de Europea y Mercosur, con 417.489 visitantes. Así también los datos acerca

del turismo receptor manifiesta que las llegadas de extranjeros al Ecuador durante el año 2006 fue de 841.001 turistas internacionales. Viendo un incremento positivo del 23.30%.

Ahora se analizará el turismo interno del país, teniendo así:

Según la Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-julio 2003) realizada por el MINTUR, el volumen del turismo interno en Ecuador alcanza casi los diez millones de visitantes de los cuales 3.504.131 (36%) son excursionistas y 6.354.341 (64%) son turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

En cuanto a preferencias de actividad de turistas internos, el mismo estudio hace una muestra de 2'666.315 turistas nacionales para conocer las preferencias y sitios de visita.

**CUADRO N. 17 PREFERENCIAS DE ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS TURISTAS, POR NÚMERO DE VISITANTES Y PORCENTAJE. 2006**

Actividad Realizada	Total Visitantes	Porcentaje
Diversión	1.214.990	45,6 0%
Visitar naturaleza o áreas protegidas	695.169	26,10%
Practicar deportes	326.317	12,20%
Gastronomía	170.882	6,40%
Observar flora y fauna	79.232	3,00%
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77.126	2,90%
Realizar compras	52.381	2,00%
Visita a comunidades	4.473	0,2%
Visitar shamanes, curanderos	1.608	0,10%
Otros	44.137	1,70%
TOTAL	2.666.315	100%

Fuente: MINTUR

Elaborado por Equipo T&L/PLANDETUR 2020



A partir de los datos obtenidos en esta tabla, se determina que las actividades de diversión ocupan el primer lugar en las preferencias de los turistas nacionales (45,6%), seguido por las visitas a las áreas naturales o protegidas con el 26.10% y el turismo comunitario ocupa el 0.2% del total del Turismo Interno.

Es importante recalcar que este proyecto está relacionado con el Turismo Comunitario y que el sector está rodeado de recursos naturales muy importantes como: Los Illinizas, Un bosque primario (Polylepis) y el Parque Nacional Cotopaxi. Si bien se aprecia en el CUADRO No. 17, la preferencia para visitar comunidades es baja, la ventaja que posee la parroquia San Juan de Pastocalle es poseer el ingreso a los Illinizas, ofertando este recurso.

#### **b). Segmentación del mercado**

Para el análisis de la demanda, se ha tomado en cuenta los índices geográficos, demográficos y psicológicos, por lo cual se puede decir que este producto estará dedicado a la población nacional de la clase media y población extranjera que visitan el país.

#### **c). Demanda Objetivo**

Después de apreciar los datos que maneja la demanda potencial, lo más factible al momento de escoger el mercado, será de considerar el segmento importante dentro de la regional Sierra Centro, es decir como lo divide el Ministerio de Turismo cuando se refiere a Chimborazo, Tungurahua y Cotopaxi, para luego extenderlo a niveles nacionales e internacionales.

En este primer caso se dirige a delimitar las ciudades potenciales para la visita, así también enfocarla a visitantes que prefieren las áreas naturales.

### **i. Ciudades Potenciales**

Por la cercanía a la parroquia San Juan de Pastocalle se han considerado las ciudades de Latacunga, con un PEA (Población Económicamente Activa) 58.884, Quito PEA 786.691. Información que ha sido obtenida de la Enciclopedia Ecuador 2004 e INEC 2001 de la base de datos y proyecciones hasta el 2010.

Como ciudades secundarias se han considerado a: Ambato con un PEA (Población Económicamente Activa) 127. 889, y Riobamba (PEA 76.113). Información que ha sido obtenida de la Enciclopedia Ecuador 2004 e INEC 2001 de la base de datos y proyecciones hasta el 2010.

Estas localidades constituyen la demanda potencial más importante del proyecto, siendo un grave problema en todas estas, la inexistencia de datos estadísticos anuales del movimiento del turismo interno que se da en la ciudad.

### **ii. Visitantes que prefieren realizar turismo comunitario y visitar áreas naturales relacionadas.**

Según el Ministerio del Turismo y el Ministerio del Ambiente el número de visitantes que prefieren visitar áreas naturales es de 695.169 formando el 26.10% del turismo interno, es así como al Parque nacional Cotopaxi y a la Reserva el Boliche reciben 26.737 visitantes en el año captando es decir el (3.85%).

**d). Universo**

**i. Universo Zona de Reserva el Boliche y Parque Nacional Cotopaxi.**

El universo que se utilizó en la zona de recreación el Boliche y el Parque Nacional Cotopaxi, ubicados en la provincia de Cotopaxi es de 26737, (datos obtenidos del libro de registros de ingresos tanto del Parque como de la zona de la reserva), personas mayores de 18 años de clase media provenientes de las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Pichincha y Cotopaxi con más frecuencia que visitan al año la reserva.

**CUADRO N. 18 CÁLCULO DEL UNIVERSO DE ESTUDIO PARA TURISTAS NACIONALES.**

POBLACIÓN QUE VISITA ANUALMENTE LA RESERVA Y PNC.	26,737
PARQUE NACIONAL COTOPAXI (70%)	18,716
RESERVA EL BOLICHE (30%)	8,021
PEA DE LAS CIUDADES POTENCIALES	1049577
PEA DE LAS CIUDADES POTENCIALES QUE GUSTAN DEL TURISMO COMUNITARIO CON 3.5%	36,735

FUENTE: INFOPLAN 2001

ELABORADO POR: Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

**ii. Universo: Turistas internacionales que visitan el país.**

El universo que se utilizó para aplicar las encuestas a turistas Internacionales fue basándose en los datos que entrega el Plandetur 2020, para aplicar las encuestas se ha tomado en cuenta a la ciudad de Quito como puntos claves se ha considerado el aeropuerto, centro de la ciudad, Mall El Jardín, adicionalmente se realizaron encuestas en el Parque Nacional Cotopaxi y en el Área de Recreación El Boliche; teniendo como universo de turistas internacionales: 841.001, procedentes de países como Italia, Argentina, Estados Unidos, Canadá, Chile.

**CUADRO N. 19 CÁLCULO DEL UNIVERSO DE ESTUDIO PARA TURISTAS INTERNACIONALES.**

TURISTAS EXTRANJEROS QUE LLEGAN AL ECUADOR.	841.001
TURISTAS EXTRANJEROS QUE LLEGAN A LA PROVINCIA DE COTOPAXI.	27.550

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO POR:** Mayra Martínez, Marielisa Ponce.

**e) Muestra.**

Para el cálculo de la muestra se ha utilizado un margen de error del 8%.

Para la demanda nacional las encuestas se distribuyeron de la siguiente manera:

- Parque Nacional Cotopaxi 119 encuestas
- Área de Recreación El Boliche 118 encuestas
- Ciudades potenciales: Quito y Latacunga y secundarias: Ambato y Riobamba. 119 encuestas.

**MUESTRA PARA TURISTAS NACIONALES PARA SER APLICADAS EN LAS CIUDADES POTENCIALES Y SECUNDARIAS.**

$$n = N \cdot p \cdot q / (N-1)(e/z)^2 + p \cdot q$$

Muestra para los Turistas Nacionales a aplicar en las ciudades potenciales: Quito y Latacunga y secundarias: Ambato y Riobamba.

$$n = 36735 (0,25) / 36735(0,08/1,75)^2 + (0,25)$$

$$n = 118.90 = \mathbf{119}$$

El PEA (Población económicamente activa) de las cuatro ciudades (Quito, Latacunga, Ambato, Riobamba), con 1.049.577 habitantes, tomando en cuenta el valor del 3.5% que equivale a (36735 habitantes), de este universo los que gustan del Turismo Comunitario, información que otorga PLANDERTUR 2020, es así que:

- En la ciudad de Quito con 27534 habitantes que representa el 75 % se asignan 89 encuestas.
- En la ciudad de Ambato con 4476 habitantes que representa el 12% se asignan 14 encuestas.
- En la ciudad de Riobamba con 2664 habitantes que representa el 7% se asignan 10 encuestas.
- En la ciudad de Latacunga con 2061 habitantes que representa el 5% se asignan 6 encuestas.

#### **MUESTRA PARA LOS TURISTAS NACIONALES QUE VISITAN LA RESERVA EL BOLICHE**

$$n = 8021 (0,25) / 8020(0,08/1,75)^2 + (0,25)$$

$$n = 117.88 = \mathbf{118}$$

#### **MUESTRA PARA LOS TURISTAS NACIONALES QUE VISITAN EL PARQUE NACIONAL COTOPAXI**

$$n = 18716 (0,25) / 18716(0,08/1,75)^2 + (0,25)$$

$$n = 119.62 = \mathbf{119}$$

### MUESTRA PARA TURISTAS EXTRANJEROS

$$n = N \cdot p \cdot q / (N-1)(e/z)^2 + p \cdot q$$

$$n = 27550 (0,25) / 27549 (0,08/1,75)^2 + (0,25)$$

$$n = 119.11 = \mathbf{119}$$

#### **f). Proyección de la demanda potencial para los próximos cinco años**

En el estudio de la demanda internacional y nacional se ha planteado un incremento anual del 5%, debido a que se tiene un universo extremadamente grande, además se ha tomado en cuenta el PEA (Población Económicamente Activa), de las ciudades de Quito, Latacunga, Riobamba, y Ambato, pero cabe indicar que a pesar de realizar turismo, no todos se muestran dispuestos a realizar Turismo Comunitario, y otro punto importante es el tamaño de la plaza que posee el Turismo Comunitario en el Ecuador actualmente.

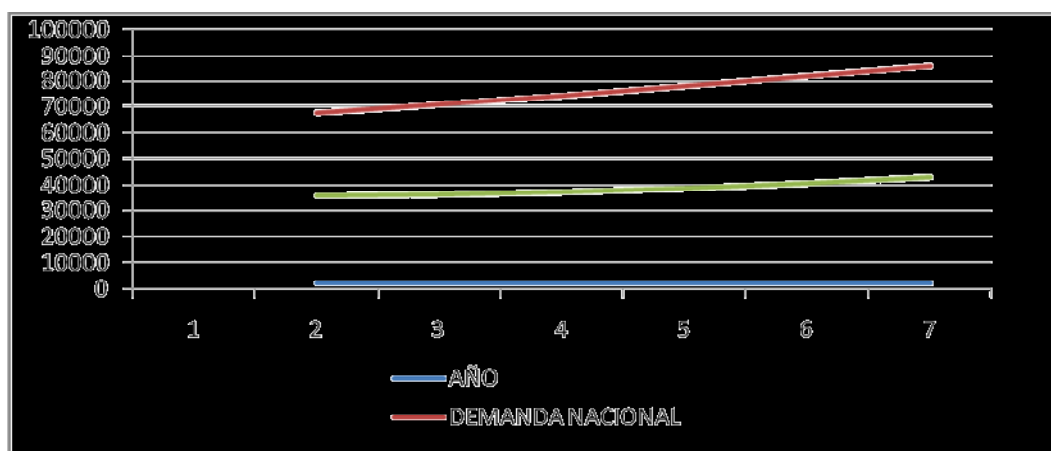
A partir de esto se obtiene la siguiente información:

**CUADRO N. 20 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA NACIONAL Y EXTRANJERA, PARA CINCO AÑOS. 2008 - 2013**

AÑO	DEMANDA NACIONAL	DEMANDA EXTRANJERA
2008	63,472	35,685
2009	66,646	36,127
2010	69,978	37,029
2011	73,477	38,423
2012	77,151	40,365
2013	81,008	42,930

Fuente: INEC 2001 Y MINTUR

Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 6** Proyección de la demanda nacional y extranjera, para cinco años. 2008 - 2013

Fuente: INEC

Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R.

Como se puede apreciar en el gráfico No. 6 la demanda nacional tanto como la demanda internacional para los 5 años se tomo en cuenta un incremento anual del 1.24% para extranjeros, valor de crecimiento anual que registra PLANDETUR 2020 y 5% para nacionales, teniendo en el año 2008 un total de 67.640 de turistas para la demanda

nacional y en la internacional 35.685 turistas. Obteniendo una demanda de turistas para el año 2013 de 86.111 para nacionales y 42.930 para internacionales.

#### h). Cuota objetivo de mercado

En el total de la demanda insatisfecha tanto para turistas nacionales y extranjeros se desea captar es el 0.96% anual, debido a que la capacidad instalada en el proyecto a ofertar en San Juan de Pastocalle es de 44 personas al mes, con 11 personas semanales. A continuación se obtienen los siguientes datos:

#### CUADRO N. 21. TOTAL DEMANDA NACIONAL Y EXTRANJERA, PARA LOS CINCO AÑOS. 2008 – 2013

AÑO	DEMANDA NACIONAL	DEMANDA EXTRANJERA	TOTAL DEMANDA NACIONAL Y EXTRANJERA
2008	63,472	35685	99,157
2009	66,646	36,127	102,773
2010	69,978	37,029	107,007
2011	73,477	38,423	111,900
2012	77,151	40,365	117,515
2013	81,008	42,930	123,938

**Fuente:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

Como se puede apreciar en el CUADRO No. 21 el total de la demanda Nacional y Extranjera en el 2008 es de 99.157 personas y para el 2013 con 123.938 personas.



### i). Confrontación Demanda Nacional y Extranjera vs. Competencia

Según la siguiente tabla, tomando en cuenta la competencia de las provincias vecinas que ofrecen turismo comunitario. Se obtuvo información detallada a continuación.

**CUADRO N. 22 CANTIDAD DEMANDADA VS CANTIDAD OFERTADA = DEMANDA INSATISFECHA Y CUOTA OBJETIVA DE MERCADO PARA CINCO AÑOS. 2008 – 2013**

Años	Cantidad demandada	Cantidad ofertada	Demanda Insatisfecha	Cuota objetiva de mercado
2008	99,157	44106	55,051	528
2009	102,773	44,653	58,120	558
2010	107,007	45,207	61,800	593
2011	111,900	45,767	66,133	635
2012	117,515	46,335	71,181	683
2013	123,938	46,909	77,029	739

**Fuente:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

### j). Segmentación del mercado

Para el siguiente proyecto se analizó el Plan Estratégico de la provincia de Cotopaxi, en el que describe el perfil del turista que llega a Latacunga, según variables demográficas y psicográficas, si bien esto no define directamente el perfil del consumidor para el proyecto, pero si ayuda a considerar aspectos importantes como gustos y preferencias del turista.

#### i. Mercado Nacional

- Familias de la clase media-alta
- Turistas que procedan de las ciudades de Quito, Latacunga, Ambato, Riobamba.
- Que deseen disfrutar del turismo comunitario

## ii. Mercado Internacional

- Turistas mayores de 18 años de ingresos medios-altos
- Turistas extranjeros procedentes en su mayor parte de Estados Unidos, Europa, Canadá, Brasil, Alemania, Chile.
- Que requieren de contacto con la naturaleza y la convivencia con gente de la comunidad.

## k). Resultado del estudio de mercado

### 1) Demanda Nacional

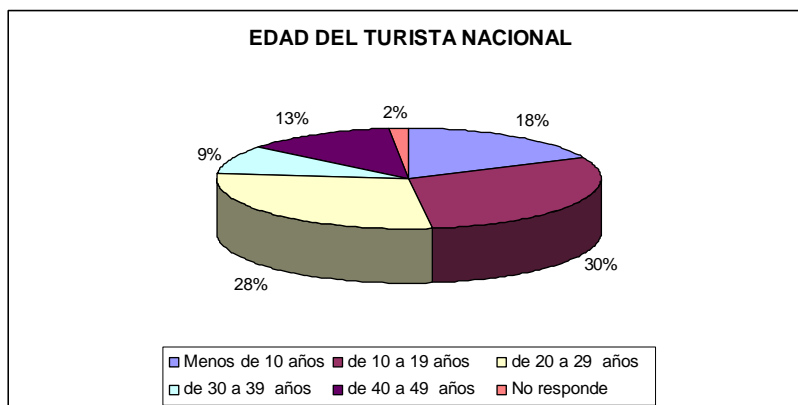
#### 1.- EDAD DEL ENCUESTADO

**CUADRO N. 23 NÚMERO DE TURISTAS NACIONALES ENCUESTADOS, POR EDAD Y PORCENTAJE. 2008**

EDAD DEL TURISTA NACIONAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 10 años	64	18
De 10 a 19 años	107	30
De 20 a 29 años	101	28
De 30 a 39 años	33	9
De 40 a 49 años	45	13
No responde	6	2
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 7** Número de turistas nacionales encuestados, por edad y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

Según las encuestas realizadas, la mayor parte de turistas nacionales que visitan el Parque Nacional Cotopaxi y el Boliche son: 64 personas que representan el 18.3% son niños menores de 10 años, 107 personas entre 10 – 19 años que representan el 30.6%, 101 personas entre 20 – 29 años representa el 28.9 %, 33 personas entre 30 – 39 años representan el 9.40% y 45 personas entre 40- 49 años que representan el 12.90%.

Con esta información que se obtiene dará las pautas necesarias para la elaboración de los paquetes, tomando en cuenta que actividades pueden desarrollar los turistas.

#### **CUADRO N. 24 MEDIA ARITMETICA DE LA EDAD DEL TURISTA NACIONAL. 2008**

<b>RANGO (EDAD)</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>MEDIA(x)</b>	<b>F*x</b>
-10	64	5	320
10 - 19	107	14.5	1552
20 -29	101	24.5	2475
30 - 39	33	34.5	1139
40 - 49	45	44.5	2003
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>		<b>7487</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

$$\bar{X} = \frac{\sum xf}{\sum f} \quad \bar{X} = \frac{7487}{350} = 21$$

La edad promedio de los turistas nacionales que visitaran la Parroquia San Juan de Pastocalle es de 21 años sean estos hombres o mujeres.

## 2.- SEXO DEL ENCUESTADO

**CUADRO N. 25 NÚMERO DE TURISTAS NACIONALES ENCUESTADOS, POR SEXO, 2008**

SEXO DEL ENCUESTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hombre	168	49
Mujer	173	47
No responde	15	4
	356	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**GRÁFICO No. 8** Número de turistas nacionales encuestados, por sexo y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

168 personas son varones que representan el 49% de turistas nacionales, 173 mujeres que representan el 47% y un 4% no responde.

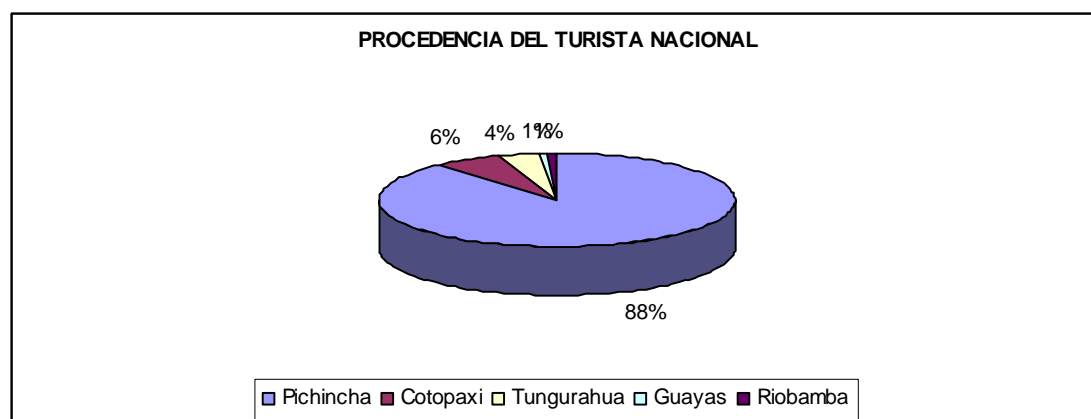
### 3.- PROCEDENCIA DEL ENCUESTADO

#### CUADRO No. 26 NÚMERO DE TURISTAS NACIONALES ENCUESTADOS, POR PROCEDENCIA Y PORCENTEJE. 2008

PROCEDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pichincha	315	88.5
Cotopaxi	22	6.2
Tungurahua	13	3.7
Guayas	3	0.8
Riobamba	3	0.8
TOTAL	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 9** Número de turistas nacionales encuestados, por procedencia y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales procedentes de Pichincha con 315 personas que representan el 88.5%, seguido por turistas de la provincia de Cotopaxi con 22 personas que representan el 6.2%, turistas de la provincia de Tungurahua con 13 personas que representan el 3.7%, turistas de la provincia del Guayas con 3 personas que representan el 0.8% y finalmente turistas de la ciudad de Riobamba con 3 personas que representan el 0.8%.

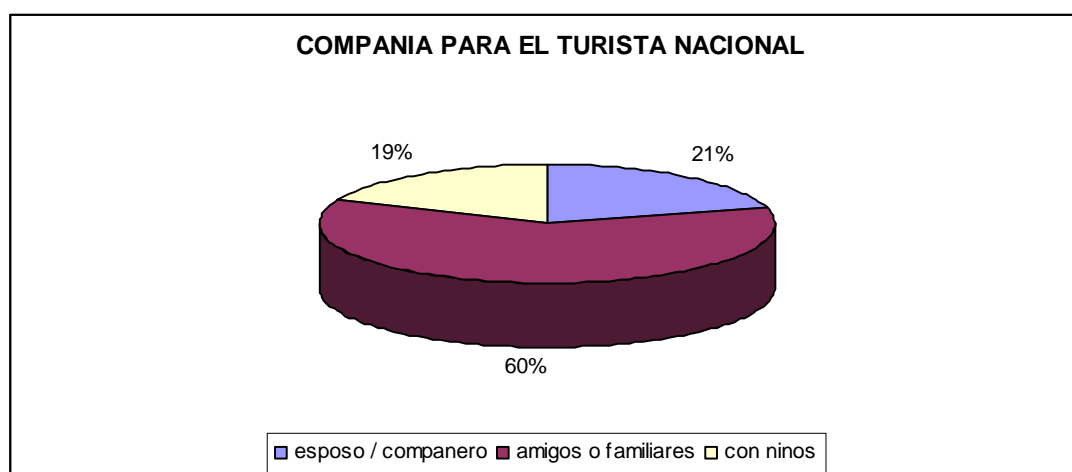
#### 4.- ACOMPAÑANTE DEL TURISTA

**CUADRO No. 27 CON QUIEN VIAJA ACOMPAÑADO EL TURISTA NACIONAL. 2008**

QUIENES SON SUS ACOMPAÑANTES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Esposo / compañero	74	21
Amigos o familiares	216	60
Con niños	66	19
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 10** Con quien viaja acompañado el turista nacional. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales con 216 personas prefieren viajar con amigos y familiares que representan el 60%, con 74 personas que prefieren viajar acompañados por sus esposos o compañeros representan el 21%, y 66 personas prefieren ir con niños que representan el 19%.

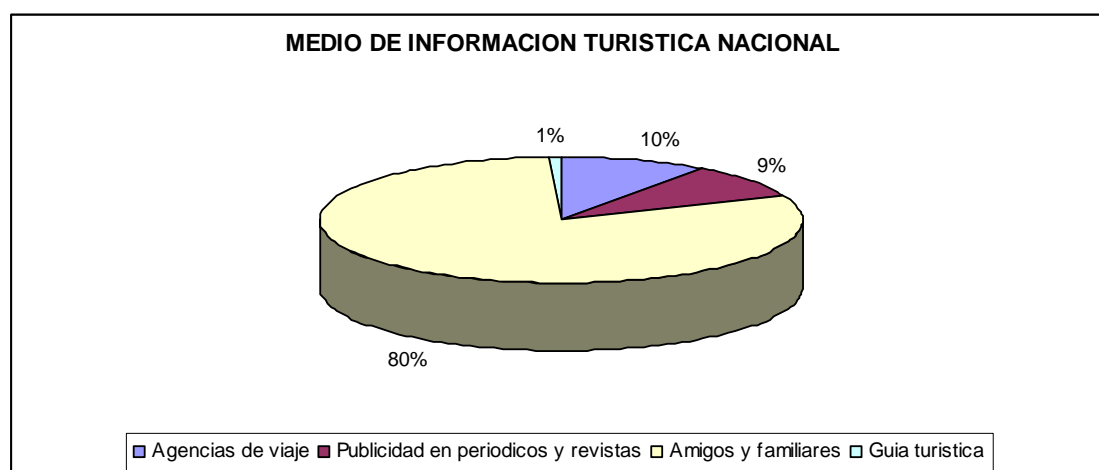
## 5.- COMO SE INFORMA EL TURISTA

**CUADRO No. 28 MEDIO POR EL QUE EL TURISTA NACIONAL SE INFORMA. 2008**

MEDIO QUE SE INFORMAN PARA REALIZAR EL VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agencias de viaje	36	10
Publicidad en periódicos y revistas	31	9
Amigos y familiares	286	80
Guía turística	3	1
TOTAL	356	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 11** Medio por el cual el turista nacional se informa, por porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales se informa por medio de amigos o familiares con 284 personas que representan el 80%, seguido por agencias de viajes con 35 personas que representa el 10%, y por publicidad en periódicos y revistas con 31 personas que representa el 9% y finalmente por medio de guías turísticas con 3 personas que representan el 1%.

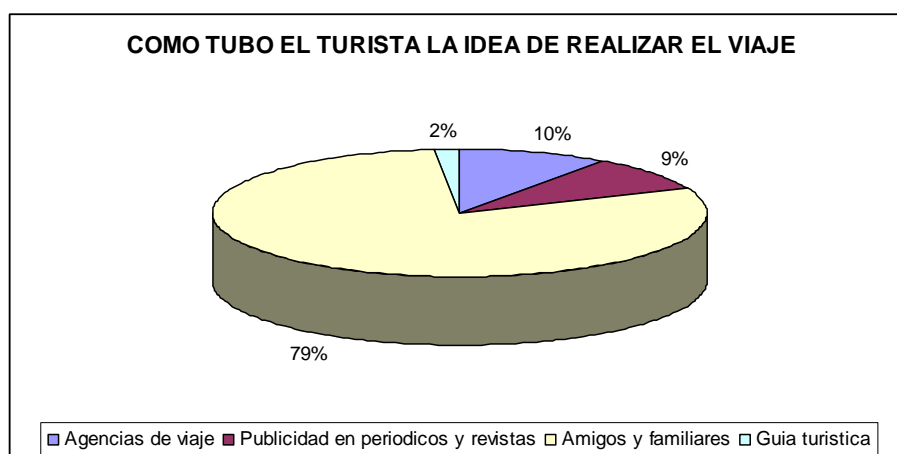
## 6.- IDEAS PARA REALIZAR EL VIAJE

**CUADRO No. 29 COMO OBTUVO LA IDEA DE REALIZAR EL VIAJE EL TURISTA NACIONAL. 2008**

COMO TUBO LA IDEA DE REALIZAR EL VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agencias de viaje	35	10
Publicidad en periódicos y revistas	31	9
Amigos y familiares	284	79
Guía turística	6	2
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 12** Como obtuvo el turista nacional la idea de realizar el viaje.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales obtuvo la idea de realizar su viaje por medio de amigos y familiares con 284 personas que forman el 79%, seguido de las agencias de viajes con 35 personas que representan el 10%, publicidad en periódicos y revistas con 31 personas con el 9% y 6 personas que se informan por medio de guías turísticas que asignan el 2%.



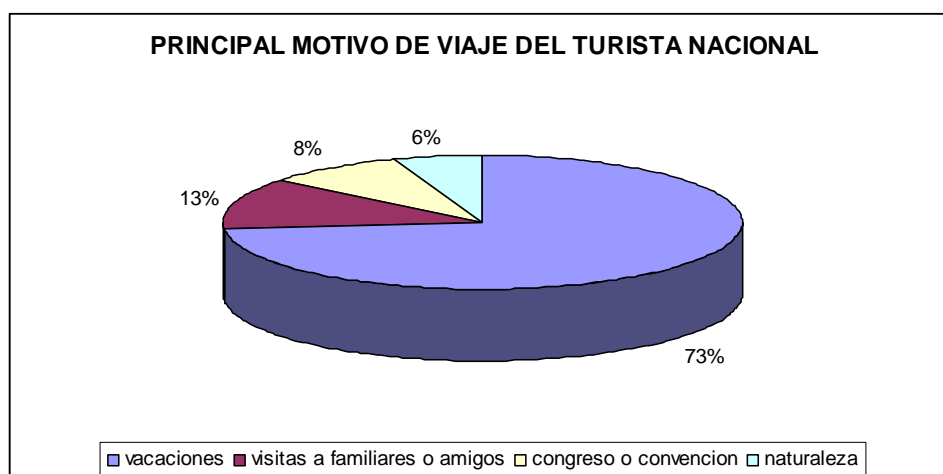
## 7.- MOTIVO DEL VIAJE

**CUADRO No. 30 CUAL FUE EL PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE DEL TURISTA NACIONAL. 2008**

PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vacaciones	261	73
Visitas a familiares o amigos	45	13
congreso o convención	30	8
Naturaleza	20	6
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 13** Principal motivo de viaje de los turistas nacionales

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El principal motivo de viaje del turista nacional con 261 personas que representa el 73% lo hace en vacaciones, seguido por 45 personas que lo hacen por visitar a familiares y amigos con el 13%, por convención o congresos con 30 personas con el 8% e influenciados por la naturaleza con 20 personas y representa el 6%.

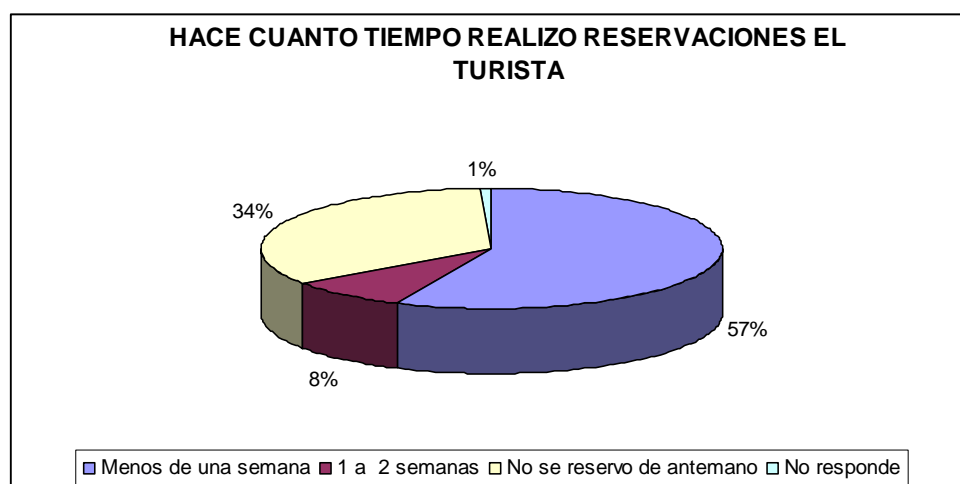
## 8.- REALIZO RESERVACIONES EL TURISTA

**CUADRO No. 31 REALIZO RESERVACIONES EL TURISTA NACIONAL ANTES DE SALIR DE VIAJE. 2008**

REALIZO RESERVACIONES EL TURISTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de una semana	202	57
1 a 2 semanas	30	8
No se reservo de antemano	121	34
No responde	3	1
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 14** Hace cuanto tiempo realizó reservaciones el turista nacional para salir de viaje.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales prefieren hacer las reservaciones en menos de una semana con 202 personas que representan el 57%, seguido por personas que prefieren no reservar con 121 personas siendo el 34%, otros prefieren hacerlo de 1 a 2 semanas con 30 personas que son el 8% y finalmente 3 personas que no responden que son el 1%.

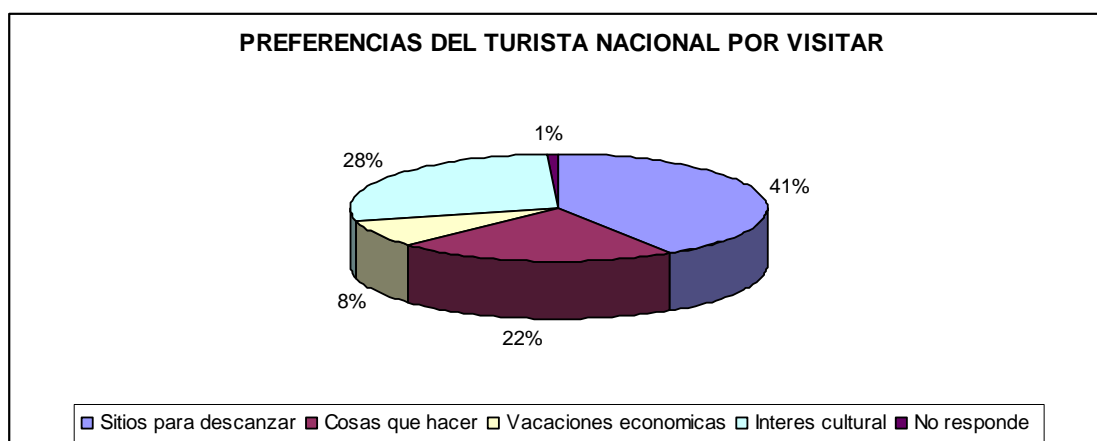
## 9.- PREFERENCIA POR VISITAR DIFERENTES LUGARES

**CUADRO No. 32 EN LAS VACACIONES EL TURISTA NACIONAL PREFIERE VISITAR.**

EN LAS VACACIONES QUE PREFIERE VISITAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sitios para descansar	146	41
Cosas que hacer	77	22
Vacaciones económicas	30	8
Interés cultural	100	28
No responde	3	1
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 15** Preferencias del Turista Nacional por visitar en las vacaciones

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El turista nacional en las vacaciones prefiere visitar sitios para descansar con 146 personas que representan el 41%, interés cultural con 100 personas que forman el 28%, cosas por hacer con 77 personas con el 22%, vacaciones económicas con 30 personas que son el 8% y 3 personas que no responden con el 1%.

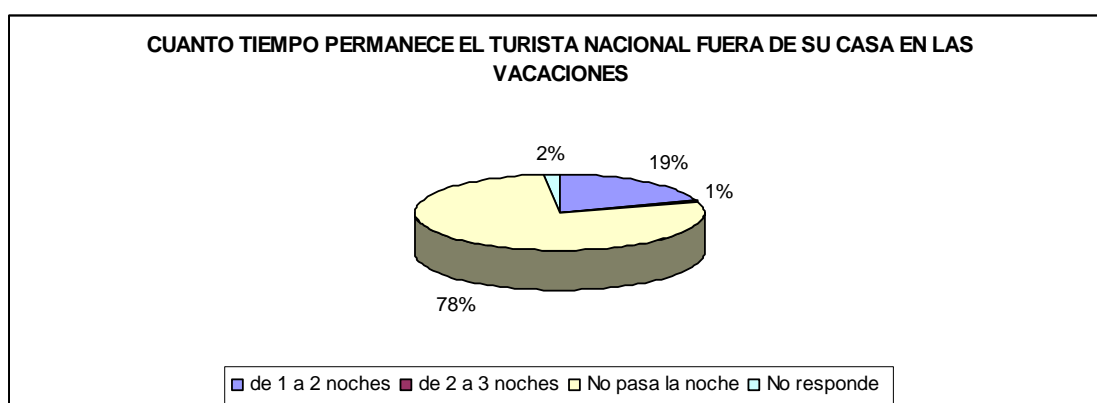
## 10.- NÚMERO DE DIAS QUE EL TURISTA PASA FUERA DE CASA

### CUADRO No. 33 CUANTO TIEMPO EL TURISTA NACIONAL PERMANECE FUERA DE CASA.

CUANTO TIEMPO PERMANECE FUERA DE CASA EN LAS VAVACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de 1 a 2 noches	69	19
de 2 a 3 noches	3	2
No pasa la noche	278	78
No responde	6	1
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 16** Tiempo que permanece el turista nacional fuera de su casa en las vacaciones.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El turista nacional cuando sale de vacaciones pasan fuera de su cada de 1 a 2 noches 69 personas que forman el 19%, de 2 a 3 noches 3 personas que representan el 2%, no pasan la noche 278 personas que conforman el 78% y finalmente 6 personas no responden que son el 1%.

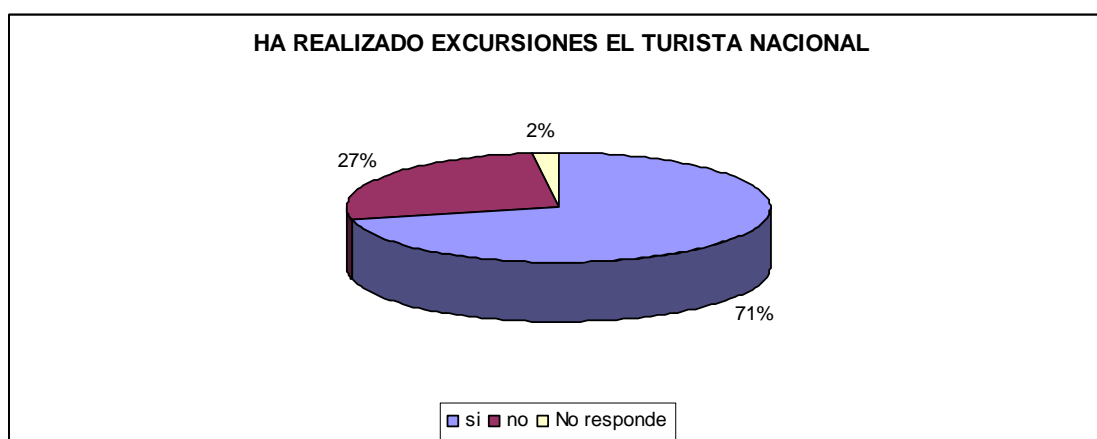
## 11.- EXCURSIONES

**CUADRO No. 34 HA REALIZADO EXCURSIONES EL TURISTA NACIONAL**

HA REALIZADO EXCURSIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	254	71
No	95	27
No responde	7	2
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 17** Ha realizado excursiones el turista nacional

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales con 254 personas que representan el 71% si lo han realizado, 95 personas con el 27% no lo han realizado excursiones y 7 personas no responden que son el 2%.

## 12.- COMO REALIZA LAS EXCURSIONES

### CUADRO No. 35 COMO REALIZA LAS EXCURSIONES EL TURISTA NACIONAL.

COMO HA REALIZADO LAS EXCURSIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
en grupo organizado por una agencia de viajes	146	40
con guía privado	32	9
alquilando un carro	20	6
en taxi	7	2
Tren	53	15
No responde	98	28
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 18** Como ha realizado las excursiones el Turista Nacional

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales lo han realizado en grupo organizado por una agencia de viajes con 146 personas que representan el 40%, con guía privado 32 personas que representan el 9%, alquilando carro 20 personas con el 6%, en taxi 7 personas con el 2%, en tren 53 personas con el 15% y 98 personas no responden que representa el 28%.

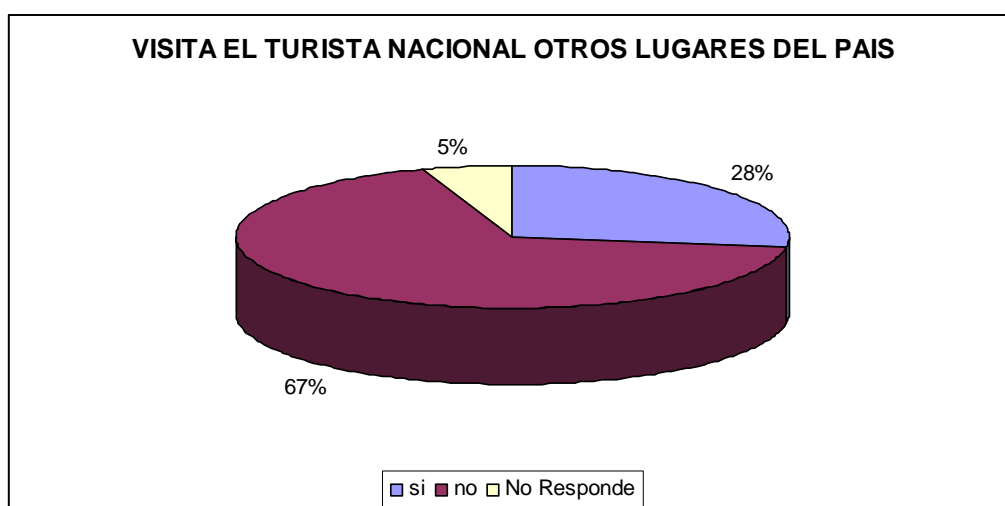
### 13.- QUE LUGARES VISITA

#### CUADRO No. 36 EL TURISTA NACIONAL VISITA OTROS LUGARES DEL PAÍS

VISITA EL TURISTA NACIONAL OTROS LUGARES DEL PAÍS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	98	28
No	239	67
No Responde	19	5
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 19** El Turista Nacional visita otros lugares del País

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales no visita otros lugares del País con 239 personas que representan el 67%, 98 personas dicen que si visitan otros sectores del País con el 28% y finalmente 19 personas no responden con el 5%.

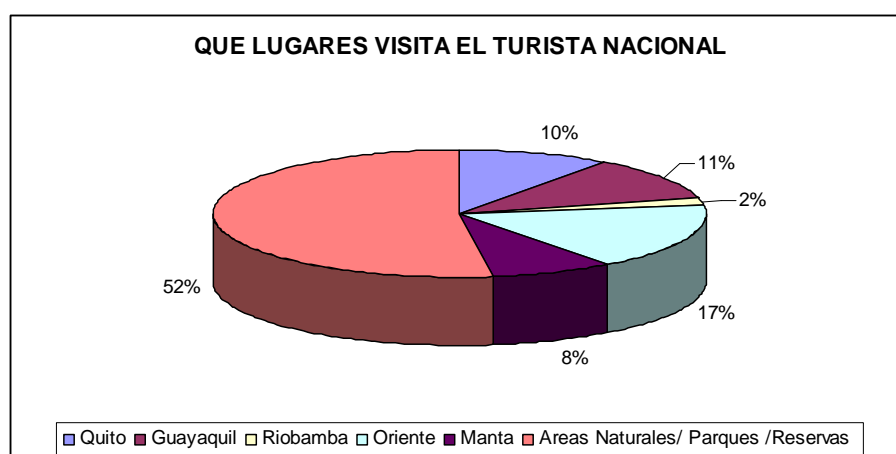
#### 14.- PREFERENCIA A VISITAR

**CUADRO No. 37 EL TURISTA NACIONAL QUE LUGARES PREFERE VISITAR.**

QUE LUGARES VISITA EL TURISTA NACIONAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Quito	36	10
Guayaquil	39	11
Riobamba	6	2
Oriente	60	17
Manta	29	8
Áreas Naturales/ Parques /Reservas	186	52
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R.



**GRÁFICO No. 20** El Turista Nacional que lugares prefiere visitar.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los Turista prefiere las Áreas Naturales/Parques/Reservas con 186 personas que representa el 52%, seguido por 60 personas que prefieren el Oriente que representa el 17%, 39 personas que prefieren viajar a la ciudad de Guayaquil que forman el 11%, 36 personas prefieren viajar a Quito con el 10%, 29 personas a Manta con el 8% y 6 personas a la ciudad de Riobamba con el 2%.



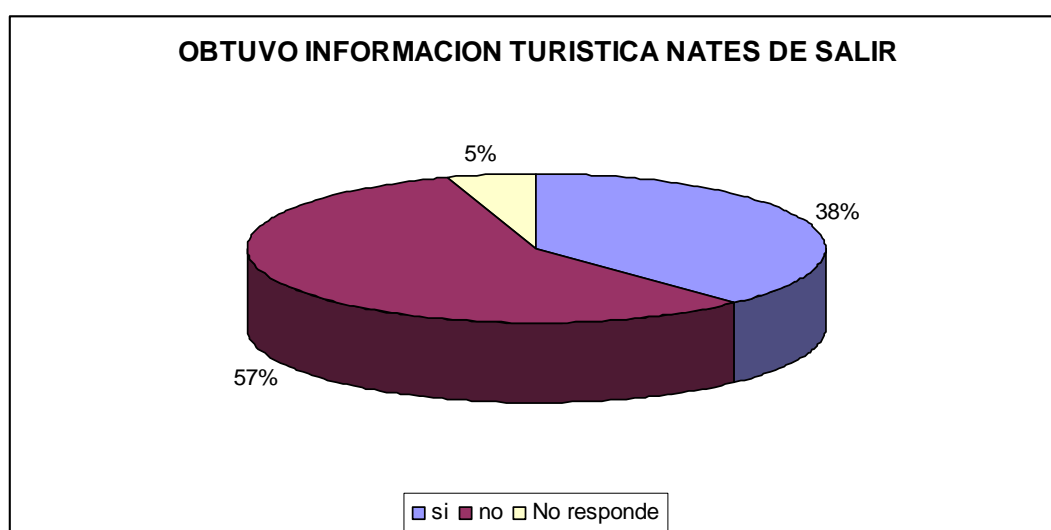
## 15.- INFORMACIÓN

**CUADRO No. 38 OBTUVO INFORMACIÓN TURÍSTICA ANTES DE SALIR DE VIAJE.**

OBTUVO INFORMACION TURISTICA ANTES DE SALIR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	135	38
No	203	57
No responde	18	5
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**GRÁFICO No. 21** Obtuvo información turística antes de salir de viaje.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales 203 personas no obtienen información turística que representa el 57%, 135 personas si buscan información que representa el 38% y 18 personas no responden con el 5%.

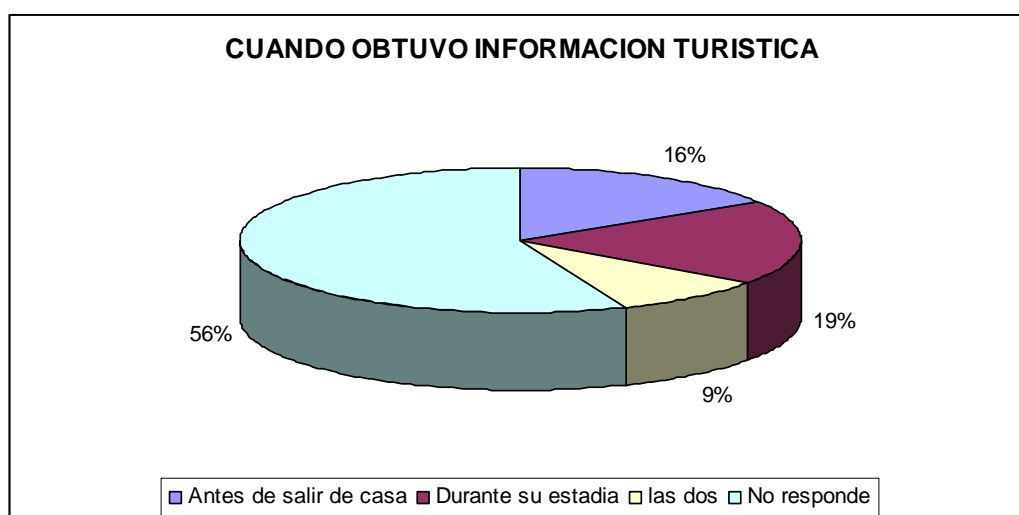
## 16.- CUANDO OBTUVO LA INFORMACIÓN

**CUADRO No. 39 CUANDO OBTUVO INFORMACIÓN TURÍSTICA**

CUANDO OBTUVO INFORMACION TURISTICA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Antes de salir de casa	57	16
Durante su estadía	68	19
Las dos	31	9
No responde	200	56
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 22** Cuando obtuvo información turística.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales no responden con 200 personas que representa 56 %, 68 personas obtuvieron información turística durante su estadía con el 19%, 57 personas antes de salir de casa con el 16%, 31 personas eligen las dos opciones con el 9%.

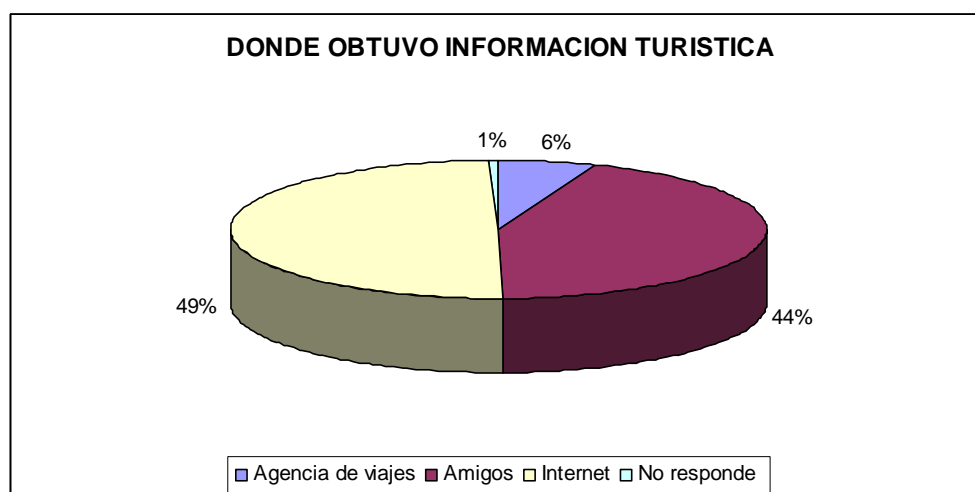
## 17.- COMO OBTUVO INFORMACIÓN

### CUADRO No. 40 DONDE OBTUVO INFORMACIÓN TURISTICA

DONDE OBTUVO LA INFORMACION TURISTICA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agencia de viajes	21	6
Amigos	156	44
Internet	177	49
No responde	2	1
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 23** Cuando obtuvo información turística.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales obtienen información por medio del Internet 177 personas que representan el 49%, 156 personas obtiene información por medio de amigos con el 44%, 21 personas por medio de Agencias de Viajes con el 6% y 2 personas no responden con el 1%.

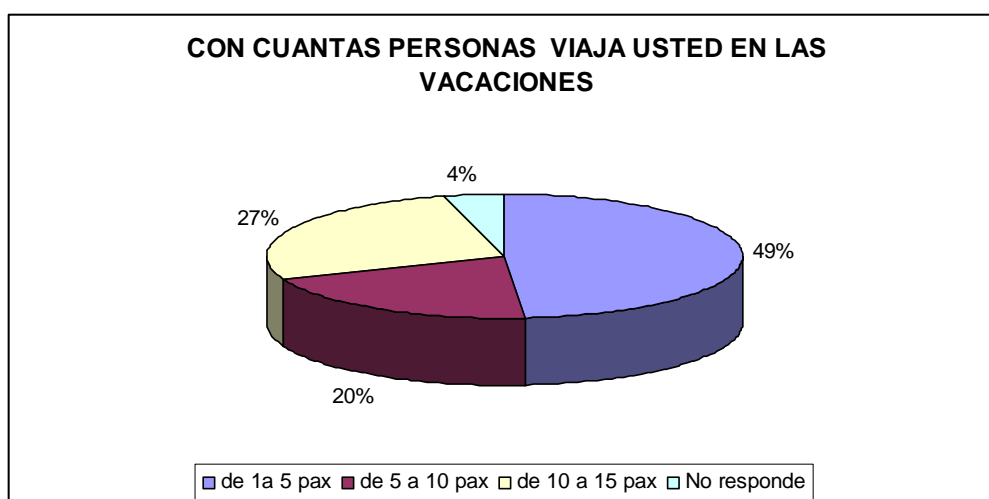
## 18.- CUANTOS INTEGRANTES FORMAN PARTE DE SU VIAJE

### CUADRO No. 41 CUANTAS PERSONAS INTEGRAN SU GRUPO DE VIAJE EN LAS VACACIONES.

CUANTAS PERSONAS INTEGRAN SU GRUPO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de 1ª a 5 pax	173	49
de 5 a 10 pax	72	20
de 10 a 15 pax	96	27
No responde	15	4
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 24** Con cuantas personas viaja usted en las vacaciones

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales viajan con un grupo de 1 a 5 personas con 173 que representan el 49%, 96 personas con grupos de 10 a 15 personas con 27%, 72 personas viajan con grupos de 5 a 10 personas con el 20% y 15 personas no responden con el 4%.

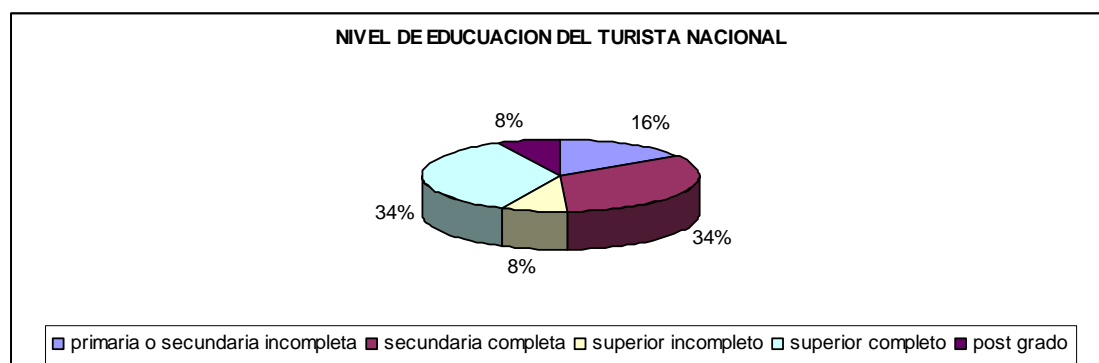
## 19.- NIVEL DE EDUCACIÓN

**CUADRO No. 42 NUMERO DE TURISTAS NACIONALES ENCUESTADOS, POR NIVEL DE EDUCACIÓN Y PORCENTAJE. 2008**

NIVEL DE EDUCACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
primaria o secundaria incompleta	55	16
Secundaria completa	121	34
superior incompleto	33	8
superior completo	121	34
Post grado	26	6
<b>Total</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 25** Número de turistas nacionales, por nivel de educación y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas nacionales con un nivel de educación superior completa con 121 personas representan el 34%, seguido por turistas con nivel de estudios de secundaria completa con 121 personas que representan al 34%, estudiantes de primaria o secundaria incompleta con 53 personas que representan el 16%, estudiantes del superior incompleto con 30 personas que representa el 8% y finalmente turistas con post grado con 26 personas que representan el 6%.

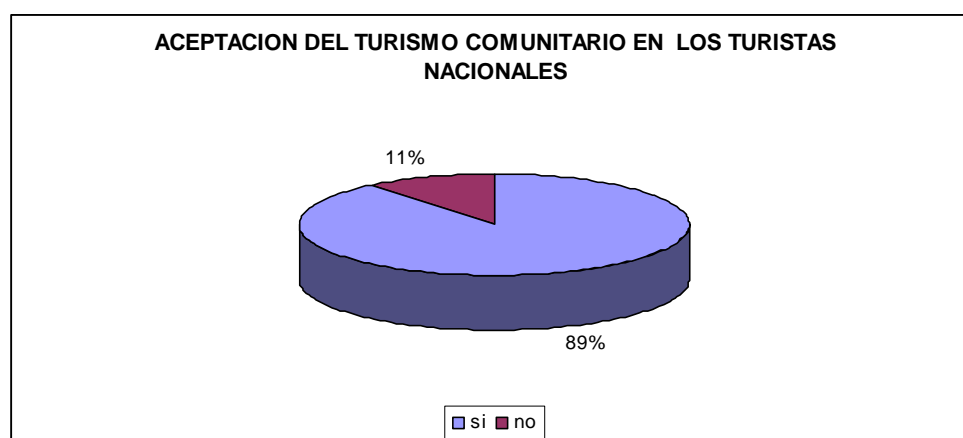
## 20.- REALIZARIA TURISMO COMUNITARIO

**CUADRO No. 43 INCLINACIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES POR REALIZAR TURISMO COMUNITARIO, POR PORCENTAJE. 2008**

HARIA TURISMO COMUNITARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	317	89
No	39	11
TOTAL	356	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 26** Inclinação de los turistas nacionales por realizar turismo comunitario, por porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

De 317 personas que representan el 89% de los turistas nacionales están dispuestos a realizar turismo comunitario mientras que 39 personas que representan el 11% no lo harían.

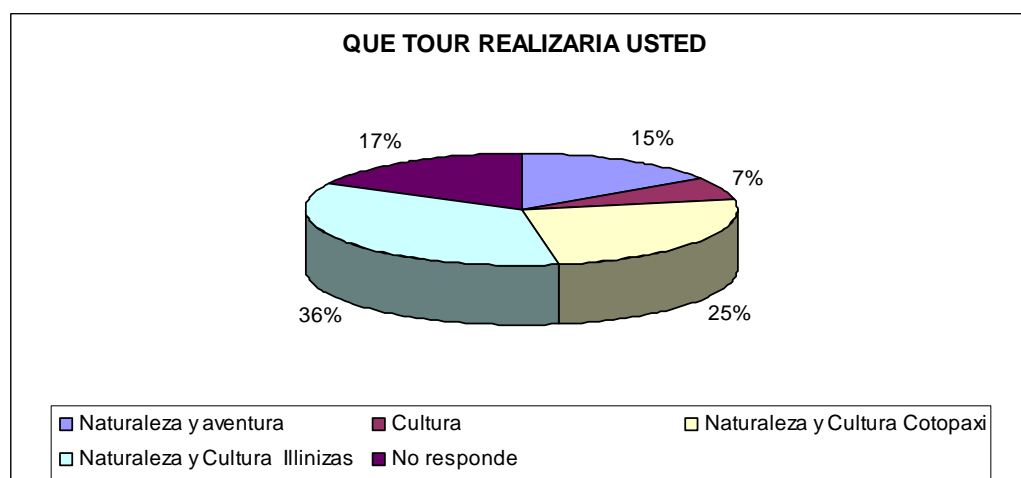
## 21.- PREFERENCIA POR PARTICIPAR EN TOURS COMUNITARIOS

**CUADRO No. 44 INCLINACIÓN DEL TURISTA NACIONAL EN LA PREFERENCIA A PARTICIPAR EN TOURS COMUNITARIOS, POR PORCENTAJE. 2008**

QUE TIPO DE TOUR PREFIERE REALIZAR UD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Naturaleza y aventura	55	15
Cultura	24	7
Naturaleza y Cultura Cotopaxi	89	25
Naturaleza y Cultura Illinizas	126	36
No responde	62	17
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 27** Inclinación del turista nacional para participar de las actividades comunitarias, por porcentaje. 2008.

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

De las 356 personas 126 prefieren Naturaleza y Cultura Illinizas que representa el 36%, 89 personas prefieren Naturaleza y Cultura Cotopaxi que representa el 25%, 62 personas no responden y representa el 17%, 55 personas prefieren practicar Naturaleza y aventura con el 15% y 24 de ellas prefieren solamente cultura con el 7%.

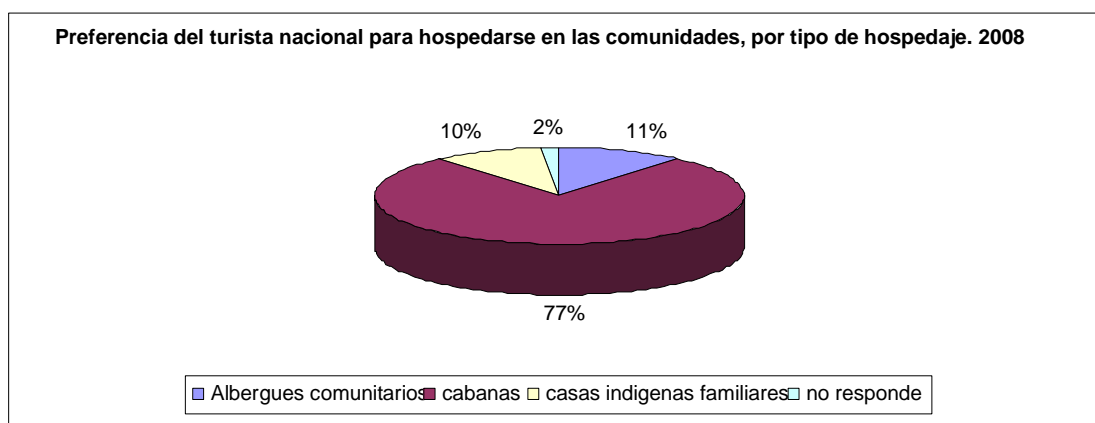
## 22.- HOSPEDAJE DENTRO DE LA PARROQUIA

**CUADRO No. 45 PREFERENCIA DEL TURISTA NACIONAL PARA HOSPEDARSE EN LAS COMUNIDADES, POR TIPO DE HOSPEDAJE Y PORCENTAJE. 2008**

TIPO DE HOSPEDAJE.	FRECUENCIA	PORCENTAJE
albergues comunitarios	40	11
Cabañas	275	77
Casas indígenas familiares	35	10
no responde	6	2
Total	356	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**GRÁFICO No. 28** Preferencia del turista nacional para hospedarse en las comunidades, por tipo de hospedaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El 44% de los turistas nacionales están dispuestos a hospedarse en cabañas, el 36% en albergues comunitarios, el 12% en casas indígenas y el 8% restante no responde.



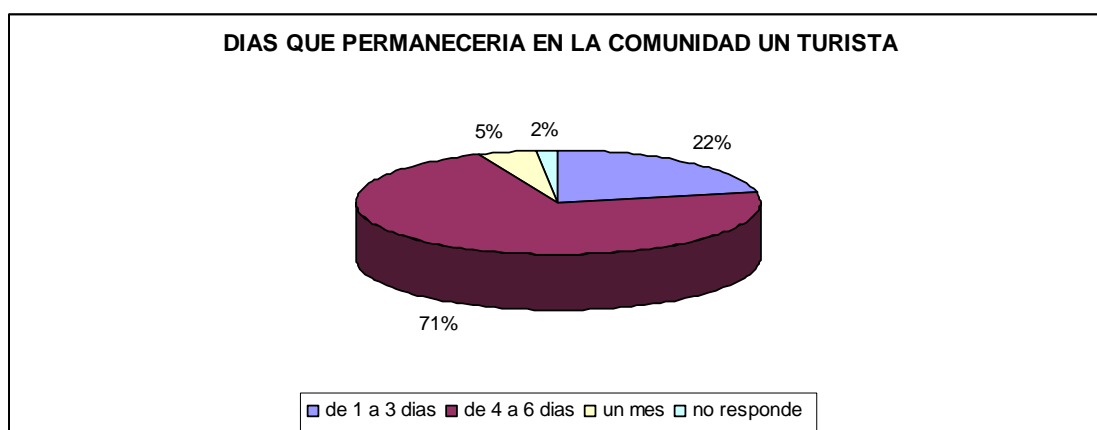
### 23.- ESTADIA DEL TURISTA

**CUADRO No. 46 ESTADÍA DEL TURISTA NACIONAL POR NÚMERO DE DÍAS Y PORCENTAJE. 2008**

PERMANECERIA CUANTOS DIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de 1 a 3 días	78	22
de 4 a 6 días	255	71
un mes	17	5
no responde	6	2
Total	356	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 29** Estadía del turista nacional, por número de días y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

255 personas que representan el 71% de los turistas nacionales estarían dispuestos a permanecer en las comunidades de 4 a 6 personas, seguido por 78 personas que representan el 22% permanecerían de 1 a 3 días, 17 personas que representan el 5% permanecerían un mes y 6 personas que representan el 2% no responde.

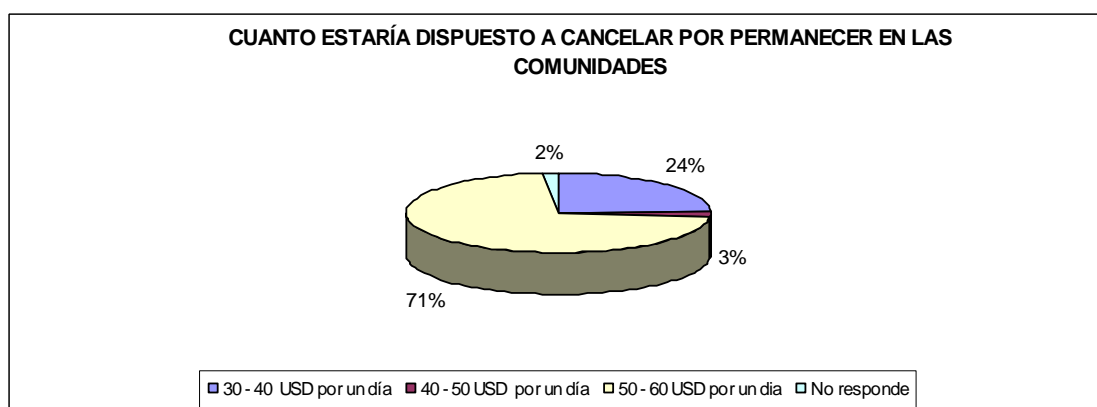
## 24.- CUANTO CANCELARIA

**CUADRO No. 47 CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR AL DÍA POR PERMANECER EN LAS COMUNIDADES, POR PORCENTAJE. 2008**

CUANTO PAGARÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 – 40 USD por un día	85	24
40 – 50 USD por un día	10	4
50 – 60 USD por un día	250	70
No responde	6	2
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 30** Cuanto estaría dispuesto a cancelar al día por permanecer en las comunidades, por porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

250 personas que representan el 70% de los turistas que participarían en turismo comunitario están dispuestas a pagar de 50 a 60 USD por día, mientras que 85 personas que representan el 24% cancelarían 30 a 40 USD, 10 personas que representan el 3% menos de 40 - 50 USD y 6 personas que representan el 2% no responde.

## ii. Turista Extranjero

Los turistas extranjeros procedentes de Europa especialmente Gran Bretaña, Holanda y Alemania, así como América del Norte, que oscilan entre 20 y 29 años de edad Y entre 50 a 60 años de edad, hombres y mujeres, que en su mayoría viajan con familia y amigos, de un nivel medio, lo recomendable sería que exista mayor promoción y publicidad especialmente internet.

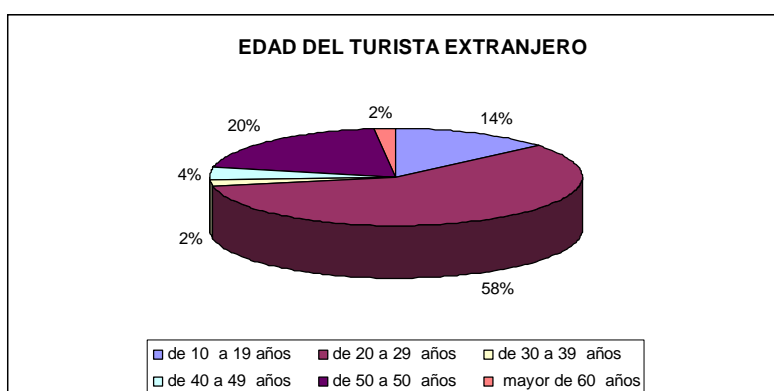
### 1.- EDAD DEL ENCUESTADO

**CUADRO No. 48 NÚMERO DE TURISTAS EXTRANJEROS ENCUESTADOS, POR EDAD Y PORCENTAJE. 2008**

EDAD DEL TURISTA EXTRANJERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de 10 a 19 años	28	14
de 20 a 29 años	116	58
de 30 a 39 años	4	2
de 40 a 49 años	8	4
de 50 a 60 años	40	20
Mayor de 60 años	4	2
Total	200	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R.



**Gráfico No. 31** Número de turistas extranjeros encuestados, por edad y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

116 Personas que representan el 58% de los turistas extranjeros están entre los 20 a 29 años, 40 personas que representan el 20% están entre los 50 a 60 años, 28 personas que representan el 14% están entre 10 a 19 años, 8 personas que representan el 4% entre 40 a 49 años, 4 personas que representan el 2% entre 30 a 39 años y otras 4 personas que representan otro 2% mayor de 60 años.

Con esta información que se obtiene dará las pautas necesarias para la elaboración de los paquetes, tomando en cuenta que actividades pueden desarrollar los turistas.

#### **CUADRO No. 49 MEDIA ARITMETICA DE LA EDAD DEL TURISTA INTERNACIONAL. 2008**

<b>RANGO (EDAD)</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>MEDIA(x)</b>	<b>F*x</b>
10 – 19	28	14.5	406
20 -29	116	24.5	2842
30 – 39	4	34.5	138
40 – 49	8	44.5	356
50 – 59	40	54.5	2180
mas de 60	4	30	120
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>		<b>6042</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

$$\bar{X} = \frac{\sum xf}{\sum f} \quad \bar{X} = \frac{6042}{200} \quad \bar{X} = 30$$

La edad promedio de los turistas nacionales que visitaran la Parroquia San Juan de Pastocalle es de 30 años sean estos hombres o mujeres.

## 2.- SEXO DEL ENCUESTADO

**CUADRO No. 50 NÚMERO DE TURISTAS EXTRANJEROS ENCUESTADOS, POR SEXO Y PORCENTEJE 2008**

SEXO DEL TURISTA EXTRANJERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hombre	108	54
Mujer	88	44
no responde	4	2
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**GRÁFICO No. 32** Número de turistas extranjeros encuestados, por sexo y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

108 Personas que representan el 54% de los turistas extranjeros son varones, 88 personas que representan el 44% son mujeres y 4 personas que representa el 2%.

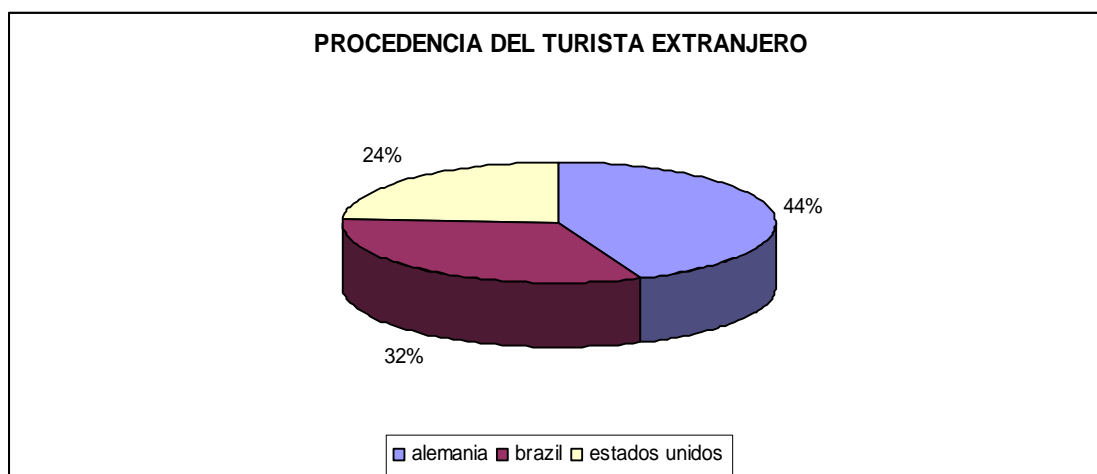
### 3.- PROCEDENCIA DEL ENCUESTADO

**CUADRO No. 51 NÚMERO DE TURISTAS EXTRANJEROS ENCUESTADOS, POR PROCEDENCIA Y PORCENTEJE. 2008**

CUAL ES SU LUGAR DE RESIDENCIA PERMANENTE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alemania	88	44
Brasil	64	32
Estados unidos	48	24
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 33** Número de turistas extranjeros encuestados, por procedencia y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayor parte de turistas extranjeros provienen de Europa de países como Holanda, Alemania y Gran Bretaña, así como de Norte América de países como Estados Unidos y Canadá.

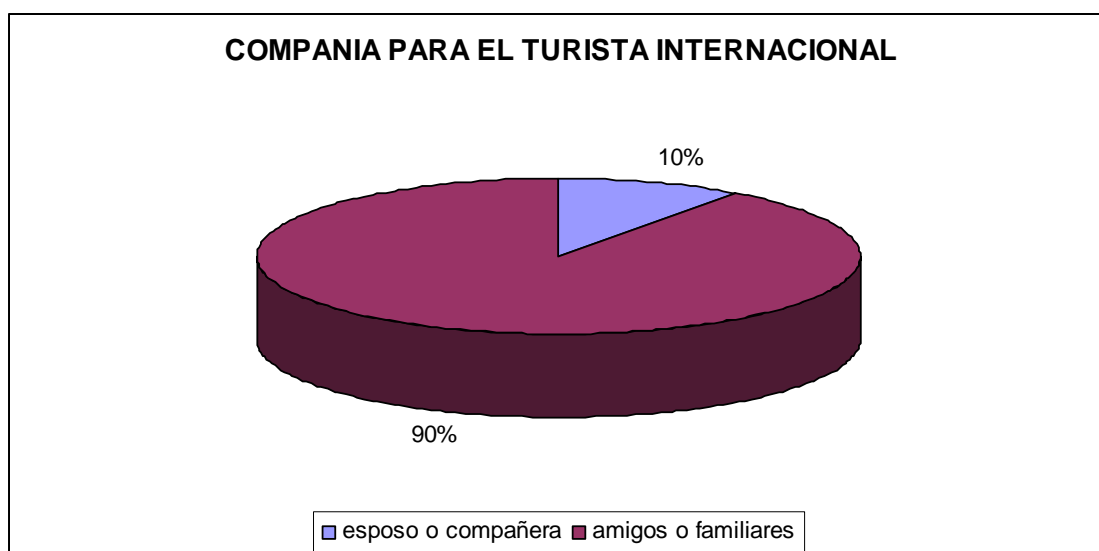
#### 4.- COMPANIA DEL TURISTA

**CUADRO No. 52 CON QUIÉN VIAJA ACOMPAÑADO EL TURISTA INTERNACIONAL. 2008**

QUIENES SON SUS ACOMPAÑANTES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Esposo o compañera	20	10
Amigos o familiares	180	90
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 34** Con quien viaja acompañado el turista internacional. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El 90% de los turistas extranjeros viajan acompañados por amigos o familiares y el 10% acompañados de su esposos o compañeros.

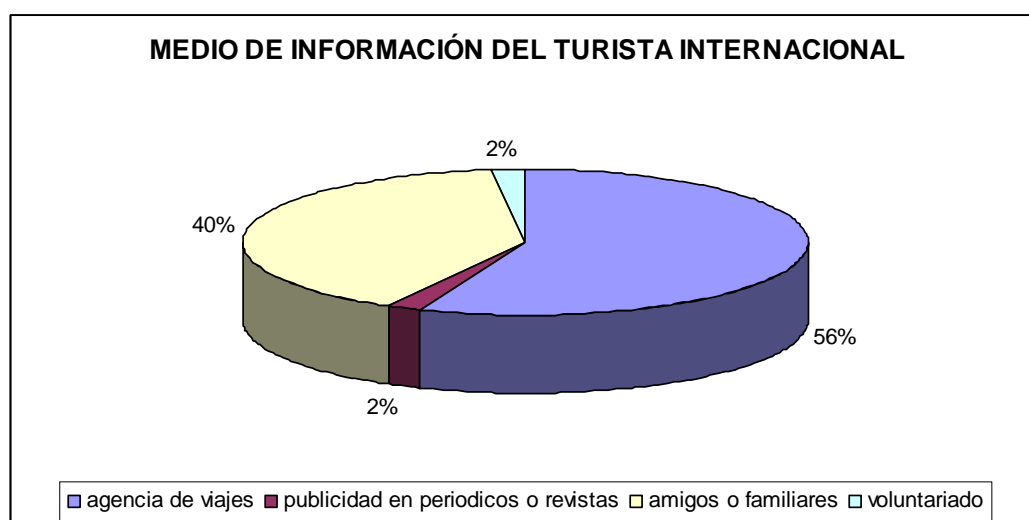
## 5.- COMO SE INFORMA EL TURISTA

**CUADRO No. 53 MEDIO POR EL CUAL EL TURISTA INTERNACIONAL SE INFORMA. 2008**

COMO TUVO LA IDEA DE REALIZAR EL VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
agencia de viajes	112	56
publicidad en periódicos o revistas	4	2
amigos o familiares	80	40
Voluntariado	4	2
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 35** Medio por el cual el turista extranjero se informa. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El 56% de los turistas internacionales se informa por medio de agencias de viajes, el 40% se informa por medio de amigos o familiares, el 2% por medio de publicidad y el 2% por voluntariado.



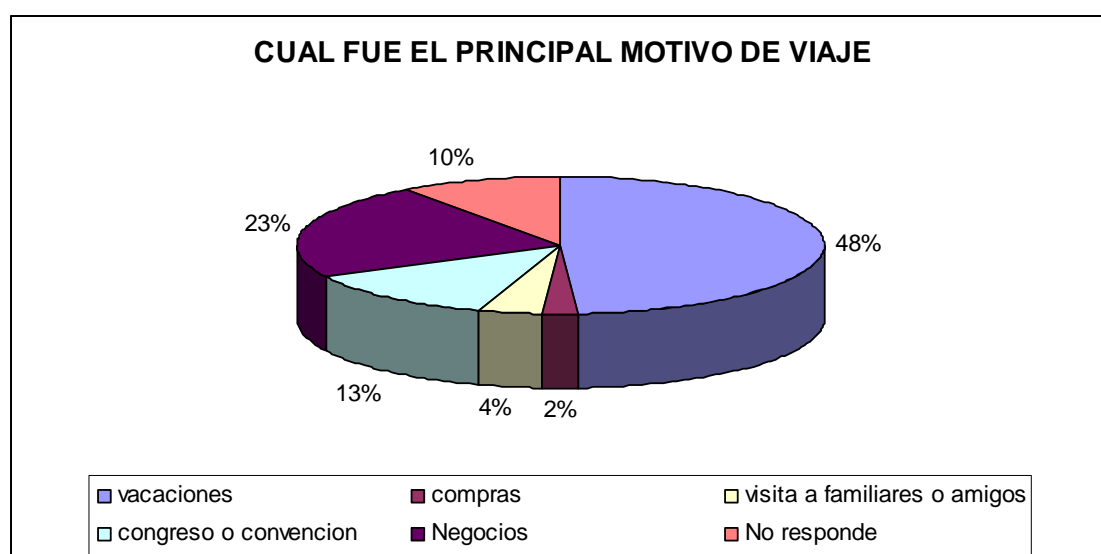
## 6.- IDEAS PARA REALIZAR EL VIAJE

**CUADRO No. 54 CUAL FUE EL PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE DEL TURISTA EXTRANJERO. 2008**

<b>CUAL FUE EL PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE DEL TURISTA EXTRANJERO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Vacaciones	98	48
Compras	4	2
Visita a familiares o amigos	8	4
Congreso o convención	25	13
Negocios	45	23
No responde	20	10
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 36** Cual Fue El Principal Motivo Del Viaje Del Turista Extranjero.

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El principal motivo de viaje del turista extranjero con 98 personas que representa el 48% lo hace en vacaciones, seguido por 45 personas con el 23% por negocios, 25 personas por convención o congreso con el 13%, 20 personas no responden con el 10% y 4 personas que lo hacen por realizar compras.

## 7.- DONDE PAGO EL CONSUMO DE SUS VACACIONES

**CUADRO No. 55 DONDE REALIZO EL PAGO DE SUS VACACIONES EL TURISTA EXTRANJERO. 2008**

<b>DONDE REALIZO EL PAGO DE SUS VACACIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Exterior	84	42
Ecuador	116	58
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 37** Donde realizo el pago de sus vacaciones el turista extranjero. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El turista extranjero con 84 personas que representan el 42% realiza el pago de sus vacaciones en su país de origen y 116 personas con el 58% que pagan sus consumos en el Ecuador.

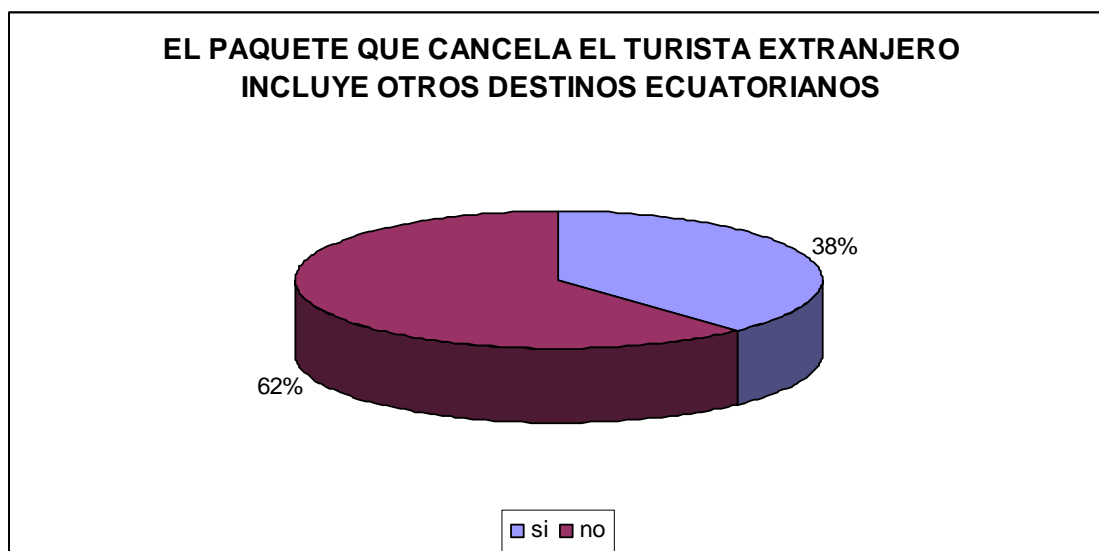
## 8.- DESTINOS TURISTICOS

### CUADRO No. 56 EL PAQUETE QUE USTED CANCELA INCLUYE OTROS DESTINOS ECUATORIANOS. 2008

EL PAQUETE QUE USTED CANCELA INCLUYE OTROS DESTINOS ECUATORIANOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	76	38
No	124	62
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 38** El Paquete Que Usted Cancela Incluye Otros Destinos Ecuatorianos

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas extranjeros con 124 personas que representan el 62% no incluyen otros destinos Ecuatorianos a más que visitar el Parque Nacional Cotopaxi y 76 personas con el 38% si poseen en sus paquetes otros destinos turísticos Ecuatorianos.

## 9.- QUE DESTINOS VISITA

### CUADRO No. 57 OTROS DESTINOS QUE USTED HAYA VISITADO O PRETENDE VISITAR EN SU ESTADIA EN EL PAIS. 2008

OTROS DESTINOS QUE USTED HAYA VISITADO O PRETENDE VISITAR EN SU ESTADIA EN EL PAIS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Costa	64	32
Sierra	28	14
Oriente	68	34
Galápagos	40	20
Total	200	100

Fuente: Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 39** Otros destinos que usted haya visitado o pretende visitar en su estadía en el país.

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas extranjeros con 68 personas que representan el 34% prefieren visitar o visitado ya el Oriente, 64 personas con 32% la Costa, 40 personas con 20% Galápagos y 28 personas con el 14% la Sierra.

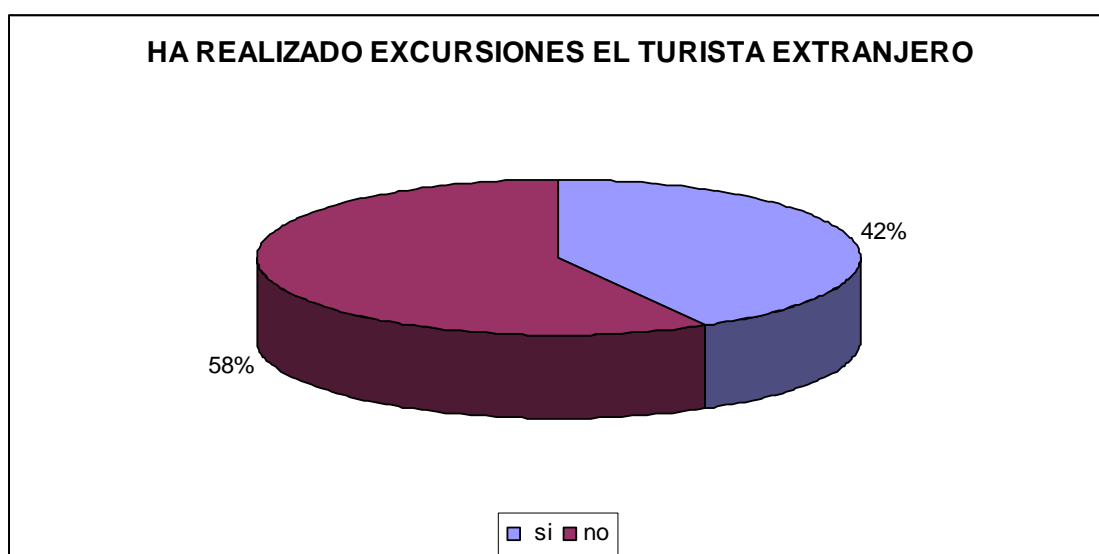
## 10.- EXCURSIONES

**CUADRO No. 58 HA REALIZADO EXCURSIONES EL TURISTA EXTRANJERO. 2008**

HA REALIZADO EXCURSIONES EL TURISTA EXTRANJERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	84	42
No	116	58
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 40** Ha realizado excursiones el turista extranjero

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas extranjeros con 116 personas que representan el 58% no han realizado excursiones y 84 personas con 42% si lo han hecho.

## 11- COMO REALIZA LAS EXCURSIONES

**CUADRO No. 59 COMO EFECTUO EL TURISTA EXTRANJERO LAS EXCURSIONES. 2008**

<b>COMO EFECTUO EL TURISTA EXTRANJERO LAS EXCURSIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
En grupo organizado por una agencia	100	50
Alquilando carro	4	2
Por su cuenta	58	29
Con la ayuda de un guía	38	19
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 41** Como efectuó el turista extranjero las excursiones

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas extranjeros con 100 personas prefiere realizar las excursiones en grupo organizado por medio de una agencia de viajes con el 50%, 58 personas por su cuenta con el 29%, 38 personas con la ayuda de un guía con el 19%, 4 personas prefieren alquilar carro con el 2%

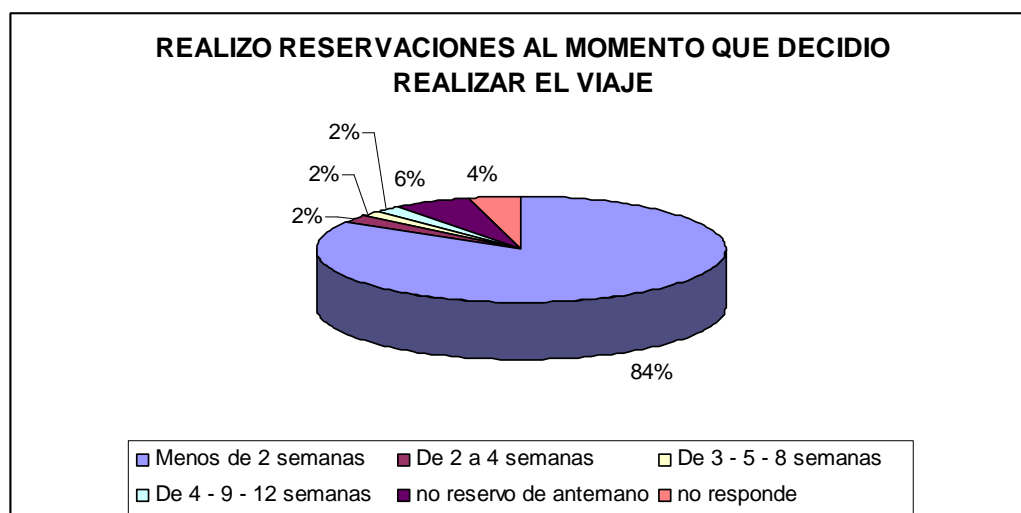
## 12.- RESERVACIONES

**CUADRO No. 60 REALIZO RESERVACIONES AL MOMENTO QUE DECIDIO REALIZAR EL VIAJE. 2008**

<b>REALIZO RESERVACIONES AL MOMENTO QUE DECIDIO REALIZAR EL VIAJE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Menos de 2 semanas	164	84
De 2 a 4 semanas	4	2
De 3 - 5 - 8 semanas	4	2
De 4 - 9 - 12 semanas	4	2
no reservo de antemano	12	6
No responde	8	4
<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Gráfico No. 42** Realizó reservas al momento que decidió realizar el viaje

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas extranjeros con 164 personas a realizado reservas con el 84%, de 2 a 4 semanas con 4 personas con el 2%, de 3 a 5 semanas de anticipación con 4 personas con el 2%, de 4 – 9 – 12 semanas de anticipación con 4 personas con el 2%, no reservaron de antemano 12 personas con el 6% y finalmente 8 personas con el 4% no responden.

### 13.- NUMERO DE VISITAS

**CUADRO No. 61 ES SU PRIMERA VISITA AL PAIS. 2008**

ES SU PRIMERA VISITA AL PAIS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	120	60
No	80	40
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Gráfico No. 43** Su primera visita al país

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

La mayoría de los turistas extranjeros con 120 personas si visitan el País por primera ocasión con el 60%, 80 personas visitan el País por mas de una ocasión con el 40%.

## 14.- EDUCACION

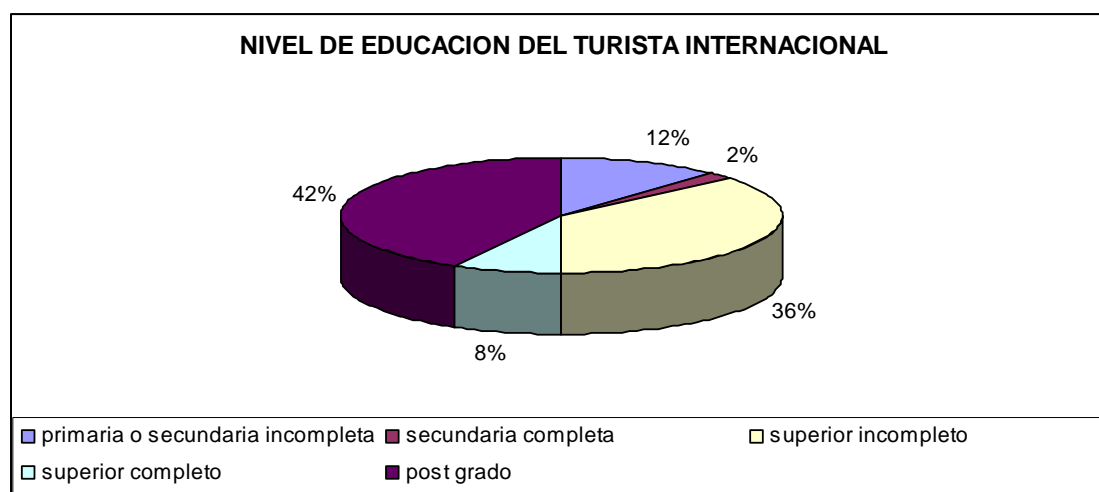


**CUADRO No. 62 NÚMERO DE TURISTAS EXTRANJEROS ENCUESTADOS, POR NIVEL DE EDUCACIÓN. 2008**

NIVEL DE EDUCACION FORMAL DEL ENTREVISTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
primaria o secundaria incompleta	24	12
secundaria completa	4	2
superior incompleto	72	36
superior completo	16	8
post grado	84	42
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 44** Número de turistas extranjeros encuestados, por nivel de educación y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El 42% de los turistas internacionales poseen un Post Grado, el 36% un superior incompleto, el 12% entre primaria y secundaria, el 8% superior completo y el 2% secundaria completa.

## 15.- REALIZARIA TURISMO COMUNITARIO

**CUADRO No. 63 INCLINACIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS POR REALIZAR TURISMO COMUNITARIO, POR PORCENTAJE. 2008**

<b>TURISMO COMUNITARIO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	92	46
No	108	54
Total	200	100

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 45** Inclinación de los turistas extranjeros por realizar turismo comunitario, por porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El 54% de los turistas extranjeros no participarían en turismo comunitario, el 46% si lo harían.

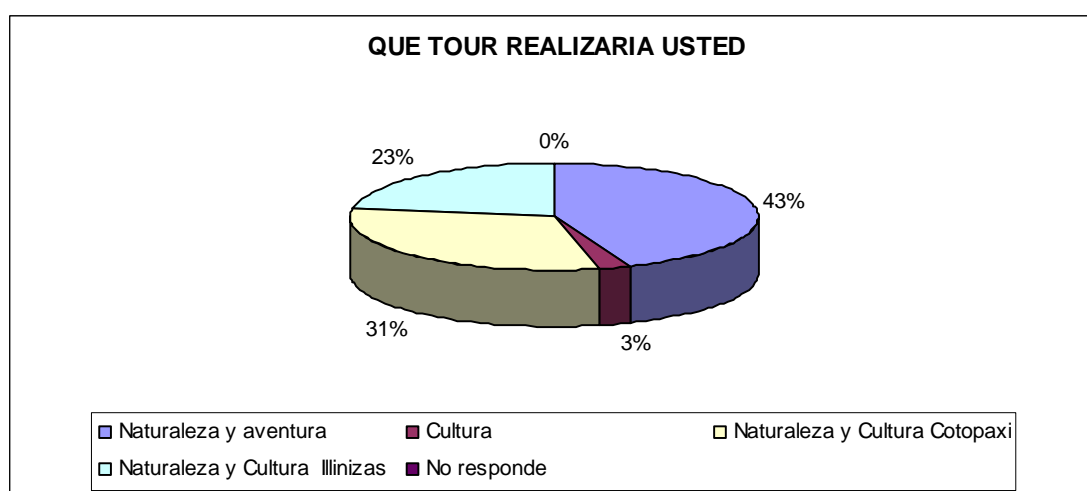
**16.- PREFERENCIA POR PARTICIPAR EN TOURS COMUNITARIOS**

**CUADRO No. 64 INCLINACIÓN DEL TURISTA EXTRANJERO EN LA PREFERENCIA A PRACTICAR TOURS COMUNITARIOS, POR PORCENTAJE. 2008**

QUE TIPO DE TOUR PREFIERE REALIZAR UD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Naturaleza y aventura	88	43
Cultura	5	3
Naturaleza y Cultura Cotopaxi	62	31
Naturaleza y Cultura Illinizas	45	23
No responde	0	0
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 46** Inclinación del turista extranjero para participar de actividades Comunitarias, por porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

De las 200 turistas extranjeros 88 de ellos prefieren Naturaleza y aventura que representan el 43%, 62 de ellas Naturaleza y Cultura Cotopaxi con el 31%, 45 con Naturaleza y Cultura Illinizas con el 23%, cultura con 5 personas con el 3%.

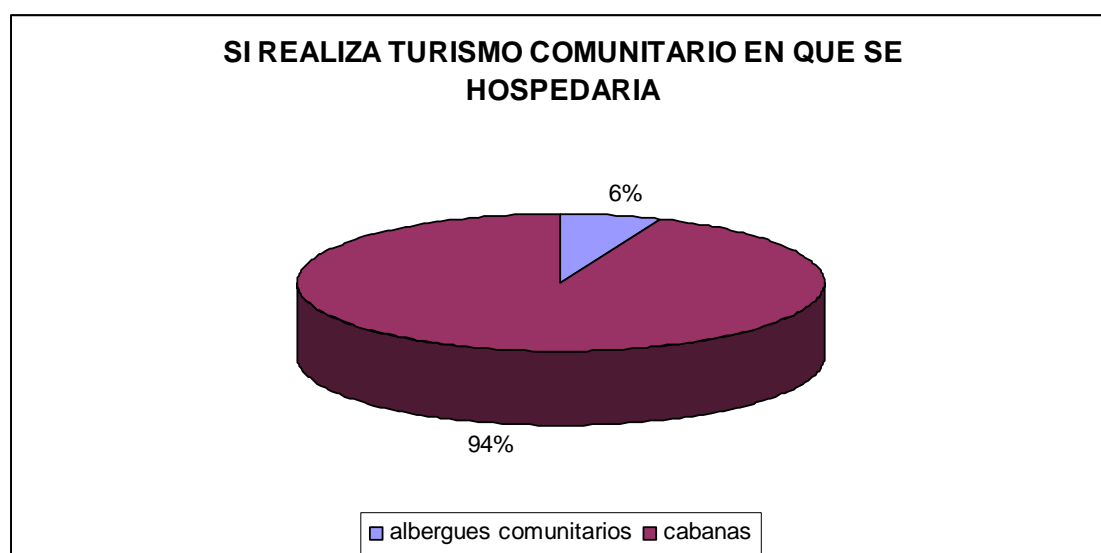
## 17.- HOSPEDAJE DENTRO DE LA PARROQUIA

**CUADRO No. 65 PREFERENCIA DEL TURISTA EXTRANJERO PARA HOSPEDARSE EN LAS COMUNIDADES, POR TIPO DE HOSPEDAJE Y PORCENTAJE. 2008**

<b>AGRADA LA IDEA DE HOSPEDARSE EN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
albergues comunitarios	12	6
Cabañas	188	94
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 47** Preferencia de turista extranjero para hospedarse en las comunidades, por tipo de hospedaje y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El 94% de los turistas internacionales prefieren hospedarse en cabañas y un 6% en albergues comunitarios.

## 18.- ESTADIA DEL TURISTA

**CUADRO No. 66 ESTADÍA DEL TURISTA EXTRANJERO POR NÚMERO DE DÍAS Y PORCENTAJE. 2008**

<b>CUANTOS DIAS ESTARIA DISPUESTO A PASAR</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
de 1 a 2 días	108	54
de 3 a 5 días	92	46
Total	200	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 48** Estadía del turista extranjero por número de días y porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El 54% de los turistas internacionales permanecerían entre 1 a 2 días, el 46% permanecerían entre 3 a 5 días.

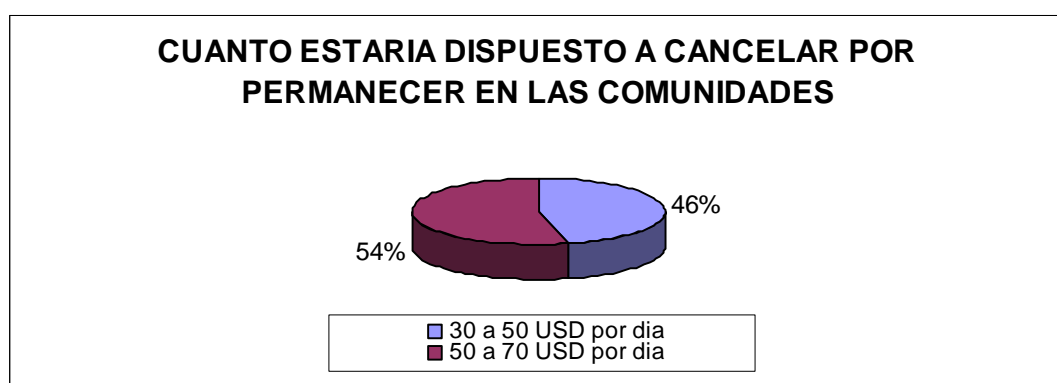
**19.- CUANTO CANCELARIA**

**CUADRO No. 67 CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR AL DÍA POR PERMANECER EN LAS COMUNIDADES, POR PORCENTAJE. 2008**

CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 a 50 USD por día	92	46
50 a 70 USD por día	108	54
Total	200	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas, resultados obtenidos en el programa SPSS

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**Gráfico No. 49** Cuánto estaría dispuesto a cancelar al día por permanecer en las comunidades, por porcentaje. 2008

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El 54% de los turistas internacionales cancelaría de 50 a 70 USD por día, el 46% restante cancelaría 30 a 50 USD por día.

## **I. Perfil de los consumidores**

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas se identificó el perfil de los turistas que visitaran las Parroquia San Juan de Pastocalle, detallando a continuación:

### **i. Turista Nacional**

- El turista interno proviene principalmente de las provincias de Cotopaxi, Pichincha, Tungurahua, Guayas y Riobamba el rango de edad está representado un promedio de 21 años sean estos hombres o mujeres de estado civil solteros o casados con un nivel de educación superior con ingresos mensuales de 200 en adelante.
- Los viajes que realiza el turista nacional son una vez al año acompañado generalmente por su familia, los principales medios de comunicación son el Internet, medios de comunicación y amigos con un 80%.
- El turista nacional posee interés por visitar áreas naturales/ parques/ reservas en un 52%, de los cuales en un 38% obtienen información turística buscando lugares de distracción colocando como opción la práctica de turismo comunitario que se encuentre relacionado con la naturaleza y junto con ello la cultura con un 36% de aceptación. El tiempo de permanencia en la parroquia es de dos días y una noche prefiriendo el alojamiento en cabañas típicas o pernoctar la noche a las faldas de los Illinizas en carpas con un consumo de \$ 60.00 diarios en adelante que representa el (70%).

### **ii Turista Internacional**

- Los turistas extranjeros que visitan el país provienen principalmente del continente Europeo siendo en su mayoría de Alemania, Inglaterra, Holanda, Francia, turistas sud americanos de Brasil y Estados Unidos, la edad comprende entre los 30 años entre hombres y mujeres, la mayoría de ellos solteros y profesionales.

- La mayoría de los turistas extranjeros viajan con amigos y familiares en un 90%, este grupo de visitantes obtiene información sobre lugares turísticos mediante el Internet, guías de turismo y agencias de viajes.
- El 42% de los turistas extranjeros gustan de las excursiones y el interés por conocer más de la cultura y paisajes andinos, interesados en practicar turismo comunitario con preferencia a conocer la naturaleza y cultura y estar dispuestos a pernoctar la noche dentro de la parroquia San Juan de Pastocalle, el alojamiento de preferencia en cabañas o camping a las faldas de los Illinizas, con un gasto promedio de \$ 50.00 a \$ 70.00 diarios.

## **2. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

### **a. Oferta de la Parroquia San Juan de Pastocalle**

#### **1) Atractivos Turísticos**

La Parroquia San Juan de Pastocalle cuenta con recursos naturales definidos como Los Illinizas, aguas termales, páramo los Illinizas, bosque de polylepis, nevado Cotopaxi, con relación a los atractivos culturales uno de sus componentes mas sobresalientes es la sabiduría de su gente.

San Juan de Pastocalle trabajó poco tiempo dentro del mercado turístico, actualmente no se encuentran dentro del mercado turístico pues tubo que cesar sus actividades en el año 2006. Hoy se encuentra con miras a ofertar nuevos productos turísticos tomando como aliado tanto a los recursos naturales y culturales y sobre todo esta nueva oferta tomara en cuenta el resultado del estudio de mercado.



## **2) Servicios Turísticos que ofertaba San Juan de Pastocalle**

### **a) Infraestructura, facilidades y equipamiento que existía en la Parroquia San Juan de Pastocalle.**

A continuación se detalla cada uno de los servicios que la Parroquia ofertaba.

- **Guianza:** Con guías naturalistas hacia los Illinizas, nevado Cotopaxi, aguas termales, páramo los Illinizas, laguna de los patos, visita a las comunidades.

- **Alimentación:** oferta de platos típicos como papas con cuy, locro de gallina, morochos, habas con choclo y queso.

- **Alojamiento:** La localidad ofrecía hospedaje en casas familiares.

### **b) Oferta turística complementaria**

La parroquia San Juan de Pastocalle se encuentra ubicada a 15 minutos de la ciudad de Latacunga, razón por la cual se ha tomado en cuenta la oferta que posee esta ciudad y la ciudad de Quito por poseer el mayor número de ingresos de turistas Internacionales.

**CUADRO No. 68 IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS Y OPERADORAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI QUE PRACTICAN OTRO TIPO DE TURISMO Y QUE SE ENCUENTRAN INTERESADOS EN PRACTICAR TURISMO COMUNITARIO.**

CIUDAD: LATACUNGA

NOMBRE DE LA AGENCIA	PROVINCIA	CLIENTES (AÑO)	PRECIO	PUBLICIDAD	DIRECCION	CATEGORIA
DELGADO TRAVEL	COTOPAXI	1200 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	2 DE MAYO Y JUAN ABEL ECHEVERRIA	INTERNACIONAL
ESTAMBUL TOURS	COTOPAXI	480 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	BELISARIO QUEVEDO 6-44 Y P. SALCEDO	OPERADORA
EXPEDIT VOLCANO ROUTE	COTOPAXI	960 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	QUITO 454 Y PADRE SALCEDO	OPERADORA
METROPOLITAN TOURING	COTOPAXI	1500 PAX	DE 80 A 100 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	GUAYAQUIL 526 Y QUITO	INTERNACIONAL
NEIGES	COTOPAXI	960 PAX	DE 50 A 70 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	GUAYAQUIL Y BELIZARIO QUEVEDO	OPERADORA
RINALLACTA	COTOPAXI	450 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	GUAYAQUIL QUITO	OPERADORA
SEITUR	COTOPAXI	735 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	S. ORELLANA 7093 Y G. MALDONADO	INTERNACIONAL
SELVA NIEVE EXPEDICIONES	COTOPAXI	960 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	PADRE SACEDO	OPERADORA
SUMACÑAN EXPEDICIONES	COTOPAXI	550 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	GUAYAQUIL S/N Y 2 DE MAYO	OPERADORA
TOBAR EXPEDITIONS	COTOPAXI	440 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	GUAYAQUIL 538 Y QUITO	OPERADORA
TOTAL		<b>8235 PAX</b>				

ELABORACION: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

Como se puede apreciar en los gráficos número 29 el 80 % de las agencias de la ciudad de Latacunga si trabajarían en turismo comunitario y el 20% de ellas no lo haría.

**CUADRO No. 69 IDENTIFICACIÓN DE AGENCIAS Y OPERADORAS DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA QUE PRACTICAN OTRO TIPO DE TURISMO Y QUE SE ENCUENTRAN INTERESADOS EN PRACTICAR TURISMO COMUNITARIO.**

**CIUDAD: QUITO**

NOMBRE DE LA AGENCIA	PROVINCIA	CLIENTES (AÑO)	PRECIO	PUBLICIDAD	DIRECCION	CATEGORIA
ANTARTICWEYS	PICHINCHA	1200 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AMAZONAS N26-179 Y ORELLANA EDIFICIO TORRE ALBA 2 PISO OF208	AGENCIA
ASTORGAL	PICHINCHA	480 PAX	DE 55 A 60 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. REPUBLICA DEL SALVADOR N36-24 Y SUECIA	AGENCIA
BSK	PICHINCHA	960 PAX	DE 65 A 70 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	JUAN SEVERINO E6-160 Y ANTONIO NAVARRO	AGENCIA
CONSORCIO TURISTICO TRAVEL OPP	PICHINCHA	1500 PAX	DE 80 A 100 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	GENERAL ROCA N33-73 Y BOSMEDIANO	AGENCIA
COSMOSERVICE	PICHINCHA	960 PAX	DE 55 A 70 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	PORTUGAL 448 Y CATALINA ALDAZ EDIF. VITERI	AGENCIA
CRUVIATUR	PICHINCHA	450 PAX	DE 55 A75 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. AMAZONAS E4-75 Y JORGE WASHINGTON 5TO. PISO	AGENCIA
DESTINOS TRAVEL	PICHINCHA	735 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. 12 DE OCTUBRE 24-562 Y CORDERO EDIF. WTC TORRE B OF. 808	AGENCIA
DIMACQUA	PICHINCHA	960 PAX	DE 125 A 150 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	REPUBLICA DE EL SALVADOR N34-399 E IRLANDA EDIF. ROSANIA	AGENCIA
ECUAUNIVERSAL	PICHINCHA	550 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	DIEGO DE ALMAGRO N29-54 Y PRADERA	AGENCIA
ENTRE PALMERAS Y AROMAS TOURS PALTOURS	PICHINCHA	440 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	PARIS 43-95 Y VICTOR HUGO – JIPIJAPA	AGENCIA
EUROLATINA	PICHINCHA	1200 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	ROCA E6-09 Y REINA VICTORIA P.B. LOC.1	OPERADORA
EXPEDITIONREPS	PICHINCHA	1200 PAX	DE 55 A 60 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	ALEMANIA E3-57 Y GUYANAS	OPERADORA
FINE WORLD	PICHINCHA	980 PAX	DE 65 A 70 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	ITALIA N32-10 Y MARIANA DE JESUS	OPERADORA
GALAODYSSEY	PICHINCHA	450 PAX	DE 80 A 100 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. AMAZONAS N24-034 Y WILSON	OPERADORA
GENERAL SERVICE ASSOCIATION GSA	PICHINCHA	530 PAX	DE 55 A 70 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. 12 DE OCTUBRE N24-562 Y CORDERO EDIF. WORLD TRADE CENTER	OPERADORA
GESALMA	PICHINCHA	845 PAX	DE 55 A75 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. DE LOS SHYRIS 760 Y REPUBLICA DEL SALVADOR EDIFICIO TAPIA PLANTA BAJA	OPERADORA
GOTOUR	PICHINCHA	336 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	TOSAGUA S19-373 Y PICOAZA - ARGELIA BAJA	AGRENCIA
GRUPO MUNDO	PICHINCHA	384 PAX	DE 125 A 150 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	JUAN LEON MERA 1574 Y PINTA EDIFICIO OPLADEM 4TO PISO	AGRENCIA
IBEROSOL	PICHINCHA	432 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. COLON 720 Y DIEGO DE ALMAGRO P.B.	AGRENCIA
JETWORLD	PICHINCHA	960 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	IRLANDA E10-16 Y REPUBLICA DEL	AGRENCIA

					SALVADOR EDIF. SIGLO XXI	
KEMTOURS	PICHINCHA	576 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	C.C. MULTICENTRO PB L-6	AGRENCIA
KT NOVA MAYORISTA DE TURISMO	PICHINCHA	816 PAX	DE 55 A 60 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. REPUBLICA OE6-447 Y AV. ELOY ALFARO	OPERADORA
LIKE US TURIST REPRESENTACIONES	PICHINCHA	912 PAX	DE 65 A 70 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	a.C. UNICORNIO L-324	OPERADORA
MARINA REPS	PICHINCHA	720 PAX	DE 80 A 100 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	EL ESPECTADOR E8-13 Y AV. DE LOS SHYRIS	AGRENCIA
MAYORTUR	PICHINCHA	1200 PAX	DE 55 A 70 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. DE LOS SHYRIS 760 Y REPUBLICA DEL SALVADOR EDIFICIO TAPIA PLANTA BAJA	AGRENCIA
METROPOLITAN TOURING	PICHINCHA	1248 PAX	DE 55 A75 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. AMAZONAS N20-51 Y 18 DE SEPTIEMBRE	OPERADORA
METROTRANSPORTES	PICHINCHA	920 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. DE LOS SHYRIS N34-432 Y PORTUGAL EDIFICIO TAMAYO MEZANINE 1 Y 2	OPERADORA
PROVITUR	PICHINCHA	980 PAX	DE 125 A 150 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. GONZALEZ SUAREZ N27-317 Y SAN IGNACIO EDIF. DELTA PISO 7	AGRENCIA
REPRESENTACIONES IRIGOYEN VEGA	PICHINCHA	450 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	FRANCISCO PIZARRO E4-125 Y SANTA MARÍA	AGRENCIA
REPRESENTACIONES PGV TRAVEL	PICHINCHA	530 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	ISLA FLOREANA OE 8-129 Y AV. SHYRIS	AGRENCIA
REVELTRAVEL	PICHINCHA	845 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	CORDERO 1204 Y JUAN LEON MERA	AGRENCIA
SOL & LUNA	PICHINCHA	336 PAX	DE 55 A 60 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. SHYRIS N41 - 151 E ISLA FLOREANA EDIFICIO AXIOS	AGRENCIA
SOL Y SON REPRESENTACIONES TUR	PICHINCHA	384 PAX	DE 65 A 70 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	PORTUGAL 448 Y CATALINA ALDAZ, EDIF. VITERI	AGRENCIA
STATUSTRAVEL TOURS	PICHINCHA	432 PAX	DE 80 A 100 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	IÑAQUITO 1261 Y NN.UU. EDIF. COMANDATO TORRE IÑAQUITO	AGRENCIA
STTRAVEL	PICHINCHA	960 PAX	DE 55 A 70 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. 12 DE OCTUBRE Y CORDERO EDF. WORLD TRADE CENTER TORRE B OFIC. 208	AGRENCIA
TERRAMARES	PICHINCHA	576 PAX	DE 55 A75 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. AMAZONAS N22-59 Y RAMIREZ DAVALOS MZZ.	AGRENCIA
TREKECUADOR	PICHINCHA	816 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. DE LOS SHYRIS N40-110 E ISLA FLOREANA 5TO, PISO	OPERADORA
UNIVERSAL WHOLESASALER OF TRIP PCH	PICHINCHA	912 PAX	DE 125 A 150 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. AMAZONAS 884 Y WILSON	OPERADORA
VACACIONES BARCELO	PICHINCHA	720 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	EL ZURIAGO E8-29 Y AV. LOS SHYRIS, EDIF. GINEBRA PB	
VANGUARDIATUR	PICHINCHA	1200 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. AMERICA N34-503 Y HERNANDEZ DE GIRON EDIF. LEON OFC. 1	AGRENCIA
VIAJE HOY	PICHINCHA	816 PAX	DE 45 A 50 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	REPUBLICA E5-48 Y ALEMANIA	AGRENCIA
VIAMERICA	PICHINCHA	912 PAX	DE 55 A 60 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. REPUBLICA DE EL SALVADOR N35-146 Y PORTUGAL EDIF. PRISMA NORTE 3ER PISO OFICINA 34	AGRENCIA
VIAMERIDIAN	PICHINCHA	720 PAX	DE 65 A 70 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	REPUBLICA 700 Y PRADERA - LA CAROLINA	AGRENCIA
VISITMUNDO & REPRESENTACIONES	PICHINCHA	920 PAX	DE 80 A 100 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	SOLANO E6-08 Y PEDRO MONCAYO	OPERADORA
VOYAGER FLY MAYORISTA DE	PICHINCHA	864 PAX	DE 55 A 70 USD POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	GONZALO SERRANO N37-13 Y JOSE CORREA	AGRENCIA

TURISMO						
XPLORAMUNDO MAYORISTA DE TURISMO	PICHINCHA	920 PAX	DE 55 A75 USD. POR PAX	FOLLETERÍA INTERNET	AV. AMAZONAS N47-64 Y GASPAR DE VILLAROEEL EDF. REINOSO PISO 5 OFC. 501	OPERADORA
TOTAL		<b>43.311 PAX</b>				

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

El 76% de las agencias de la ciudad de Quito no se encuentran interesados en practicar turismo comunitario, a continuación se detalla las mismas: ANTARTICWEYS, ASTORGAL, CONSORCIO TURISTICO TRAVEL OPP, COSMOSERVICE, CRUVIATUR, DESTINOS TRAVEL, DIMACQUA, ECUAUNIVERSAL, ENTRE PALMERAS Y AROMAS TOURS PALTOURS, EXPEDITIONREPS, GALAODYSEY, GENERAL SERVICE ASSOCIATION GSA, GESALMA, JETWORLD, KEMTOURS, KT NOVA MAYORISTA DE TURISMO, LIKE US TURIST REPRESENTAICONES, MARINA REPS, MAYORTUR, METROPOLITAN TOURING, METROTRANSPORTES, PROVITUR, REPRESENTACIONES IRIGOYEN VEGA, SOL & LUNA, SOL Y SON REPRESENTACIONES TUR, STTRAVEL, TERRAMARES, TREKECUADOR, UNIVERSAL WHOLESASALER OF TRIP PCH, VACACIONES BARCELO, VANGUARDIATUR, VIAJE HOY, VIAMERICA, VIAMERIDIAN,

El 24% de las agencias de la ciudad de Quito se encuentran interesados en practicar turismo comunitario, tal como se puede apreciar en el grafico numero 30.

### **3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

#### **a) Oferta - Identificación de los competidores**

El área de acción del proyecto de la parroquia San Juan de Pastocalle no cuenta con una infraestructura turística básica.

A continuación se sistematiza la oferta complementaria de las provincias de Chimborazo (Casa Cóndor, Ucasaj, Razuñan, Guargualla, Achik ñan, Quilla Pacari.), Pichincha (Yunguilla, Ilalo), Cotopaxi (Laguna del Quilotoa), Tungurahua (Patuloma), Bolívar (Salinas de Guaranda). Se ha tomado en cuenta aquellos establecimientos que prestan servicios turísticos comunitarios con mayor tiempo en el mercado y su cercanía con la Parroquia San Juan de Pastocalle.

#### **1) Detalle de los competidores**

##### **a) Organización de turismo comunitario de la Provincia de Cotopaxi**

**Nombre:** Laguna del Quilotoa

##### **Características Generales:**

**Ubicación:** Localizado en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Pujilí, Parroquia de Zumbahua, Comunidad Ponce Quilotoa, entre las parroquias: Zumbahua, Chugchilan, y Guangaje; forma parte de la Reserva Ecológica Los Ilinizas.

**CUADRO No. 70 SERVICIOS QUE OFRECE EL CENTRO ARTESANAL QUILOTOA**

SERVICIOS	No.	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alojamiento	6	Hostal	121 pax	Habitaciones con baño privado, agua caliente, incluye desayuno.	\$ 5.00 a \$15.00 por pax
Alimentación	1	Restaurante	60 pax	Restaurante de lujo con variedad de platos para elegir	\$ 3.00 a \$ 25.00 por plato
Alquiler	12	Animales de carga	12 pax	Alquiler de burros para transportar equipaje hacia la playa de la laguna	\$ 5.00 por alquiler
Kayak	6	Botes	6 pax	Alquiler de kayak para navegar en la laguna por 30 minutos	\$ 5.00 por 30 minutos
Artesanías				Venta de artesanías como caretas, Cuadros	\$ 3.00 - \$ 20.00
Comercialización	Pagina Web. Folleteria y convenios con agencias y operadoras de turismo				
Demanda	Turismo Nacional e Internacional				

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**b) Organización de turismo comunitario de la Provincia de Pichincha**

**Nombre:** Ilaló

**Características Generales:**

**Ubicación:** Localizado en la Provincia de Pichincha.

**CUADRO No. 71 SERVICIOS QUE OFRECE ILALO**

SERVICIOS	No.	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alimentación	1	Restaurante		Venta de comida típica	\$ 3.00
Guianza		Turistas	1 – 9 pax	Nacional o Extranjero	\$ 15.00
Paquetes					
Comercialización	Folletería e Internet				
Demanda	Mercado nacional e internacional				

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Nombre:** Yunguilla

**Características Generales:**

**Ubicación:** Localizado en la Provincia de Pichincha.

**CUADRO No 72. SERVICIOS QUE OFRECE YUNGUILLA**

SERVICIOS	No.	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alimentación	1	Restaurante		Venta de comida típica	\$ 3.00
Guianza		Turistas	1 – 9 pax	Nacional o Extranjero	\$ 15.00
Paquetes					
Comercialización	Folletería e Internet				
Demanda	Mercado nacional e internacional				

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**c) Organización de turismo comunitario de la Provincia de Chimborazo**

**Nombre:** Operación de Turismo Comunitario “ACHIK ÑAN”

**Características Generales:**

**Ubicación:** Provincia de Chimborazo. Cantón Riobamba, Parroquia San Juan, Comunidad Chimborazo

**CUADRO No. 73. SERVICIOS QUE OFRECE ACHIK ÑAN”**

SERVICIOS	No.	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alojamiento	5 1	Cabañas Suite	46 pax	Construcción mixta (ladrillo y madera)	\$ 7.00 por pax
Alimentación y bebidas	1	Restaurante	70 pax	Ofrecen desayunos, almuerzos y cenas	\$ 2,60 por pax
Guianza	1	Turista	1 - 9 pax	Nacional y Extranjero	\$ 20.00
Paquetes	4	- Aire Andino -Whimper -Curiquingue -Chuquiragua	3 días 3 días 2 días 2 días	Cada paquete incluye alojamiento, guianza y alimentación	\$ 101.92 \$ 159.25 \$ 34.58 \$ 20.03
Comercialización	Pagina Web. <a href="http://www.chimborzoadventure.com">www.chimborzoadventure.com</a>				
Demanda	Turismo Nacional e Internacional				

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Nombre:** Operación de Turismo Comunitario “CASA CONDOR”

**Características Generales:**

**Ubicación:** Provincia de Chimborazo. Cantón Riobamba, Comunidad Pulinguí San Pablo en las faldas del Chimborazo.

**CUADRO No 74. SERVICIOS QUE OFRECE “CASA CONDOR”**

SERVICIOS	No .	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alojamiento	2 1	Cabañas pequeñas Cabaña grande	34 pax	Construcción mixta (cemento, asbesto, paja, madera)	\$ 8.00 por pax
Alimentación y bebidas	El turista es responsable de preparar su alimento cada cabaña posee una cocina.				\$ 4.00 pax
Guianza	1	Turista	1 - 9 pax	Nacional y Extranjero	\$ 25.00
Paquetes	2	- Excursión al templo Machay - Excursión al Bosque de Polylepis	2 días	Los paquetes se desarrollan un día a caballo y caminata	\$ 60.00
Comercialización	Pagina Web. <a href="http://www.redingdigena.net/wamanway">www.redingdigena.net/wamanway</a> , contacto con revistas internacionales que difunden sus productos, trípticos				
Demanda	Turismo Nacional e Internacional				

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Nombre:** Operación de Turismo Comunitario "RAZU NAN"

**Características Generales:**

**Ubicación:** Provincia de Chimborazo. Cantón Guano, Comunidad Pulinguí Centro.

**CUADRO No 75. SERVICIOS QUE OFRECE "RAZU NAN"**

SERVICIOS	No	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alojamiento	5	Habitaciones	25 pax	Construcción mixta (cemento, bloque y eternit)	\$ 8.00 por pax
Alimentación y bebidas	1	Comedor amplio	32 pax	Desayuno, Almuerzo y Cena	\$ 4.00 pax
Guianza	1	Turista	1 - 9 pax	Nacional y Extranjero	\$ 25.00
Paquetes	2	- Hieleros del Chimborazo	2 días	Los paquetes se desarrollan un día a caballo y caminata	\$ 70.00 a \$ 120.00
Comercialización	A través de la Operadora Puruha Razurku				
Demanda	Turismo Nacional e Internacional				

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Nombre:** Operación de Turismo Comunitario "QUILLA PACARI"

**Características Generales:**

**Ubicación:** Provincia de Chimborazo. Cantón Riobamba, Parroquia Calpí, Comunidad San Francisco de Cununguachay.

**CUADRO No. 76. SERVICIOS QUE OFRECE "QUILLA PACARI"**

SERVICIOS	No	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alojamiento	3	Habitaciones	14 pax	Construcción de dos plantas bloque y cemento	\$ 6.00 por pax
Alimentación y bebidas	1	Comedor amplio		Desayuno, Almuerzo y Cena	\$ 2.50 - \$ 3.00
Guianza	1	Turista	1 - 9 pax	Nacional y Extranjero, alquiler de bicicletas	\$ 15.00
Paquetes	1	- Al encuentro con las comunidades Indígenas	9 pax	Los paquetes se desarrollan en 1 noche 2 días	\$ 50.00 a \$ 80.00
Comercialización	A través de la Operadora Puruha Razurku y la pagina Web. <a href="http://www.ahuana.com">www.ahuana.com</a>				
Demanda	Turismo Nacional e Internacional				

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Nombre:** Operación de Turismo Comunitario "UCASAJ"

**Características Generales:**

**Ubicación:** Provincia de Chimborazo. Cantón Riobamba, Parroquia San Juan.

**CUADRO No 77. SERVICIOS QUE OFRECE "UCASAJ"**

SERVICIOS	No .	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alojamiento	4	Habitaciones	15 pax	Construcción mixta	\$ 6.00 por pax
Alimentación y bebidas	1	Comedor amplio		Desayuno, Almuerzo y Cena	\$ 2.50 - \$ 3.00
Guianza	1	Turista	1 - 9 pax	Nacional y Extranjero,	\$ 15.00
Comercialización	A través de la Operadora Puruha Razurku				
Demanda	Turismo Nacional e Internacional principalmente estudiantes Canadienses				

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Nombre:** Operación de Turismo Comunitario "VISION FUTURA"

**Características Generales:**

**Ubicación:** Provincia de Chimborazo. Cantón Guano, Parroquia San Andrés, Comunidad Santa Lucía de Chuquipogio.

**CUADRO No. 78 SERVICIOS QUE OFRECE "VISION FUTURA"**

SERVICIOS	No .	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alojamiento	2	Habitaciones	18 pax	Construcción mixta	\$ 6.00 por pax
Alimentación y bebidas	1	Comedor	10 pax	Desayuno, Almuerzo y Cena	\$ 2.50 - \$ 3.00
Guianza	1	Turista	1 - 9 pax	Nacional y Extranjero,	\$ 15.00
Comercialización	A través de la CORDTUCH				
Demanda	Turismo Nacional e Internacional principalmente estudiantes Canadienses				

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Nombre:** Operación de Turismo Comunitario "GUARGUALLA"

**Características Generales:**

**Ubicación:** Provincia de Chimborazo. Cantón Guamote, Comunidad Guargualla Chico.

**CUADRO No 79. SERVICIOS QUE OFRECE "GUARGUALLA"**

SERVICIOS	No .	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alojamiento	1	Casa	20 pax	Construcción mixta	\$ 6.00 por pax
Alimentación y bebidas	1	Comedor	10 pax	Desayuno, Almuerzo y Cena	\$ 4.00
Guianza	1	Turista	1 - 9 pax	Nacional y Extranjero,	\$ 25.00
Paquetes	3	-Tour para ver cóndores - Viaje al volcán Sangay.	2 – 3 pax 4 – 9 pax	Duración del paquete 4 noches 5 días	\$ 112.00 a \$ 250.00
Comercialización	A través de la CORDTUCH, contacto con la operadora de Quito "Cotopaxi Cara Sur"				
Demanda	Turismo Nacional e Internacional				

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**d) Organización de turismo comunitario de la Región Central**

**Nombre:** Operación de Turismo Comunitario "PATULOMA"

**Características Generales:**

**Ubicación:** Provincia de Tungurahua, Cantón Pelileo, al Noreste en la Parroquia Salasaca.

**CUADRO No 80. SERVICIOS QUE OFRECE "PATULOMA"**

SERVICIOS	No.	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alojamiento	10	Habitaciones	19 pax	Construcción mixta (piedra, cemento y madera)	\$ 7.00 por pax
Alimentación y bebidas	1	Restaurante comunitario	40 pax	Ofrecen desayunos, almuerzos y cenas	\$ 2,00 por pax
Guianza nativa	1	Turista	1 - 9 pax	Nacional y Extranjero	\$ 15.00
Paquetes	4	- Descubriendo la cultura de Patuloma Salasaka. - Cerro Teligote	10 pax	Cada paquete incluye alojamiento, guianza y alimentación	\$ 171 - \$ 283
Comercialización	A través del consejo Provincial				
Demanda	El segmento de mercado potencial son los turistas de Quito, Guayaquil y Riobamba y extranjero de Estados Unidos				

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



**Nombre:** Operación de Turismo Comunitario "SALINAS DE GUARANDA"

**Características Generales:**

**Ubicación:** Provincia de Bolívar, Cantón Guaranda, Parroquia Salinas

**CUADRO No. 81 SERVICIOS QUE OFRECE "SALINAS DE GUARANDA"**

SERVICIOS	No.	TIPO	CAPACIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO
Alojamiento		Refugios, Cabañas y albergues comunitarios	80 pax	Habitaciones simples, dobles y comunales.	\$ 7.00 por pax
Alimentación y bebidas		Restaurante comunitario	100 pax	Ofrecen variedad de platos típicos.	\$ 3.50 el plato.
Guianza local	1	Turista	1 - 9 pax	Nacional y Extranjero	\$ 15.00
Paquetes	4		10 pax	Tour de 1 a 15 días	
Comercialización	A través de la oficina de turismo de Salinas				
Demanda	Demanda nacional y extranjera.				

**FUENTE:** Estudio de Mercado

**ELABORADO:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**CUADRO No. 82 ANALISIS DE LA COMPETENCIA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, PICHINCHA Y CHIMBORAZO QUE PRACTICAN TURISMO COMUNITARIO.**

NOMBRE	PROVINCIA	CLIENTES (AÑO)	PRECIO	PUBLICIDAD	FORMAS DE PROMOCIÓN	F DE COBRO
LAGUNA QUILOTOA	COTOPAXI	20000 PAX	\$2.00 INGRESO \$6.00 HOSPEDAJE	FOLLETERÍA INTERNET AGENCIAS DE VIAJES	PAGINA WEB. OFERTA SERVICIOS COMO ALQUILER DE BURROS, ALIMENTACION Y HOSPEDAJE, ALQUILER DE KAYAK, ARTESANIAS,	EFFECTIVO
ILALO	PICHINCHA	1200 PAX	\$25 - \$ 30 POR DIA,	FOLLETERÍA INTERNET	PAGINA WEB. OFERTA SERVICIOS COMO ALQUILER DE CABALLOS,	EFFECTIVO
YUNGUILLA	PICHINCHA	900 PAX	\$45 - \$70 POR DIA	FOLLETERÍA INTERNET AGENCIAS DE VIAJES	PAGINA WEB. OFERTA SERVICIOS COMO PASEOS CORTOS POR EL SECTOR EN BICICLETA O CABALLO.	EFFECTIVO
CASA CONDOR	CHIMBORAZO	1521 PAX	\$ 8 EN HOSPEDAJE \$ 4 EN ALIMENTACION \$ 25 EN GUIANZA \$ 25 - \$60 VENTA DE PAQUETES	FOLLETERÍA INTERNET AGENCIAS DE VIAJES	POR MEDIO DE UNA PAGINA WEB. CONTACTO CON REVISTAS INTERNACIONALES, TRABAJAN CON LAOPERADORA DE TURISMO PURUHA RAZURKU	EFFECTIVO
UCASAJ	CHIMBORAZO	358 PAX	\$ 6 LA NOCHE DE HOSPEDAJE	FOLLETERÍA INTERNET AGENCIAS DE VIAJES	TRABAJAN CON LAOPERADORA DE TURISMO PURUHA RAZURKU	EFFECTIVO
RAZUÑAN SANTA ANA	CHIMBORAZO	837 PAX	\$ 6 LA NOCHE DE HOSPEDAJE \$ 2.50 - \$ 3.00 EN ALIMENTACION. \$ 15 ENN GUIANZA POR PERSONA \$ 50 - \$ 80 VENTA DE PAQUETES	FOLLETERÍA INTERNET AGENCIAS DE VIAJES	UNA PAGINA WEB., TRABAJAN CON LAOPERADORA DE TURISMO PURUHA RAZURKU	EFFECTIVO
QUILLA PACARI	CHIMBORAZO	650 PAX	\$ 6 LA NOCHE DE HOSPEDAJE \$ 2.50 - \$ 3.00 EN ALIMENTACION. \$ 15 ENN GUIANZA POR PERSONA	FOLLETERÍA INTERNET	UNA PAGINA WEB., TRABAJAN CON LAOPERADORA DE TURISMO PURUHA RAZURKU	EFFECTIVO

			\$ 50 - \$ 80 VENTA DE PAQUETES			
VISION FUTURA	CHIMBORAZ O	300 PAX	\$ 6 LA NOCHE DE HOSPEDAJ E \$ 2.50 - \$ 3.00 EN ALIMENTA CION	FOLLETERÍA INTERNET	PROMOCIONAD A POR MEDIO DE LA OTC CORDTUCH	EFFECTIVO
GUARGUALLA	CHIMBORAZ O	750 PAX	\$ 6 LA NOCHE DE HOSPEDAJ E \$ 4.00 EN ALIMENTA CION. \$ 25 EN GUIANZA POR PERSONA \$ 112 - \$ 230 VENTA DE PAQUETES	FOLLETERIA INTERNET	PROMOCION POR MEDIO DE LA OTC CORDTUCH. CONTACTO CON LA OPERADORA DE QUITO COTOPAXI CARA SUR	EFFECTIVO
PATULOMA	TUNGURAH UA	590 PAX	\$ 171 - \$ 283 VENTA DE PAQUETES	FOLLETERÍA	PROMOCION POR MEDIO DEL CONSEJO PROVINCIAL DE TUNGURAHUA	EFFECTIVO
SALINAS DE GUARANDA	BOLIVAR	17000 PAX	\$ 12 EN HOSPEDAJ E \$ 3.5 EN ALIMENTA CION \$ 80 - \$120 VENTA DE PAQUETES	FOLLETERÍA INTERNET MEDIOS DE COMUNICACI ÓN	UNA PÁGINA WEB.,	EFFECTIVO
TOTAL		<b>44106 PAX</b>				

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

Cada una de estas organizaciones de turismo comunitario ofrecen servicios turísticos de acuerdo a su capacidad instalada, es así que entre las ventajas competitivas que tienen cada una de estas organizaciones con relación a la Parroquia San Juan de Pastocalle están: servicio de alojamiento con características tradicionales, variedad de rutas turísticas, áreas de esparcimiento o recreación y alianzas comerciales, las mismas que deben seguir de ejemplo para mejorar la operación turística de la localidad. Sin embargo poseen debilidades que impiden un desarrollo turístico como la falta de capacitación, señalización, vías en malas condiciones, características que deben ir solucionando con el pasar del tiempo.

La ventaja que posee San Juan de Pastocalle con relación a la competencia es poseer productos diferenciados tomando como aliados al Parque Nacional Cotopaxi, pero sobre todo es poseer y conocer la ruta que lleva hacia los Illinizas mágico rincón que emana deseos de conocer a todo visitante que lo observa, esta característica le ubica en una posición diferente, permitiéndole competir en el mercado.

#### **b. Proyección de la oferta**

Para proyectar la oferta se utilizó el número de los turistas que han captado los diferentes centros turísticos comunitarios que anteriormente se detallan en el CUADRO No 81. Teniendo como resultado 44106 turistas, de este valor se proyecta la oferta hasta el año 2013.

#### **CUADRO No 83. PROYECCION DE LA OFERTA NACIONAL Y EXTRANJERA HASTA EL AÑO 2013**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA NACIONAL Y EXTRANJERA</b>
2008	44,106
2009	44,653
2010	45,207
2011	45,767
2012	46,335
2013	46,909

**Fuente:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

### C. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO.

Enfocados a un segmento de mercado respetuoso con la naturaleza y la cultura de las localidades anfitrionas, se presenta a continuación el producto, que es todo aquello que ofertamos bajo términos de sostenibilidad.

**CUADRO No. 84 NIVELES DE PRODUCCIÓN PARA EL PRODUCTO.**

AREA	NIVEL PRINCIPAL	NIVEL AUXILIAR	NIVEL DE APOYO
Am	Cascada de Cununyacu	Personal administrativo, guías nativos.	Transporte.
Am	Bosque Primario	Personal administrativo, guías nativos.	Transporte.
Am	Aguas Termales	Personal administrativo, guías nativos.	Transporte.
Am	Páramo de los Illinizas	Personal administrativo, guías nativos.	Equipo (Zapatos de montaña, poncho de aguas)
Am	Laguna de los Patos	Personal administrativo, guías nativos, alimentación.	Equipo (Zapatos de montaña, poncho de aguas)
Am	Cotopaxi – Laguna de Limpiopungo- Cueva de los Búos.	Personal administrativo, guías nativos, alimentación.	Equipo (Zapatos de montaña, poncho de aguas)
C	Granjas “Asociación de Mujeres Sin Fronteras”	Grupo organizado (Asociación de Mujeres Sin Fronteras)	
C	Feria de Saquisilí	Ferías de la zona y puestos de venta de artesanías.	Transporte.
C/A/AB	Convivencia Comunitaria	Personal administrativo, guías nativos, voluntarios, alojamiento y alimentación.	Entrega de postales y presentación de grupo folklórico.
A	Cabañas	Habitaciones cómodas con servicios básicos.	Baño, agua permanente, toallas limpias y cobijas.
G	Guías locales	Grupo organizado de guías nativos.	Equipos en buen estado.
C/R	Artesanías		

Áreas: Am, Ambiental / C, Cultural / Ab, Alimentos y Bebidas/ G, Guianza / A, Cabañas de alojamiento / C/R, Recreación.

### **1. Determinación del tamaño del proyecto.**

La demanda objetivo para el sector de Pastocalle para el 2009, que persigue este proyecto de turismo comunitario es captar el 0.96% del total de la demanda insatisfecha, lo que equivale a 528 turistas al año, 44 personas al mes, 11 personas a la semana y 2 personas diarias.

Con un promedio de 28 paquetes vendidos a la semana, la prestación de servicios de hospedaje y alimentación, resultados arrojados en el estudio de mercado tendrá una capacidad para 24 personas diarias.

### **2. Paquetes turísticos.**

Pastocalle como un prestador de servicios turísticos comunitarios, pondrá a la disposición de los turistas cuatro paquetes, contando con una capacidad máxima de 24 pax diarios, los paquetes han sido denominados con las siglas TCP (Turismo Comunitario Pastocalle), debido a la parroquia anfitriona.

Se han considerado las preferencias de los turistas tanto nacionales como extranjeros obtenidos en el estudio de mercado la preferencia de mayor aceptación que el turista nacional marcó fue por Naturaleza y Cultura Illinizas con el 31%, seguido por Naturaleza y cultura Cotopaxi con 25%, Naturaleza y aventura con el 17% y solo cultura apenas con el 8%. El turista internacional demostró su preferencia por Naturaleza y aventura con el 43%, seguido por Naturaleza y Cultura Cotopaxi con el 31%, Naturaleza y Cultura Illinizas con el 23%, y solo cultura con el 3%.

La estructuración del producto responde al análisis del inventario en función del potencial turístico de la zona y de los resultados obtenidos en el estudio de la demanda, que arroja la necesidad de implementar una planta de hospedaje que brinde servicio a los

visitantes, teniendo así que la línea del producto es “*Turismo alternativo con gestión comunitaria*”, debido a la variedad de actividades que se puede realizar en la comunidad, en los Illinizas, en el área de influencia del Parque Nacional Cotopaxi, y en la feria de Saquisilí.

Las actividades turísticas serán dirigidas por los anfitriones locales, así tenemos: caminatas, excursiones, convivencia comunitaria, observación de flora y fauna. Actividades que se basan en el respeto hacia los recursos naturales y culturales existentes en la zona y que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores.

Se han elaborado paquetes de modalidades fáciles (de poco esfuerzo), moderados (caminatas, buen estado físico) y difíciles (excelente estado físico, largas caminatas), este proyecto ofrece los tipos de paquetes turísticos. Para definir los paquetes turísticos y los costos respectivos se consideran los menús de desayuno, almuerzos, cenas y refrigerios.

Es así que en base a estos resultados se ha considerado diseñar cuatro paquetes que a continuación se describen.

#### **a.Paquetes.**

<b>Paquete TCP1:</b>	Ruta de los Illinizas
<b>Modalidad:</b>	Ecoturismo
<b>Estilo:</b>	Trekking
<b>Duración:</b>	2 días, 1 noche
<b>Dificultad:</b>	Difícil.
<b>Temperatura:</b>	6 – 14 <sup>a</sup> C

**Itinerario:**

**Día 1:** 7:00 am. Salida en vehículo desde Pastocalle hacia la entrada a la Reserva Ecológica Los Illinizas. El recorrido inicia con la visita a la cascada de Cununyacu, posteriormente podrás disfrutar de una caminata a través de un bosque primario de Polilepys conocido como el árbol de papel debido a la hojarasca que desprende de su tronco. Durante el ascenso te llamará la atención el color amarillo del azufre de las aguas termales que se encuentran en el trayecto. El páramo de los Illinizas te ofrece la oportunidad de disfrutar de la biodiversidad de flora y fauna nativas que encontrarás a tu paso hasta arribar a la laguna de Los Patos, quienes deseen continuar la caminata, en unos metros más llegarán a la cima del maravilloso Illiniza Sur. 17:00 PM regreso a Pastocalle, donde pasaremos la noche en cómodas cabañas comunales.

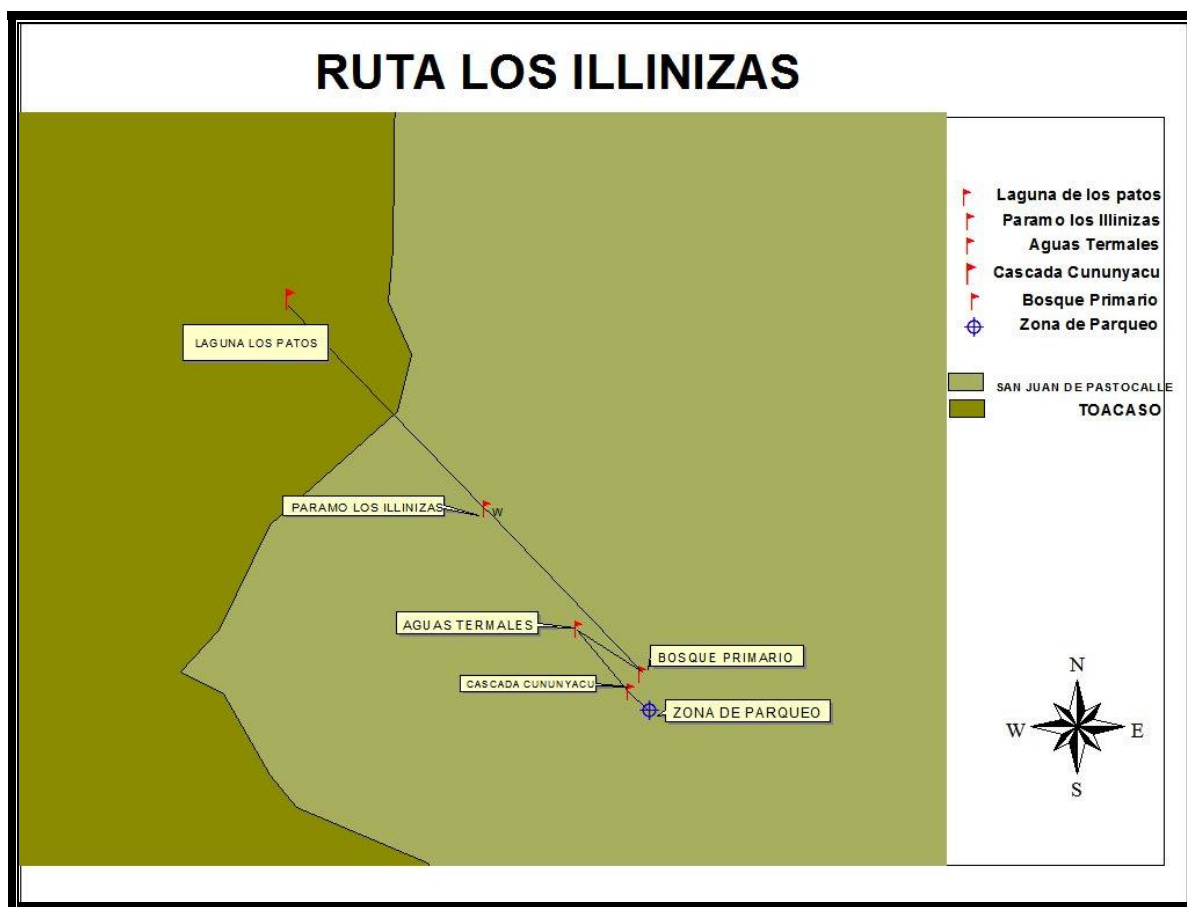
**Día 2:** 8:00 inicia el recorrido por las granjas de la Asociación de mujeres “Sin Fronteras” donde convivirás con la naturaleza y el modo de vida de la gente del sector, la crianza de especies menores como cuyes, conejos y gallinas; y cultivos frutales y de especies medicinales, te permitirán conocer el manejo sostenible de los recursos que les ofrece la Pachamama, y el medio de trabajo y subsistencia de mujeres organizadas que forman parte del progreso de esta parroquia y que ven en la convivencia con la naturaleza el sustento para sus familias. A las 13:00pm podrá degustar la gastronomía típica del pueblo andino disfrutando de una danza pre-colombina.

**Incluye:** Transporte, Guía, Desayuno, Box lunch, Canelazo (bebida caliente), cena, desayuno, almuerzo, danza, postal, ingreso a las granjas.

**Requerimientos:** Bloqueador solar, gafas, ropa abrigada, gorra y guantes.

**Precio:** \$100,68





Mapa No. 18 “Ruta Los Illinizas”

<b>Paquete TCP2:</b>	El bien vivir en Pastocalle
<b>Modalidad:</b>	Cultural
<b>Estilo:</b>	Vivencial
<b>Duración:</b>	8 horas
<b>Dificultad:</b>	Fácil
<b>Temperatura:</b>	14–22 <sup>a</sup> C
<b>Temporada de visita:</b>	jueves.

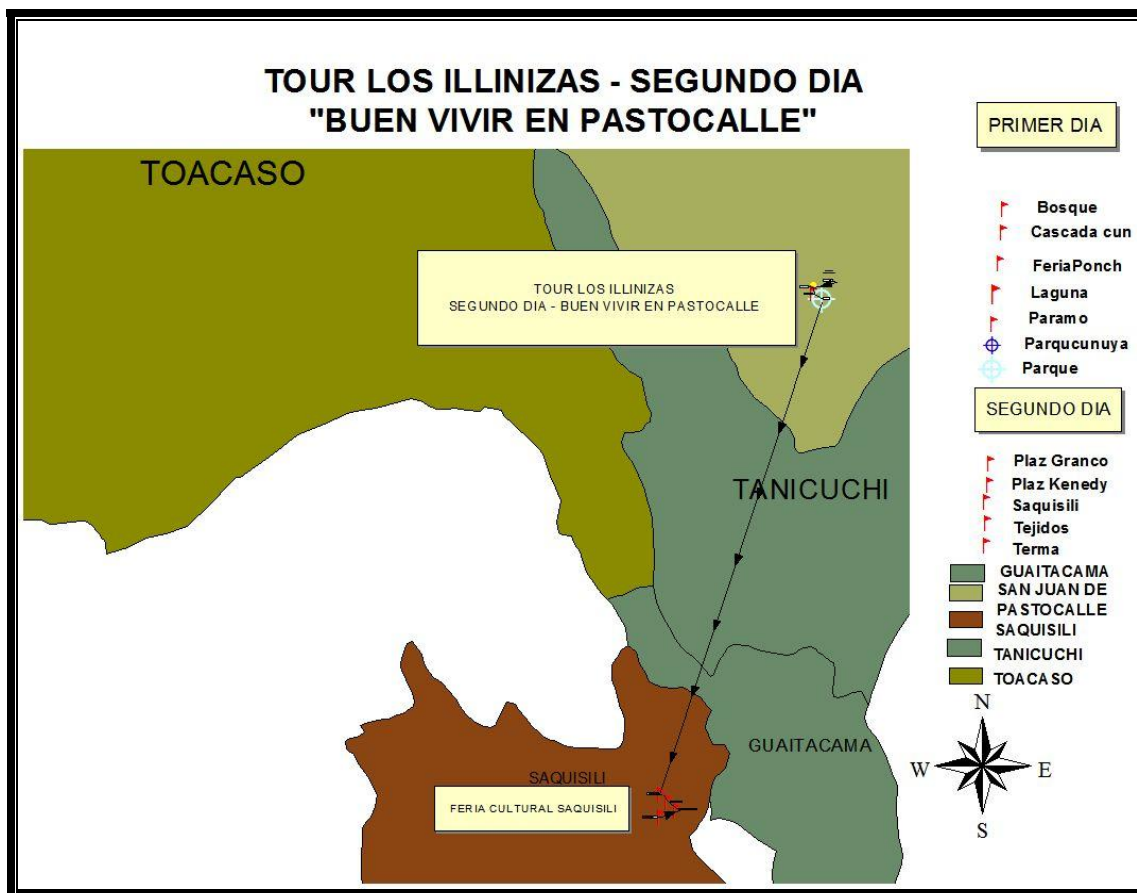
**Itinerario:** 8:00 AM. Inicia el recorrido hacia una de las granjas de la Asociación de mujeres “Sin Fronteras” donde participarás de la vida cotidiana, entre la crianza de especies menores como cuyes, conejos y gallinas; y cultivos frutales y de especies

medicinales, podrás conocer el manejo sostenible de los recursos que les ofrece la Pachamama, y el medio de trabajo y subsistencia de mujeres organizadas que forman parte del progreso de esta parroquia y que ven en la convivencia con la naturaleza el sustento para sus familias. A las 10:30 partimos hacia la famosa feria artesanal de Saquisilí, donde se puede adquirir una gran variedad de objetos elaborados por artesanos de la zona como: cerámicas, alfarería, utensilios elaborados con carrizo, totora, bronce y mármol, variedad de tejidos, pinturas, máscaras y otros. 13:00 regreso a Pastocalle, para degustar la gastronomía típica del pueblo andino disfrutando de una danza pre-colombina.

**Incluye:** Transporte, Guía, almuerzo, danza, ingreso a granjas.

**Requerimientos:** Bloqueador solar, zapatos cómodos para caminata.

**Precio:** \$ 60,72



Mapa No. 19 "Tour Los Illinizas – Segundo día Buen vivir Pastocalle"

**Paquete TCP3:** Cotopaxi "Coello de Luna"

**Modalidad:** Natural y Cultural

**Estilo:** Ecoturismo - Vivencial

**Duración:** 2 días, 1 noche.

**Dificultad:** Moderado.

**Temperatura:** 8–16<sup>a</sup> C

**Itinerario:**

**Día 1:** 7:00 AM. Salida de Pastocalle hacia el Parque Nacional Cotopaxi, el recorrido inicia con la visita a la laguna de Limpiopungo, en cuyas aguas se refleja el volcán

Cotopaxi. Entre pajonales, nieve y brumas se dibujará ante ti un paisaje muy especial alrededor de uno de los volcanes más activos del mundo y uno de los lugares más

visitados en Ecuador. La flora y fauna del lugar te acompañarán en el recorrido hasta el refugio José Rivas. Retorno a Pastocalle a las 18:00 PM donde pasaremos la noche en cómodas cabañas comunales.

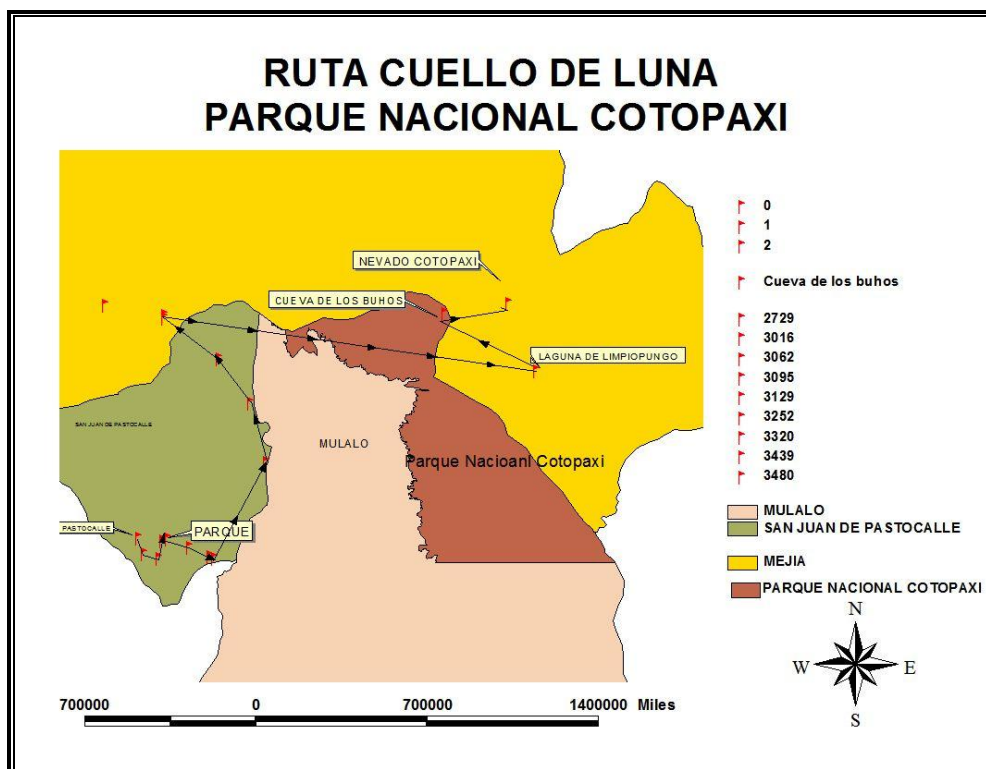
**Día 2:** 8:00 inicia el recorrido por las granjas de la Asociación de mujeres “Sin Fronteras” donde convivirás con la naturaleza y el modo de vida de la gente del sector, la crianza de especies menores como cuyes, conejos y gallinas; y cultivos frutales y de especies medicinales, te permitirán conocer el manejo sostenible de los recursos que les ofrece la Pachamama, y el medio de trabajo y subsistencia de mujeres organizadas que forman parte del progreso de esta parroquia y que ven en la convivencia con la naturaleza el sustento para sus familias. A las 13:00pm podrá degustar la gastronomía típica del pueblo andino disfrutando de una danza pre-colombina.

**Incluye:** Transporte, Guía, desayuno, almuerzo, cena, hospedaje, desayuno, almuerzo, danza, ingreso a granjas y postal.

**No incluye:** entrada al parque Nacional Cotopaxi \$3,00 nacionales \$10,00 extranjeros.

**Requerimientos:** Bloqueador solar, gafas, guantes, ropa abrigada.

**Precio:** \$ 114,23



**Mapa No. 20 “Ruta Cuello de Luna Parque Nacional Cotopaxi”**

**Paquete TCP4:** Illinizas encanto y tradición

**Modalidad:** Natural y Cultural

**Estilo:** Ecoturismo - Vivencial

**Duración:** 2 días, 1 noche.

**Dificultad:** Difícil.

**Temperatura:** 8–16<sup>a</sup> C

**Itinerario:**

**Día 1:** 15:00 PM. Bienvenida por parte de la comunidad, presentación del grupo de danza, 17:00 Cena en la comunidad La Libertad, 18:00 salida de la comunidad hacia la zona de camping en las faldas de los Illinizas, por la noche se quemara una fogata y se dará dos rondas de canelazos.

**Día 2:** Desayuno a las 06:00, salida de la zona de camping en caballos hacia la zona de amortiguamiento del Illinizas norte, 09:00 ascenso hacia los Illinizas norte, 12:00 retorno

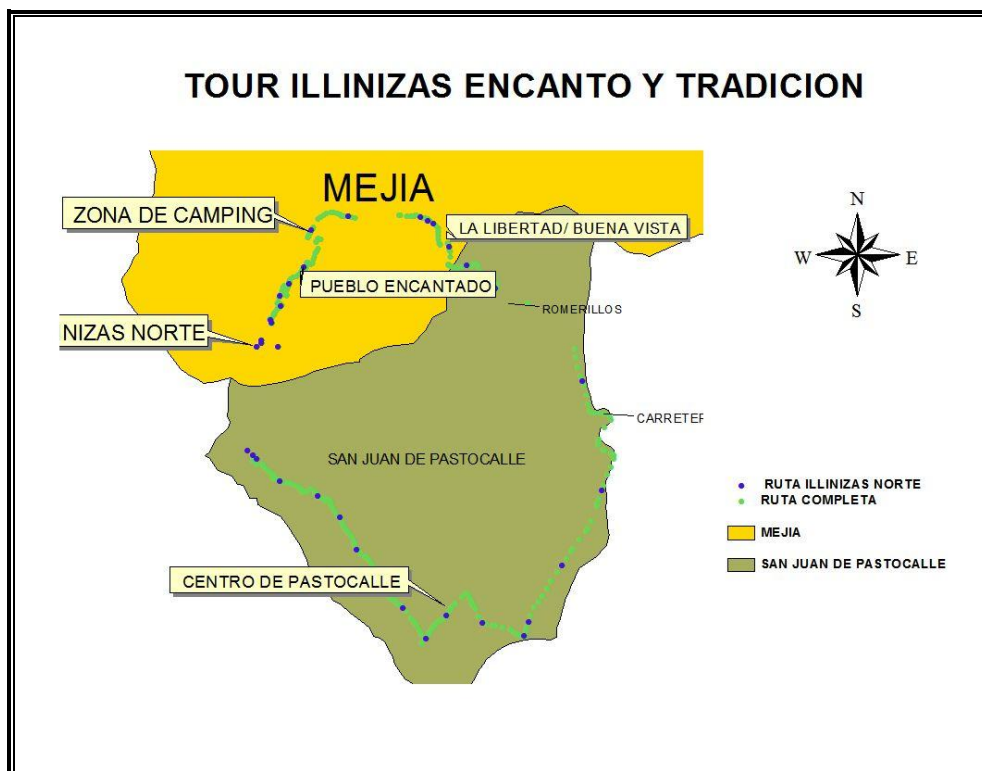
hacia los caballos, visita al pueblo encantado sector que refleja magnetismo y misterio al combinarse arena de río blanca con el bosque primario de Polilepis y en su frente poder observar al Volcán Cotopaxi, en el mismo se presta para una sesión de fotos y si se dispone de suerte se podrá apreciar a aves propias del lugar como los Curiquingues, 13:00 retorno hacia la zona de Camping y regreso hacia la comunidad la Libertad, 14:00 almuerzo en la comunidad y recorrido por la Asociación de mujeres del sector..... 19:00 cena en la comunidad seguido por un descanso agradable en las cabañas del sector.

**Incluye:** Cena, Transporte, Guía, Equipo de Camping, Caballos, desayuno, Box Lunch, almuerzo, cena, hospedaje, desayuno, danza, ingreso a granjas y postal, canelazo para la zona de camping.

**No incluye:** Chocolates.

**Requerimientos:** Bloqueador solar, gafas, guantes, ropa abrigada. Equipo para ascender la montaña

**Precio:** \$ 125,81



**Mapa No. 21 “Tour Los Illinizas – Encanto y Tradicion”**

### **3. Análisis del precio de los paquetes.**

Se utilizaron como referencia los precios que la competencia maneja, así como también los precios turísticos que funcionan en el ámbito nacional como Yunguilla, Casa Cóndor, Razuñan, UCASAJ, Parque Nacional Cotopaxi y Área de Recreación El Boliche, a fin de que los servicios a ofertar del presente proyecto tengan un referente local y nacional, así como un justo rédito económico para la comunidad, siempre acorde a la calidad de los servicios (ambientales, sociales, culturales y turísticos) que ofertan, considerando adicionalmente factores como: costos de producción, oferta y demanda, el perfil del visitante y sus necesidades, así como el prestigio del producto o servicio que ayudaron a determinar el precio de los servicios.

Los precios se irán modificando conforme avance el tiempo, así como por el costo de la materia prima que se utiliza en alimentos y al incremento de servicios o a la calidad de los mismos.

Un referente para determinar el costo de los paquetes es el estudio de mercado, el cual apunta a que la gran mayoría de turistas nacionales y extranjeros estarían dispuestos a pagar por día de \$50 a \$60 por realizar turismo comunitario, sin alimentación, hospedaje ni servicios adicionales, apuntando a un gasto promedio de \$80 a \$90 diarios con todo incluido.

Actualmente los precios cubren los costos de producción y brindan una ganancia óptima para la comunidad; haciendo una comparación con la oferta turística comunitaria del país se puede decir que los paquetes que ofrece San Juan de Pastocalle se encuentran en un rango bastante aceptable debido a las varias actividades que ofrece, la calidad de sus servicios y considerando que es una nueva propuesta en el mercado turístico del país.

A continuación se muestra la estructuración del costo de los paquetes:



**CUADRO No. 85 ESTRUCTURACIÓN DEL COSTO DEL PAQUETE 1**

<b>ESTRUCTURACION DEL COSTO DEL PAQUETE 1</b>		<b>TCP1: RUTA LOS ILLINIZAS</b>				
Duración en días		2				
COSTO DEL TOUR	RANGO DE PAX					
	1	2	4	6	12	24
Costos Generales del Tour						
alquiler de camioneta	40.00	40.00	40.00	40.00	80.00	160.00
Guía	30.00	30.00	30.00	30.00	60.00	120.00
Danza	30	30	30	30	30	30
<b>Total costos generales (1)</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>170.00</b>	<b>310.00</b>
<b>Costos individuales por pax</b>						
Desayuno	1.79	1.79	1.79	1.79	1.79	1.79
refrigerio + canelazo	2.64	2.64	2.64	2.64	2.64	2.64
Cena	2.67	2.67	2.67	2.67	2.67	2.67
Hospedaje	7.59	7.59	7.59	7.59	7.59	7.59
Desayuno	1.99	1.99	1.99	1.99	1.99	1.99
Almuerzo	5.12	5.12	5.12	5.12	5.12	5.12
Postal	1	1	1	1	1	1
ingreso a granjas	1	1	1	1	1	1
<b>Total costos individuaes (2)</b>	<b>23.81</b>	<b>23.81</b>	<b>23.81</b>	<b>23.81</b>	<b>23.81</b>	<b>23.81</b>
<b>TOTALES</b>						
<b>Costos generales (1)</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>170.00</b>	<b>310.00</b>
<b>Costos individuales por pax (2)</b>	<b>23.81</b>	<b>23.81</b>	<b>23.81</b>	<b>23.81</b>	<b>23.81</b>	<b>23.81</b>
Margen de rango (utilidad 30%)	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7
precio neto	176.88	105.45	69.73	57.83	54.26	52.47
porcentaje comunidad 10%	194.56	115.99	76.71	63.61	59.68	57.72
Gross 10%	214.02	127.59	84.38	69.97	65.65	63.49
IVA 12%	239.70	142.90	94.50	78.37	73.53	71.11
precio de venta por día	119.85	71.45	47.25	39.18	36.76	35.55

**Fuente:** Análisis de precios de paquetes.

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

**CUADRO No. 86 ESTRUCTURACIÓN DEL COSTO DEL PAQUETE 2**

ESTRUCTURACION DEL COSTO DEL PAQUETE 2		TCP2: EL BIEN VIVIR DE PASTOCALLE				
Duración en días	1					
COSTO DEL TOUR	RANGO DE PAX					
Costos Generales del Tour	1	2	4	6	12	24
alquiler de camioneta	40,00	40,00	40,00	40,00	80,00	160,00
Guía	15,00	15,00	15,00	15,00	30,00	30,00
Danza	30	30	30	30	30	30
<b>Total costos generales (1)</b>	<b>85,00</b>	<b>85,00</b>	<b>85,00</b>	<b>85,00</b>	<b>140,00</b>	<b>220,00</b>
<b>Costos individuales por pax</b>						
Desayuno	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Almuerzo	5,61	5,61	5,61	5,61	5,61	5,61
Postal	1	1	1	1	1	1
ingreso a granjas	1	1	1	1	1	1
<b>Total costos individuaes (2)</b>	<b>10,11</b>	<b>10,11</b>	<b>10,11</b>	<b>10,11</b>	<b>10,11</b>	<b>10,11</b>
<b>TOTALES</b>						
Costos generales (1)	85,00	85,00	85,00	85,00	140,00	220,00
Costos individuales por pax (2)	10,11	10,11	10,11	10,11	10,11	10,11
Margen de rango (utilidad 30%)	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
precio neto	135,88	75,16	44,80	34,68	31,11	27,54
porcentaje comunidad 10%	149,46	82,68	49,28	38,15	34,22	30,30
gross 10%	164,41	90,94	54,21	41,97	37,65	33,33
IVA 12%	184,14	101,86	60,72	47,00	42,16	37,32
precio de venta por día	92,07	50,93	30,36	23,50	21,08	18,66

**Fuente:** Análisis de precios de paquetes.

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

**CUADRO No. 87 ESTRUCTURACIÓN DEL COSTO DEL PAQUETE 3**

ESTRUCTURACION DEL COSTO DEL PAQUETE 3		TCP 3: CUELLO DE LUNA				
Duración en días	2					
COSTO DEL TOUR	RANGO DE PAX					
	1	2	4	6	12	24
Costos Generales del Tour						
alquiler de camioneta	40,00	40,00	40,00	40,00	80,00	160,00
Guía	30,00	30,00	30,00	30,00	60,00	120,00
Danza	30	30	30	30	30	30
<b>Total costos generales (1)</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>170,00</b>	<b>310,00</b>
<b>Costos individuales por pax</b>						
Desayuno	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30
refrigerio + canelazo	3,15	3,15	3,15	3,15	3,15	3,15
Almuerzo	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Cena	3,19	3,19	3,19	3,19	3,19	3,19
Hospedaje	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25
Desayuno	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Almuerzo	5,61	5,61	5,61	5,61	5,61	5,61
Postal	1	1	1	1	1	1
ingreso a granjas	1	1	1	1	1	1
<b>Total costos individuales (2)</b>	<b>34,00</b>	<b>34,00</b>	<b>34,00</b>	<b>34,00</b>	<b>34,00</b>	<b>34,00</b>
<b>TOTALES</b>						
Costos generales (1)	100,00	100,00	100,00	100,00	170,00	310,00
Costos individuales por pax (2)	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00	34,00
Margen de rango (utilidad 30%)	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
precio neto	191,43	120,00	84,29	72,39	68,81	67,03
porcentaje comunidad 10%	210,58	132,00	92,72	79,62	75,70	73,73
gross 10%	231,63	145,21	101,99	87,59	83,26	81,10
IVA 12%	259,43	162,63	114,23	98,10	93,26	90,84
precio de venta por día	129,71	81,31	57,11	49,05	46,63	45,42

**Fuente:** Análisis de precios de paquetes.

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

**CUADRO No. 88 ESTRUCTURACIÓN DEL COSTO DEL PAQUETE 4**

ESTRUCTURACION DEL COSTO DEL PAQUETE 4		TCP 4: LLINIZA ENCANTO Y TRADICIÓN				
Duración en días	2					
COSTO DEL TOUR	RANGO DE PAX					
Costos Generales del Tour	1	2	4	6	12	24
alquiler de camioneta	40,00	40,00	40,00	40,00	80,00	160,00
Guía	30,00	30,00	30,00	30,00	60,00	120,00
equipo de camping	25,00	25,00	25,00	50,00	75,00	150,00
Danza	30	30	30	30	30	30
<b>Total costos generales (1)</b>	<b>125,00</b>	<b>125,00</b>	<b>125,00</b>	<b>150,00</b>	<b>245,00</b>	<b>460,00</b>
<b>Costos individuales por pax</b>						
Canelazo	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20
Cena	3,19	3,19	3,19	3,19	3,19	3,19
Desayuno	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30
Refrigerio	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
Almuerzo	5,61	5,61	5,61	5,61	5,61	5,61
Caballos	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Cena	3,19	3,19	3,19	3,19	3,19	3,19
Postal	1	1	1	1	1	1
Hospedaje	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25	0,00
ingreso a granjas	1	1	1	1	1	1
<b>Total costos individuales (2)</b>	<b>33,93</b>	<b>33,73</b>	<b>33,73</b>	<b>33,73</b>	<b>33,73</b>	<b>25,48</b>
<b>TOTALES</b>						
Costos generales (1)	125,00	125,00	125,00	150,00	245,00	460,00
Costos individuales por pax (2)	33,93	33,73	33,73	33,73	33,73	25,48
Margen de rango (utilidad 30%)	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
precio neto	227,05	137,48	92,83	83,90	77,36	63,78
porcentaje comunidad 10%	249,75	151,22	102,12	92,30	85,09	70,16
gross 10%	274,73	166,35	112,33	101,52	93,60	77,18
IVA 12%	307,69	186,31	125,81	113,71	104,83	86,44
precio de venta por día	153,85	93,15	62,90	56,85	52,42	43,22

**Fuente:** Análisis de precios de paquetes.

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

**CUADRO No. 89 RESUMEN DE LOS PRECIOS INDIVIDUALES POR PAQUETE, POR RANGO DE PAX.**

TCP1: RUTA LOS ILLINIZAS	COSTOS INDIVIDUAL DE PAQUETES POR RANGO DE PAX		
	de 1 a 3	de 4 a 9	más de 10
	245,88	100,68	79,70
TCP2: EL BUEN VIVIR DE PASTOCALLE	COSTOS PAQUETES		
	de 1 a 3	de 4 a 9	más de 10
	184,14	60,72	42,16
TCP 3: CUELLO DE LUNA	COSTOS		
	de 1 a 3	de 4 a 9	más de 10
	259,43	114,23	93,26
TCP 4: LLINIZA ENCANTO Y TRADICIÓN	COSTOS		
	de 1 a 3	de 4 a 9	más de 10
	307,69	125,81	104,83

**Fuente:** Análisis de precios de paquetes.

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

***Observaciones adicionales.***

Alquiler de camioneta: el número de camionetas para la operación turística depende del número de personas que adquieren el paquete; de 1 a 6 se solicitará una camioneta con, de 7 a 12 dos camionetas. Es decir cada camioneta tiene una capacidad de 6 personas; el costo del servicio de transporte en camioneta es de \$40,00 diarios, a cualquier lugar.

Guías: los guías a participar en la actividad turística son de la misma comunidad; para un grupo de 6 personas se requiere de un guía por día, de 7 a 12 de dos guías, es decir un guía puede manejar un grupo de seis Pas al día; el pago del guía es de \$15,00 al día.

Danza: independientemente del lugar a efectuarse la danza tiene un costo de \$30,00 por presentación, e incluye varias danzas y atuendos propios de la zona.

Equipo para acampar: este equipo tiene un costo de \$25,00 el alquiler, un equipo puede ser usado por 4 personas, y se lo entregará y recibirá en buen estado.

Alquiler de caballos. El número de caballos solicitados para la operación turística depende el número de personas que adquiere el paquete, un caballo por cada persona, el costo de alquiler es de \$8,00 por persona.

Para los paquetes a ofertar por San Juan de Pastocalle se tomó en cuenta la oferta complementaria del Parque Nacional Cotopaxi y la feria artesanal de Saquisilí, debido a que en San Juan de Pastocalle no se cuenta con una variedad de atractivos de altas jerarquías, y se vio la necesidad de acudir a estos atractivos de gran valor en la provincia de Cotopaxi; siendo un aliado el hecho de que los guías nativos del sector tienen licencia para guiar en el Parque Nacional Cotopaxi y conocen muy bien la zona de Saquisilí.

#### **4. Punto de equilibrio de los paquetes.**

Para el cálculo del punto de equilibrio de los paquetes se tomo como base a grupos de 6 unidades que con mayor frecuencia podrán visitar el proyecto comunitario.

**CUADRO N.90 PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN DE LOS PAQUETES COMUNITARIOS.**

<i>Paquetes</i>	<i>Turistas</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Precio del paquete por pax</i>
Ruta Los Illinizas	158	28	101
El bien vivir de Pastocalle	44	8	61
Cotopaxi. Cuello de Luna	166	30	114
Illiniza encanto y tradición	189	34	126
<b>TOTAL</b>	556	100	

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.

Elaborado por: Mayra Martínez, Marielisa Ponce

**a. Cálculo del punto de equilibrio en unidades del paquete “Ruta de los Illinizas”**

$$\text{Peu} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$$

$$\text{Peu} = \frac{100,68}{18}$$

Peu = 6 turistas (la llegada de 6 turistas por mes permitirán cubrir todos los gastos mensuales del emprendimiento)

**b. Cálculo del punto de equilibrio en unidades del paquete “El bien vivir de Pastocalle”**

$$\text{Peu} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$$

$$\text{Peu} = \frac{61}{18}$$

Peu = 12 turistas (la llegada de 12 turistas por mes permitirán cubrir todos los gastos mensuales del emprendimiento).

**c. Cálculo del punto de equilibrio en unidades del paquete “Cotopaxi. Coello de Luna”**

$$\text{Peu} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$$

$$\text{Peu} = \frac{114}{18}$$

Peu = 5 turistas (la llegada de 5 turistas por mes permitirán cubrir todos los gastos mensuales del emprendimiento).



**d. Cálculo del punto de equilibrio en unidades del paquete “Illinizas encanto y tradición”**

$$\text{Peu} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$$

$$\text{Peu} = \frac{126}{18}$$

Peu = 5 turistas (la llegada de 5 turistas por mes permitirán cubrir todos los gastos mensuales del emprendimiento).

**CUADRO N. 91. PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN DE LOS PAQUETES COMUNITARIOS.**

<i>Paquetes</i>	<i>Número de pax al mes</i>	<i>Número de pax al año</i>
Ruta Los Illinzas	6	<b>72</b>
El bien vivir de Pastocalle	12	144
Cotopaxi. Cuello de Luna	5	60
Illiniza encanto y tradición	5	60

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.  
Elaborado por: Mayra Martínez, Marielisa Ponce

## **D. PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE LA INFRAESTRUCTURA PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO COMUNITARIO Y DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE CONSTRUCCIÓN.**

### **1. ESTUDIO TÉCNICO – PLANIFICACIÓN**

La Parroquia de Pastocalle se caracteriza por tener una temperatura que va desde los 6° C A 12° C, caracterizándose por poseer vegetación propia de páramo y estar rodeado de grandes elevaciones como los Illinizas, Cotopaxi, constituyendo así el hábitat natural de especies de flora y fauna, a más de poseer a los Illinizas como vecino incentiva a la preservación debido a la transformación que va obteniendo a medida que se asciende al nevado, es causa suficiente para que este sector se convierta en un sitio ideal para el desarrollo del ecoturismo, por lo cual es necesario que se cuente con cabañas de hospedaje que se encuentren aptas para recibir visitantes.

#### **1. Infraestructura**

Para determinar el tipo de hospedaje para la zona se consideraron aspectos como: objetivos de las cabañas de hospedaje (para quien, para cuantos, etc.), costumbres de construcción del área, el clima, tipo de materiales a utilizar y los procesos constructivos.

Las cabañas de hospedaje para la Parroquia San Juan de Pastocalle, cuentan con una área de 81.23 m<sup>2</sup>

##### **a. Objetivos de las Cabañas para hospedarse**

- Facilitar al turista su estadía, ofreciendo confort en un estilo natural propio del lugar, logrando así que este se sienta a gusto de pernotar en el sitio.
- Estimular a los turistas a quedarse más de una noche y que lleguen a recorrer toda la zona.

- Mejorar el estilo de vida de los residentes de la zona y estimular las microempresas a organizarse para que se pueda ofrecer los productos que poseen a todo visitante que decida hospedarse en la zona.

Las cabañas para hospedaje serán construidas para aportar de una manera al desarrollo turístico de la zona, además las mismas se encontraran en condiciones de albergar tanto a turistas nacionales como extranjeros, estas serán construidas en diferentes fases, la primera fase se construirá en los sectores de Buena Vista con 2 cabañas, Pastocalle Centro con 2 y Milagro con 2, la capacidad física que posee cada una de estas cabañas es de máximo 4 personas, teniendo un total de 24 pax. Las mismas que poseen una habitación, su baño privado, una sala de descanso, un hall todo esto distribuido de una manera agradable capaz de ofrecer una estancia confortable al turista.

#### b. Costumbres de construcción del área.

La parroquia San Juan de Pastocalle posee características propias de clima frío, a su alrededor se puede observar vegetación de páramo como paja, almohadillas entre otras. El sector se caracteriza por tener la influencia de vientos helados que recorren el valle, llegando en ocasiones a tener días extremadamente fríos, esta es una de las razones para pensar en una construcción que pueda contrarrestar el frío del sector, desechando así la construcción de cemento armado y pensar en cabañas de madera con un techo cubierto de paja, como una manera de rescatar la tradición ancestral que aun en pocos sectores de Pastocalle se puede observar unas cuantas chozas cubiertas de paja, donde antiguamente habitaban, hoy en día esta costumbre ha sido cambiado por casas de cemento armado pero la idea de la cabaña trata de reunir muchos de los elementos que poseía la choza en la que habitaban, para que el turista pueda conocer poco de su historia y costumbres.

### c. Clima

El clima de Pastocalle y los recursos naturales que posee a su alrededor es lo que siempre a determinado las características de las viviendas, utilizando en muchas ocasiones los recursos que la zona ofrece.

Es por ello que las cabañas poseerán absoluta concordancia con las características climáticas, para mantener los adecuados niveles de confort y protección de los turistas, de la misma manera garantizar la durabilidad de los materiales empleados en la construcción. Además será adaptado a las condiciones naturales del terreno tomando en cuenta las distancias que separaran el piso del suelo para evitar daños a la construcción por influencia de humedad, integrándose así la cabaña al suelo y evitar un impacto visual que no concuerde con el paisaje que Pastocalle posee.

Los recursos naturales de la zona (paja, madera), que por sus propias características físicas son los materiales más apropiados para la ejecución de las cabañas, su importancia radica en que estos recursos no necesitan mayor transformación y no altera las condiciones del paisaje, además de ayudar a mantener el calor en las habitaciones contrarrestando el frío del sector.

### d. Materiales de construcción

Los materiales seleccionados son de tipo no convencional, el tipo de material orgánico que se selecciona para este proyecto lo constituye la madera y la paja, la madera será utilizada para cubrir las paredes de toda la fachada, la cubierta será armada con vigas y sobre ellas la paja, las columnas de igual forma serán de madera, las paredes de ladrillo visto que se podrá apreciar en el interior ya que exterior será recubierto por madera.

Para la construcción de los cimientos y pisos se utilizara materiales de tipo convencional tales como hormigón con varillas de hierro y cerámica que será colocada en el baño. Que garantiza la durabilidad y evitara que humedezca a las paredes de la cabaña.

Las razones por las que se eligió a la madera como principal material de construcción son:

- Contribuye crear un clima interior agradable.
- No distorsiona con el medio donde se posee.
- Tiene gran valor estético
- La madera es considerada por la mayoría de las personas como agradable y no posee ningún efecto nocivo a la salud.

#### e. Proceso de construcción

El proceso de construcción se basa en los resultados de la Planificación y Diseño ya elaborados, que constituyen los planos y detalles constructivos, el plano posee los respectivos aditamentos y detalles técnicos que permitirá su fácil comprensión para su ejecución. Se ha planificado que la construcción deberá integrarse con el entorno, es así que se tomara en cuenta mano de obra del sector que a mas de manejar adecuadamente levantamientos, materiales y sistemas constructivos propios de la zona, presentan una serie de ventajas en el costo de la mano de obra pues reduce su costo al ser personas del mismo sector.

El proceso de construcción seguirá los siguientes pasos:

#### 1) Cimientos

Constituye el primer paso de la obra. Los pasos a seguir son:

- Limpieza del terreno
- Nivelación del terreno
- Excavación de los plintos y cimientos

## 2) Columnas

- Una vez realizados los plintos se prepara el hierro que formaran cada una de las columnas.
- Montaje y centrado de la columna.
- Fundición de cada una de las columnas que se han armado en sus respectivos plintos.
- Armar la cadena de columnas de hierro que irán tendidas sobre el piso, estas a su vez empataran con las columnas que se han fundido en los cimientos, esta cadena tendrá una altura de 0.30 cm. La misma evitara el contacto del suelo con la madera y contrarrestara la humedad.
- Sobre la cadena de columnas que encuentra en el piso se levantarán 10 columnas de madera su altura variara acorde a la techo. (De 3 metros a 4 metros)

## 3) Estructura de la cubierta

- Sobre la estructura ya montada de columnas y viga perimetral, se construirá la estructura de cubierta en madera con vigas y entablado.

## 4) Cubierta

- Sobre la estructura se colocará choba para evitar filtraciones y sobre ella se colocará paja.

#### 5) Paredes

Se levantara la mampostería de ladrillo que ocupara los 52.16 metros, en la construcción de la cabaña.

#### 6) Ventanería

Se colocara las ventanas de madera con vidrio claro de 4mm con 15.52 metros.

#### 7) Puertas

Se colocara 4 puertas de madera cada una con sus marcos y sus respectivas cerraduras.

#### 8) Instalaciones eléctricas

La instalación eléctrica deberá ejecutarse en forma conjunta con la obra, de esta forma se proveerá la colocación de la manguera para su respectivo cableado.

La fase terminal de las instalaciones eléctricas se lo hará cuando ya estén instaladas las puertas y ventanas de las cabañas, terminando con la colocación de tomacorrientes, interruptores, puntos de luz, con todos sus implementos y aditamentos.

#### 9) Instalaciones sanitarias

La instalación sanitaria de igual manera se la deberá realizar de forma conjunta con el resto de la construcción, al momento de la fundición del contrapiso se deberá prever la colocación de tuberías de tipo PVC para los desagües de lavamanos, inodoros, trampas de piso, interconectadas entre si para que sean desalojadas hacia una caja de revisión y de ahí al canal.

La fase terminal de las instalaciones sanitarias se la completará cuando estén instaladas las puertas y ventanas de las cabañas, culminando con la colocación de inodoros, lavamanos, cerámica, gritería y todos los accesorios que corresponden a cada uno de ellos.

#### 10) Instalaciones de agua potable

La colocación de la tubería PVC, se iniciará como operación previa la masillado únicamente en el baño, conectándose a puntos de salida de agua en lavamanos, inodoros y ducha.

#### 11) Acabados en pisos y paredes

- El acabado en la pared interior será de ladrillo visto, mientras que en su exterior el revestimiento será con madera con 44.75 metros.
- El piso se colocará duela en toda la cabaña con 36.68 metros, a excepción del baño que se colocara cerámica en el piso con 3. 45 metros y en la pared 16. 26 metros.

## **2. Presupuesto**

El presupuesto se realizó con la utilización de un programa informático conocido como APU, el mismo que permite calcular en forma sistemática el costo de cada uno de los rubros que forman parte de la construcción.



**CUADRO No 92. PRESUPUESTO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LAS CABAÑAS DE HOSPEDAJE PARA LA PARROQUIA SAN JUAN DE PASTOCALLE.**

**P R E S U P U E S T O**

<b>ITEM</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>UND</b>	<b>CANT.</b>	<b>P. UNIT.</b>	<b>P. TOTAL</b>
<b>A</b>	<b>PRELIMINARES</b>				
A1	LIMPIEZA Y DESBROCE DE TERRENO	M2	100.00	0.15	15.00
A2	NIVELACION DE TERRENO	M3	19,77	4.79	94.70
<b>B</b>	<b>MOVIMIENTOS DE TIERRAS</b>				
B1	EXCAVACION PARA PLINTOS	M3	1.50	4.79	7.19
B2	HORMIGON PARA PLINTOS	M3	1.50	69.45	104.18
<b>C</b>	<b>LEVANTAMIENTO DE COLUMNAS</b>				
C1	COLUMNAS DE MADERA DE 3M	U	9.00	13.44	120.96
C2	COLUMNAS DE MADERA DE 4M	U	1.00	13.44	13.44
<b>D</b>	<b>CONTRAPISO</b>				
D1	CONTRAPISO DE PIEDRA Y HORMIGON	M2	81.23	14.55	1,181.90
<b>E</b>	<b>CUBIERTA</b>				
E1	ESTRUCTURA DE CUBIERTA	GLB	1.00	1357.24	1,357.24
E2	CUBIERTA	GLB	1.00	1158.43	1,158.43
<b>F</b>	<b>MANOSTERIA</b>				
F1	MANPOSTERIA DE LADRILLO	M2	52.16	9.82	512.21
<b>G</b>	<b>VENTANAS</b>				
G1	VENTANAS DE MADERA CON VIDIRO DE 4MM	M2	15.52	48.00	744.96
<b>H</b>	<b>PUERTAS</b>				
H1	PUERTAS DE MADERA PREFABRICADAS	U	4.00	125.00	500.00
<b>I</b>	<b>VIGAS DE MADERA</b>				
I1	VIGA SUPERIOR DE MADERA DE 7.20 M.	U	2.00	28.33	56.66
I2	VIGA SUPERIOR DE MADERA DE 6.00 M.	U	2.00	28.33	56.66
<b>J</b>	<b>REVESTIMIENTO</b>				

J1	REVESTIMIENTO DE PAREDES CON MADERA	M2	44.75	28.29	1,265.98
<b>K</b>	<b>ENLUCIDO</b>				
K1	ENLUCIDO VERTICAL	M2	59.57	7.55	449.75
K2	ENLUCIDO HORIZONTAL	M2	44.56	7.55	336.43
<b>L</b>	<b>PINTURA</b>				
L1	PINTURA EN PAREDES	M2	59.57	6.30	375.29
<b>M</b>	<b>ENTABLADO</b>				
M1	ENTABLADO EN PISOS	M2	36.68	23.72	870.05
<b>N</b>	<b>CLOSET</b>				
N1	CLOSET	M2	4.80	180.00	864.00
<b>O</b>	<b>RIELES PARA LAS CORTINAS</b>				
O1	RIELES PARA CORTINAS	GLB	1.00	4.00	4.00
<b>P</b>	<b>CERAMICA</b>				
P1	CERAMICA EN PISO	M2	3.45	21.92	75.62
P2	CERAMICA EN PARED	M2	16.26	21.92	356.42
<b>Q</b>	<b>INSTALACIONES ELECTRICAS</b>				
Q1	PUNTOS DE LUZ	U	9.00	31.13	280.17
Q2	SALIDA DE TOMACORRIENTE	U	10.00	30.63	306.30
Q3	CAJA DE BREAKERS DE 4 PUNTOS	U	1.00	68.76	68.76
<b>R</b>	<b>INSTALACION DE AGUA</b>				
R1	SALIDA DE AGUA	U	5.00	12.32	61.60
R2	TUBOS PVC DE TUBERIA PVC ½"	M	30.00	19.74	592.20
R3	INSTALACION DE CALEFON	U	1.00	240.78	240.78
R4	SALIDA DE TUBERIA PVC 3"	U	3.00	10.41	31.23
R5	SALIDA DE TUBERIA PVC 4"	U	1.00	10.60	10.60
R6	TUBERIA PVC 4"	M	20.00	34.34	685.80
R7	TUBERIA PVC 3"	M	3.00	33.34	100.02
R8	CAJA DE REVISION	U	1.00	32.53	32.53
<b>S</b>	<b>PIEZAS SANITARIAS</b>				
S1	INSTALACION INODORO	U	1.00	106.02	106.02
S2	INSTALACION LAVAMANOS	U	1.00	84.96	84.96
S3	MEZCLADORA DUCHA	U	1.00	37.27	37.27
S4	ACCESORIO PARA BANOS	U	1.00	39.89	39.89
				TOTAL	13,199.20

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.  
Elaborado por: Mayra Martínez, Marielisa Ponce

### **3. Diseño de las Cabañas de hospedaje/ Tipología de Construcción.**

La fase del Diseño de las cabañas de hospedaje lo constituyen el plano donde indica la distribución de la cabaña, con todos sus componentes, el mismo posee la fachada principal y todos los acabados, elaborado con ayuda del programa AutoCad 2007, previo asesoramiento profesional de un arquitecto; el mismo que se detalla a continuación. El APU se lo puede apreciar en el anexo 3.

**- PLANO DE LA CABAÑA**

#### **4. Equipamiento necesario**

El equipamiento necesario para la planta turística de hospedaje está definido de acuerdo al Manual de Calidad, los mismos que se detallan a continuación por espacios.

**Habitaciones:** en la cabaña se dispondrá de dos habitaciones una matrimonial y una doble con su sus respectivas camas y colchones, sábanas, cobijas, y cobertores, adicionalmente tendrán veladores para que el turista pueda acomodar sus implementos de mano, irá decorado con piezas de la comunidad, en cada habitación irá un closet con un número adecuado de armadores. Y cortinas para todas las ventanas.

**Sala de estar:** ésta será un área de espera, descanso y lecturas, contará con el mobiliario necesario, decoración y con Folletería del lugar.

**Baño:** En cada cabaña existirá un baño completo compartido, contará con un espacio para el inodoro y la ducha, el piso será de baldosa, dispondrá de agua caliente, insumos de limpieza y toallas.

**CUADRO No. 93 MENAGE PARA EQUIPAR LAS HABITACIONES.**

ITEM	HAB	V. UNT.	PREPUESTO	INV. X CABANA	N. CAB.	TOT. GENERAL
Sábanas de 2 plazas juego	1	12,00	4,00	48,00	6,00	288,00
Sábanas de 1 1/2 plaza juego	2	10,00	8,00	80,00	6,00	480,00
Toallas grandes	2	14,00	8,00	112,00	6,00	672,00
Toallas pequeñas	4	8,00	16,00	128,00	6,00	768,00
Cobijas de 2 plazas	2	15,00	4,00	60,00	6,00	360,00
Cobijas de 1 1/2 plaza	4	13,00	8,00	104,00	6,00	624,00
Cubre cama grande	1	35,00	2,00	70,00	6,00	420,00
Cubre cama pequeños	2	30,00	4,00	120,00	6,00	720,00
Canastilla para los jabones	1	0,50	2,00	1,00	6,00	6,00
Cama de 2 plazas	1	250,00	1,00	250,00	6,00	1500,00
Cama de 1 1/2 plaza	2	220,00	2,00	440,00	6,00	2640,00
Juego de muebles	1	450,00	1,00	450,00	6,00	2700,00
Armadores juego de 6	1	2,00	1,00	2,00	6,00	12,00
Rodapiés	5	5,00	5,00	25,00	6,00	150,00
Cortinas	4	25,00	8,00	200,00	6,00	1200,00
Cortina de baño	1	8,00	2,00	16,00	6,00	96,00
Televisión 14"	1	120,00	1,00	120,00	6,00	720,00
<b>TOTAL</b>				<b>2226,00</b>		<b>13356,00</b>

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.

Elaborado por: Mayra Martínez, Marielisa Ponce

**Oficina de Recepción:** en este espacio se atenderá y registrará al visitante, dispondrá del mobiliario necesario, se decorará con materiales de la zona y con información necesaria del lugar.

**CUADRO No. 94 MUEBLES DE OFICINA.**

ITEM	CANTIDAD	V. UNT.	V. TOTAL
Computadora	1	700.00	700.00
Impresora	1	80.00	80.00
Fax	1	150.00	150.00
Escritorio	1	300.00	300.00
Silla	1	100.00	100.00
Juego de muebles	1	450.00	450.00
Calculadora/ Sumadora	1	25.00	25.00
Archivador	1	150.00	150.00
Teléfono	1	50.00	50.00
<b>TOTAL</b>			<b>2005.00</b>

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.

Elaborado por: Mayra Martínez, Marielisa Ponce

**CUADRO No. 95 EQUIPO CAMPING.**

UTILES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
Carpas para 6 Pas	4	unidades	\$ 70.00	\$ 280.00
Sleeping térmico	16	unidades	\$ 50.00	\$ 800.00
Colchon de carpa	16	unidades	\$ 15.00	\$ 240.00
Linterna de mano	16	unidades	\$ 3.00	\$ 48.00
cocina portátil	4	unidades	\$ 30.00	\$ 120.00
cuerdas de 1/2 pulgada	30	metros	\$ 0.70	\$ 21.00
Arnés	10	unidades	\$ 2.00	\$ 20.00
mochila de 60 litros	4	unidades	\$ 50.00	\$ 200.00
equipo de primeros auxilios	8	cajas	\$ 8.00	\$ 64.00
Plástico para carpas 3 mts x c/u	12	metros	\$ 1.00	\$ 12.00
soga de techo o tumbado	50	unidades	\$ 0.10	\$ 5.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1,810.00</b>

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.  
Elaborado por: Mayra Martínez, Marielisa Ponce

**Servicio de alimentación:** una de las fortalezas de la Red de Turismo Pastocalle es la existencia de un buen servicio de alimentación, la calidad es aceptable ya que cumple con algunos criterios de calidad.

En cuanto a la prestación del servicio de alimentación, se debe informar al visitante sobre los productos alimenticios locales, la importancia de la diversidad agrícola, valor nutricional y la seguridad alimentaria por medio de cartas y documentos del menú.

Para la preparación de alimentos se debe utilizar productos locales. La mayonesa, leche, mantequilla, quesos, carnes deberán ser refrigerados para que permanezcan frescos y en buen estado.

La lecha azúcar, mantequilla, queso, yogurt, etc. deben ofrecerse en envases recargables de vidrio o cerámica.

Las áreas de cocina, almacenamiento y restauración deben estar limpias y desinfectadas. Los utensilios de cocina deben estar limpios y desinfectados.

Los saleros, pimenteros, azucareros, cestas de pan deben estar siempre limpios y en buen estado.

Se debe evitar comprar lo ya elaborado y más bien difundir todo aquello que pueda producir la comunidad o sus vecinas comunidades como: pan, queso, mermeladas, postres, etc.

Los desayunos, almuerzos y cenas se servirán a la hora sugerida en los paquetes con un máximo de 20 minutos de espera, sin embargo el restaurante prestará sus servicios todo el tiempo.

Para simplificar el trabajo en la cocina se puede ofrecer un menú fijo, y se deberá solicitar al cliente que confirme si van a cenar o no y si son vegetarianos o tienen algún tipo de problema con el menú establecido.

Se debe limitar la compra de productos perecibles y llevar un control cada semana para la caducidad de los productos.

Se debe contar con una lista de proveedores de la zona.

La limpieza de la cocina se la debe hacer cada vez que haya concluido con los horarios habituales de servicios de alimentos y cada vez que sea necesario.

La cocina debe tener un extintor de incendios.

El personal debe controlar permanentemente el suministro del gas, electricidad o el combustible utilizado, a fin de evitar fugas y desabastecimientos.

Los alimentos se deben almacenar en lugares frescos y secos, alejados de humedad y/o fuentes de contaminación.

Los envases de productos de cocina deberán estar perfectamente identificados con el producto que se encuentra en su interior y con la fecha de caducidad o compra.

El personal de cocina debe mantenerse uniformado o identificado y utilizar gorro y delantal. Hombres y mujeres de cabello largo deberán mantenerlo recogido.

La persona de cocina debe manipular y preparar los alimentos con normas de higiene tales como:

Lavar y desinfectar hortalizas y frutas.

Los alimentos que hayan caído al suelo o sufrido alguna forma de contaminación deberán desecharse.

Separar las ollas para hervir agua de las de preparación de comidas.

Separar las cucharas y cucharones de palo para las comidas de sal y dulce.

Los recipientes para desechos orgánicos deberán mantenerse tapados.



Los recipientes de basura deberán vaciarse y limpiarse diariamente, para evitar plagas y malos olores.

Los insumos de limpieza utilizados en la cocina deben ser biodegradables y evitar el uso de cloro.

En cuanto a la vajilla siempre se que se presta el servicio de comida se dispondrá de una vajilla adecuada, cubertería y platos para el uso exclusivo de los visitantes.

Los vasos deben ser de cristal incoloro.

Se recomienda como alternativa, tener una vajilla que tradicionalmente se use en el lugar y que sea elaborada con materiales locales.

Los mantenles y servilletas deben ser de preferencia elaborados por la comunidad. Se debe adquirir mantelería, servilletas para uso exclusivo de clientes, seleccionando materiales de calidad y de larga duración.

A continuación se detalla los materiales y equipos necesarios para el restaurante.

#### CUADRO No.96 MENAGE PARA EL RESTAURANTE.

ITEM	CANTIDAD	V. UNT.	V. TOTAL
Mesas de madera	10	35.00	350.00
Sillas	40	10.00	400.00
Mantelería	30	8.00	240.00
Servilletas de tela	120	3.00	360.00
Vasos de Cristal	80	1.00	80.00
Platos soperos	80	1.20	96.00
Platos base	80	1.00	80.00
Platos para el fuerte	80	1.50	120.00
Cucharas	80	0.80	64.00
Tenedores	80	0.80	64.00
Cubierto	80	0.80	64.00
Cucharita	80	0.80	64.00
Plato para el postre	80	0.50	40.00
<b>TOTAL</b>			<b>2022.00</b>

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.

Elaborado por: Mayra Martínez, Marielisa Ponce

Para equipar la cocina se ha considerado cotizar los elementos más necesarios que se detallan a continuación.

**CUADRO No. 97 MENAGE PARA LA COCINA.**

<b>ITEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Cocina Industrial	1	400.00	400.00
Tanque de gas	2	55.00	110.00
Ollas grandes	6	25.00	150.00
Extractor de olores	1	250.00	250.00
Lavaderos	1	80.00	80.00
Sartenes	6	12.00	72.00
Cucharones	6	3.00	18.00
Plancha	1	100.00	100.00
Ollas pequeñas	6	10.00	60.00
Mesa	2	35.00	70.00
Plateros	1	30.00	30.00
Tablas de picar	3	2.00	6.00
Cuchillos juego	1	15.00	15.00
Juego de cedazos	1	8.00	8.00
Juego de cubiertos para cocina	1	12.00	12.00
Horno	1	300.00	300.00
<b>TOTAL</b>			<b>1681.00</b>

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.  
 Elaborado por: Mayra Martínez, Marielisa Ponce

## **E. DETERMINACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA UNIDAD DEL EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO**

### **1. Capacidad de Manejo de Visitantes.**

Los objetivos principales de establecer la capacidad de manejo de visitantes en el proyecto son: “*Regular y normar tanto su manejo y su visita*” a continuación se detalla:

#### **a. Capacidad de recibir visitantes.**

Este proyecto se basa en la primera fase de construcción de cabañas que se realizará en la parroquia San Juan de Pastocalle, culminando la construcción de las mismas, la capacidad de la parroquia será de 24 personas, ya que se contará con un total de 6 cabañas con capacidad de 4 personas por cada una.

#### **b. Lineamientos.**

Es necesario establecer políticas de manejo y visita a través de dos Guías, una para los miembros comunitarios que participarán en la actividad turística y otra para los turistas que ingresen a la parroquia. Varios lineamientos se basan en la declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario, COSTA RICA, Octubre 2003, los cuales fueron analizados y mejorados durante talleres participativos con la gente de la parroquia inmersa en el proyecto; así tenemos:

**1) Políticas para los miembros comunitarios que participan de la actividad turística.**

a) El desarrollo turístico se sustentará en valores de solidaridad, cooperación, respeto a la vida, conservación y aprovechamiento sostenible de los ecosistemas, y de la diversidad biológica que estos albergan.

b) Habrá una justa distribución de los beneficios que genera el turismo entre todos los actores que participan de su desarrollo, para que la comunidad mejore las condiciones de vida y de trabajo de sus miembros.

c) Ser consciente de que el turismo puede representar una fuente de oportunidades y a la vez una amenaza para la coacción social de la comunidad, su cultura y hábitat natural. Por ello cada miembro de la comunidad deberá asumir protagonismo en el turismo, tanto en planificación, operación, supervisión y desarrollo.

d) El turismo debe complementar apropiadamente la economía comunitaria y familiar, potenciando el desarrollo de la agricultura, ganadería, artesanía y otros servicios. Esto con el fin de generar empleo y calidad en la comunidad.

e) Mantener viva y auténtica la cultura local y sus diversas formas de expresión, así como también revitalizarlas con encuentros interculturales.

f) Se deberá practicar una política activa de planificación y gestión sostenible de los recursos naturales de la comunidad y sus alrededores, al emprender cualquier actividad económica y el turismo en particular.

g) En los procesos de planificación, ejecución y evaluación de políticas y programas en materia ambiental, cultural, económica y turística, la comunidad tiene el derecho de consulta previa y participación bien informada, en la medida que esas decisiones afecten directamente la vida de sus pobladores. La consulta hablada a llevarse a cabo, a través de las organizaciones representativas comunitarias.

h) Apoyar la participación de equipos interdisciplinarios en la planificación comunitaria así como en la realización de estudios para apreciar los impactos de turismo en la comunidad respetando la línea base que son los estudios turísticos realizados en la parroquia durante el 2008.

- i) Dar apertura a las instituciones nacionales y de cooperación internacional, así como a las organizaciones públicas y privadas favorables al turismo rural y comunitario.
- j) Llevar a cabo actividades relacionadas al turismo con técnicos especializados, que ayuden no sólo a construir y ejecutar proyectos sino que contribuyan al bienestar local.
- k) los miembros comunitarios deberán capacitarse en los cursos periódicos que deberse llevarse a cabo en la parroquia.
- l) Se procurará mantener el orden y la limpieza en la parroquia y establecimientos que se necesiten para los turistas.
- m) Mantener reuniones periódicas entre los diferentes organismos de la comunidad para analizar el turismo y su influencia en este entorno social.

## **2) Lineamientos de conducta para los turistas que ingresan a la Parroquia “San Juan de Pastocalle”**

Este reglamento atiende los artículos del Código de Ética Mundial de la OMT, con el fin de salvaguardar los recursos naturales, culturales y sociales del patrimonio comunitario. El fin es que la experiencia turística sea de calidad para el visitante y en bienestar de la comunidad anfitriona, así tenemos.

- a) Para aumentar el sentido de sus viajes, recabe información con anterioridad a su salida, sobre las características de la región a visitar, su geografía, costumbres y cultura.
- b) Respete la fragilidad cultural, social y medio ambiental de la parroquia “San Juan de Pastocalle”, adoptando los paquetes elaborados para esta zona.
- c) Respete la soledad y dignidad de los pobladores locales y demás visitantes de la zona.
- d) No compre productos de especies de flora y fauna amenazadas, en lo posible filme o tome fotografías.
- e) Camine siempre por los senderos definidos y señalizados para el uso turístico.
- f) Apoye los programas diseñados en la comunidad para mejorar el medio ambiente y revalorizar la cultura local.

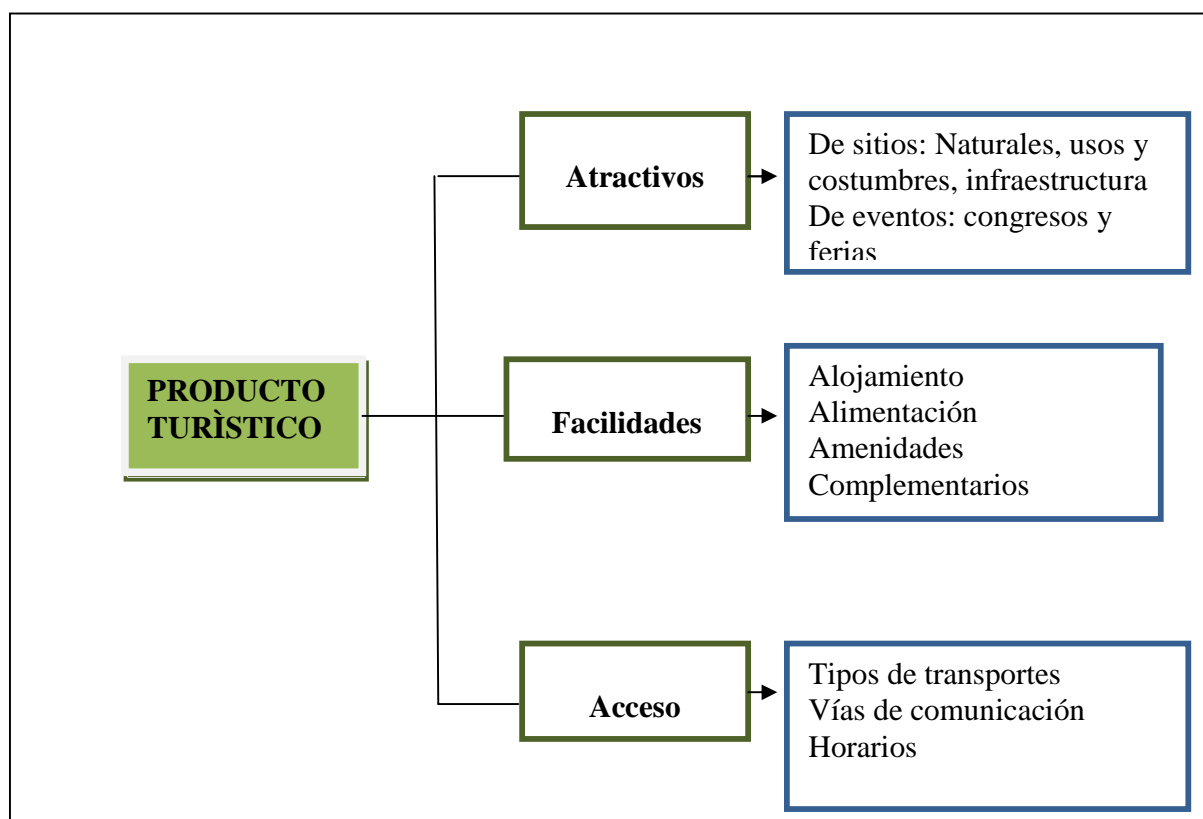
- g) En lo posible, use medios de transporte ambientalmente sanos, la propuesta de este proyecto es que usted camine hacia los atractivos más cercanos.
- h) Aporte con críticas constructivas los servicios que oferta la parroquia en el libro que registra los comentarios de los visitantes.
- i) Ayude a fomentar con su proceder, a la conservación de energía y del medio ambiente, a la protección del agua y aire, al reciclaje de materiales, al manejo de desechos y materiales tóxicos al control del ruido.

## **2. Definición del proceso productivo.**

A continuación se define de manera gráfica y ordenada la transformación de la materia prima en productos terminados para los futuros clientes, siendo esto una panorámica general del proceso administrativo del producto.

Los diagramas fueron elaborados según las áreas que se definieron para el proyecto, así tenemos.

**Cuadro N° 98 PRODUCTO TURÍSTICO.**



### **3. Definición del proceso productivo.**

A continuación se define de manera gráfica y ordenada la transformación de la materia prima en productos terminados para los futuros clientes, siendo esto una panorámica general del proceso administrativo del proyecto.

Los diagramas fueron elaborados según las áreas que se definieron para el proyecto, así tenemos:

### DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO.

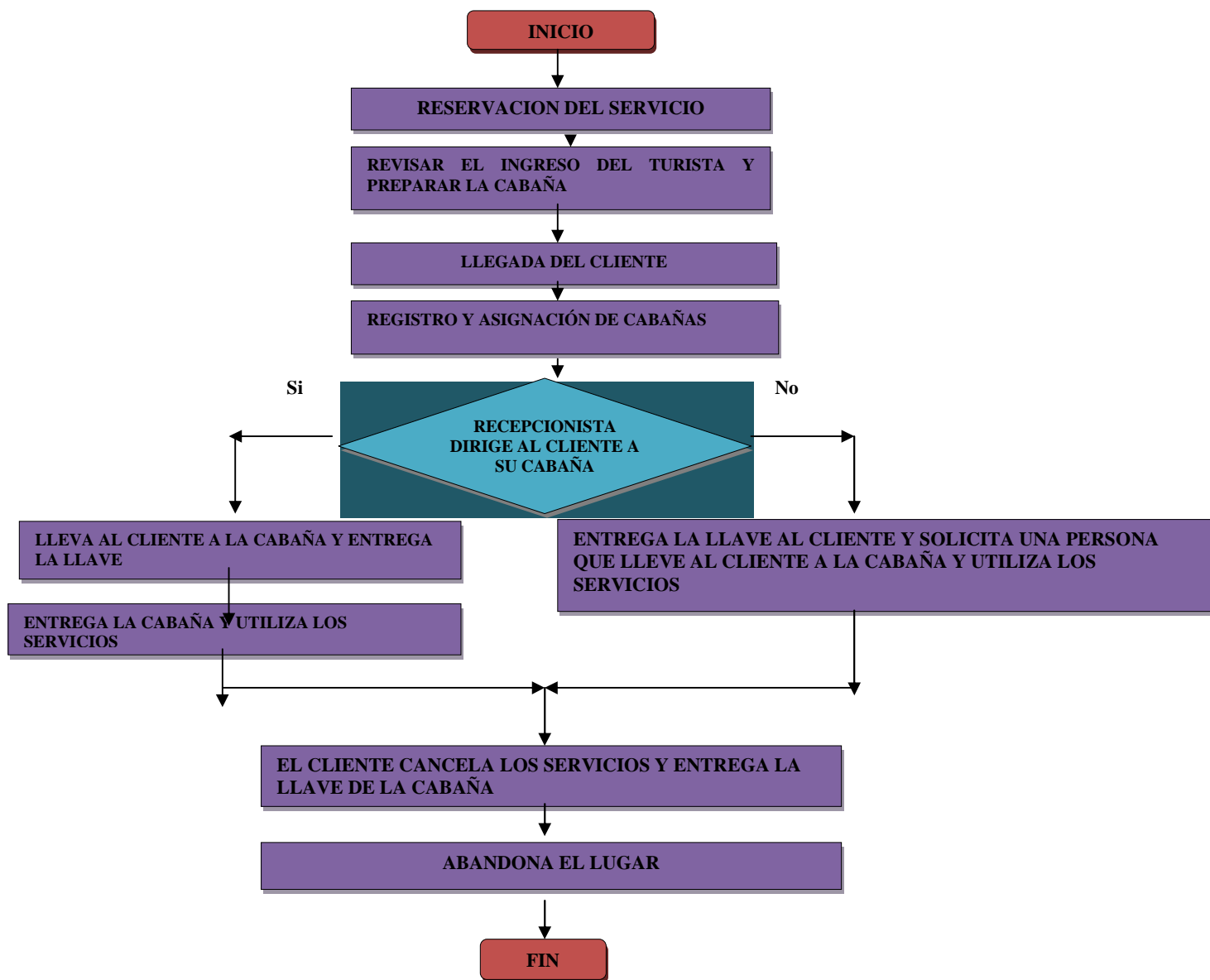


Gráfico No. 50 DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO.

Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R



### DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO DE ALIMENTACION

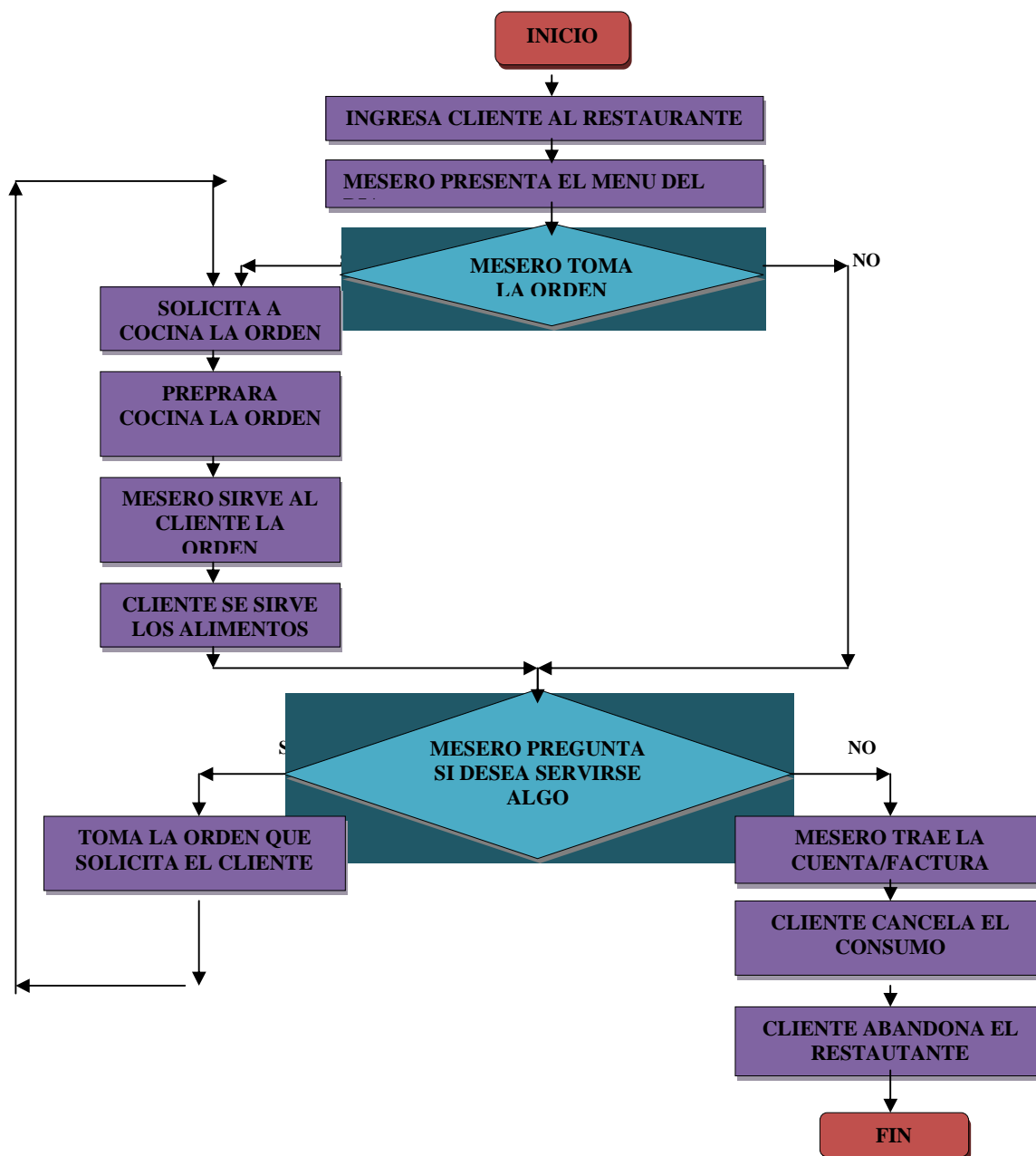
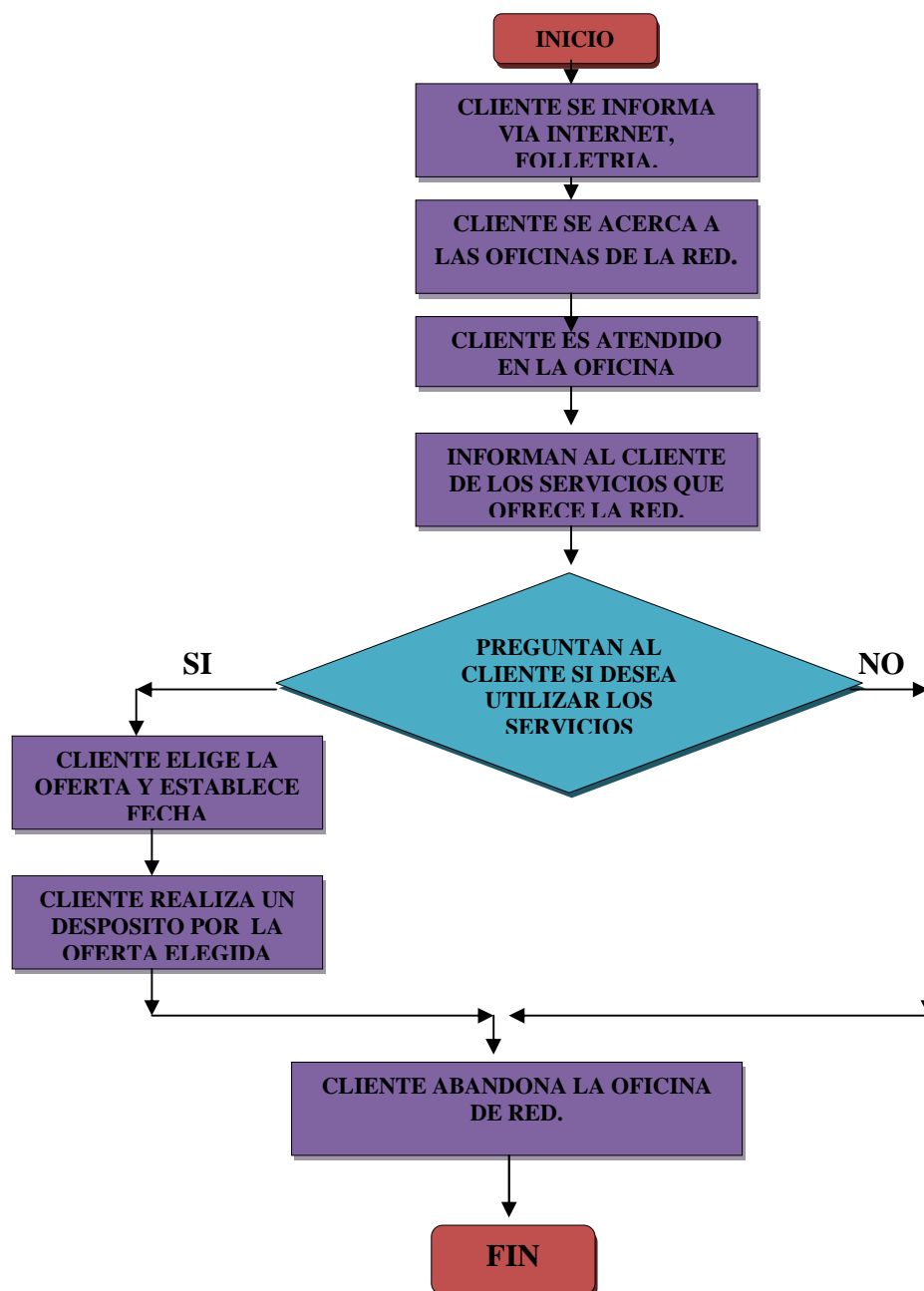


Gráfico No. 51 DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO DE AALIMENTOS

Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO DE INFORMACION EN LA  
COMUNIDAD**



**Gráfico No. 52** DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO DE INFORMACION EN LA COMUNIDAD  
**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

## DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PAQUETE “RUTA DE LOS ILLINIZAS”

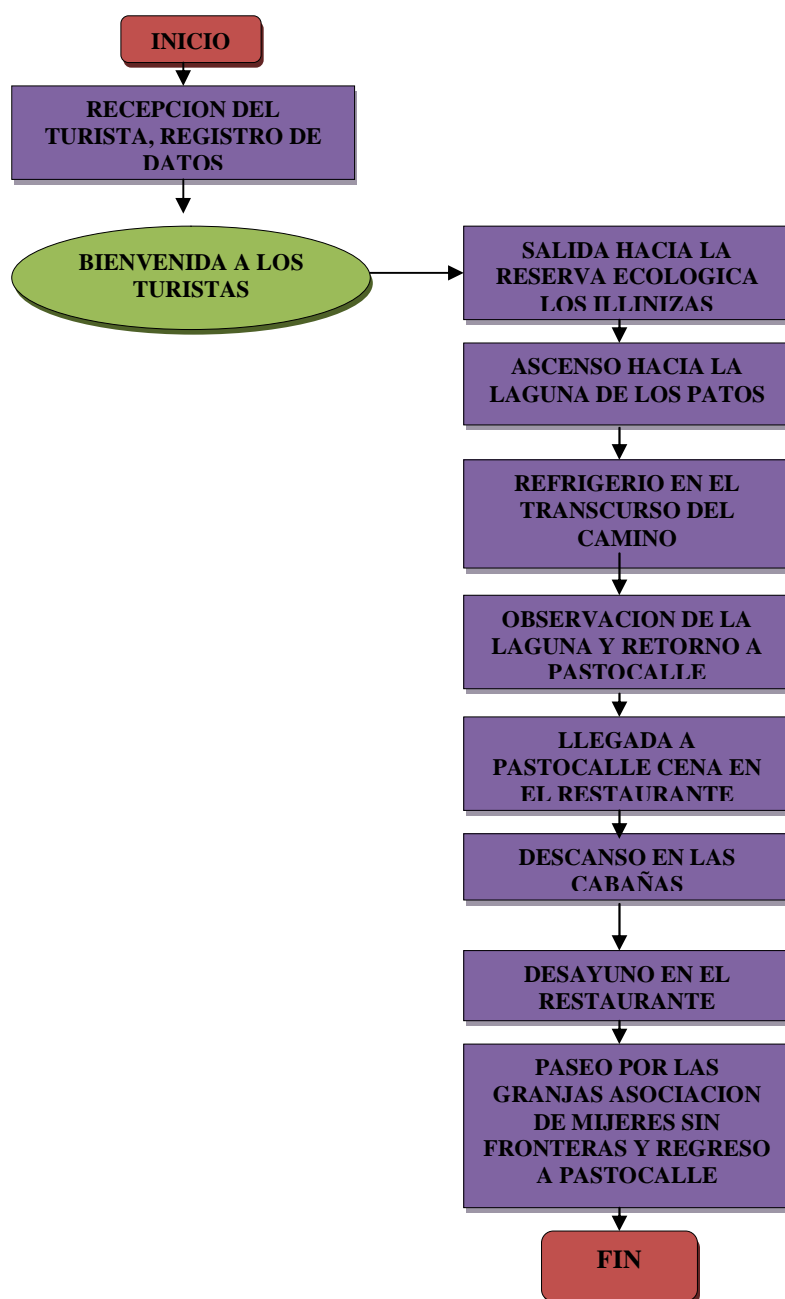
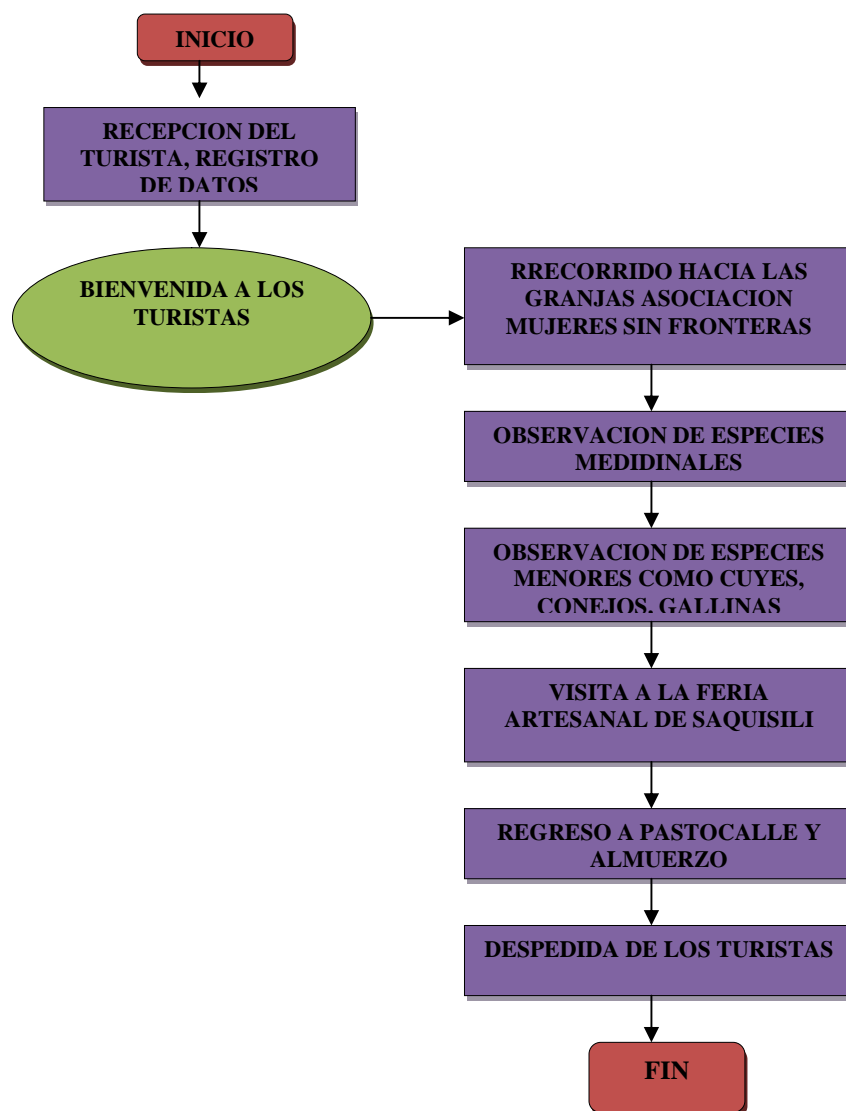


Gráfico No. 53 DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PAQUETE “RUTA DE LOS ILLINIZAS”  
Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PAQUETE “EL BUEN VIVIR EN PASTOCALLE”**



**Gráfico No. 54 DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PAQUETE “EL BUEN VIVIR EN PASTOCALLE”**

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

## DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PAQUETE “COELLO DE LUNA”

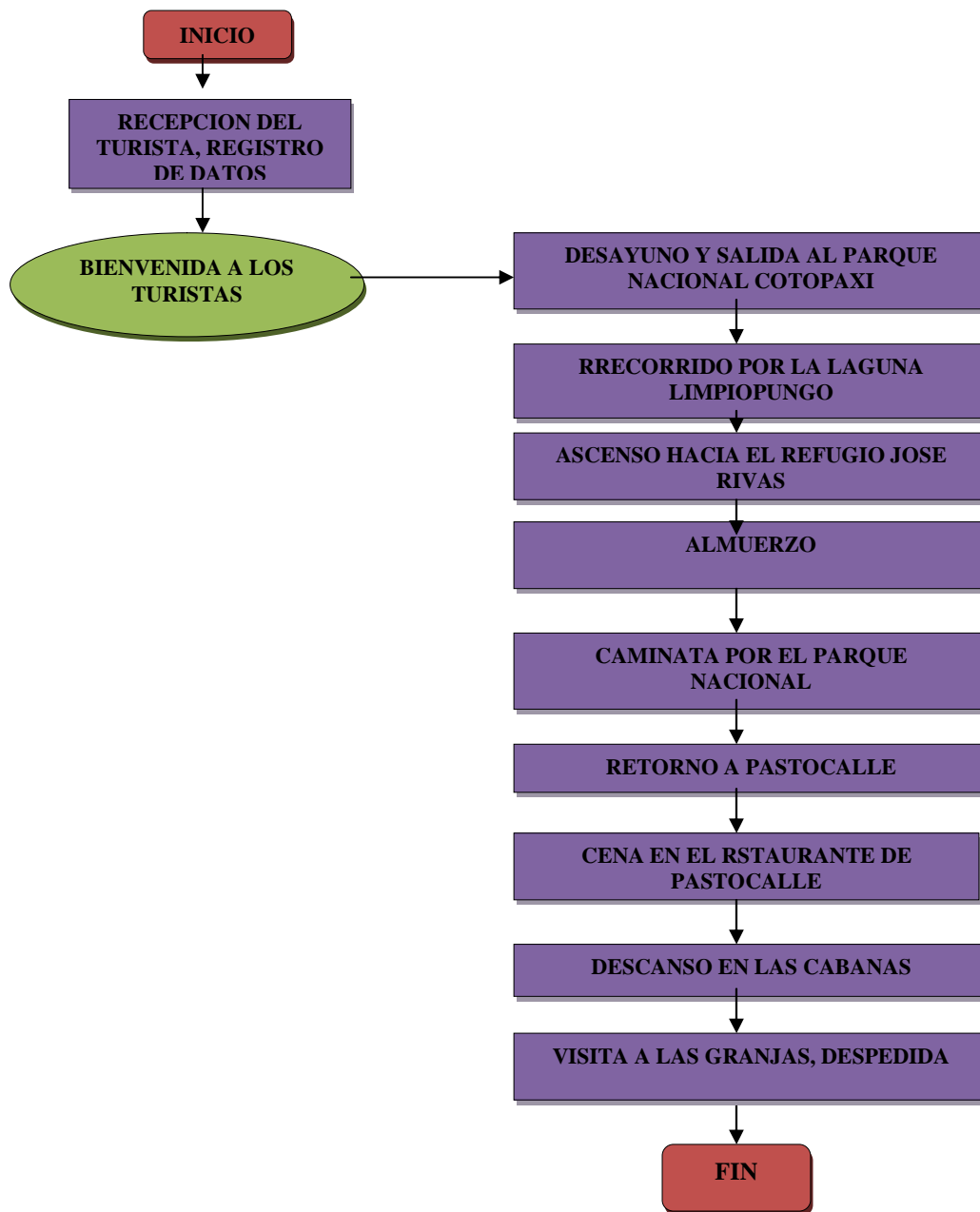
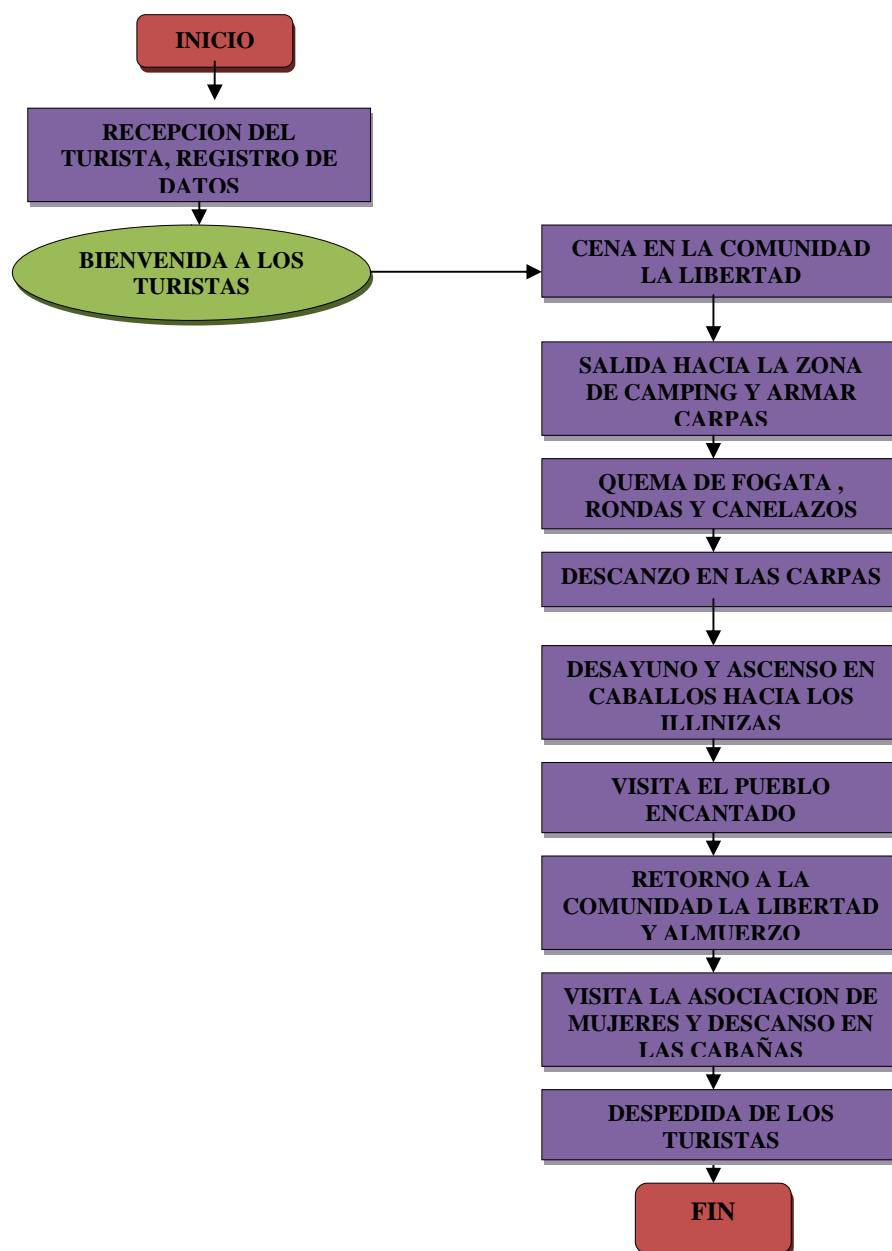


Gráfico No. 55 DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PAQUETE “COELLO DE LUNA”

Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

**DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PAQUETE “ILLINIZAS ENCANTO Y TRADICION”**



**Gráfico No. 56 DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PAQUETE “ILLINIZAS ENCANTO Y TRADICION”**

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce R

### **3. Estudio Administrativo y Legal**

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

Considerando que la parroquia “San Juan de Pastocalle”:

- Posee una extensión de 10.000 has.
- Pertenece a la Regional de Turismo Comunitario y por ende a la FEPTCE (Federación Pluricultural de Turismo Comunitario del Ecuador).
- Sus socios han apoyado incondicionalmente el proceso de investigación, y
- Es precursora de la actividad turística en el sector y tiene deseo de que la parroquia y sus comunidades se integren a dicha actividad.

#### **1) Estructura organizacional de la Red de Turismo Comunitario Pastocalle**

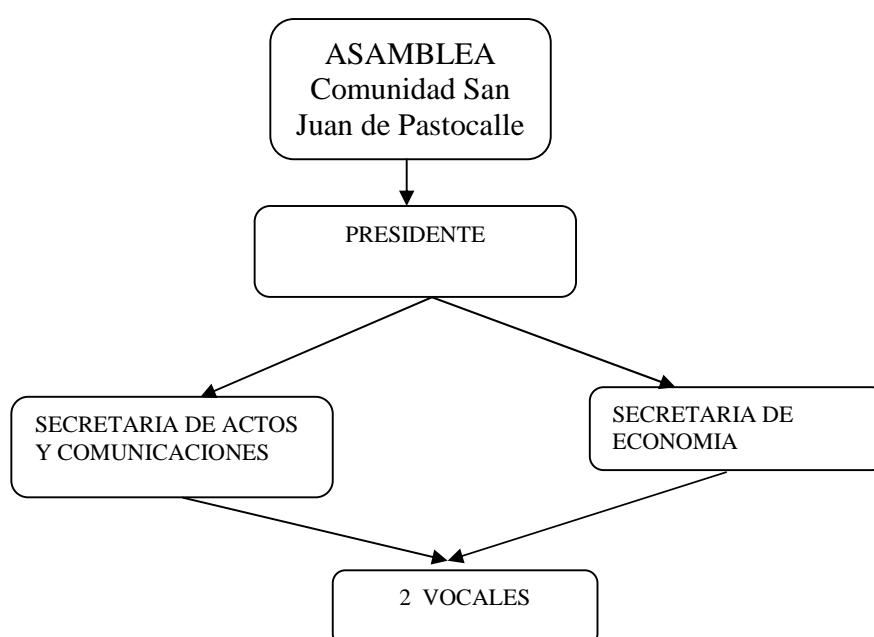
En base a la estructura organizativa de la empresa, así como también, a una concepción integrada y coherente de cómo funciona un sistema comunitario, se establecieron cinco niveles, que deberán coordinar entre sí las actividades para el desarrollo exitoso del proyecto.

- Nivel Directivo: Conformado por la Asamblea General de la Asociación.
- Nivel Ejecutivo: integrado por la directiva de la asociación y la comisión de turismo.
- Nivel de Apoyo: no es un nivel permanente, sino que acorde a las necesidades del proyecto en su fase de operación, se podrá contratar consultorías o tramitar voluntariados.
- Nivel Administrativo: integrado por el gerente – administrativo y el contador.
- Nivel Operativo: integrado por el personal que labora en las áreas de mercadeo, administrativa, mantenimiento, información, alojamiento y de alimentación.

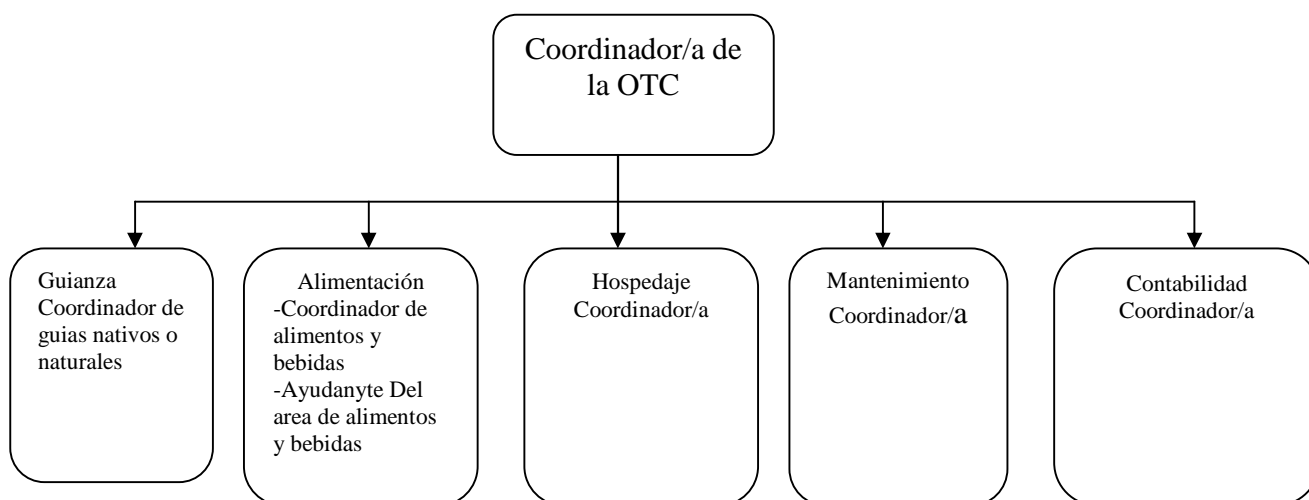
Si bien el organigrama piramidal que se presenta a continuación, tiene un formato común y no responde a la dinámica de una organización comunitaria, servirá de pauta para diferenciar los niveles o áreas de la Red de Turismo Comunitario para su funcionamiento. Es importante mencionar que el flujo de comunicación interna, estará a cargo de todos los miembros de cada área.

El organigrama estructural para el funcionamiento del proyecto es:

Area administrativa:



Area Operativa:





## **2). Manual de funciones del equipo de gestión de cada OTC**

A continuación se describen los alcances de cada área y las funciones del personal que labora en ellas, si bien sólo son pautas que se pueden complementar, así como atribuir más responsabilidades al personal, asunto que se deja a criterio del nivel directivo.

### **Área de Administración de la OTC.**

Del coordinador de la OTC

Sus funciones son:

- Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización de la cual pertenece la OTC.
- Recibe y registra llamadas de l personal administrativo de la operadora.
- Formula políticas para la realización de reservaciones y realiza las mismas.
- Establece políticas para la cancelación de reservaciones.
- Coordina la elaboración de tours con el equipo de gestión de la OTC
- Elabora cotizaciones de tours.
- Entregar información amplia de los servicios que presta la OTC.
- Efectúa informes de reservaciones
- Recibe visitantes
- Coordinar actividades para lograr la obtención de los objetivos de la OTC con la máxima eficacia.
- Organizar y dirigir las reuniones las reuniones periódicas del trabajo del personal que conforma el quipo de gestión de la OTC.
- Llevar el libro de actas de reuniones del equipo de gestión de la OTC
- Orientar el trabajo del personal que conforma el equipo de gestión de la OTC.
- Elaborar la nómina y archivos personales de los integrantes del equipo de gestión de la OTC.
- Conceder, certificar y justificar permisos, faltas, atrasos y enfermedades de los integrantes del equipo gestión de la OTC.
- Es responsable de trabajar en coordinación con la operadora.

- Atender las inquietudes del personal administrativo de la operadora y el directorio.
- Encargarse de la comercialización del producto turístico de la OTC
- Recopilar material fotográfico y bibliográfico para la reelaboración de medios de difusión turística.
- Coordinar actividades vinculadas a la difusión y comercialización turística de la OTC
- Coordinar la elaboración y actualización periódica de los medios de publicidad de los productos de la OTC.
- Seleccionar y aplicar las herramientas administrativas necesarias para mejorar la gestión de la OTC.
- Controlar y supervisar presupuestos de ventas.
- Recibir, registrar, emitir y archivar la correspondencia y documentación de la OTC.
- Formula políticas de promoción, precios, ventas, etc. Para que sea aprobado por el equipo de gestión de la OTC.
- Promueve el cumplimiento del reglamento interno de la OTC.
- Realiza una lista de proveedores y les visita continuamente para evaluar la calidad y precio de los productos a adquirir.
- Hace recorridos periódicos por todas las instalaciones de la OTC.
- Hace recorridos periódicos para evaluar la calidad de servicio y cortesía de los miembros del equipo de gestión de la OTC, con los huéspedes.
- Hace evaluación mensual de los comentarios de los huéspedes, contesta por escrito a los clientes que llenaron los comentarios.
- Y las demás funciones que le asignen su organización y aquellas que le fueren recomendadas por el directorio de la operadora de turismo.

### **Área de Contabilidad:**

Del coordinador de contabilidad y sus funciones:

- Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización a la cual pertenece la OTC.
- Llevar el inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones de la OTC

- Llevar en forma ordenada recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago.
- Llevar un proceso contable, que le ayudara para el manejo económico de la OTC. Este proceso contable deberá contener.
  - ✓ Plan de cuentas
  - ✓ Estado de situación inicial
  - ✓ Diario General
  - ✓ Mayorización
  - ✓ Balance de comprobación
  - ✓ Estados financieros
  - ✓ Análisis financiero
  - ✓ Anexos (Libro de caja, Libro bancos, conciliaciones bancarias)
- Presentar al coordinador de la OTC informes mensuales sobre la actividad y movimiento financiero de la OTC.
- Elaborar los estados financieros mensuales de la empresa.
- Responder por los fondos de la empresa con su firma en los cheques conjuntamente con el coordinador de la OTC.
- Cumplir y hacer cumplir los reglamentos y más disposiciones referentes al manejo de recursos de manejos económicos emitidos por la organización a la cual pertenece la OTC.
- Revisa y analiza los presupuestos de las actividades de la OTC.
- Responsable del pago de sueldos a los integrantes del equipo de gestión de la OTC.
- Revisa la contabilidad, receipta toda la información necesaria sobre diarios de caja, conciliaciones bancarias, reportes mensuales.
- Maneja transacciones de dinero en efectivo o cheques de la OTC.
- Llena los formularios y declara los impuestos al SRI.
- Chequea roles de pago de luz, agua, teléfono y suministros etc.
- Y las demás funciones que le asignen su organización y aquellas que le fueren recomendadas por el directorio de la operadora de turismo.
  - Tendrá bajo su custodia los dineros de la OTC, de los que dispondrá bajo la coordinación de la organización y aprobación de coordinación de la OTC.

- Realiza los pagos de materia prima, personal, insumos y otras obligaciones que se presenten en la OTC.
- Se encarga de emitir facturas de los gastos del cliente.

### **Área de alimentos y bebidas:**

Del coordinador de alimentos y bebidas

Funciones:

- Define y elabora las recetas estándar, tanto para alimentos como para bebidas.
- Es responsable de la elaboración y actualización de los menús y cartas.
- Se encargara de comprar los ingredientes necesarios para la comida.
- Conoce de la elaboración de jugos, ciertos cócteles, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y ensaladas en general.
- Conoce de la elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta, son vegetarianos o tienen algún problema especial en alimentación.
- Elabora los Box Lunch.
- Deberá tener lista la orden para que sea servida en el menor tiempo posible.
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de bebidas.
- Mantendrá limpia la cocina.
- Realizará inventarios de los materiales, equipos y aquellos utensilios que se utilizan en la cocina.
- En coordinación con el equipo de gestión de la OTC, fija los precios de venta de alimentos y bebidas.
- Debe realizar un sistema de compra por etapas, procurando comprar en mayor cantidad los productos que puedan durar más y en menor cantidad aquellos que sean difíciles de conservar.
- Se encargará d que todos los alimentos estén en buen estado aplicando métodos de conservación adecuados.
- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los clientes como de algún compañero de trabajo.

### **Del ayudante del área de alimentos y bebidas**

Funciones:

- Ayudará en la preparación de los alimentos al cocinero.
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas.
- Se encarga de recibir y acomodar al visitante
- Recogerá las órdenes de los visitantes
- Se encargara de servir al visitante desde la cocina hasta el comedor.
- Es responsable de mantener las estaciones de servicio surtidas como: sal, azúcar, salsas, cubiertos, servilletas, etc.
- Cuidara que no falten manteles en las mesas.
- Cuidara que no falten cubiertos en las mesas.
- Observan que los clientes no se olviden nada en el restaurante o bar.
- Deberá retirar los utensilios de la mesa y llevarlos a la cocina.
- Limpiara las mesas que han sido ocupadas.
- Se encargará de lavar la vajilla.
- Conocerá del correcto manejo de loza y cristalería para evitar roturas.
- Velará por la limpieza de todo el material del restaurante.
- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los visitantes como de algún compañero de trabajo.

### **Área de Alojamiento:**

Del coordinador de alojamiento y sus funciones:

- Conducirá a los visitantes y su equipaje a las habitaciones y vigilará que tengan lo necesario.
- Entrega las llaves de las habitaciones a los visitantes.
- Toma recados para los visitantes.

- Se encargará de la limpieza y arreglo de las habitaciones y baños.
- Se encarga de proveer de los suministros necesarios para los baños de las habitaciones como: papel, toallas, jabón, shampoo, etc.
- Se encarga del lavado y planchado de la lencería de las habitaciones, restaurante.
- Proveerá a las habitaciones y al restaurante de la lencería necesaria.

### **Área de Guianza:**

Del coordinador de guías y sus funciones:

- Preparar las condiciones más favorables para el tour.
- Coordinar con el coordinador de alimentos y bebidas, la alimentación de los visitantes a su cargo.
- Conducir a los turistas a los diferentes atractivos de su comunidad.
- Cuidar de la seguridad de cada uno de los visitantes.
- Velar por la protección y respeto del medio ambiente
- Al guía le queda completamente prohibido el uso de drogas y alcohol.
- El guía no debe implicarse en relaciones sentimentales o sexuales con los turistas durante el tour.
- Debe poseer excelente predisposición para realizar el trabajo asignado.
- Se debe conversar siempre con los turistas sobre plantas medicinales, flora, fauna, etc.
- El guía debe tener todo lo necesario para la realización del tour como la comida y bebida.
- Siempre se ha de lavar las manos con jabón antes de tocar los alimentos.
- Nunca se debe votar la basura.
- El guía no deberá pedir regalos a los turistas.
- El guía nunca debe discutir con sus compañeros de trabajo frente a los turistas.
- Durante las caminatas solo se debe usar los senderos establecidos y no deben apartarse de ellos.
- No se deberá hacer ruido durante la noche mientras los turistas se están preparando para dormir o mientras están durmiendo.

- No se debe decir malas palabras durante el tour.
- Cuando los turistas llegan a la OTC deben invitarlos a una bebida si la hay, les explicaran sobre el viaje y preguntar por sus intereses y expectativas.
- E éxito del tour depende de la primera y ultima impresión.
- El guía es el máximo responsable del viaje.
- Los guías o ayudantes deben dormir independientemente de los turistas.

### **Área de mantenimiento:**

Del coordinador de mantenimiento y sus funciones:

- Actualizar los inventarios de los bienes de la OTC
- Velará por mantener en las mejores condiciones de uso las instalaciones, maquinaria, mobiliario y en general a utilizar todas las áreas de operación.
- Se encargará del mantenimiento de las instalaciones, decoraciones, mobiliarios y senderos.
- Se encargará del correcto funcionamiento de cada una de las áreas relacionadas con el turismo, es así: habitaciones en perfecto, restaurante, cocina, áreas de descanso, etc.

### **3) Personal necesario y plan de capacitación.**

A continuación se detalla el personal que laborará directamente en el proyecto de turismo, así como los conocimientos que deberán poseer las personas en las distintas áreas de trabajo. Así mismo el plan de capacitación que se requiere implementar en la parroquia San Juan de Pastocalle, deberá responder a las necesidades actuales de los pobladores para entrar a operar sin ninguna dificultad este proyecto de turismo alternativo.

**CUADRO 99. PERSONAL NECESARIO Y PLAN DE CAPACITACIÓN PARA EL PROYECTO.**

<b>ADMINISTRACIÓN</b>	
<b>Personal Necesario</b>	<b>Conocimientos</b>
3 Administrador/a	<b>Administrador</b> -Turismo comunitario, Paquetes turísticos, Comunicación comercial, Administración, Marco Legal
<b>Total 3 personas</b>	
<b>CONTADOR.</b>	
<b>Personal Necesario</b>	<b>Conocimientos</b>
3 Contador / a	<b>Contador</b> - Contabilidad básica aplicada al turismo
<b>Total 3 personas</b>	
<b>ALIMENTACIÓN</b>	
<b>Personal Necesario</b>	<b>Conocimientos</b>
1 para cocina 1 ayudante de cocina	- Preparación de alimentos, Definición de precios e inventarios, Tecnología de Restaurante, Manipulación e Higiene de alimentos.
<b>Total 2 personas</b>	
<b>ALOJAMIENTO</b>	
<b>Personal Necesario</b>	<b>Conocimientos</b>
6 recepcionista para las cabañas	- Servicio de Alojamiento, Atención al cliente.
<b>Total 6 personas</b>	
<b>OPERATIVO - GUIANZA</b>	
<b>Personal Necesario</b>	<b>Conocimientos</b>
5 guías nativos	- Turismo comunitario, paquetes turísticos, flora y fauna, interpretación y educación ambiental, cultura y tradiciones, técnicas de guiar, primeros auxilios.
<b>Total 5 personas</b>	
<b>TOTAL PERSONAL : 19 PERSONAS</b>	<b>COSTO:</b>

Elaborado por: Equipo Técnico.

Fuente: Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)



Fuera de los conocimientos que requiere el personal que labora en el proyecto, es necesario implementar cursos de introducción al turismo y cuidados ambientales, así como cursos de cuidado del ambiente y revitalización cultural en la parroquia en general.

La mayoría de servicios que presta San Juan de Pastocalle requiere de un programa de capacitación que permita fortalecer cada una de las actividades turísticas y quién lo ejecuta también esté preparada para su prestación. A continuación se detalla los programas de capacitación de cada área.

**a) Programa de capacitación para la operación de turismo comunitario San Juan de Pastocalle.**

**i. Área de capacitación:** Administrativa

**Tema:** Formación de empresarios turísticos

**Objetivo:** Obtener un personal capacitado en el Área de Gestión empresarial de la operación de turismo comunitario de la Red y Centro de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle.

Contenido de la capacitación.

**CUADRO N. 100 CAPACITACIÓN PARA EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN.**

<b>Módulo 1: TURISMO COMUNITARIO</b>	
Temas a tratar	Gestión del turismo comunitario en el Ecuador.
Metodología	Talleres, trabajos grupales, dinámicas, presentación de fotos y videos
<b>Módulo 2: PAQUETES TURÍSTICOS</b>	
Temas a tratar	Elaboración de paquetes turísticos. Análisis de costos de paquetes.
Metodología	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, trabajos grupales, estudio de casos, y práctica de campo
<b>Módulo 3: COMUNICACIÓN COMERCIAL</b>	
Temas a tratar	Conceptos básicos. Marketing Mix (producto, plaza, precio, promoción) Estrategias para la publicidad de imagen y de venta. Estrategias para relaciones públicas. Estrategias para las promociones. Estrategias para el merchandising.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
<b>Módulo 4: ADMINISTRACIÓN</b>	
Temas a tratar	Procesos de Administración. Planificación y dirección administrativa. Recursos humanos. Organización administrativa. Control, reportes, y seguimiento. Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción de visitante, Sistema de reservaciones. Sistema de registro de visitantes. Elaboración de contratos. Solución de problemas. Políticas y procedimientos generales. Importancia de Códigos de de Conducta para huéspedes, empleados y comunidad.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
<b>Módulo 5: MARCO LEGAL</b>	
Temas a tratar	Legislación turística Requisitos para legalizar los centros de turismo comunitario.
<b>Número de horas</b>	<b>Total 32</b>

**Elaborado** por: Equipo Técnico.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

**i. Área de capacitación: Operativo - Contabilidad**

**Tema:** Formación de personal con conocimientos en Contabilidad.

**Objetivo:** Disponer de un personal con aptitudes básicas relacionadas al área contable para la operación de Red de Turismo Comunitario Pastocalle.

Contenido de la capacitación:

**CUADRO N. 101. CAPACITACIÓN PARA EL ÁREA DE OPERACIÓN – CONTABILIDAD.**

<b>Módulo 1: CONTABILIDAD BÁSICA APLICADA AL TURISMO</b>	
Temas a tratar	Conocimientos básicos. Elaboración de inventarios. Emisión y manejo de recibos, facturas y notas de venta. Elaboración del proceso contable. (Plan de cuentas, estado de situación inicial, diario general, mayorización, balance de comprobación, estados financieros, análisis financieros, libro de caja, libro de bancos, conciliaciones bancarias). Elaboración de estados financieros. Llenado de formularios y forma de declaración de impuestos. Elaboración de roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros, etc.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica
<b>Número de horas</b>	<b>Total 32</b>

**Elaborado** por: Equipo Técnico.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

**iii. Área de capacitación:** Operativo Guianza

**Tema:** Formación de guías nativos

**Objetivo:** Obtener guías nativos capacitados entorno a su medio natural con conocimientos generales y específicos de la Red y Centro de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle.

Contenido de la capacitación:

### CUADRO N 102. CAPACITACIÓN PARA EL ÁREA DE GUIANZA.

<b>Módulo 1: TURISMO COMUNITARIO</b>	
Temas a tratar	Gestión del turismo comunitario en el Ecuador.
Metodología	Talleres, trabajos grupales, dinámicas, presentación de fotos y videos
<b>Módulo 2: FLORA Y FAUNA</b>	
Temas a tratar	Flora y fauna del Ecuador. Flora representativa del lugar Fauna representativa del lugar. Ornitología.
Metodología	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, trabajos grupales, y práctica de campo
<b>Módulo 3: INTEPRETACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL.</b>	
Temas a tratar	Educación ambiental. Interpretación ambiental. Medios interpretativos. Manejo de áreas protegidas y naturales.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
<b>Módulo 4: CULTURA Y TRADICIONES</b>	
Temas a tratar	Recursos turísticos. Identificación de fiestas populares. Identificación de tradiciones locales
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
<b>Módulo 5: TÉCNICAS DE GUIAR</b>	
Temas a tratar	Técnicas de guiar. Atención a grupos. Rutas turísticas. Preparación de tours. Técnicas de animación. Geografía turística. Cartografía. Manejo de brújula y GPS
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
<b>Módulo 6: PRIMEROS AUXILIOS Y CAMPAMENTISMO</b>	

Temas a tratar	Primeros auxilios. Campamentismo. Supervivencia.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
Número de horas.	<b>Total 32</b>

**Elaborado** por: Equipo Técnico.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

#### **iv. Área de capacitación:** Alimentación

**Tema:** Formación chefs comunitarios.

**Objetivo:** Obtener personal capacitado en el área de alimentación con todos los conocimientos básicos y necesarios para el servicio del restaurante de la Red y Centro de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle.

Contenido de la capacitación:

### CUADRO N 103. CAPACITACIÓN PARA EL ÁREA DE ALIMENTACIÓN.

<b>Módulo 1: PREPARACIÓN DE ALIMENTOS</b>	
Temas a tratar	Valor nutricional de los productos locales y orgánicos. Manejo de géneros. Elaboración de recetas estándar y comida tradicional de la zona. Preparación de recetas estándar (desayunos, almuerzos, cenas y box lunch.) Elaboración de menús y cartas. Elaboración de bebidas. Elaboración de comida vegetariana.
Metodología	Talleres, preparación de alimentos, charlas participativas.
<b>Módulo 2: DEFINICIÓN DE PRECIOS E INVENTARIOS.</b>	
Temas a tratar	Definición de precios de venta de alimentos y bebidas. Elaboración de inventarios de materiales, equipo y utensilios que se utilizan en la cocina. Procedimientos en caso de emergencias en la cocina.
Metodología	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, discusión plenaria.
<b>Módulo 3: TECNOLOGÍA DE RESTAURANTE</b>	
Temas a tratar	Estilos de servicio. Uso y mantenimiento de lencería y menaje para el servicio de alimentos y bebidas. Montaje de mesas. Recepción y toma de comandos a clientes.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
<b>Módulo 4: MANIPULACIÓN E HIGIENE DE ALIMENTOS</b>	
Temas a tratar	Enfermedades alimenticias. Tipos de contaminación. Contaminación de alimentos. Higiene del manipulador. Normas de aseo personal Uso de guantes desechables. Limpiar y desinfectar. Almacenamiento de alimentos Manejo de desinfectantes.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
<b>Número de horas.</b>	<b>Total 64</b>

**Elaborado** por: Equipo Técnico.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

v. **Área de capacitación:** Organizativo – Comunal

**Tema:** Fortalecimiento de la identidad cultural

**Objetivo:** Revalorizar todos los elementos de la cultura indígena para que los pobladores de la comunidad fortalezca su identidad.

Contenido de la capacitación.

**CUADRO N. 104. CAPACITACIÓN PARA EL ÁREA ORGANIZATIVA – COMUNAL.**

<b>Módulo 1: CULTURA E IDENTIDAD</b>	
Temas a tratar	Conceptualización. Características y transmisión de la cultura. El Ecuador: País pluricultural, pluriétnico y multilingüe.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales.
<b>Módulo 2: ETNOGRAFÍA.</b>	
Temas a tratar	Espacialidad Temporalidad. Funcionalidad.
Metodología	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, discusión plenaria.
<b>Módulo 3: PATRIMONIO CULTURAL</b>	
Temas a tratar	Cosas de Respeto Saber popular diario Símbolos y Valores.
Metodología	Charlas expositivas, apoyo de materiales escritos y audiovisuales, práctica.
<b>Número de horas</b>	<b>Total 32</b>

**Elaborado** por: Equipo Técnico.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

vi. **Área de capacitación:** Hospedaje

**Tema:** Formación de personal con conocimiento en hospedaje.

**Objetivo:** Obtener personal capacitado en el área de hospedaje con todos los conocimientos básicos y necesarios para el servicio de cabañas de la Red y Centro de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle.

Contenido de la capacitación:

### CUADRO N 105. CAPACITACIÓN PARA EL ÁREA DE HOSPEDAJE.

<b>Módulo 1: SERVICIO DE HOSPEDAJE.</b>	
Temas a tratar	Características del hospedaje comunitario Arreglo de habitaciones. Limpieza. Elaboración de inventarios de materiales que se utilizan en la habitación. Organización de ambientes. Registro de alquiler.
Metodología	Talleres, preparación de camas, charlas participativas.
<b>Módulo 2: ATENCIÓN AL CLIENTE.</b>	
Temas a tratar	Atención a grupos. Técnicas de guiar. Protocolo. Relaciones públicas.
Metodología	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, discusión plenaria.
<b>Módulo 3. TURISMO COMUNITARIO</b>	
Temas a tratar	Gestión del turismo comunitario en el Ecuador.
Metodología.	Talleres, trabajos grupales, dinámicas, presentación de fotos y videos
<b>Número de horas.</b>	<b>Total 32</b>

**Elaborado** por: Equipo Técnico.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

#### b) Desarrollo del programa de capacitación.

### CUADRO N 106. PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN.

N	Área	de	Tema	de	Personal	a	Horas	de	Tiempo	de
---	------	----	------	----	----------	---	-------	----	--------	----



	capacitación	capacitación	capacitar	duración	ejecución.
1	Administrativa	Empresas turísticas	3 representantes de la Red de Turismo Comunitario Pastocalle.	32	2 fines de semana: sábado y domingo.
2	Operativo - Contabilidad	Formación de personal con conocimientos en Contabilidad.	3 representantes de la Red de Turismo Comunitario Pastocalle.	32	2 fines de semana: sábado y domingo.
3	Operativo - Guianza	Formación de guías nativos.	5 representantes de la Red de Turismo Comunitario Pastocalle.	32	2 fines de semana: sábado y domingo.
4	Operativo - Alimentación	Formación de chefs comunitarios	2 representantes de la Red de Turismo Comunitario Pastocalle.	64	4 fines de semana: sábado y domingo.
5	Operativo - Hospedaje	Formación de personal capacitado en área de hospedaje - cabañas	6 representantes de la Red de Turismo Comunitario Pastocalle.	32	2 fines de semana: sábado y domingo.
6	Organizativo Comunal	Fortalecimiento de la identidad cultural	Representantes de la Red de Turismo Comunitario Pastocalle (hombres y mujeres 50)	32	2 fines de semana: sábado y domingo.

**Elaborado** por: Equipo Técnico.

**Fuente:** Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

**c) Presupuesto para las áreas de capacitación identificadas.**

**CUADRO N 107. PRESUPUESTO PARA LAS ÁREAS DE CAPACITACIÓN.**

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Presupuesto	Aporte Comunitario
Instructores	Hora	224	\$ 15,00	\$ 3.360	\$ 3.360	
Coordinador de logística	Curso	2	\$ 400,00	\$ 800,00		\$ 800,00
Certificados	Persona.	69	\$ 5,00	\$ 300,00	\$ 300,00	
Alimentación de participantes	Persona.	80	\$ 5,00	\$ 400,00	\$ 400,00	
Material de trabajo	Persona	69	\$ 2,50	\$ 300,00	\$ 300,00	
Participación comunitaria	Persona	69	\$ 5,00	\$ 300,00		\$ 300,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 4.360</b>	<b>\$ 1.100</b>

Elaborado por: Equipo Técnico.

Fuente: Corporación para el desarrollo de turismo comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)

**d) Requisitos para la participación en las diferentes áreas de capacitación.**

Para los guías nativos los requisitos son:

Guía Nativo: es la persona perteneciente a uno de los grupos étnicos, aborígenes o campesinos del Ecuador, formada de forma elemental que posee conocimientos sobre los valores culturales autóctonos, naturales, socioeconómicos, de su hábitat y luego que reconocida su experiencia opta por esta categoría que le permite conducir grupos de turistas en general, dentro de áreas geográficas que correspondan al territorio del grupo étnico o comunal del que proviene.

Para la obtención de la licencia del guía de turismo deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Solicitud escrita al Ministerio de Turismo.
- Dos fotografías tamaño carné

- Copia de la cédula de identidad.
- Copia del certificado de votación.
- En el caso de extranjeros no residentes, deberá presentar la autorización migratoria correspondiente y su contrato con la agencia operadora.
- Certificado del grupo de sangre.
- Acreditar su domicilio.
- Curriculum Vitae que incorpore la hoja de vida, certificados de estudio, experiencia laboral y cargos desempeñados.

Para la obtención de la licencia de guía, adicionalmente de los requisitos generales, se deberá presentar la siguiente información:

- Certificado de haber aprobado un curso de capacitación de por lo menos 48 horas que será coordinado por el Ministerio de Turismo y podrá ser ejecutado por organizaciones gubernamentales, gobiernos seccionales, Ministerio del Ambiente, y otras entidades. El pensum será definido por el Ministerio de Turismo y las comunidades involucradas.
- Certificado de la comunidad en la que reside de que el interesado es miembro de la misma y que puede realizar trabajos de guianza a turistas nacionales y extranjeros.

La licencia del ejercicio de la actividad profesional deberá renovarse cada dos años a partir de la fecha de emisión.

Art. 22. Para la renovación de la licencia de guía de turismo, los interesados deberán presentarlo durante los primeros tres meses del año correspondiente los siguientes requisitos:

- Solicitud dirigida al Ministerio de Turismo.
- Carta de actualización de datos generales.

- Certificado de alguna universidad ecuatoriana, debidamente autorizada para el efecto por el Ministerio de Turismo de haber aprobado el examen de actualización de su categoría.
- Para los guías nativos se exigirá el certificado de la comunidad en que reside.

Art. 23. Los costos de las Licencias de Guías de Turismo son:

CATEGORÍA	EXPEDICIÓN	RENOVACIÓN
Guía Nativo	USD 5	USD 2.50

### **b. Estudio Legal.**

Debido al área dónde se desarrollará el proyecto, y a las condiciones del mismo, ecoturismo en áreas rurales, se deberá acoger al reglamento de las instancias respectivas a nivel nacional, como son: Constitución 2008, Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo y de instancias de apoyo a nivel cantonal, como lo es el Municipio de Latacunga.

#### **1) Constitución Política del Ecuador 2008**

Como lo expresa y considerando la constitución aprobada el 28 de Septiembre del 2008, en la sección séptima, capítulo cuarto, de los Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

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

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

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

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

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

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

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

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

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

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

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

## **2) Acuerdo Ministerial de Turismo.**

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

Art. 1.- Para el ejercicio de las actividades turísticas por parte de las comunidades indígenas, campesinas, montubias y afroecuatorianas se requiere que estén organizadas y capacitadas previamente para que el ejercicio de su actividad se realice con calidad y con atención personalizada.

Art. 2.- Las actividades turísticas realizadas por las comunidades deben promover la conservación de los recursos naturales como presentar la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 3.- Los requisitos para el registro y la obtención de la licencia anual de funcionamiento de los Centros Turísticos Comunitarios de acuerdo a las normas vigentes son los siguientes:

Art. 4.- El registro de turismo se lo deberá hacer en el Ministerio de Turismo por una sola vez en la oficina regional correspondiente o en su oficina nacional. En el registro se establecerá la categoría de Centro Turístico Comunitario.

Los requisitos para el registro son:

- Petición por escrito realizado por el interesado.
- Certificado de la designación y/o nombramiento del representante por parte de la Asamblea General de la comunidad y organización.
- Copias de la cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizado del representante legal de la comunidad u organización.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Ser afiliado a la FEPTCE.
- Pago de \$80.00.

Art. 5.- La Licencia Única Anual de Funcionamiento deberá obtenerse en el Municipio de la jurisdicción correspondiente de encontrarse descentralizado o en el Ministerio de Turismo.

Los requisitos para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento son:

- Memoria descriptiva (Formato de Ministerio de Turismo) de sus características, capacidad de plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios, régimen de funcionamiento y listas de precios.
- Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo:

Art. 6.- Se considera Centro Turístico Comunitario al establecimiento que facilite servicios de alojamiento, comidas y bebidas, distracción y esparcimiento con o sin servicios complementarios y brinde atención personalizada.

Art. 7.- El valor por concepto de registro para la categoría de Centro Turístico Comunitario es de \$80.00 que se paga por una sola vez y previo al inicio de la operación.

### **3) Requisitos para afiliación a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.**

La “*Red de Turismo Comunitario Pastocalle*” como filial de la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador), deberá cumplir los siguientes requisitos para su operación:

- Petición escrita a la FEPTCE de funcionamiento.
- Acuerdos Ministeriales de la constitución de la comunidad o grupo de interés comunitario.
- Certificado de cumplimiento de condiciones del MINTUR emitido por la FEPTCE.
- Aval de las organizaciones comunitarias emitidas por sus representantes.
- Garantizar la redistribución de beneficios acordes a los acuerdos internos estipulados en un acta comunitaria.



- Las actividades turísticas deben ser controladas y operadas por miembros de la comunidad.
- Pago de \$100,00 como cuota anual de membresía a la FEPTCE.

#### **4) Registro en el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE).**

Requisitos para el registro de estatutos de las comunidades indígenas o ancestrales:

- Solicitud de registro dirigida al secretario ejecutivo del CODENPE.
- Acta de la Asamblea General como indígenas, ancestrales u otra denominación, firmada por los asistentes o impresas las huellas digitales.
- Un original y copia del estatuto debidamente certificada por el/la secretaria de la comunidad con la indicación de que fue aprobada por la Asamblea de la comunidad.
- El estatuto podrá ser elaborado de acuerdo a sus necesidades, características culturales o costumbres; es decir de conformidad con su derecho propio o consuetudinario, orientado a ejercer los derechos colectivos.
- Nomina de las autoridades o dirigentes de la comunidad que han sido elegidos o designadas y el periodo de su duración.
- Un croquis de la comunidad, con respecto a la provincia y/o parroquia, señalando los respectivos linderos y la extensión aproximada.
- Registro de todos los comuneros, con indicación de sus nombres y apellidos, edad, estado civil, número de cédula y firma o huella digital.
- Copias de las células y certificado de votación de las autoridades de la comunidad.

**5) Requisitos para el reconocimiento legal como Red de Turismo conformado para desarrollar la actividad turística comunitaria y para desarrollar ésta actividad, basándose en la ley de turismo del Ecuador.**

Art. 1. Se entiende por actividad turística comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentación, bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones, en los términos señalados en el artículo 5 de la ley de Turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

Art. 2. La política estatal con relación al sector del turismo, según el Art. 4 de la Ley de Turismo debe cumplir con los siguientes objetivos:

- Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 3. Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas

por la autoridad competente. El registro como Centro Turístico Comunitario se lo hará en las Gerencias Regionales o Direcciones Provinciales del Ministerio de Turismo del país, debiendo para dicho registro adjuntar los siguientes requisitos:

- Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará el Centro Turístico Comunitario.
- Acreditación de la constitución de la organización en cualquier forma de integración o sociedad amparada en la ley, con excepción de la organización determinadas en el Artículo 7 de la Ley de Turismo.
- Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario.
- Acta en la que conste que el centro turístico comunitario ha decidido registrarse y en la cual debe estipularse la delegación a la persona que les representa para realizar el registro con la firma de los miembros.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo.
- Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
- Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios.
- Informe técnico que justifique la calidad de Centro Comunitario expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.
- Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que se circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Art. 4. Recibida la solicitud en la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados. En la referida inspección se procederá a llenar la hoja de Planta Turística. Con tal información se procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando para el efecto un número de registro, número de folio en el que se ingresa y se apertura el

expediente. Una vez concluido este trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

Art. 5. La Licencia Anual de funcionamiento será expedida por la Municipalidad de la Jurisdicción territorial donde se encuentre el centro turístico comunitario de ser descentralizado, caso contrario se la expedirá en la Dependencia del Ministerio de Turismo más cercana, adjuntando la constancia del pago de la licencia y el certificado de registro.

Art. 6. Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 7. El Ministerio de Turismo al amparo del Convenio 169 de la OIT ratificado por el Ecuador, cuidará del normal funcionamiento de los centros turísticos comunitarios, y precautelaré cualquier abuso que pueda generarse por parte de los representantes de los centros turísticos comunitarios, para lo cual se aceptará la denuncia pública o veeduría ciudadana por las cuales el Ministerio de Turismo actuará de oficio.

Art. 8. Derogarse los Acuerdos Ministeriales 2003 – 0075 del 5 de agosto del 2003, 2006 -014 del 28 de marzo del 2006 y 2006 – 004 del 14 de junio del 2006.

## **6) Reglamento para el registro de centros turísticos comunitarios.**

Art. 1. Se entiende pro actividad turística comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

Art. 2. Para que una comunidad pueda prestar servicios turísticos a terceros, deberá acreditar ante el Ministerio de Turismo:

- Copia certificada de su personalidad jurídica, con atención a lo dispuesto por el artículo 7 de la Ley de Turismo.
- Copia certificada del nombramiento inscrito y vigente del representante legal y de sus documentos de identidad;
- Copia certificada o Acta de Asamblea General que autoriza a su representante legal el Registro de la comunidad ante el Ministerio de Turismo.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad, hayan recibido capacitación y/o formación profesional en turismo;
- Informe expedido por: El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE) de que la persona jurídica a registrarse tenga las características de comunitario, para el caso de registro de centros de pueblos y nacionalidades indígenas; o Por la autoridad pública que otorgó la personalidad jurídica, para lo cual se deberá contar con el informe previo de la FEPTCE sobre las características de comunitario, en el caso de centros que no pertenecen a comunidades indígenas, campesinas o afroecuatorianas.
- Solicitud de Registro, en el formato expedido por el Ministerio de Turismo; y,
- Pago del valor de \$80,00.

No se exigirán más requisitos que los expresamente señalados en el presente acuerdo.

Art. 3. El registro de turismo se lo realizará en la oficina regional correspondiente o en la oficina nacional y es el único documento por el cual la comunidad adquiere la categoría de Centro Turístico Comunitario.

Art. 4. La licencia Anual de Funcionamiento se expedirá por la Municipalidad de la jurisdicción correspondiente de encontrarse descentralizado, o por el Ministerio de Turismo, previo el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- a) Certificado del Registro de Turismo, y
- b) Pago del valor vigente por este concepto.

### **7) Registro Único de Contribuyentes.**

Instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como propósito informar a la administración tributaria.

Para obtener el RUC de personas jurídicas se requiere:

- La escritura de constitución de la compañía.
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- Llenar el formulario.

**c. Estatuto de la Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle.**

**CAPÍTULO I.**

**CONSTITUCIÓN, DOMICILIO Y OBJETIVOS.**

**Art. 1** Con domicilio principal en la parroquia San Juan de Pastocalle, en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, República del Ecuador, constitúyase la RED DE TURISMO COMUNITARIO SAN JUAN DE PASTOCALLE, como persona jurídica de derecho colectivo, con patrimonio propio, de número de socios limitada y de duración indefinida.

**Art. 2.** El objetivo general de la RED DE TURISMO COMUNITARIO SAN JUAN DE PASTOCALLE es promover y fortalecer las actividades de desarrollo comunitario y de turismo, en la parroquia San Juan de Pastocalle, como estrategia para diversificar sus labores productivas desde una perspectiva participativa y sustentable.

**Art. 3.** Son objetivos específicos de la RED DE TURISMO COMUNITARIO SAN JUAN DE PASTOCALLE:

- a) Mantener, desarrollar y fortalecer la identidad y tradiciones en lo espiritual, cultural, lingüístico, social, político y económico de las comunidades y sus miembros.
- b) Conservar y desarrollar las formas tradicionales de convivencia y organización social, de generación y ejercicio de la autoridad, de sus miembros.
- c) Proteger la propiedad intelectual colectiva y los conocimientos ancestrales de sus comunidades, a su valoración, uso y desarrollo.

- d) Proteger los sistemas, conocimientos y prácticas de medicina tradicional, incluido el derecho a la protección de lugares rituales y sagrados, plantas, animales, minerales y ecosistemas de interés vital, desde el punto de vista de las comunidades.
- e) Dictar las políticas institucionales que orienten el desarrollo comunitario y el turismo de sus miembros.
- f) Gestionar recursos ante organismos nacionales e internacionales en beneficio de sus socios.
- g) Promover el fortalecimiento de la Identidad Cultural de las poblaciones locales.
- h) Promover el manejo sustentable de los recursos naturales orientados al desarrollo comunitario y turístico.
- i) Contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural de las nacionalidades y pueblos, así como a la promoción de la interculturalidad y respeto a la diversidad.
- j) Promover procesos de autogestión en función de mejorar las condiciones de vida de las comunidades.
- k) Promover la sistematización y difusión de las experiencias de desarrollo comunitario.
- l) Asesorar a las entidades de los sectores público y privado en los asuntos relacionados con el desarrollo comunitario y la conservación de los recursos naturales y turísticos.
- m) Promover el intercambio de experiencias entre sus miembros y con organizaciones afines, nacionales o extranjeras, cuanto el establecimiento de alianzas estratégicas y fraternas.



## **CAPÍTULO II.**

### **MIEMBROS.**

**Art. 4.** Son socios activos de la RED DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE las organizaciones que suscribieron el Acta Constitutiva, o socios fundadores; y las que con posterioridad soliciten su ingreso, o socios adheridos, previo el cumplimiento de los requisitos que se exijan para el efecto según el reglamento interno.

Se establece la calidad de miembros honorarios, fraternos o estratégicos, de conformidad con lo que establezca el reglamento interno, quienes tendrán derecho a voz y no a voto.

**Art. 5.** Para ser aceptado como socio activo se requiere cumplir los siguientes requisitos generales:

- a) Presentar una solicitud dirigida al/a Presidente del directorio, por escrito, adjuntando copias fotostáticas de sus documentos de identidad;
- b) Pagar la cuota de ingreso o reingreso, que fije la asamblea general para cada caso; y,
- c) Ser aceptado por la asamblea general.

**Art. 6.** Son derechos de los miembros activos, que lo ejercerán a través de sus Delegados/as.

- a) Elegir y ser elegidos/as para los cargos directivos y administrativos.
- b) Obtener informes relativos a la producción, volumen, comercialización procesos o características; movimiento económico, financiero y administrativo;
- c) Participar asociativamente en la toma y ejecución de decisiones, en asambleas y reuniones, con derecho a voz y voto, según el reglamento;
- d) Ejercer control en la producción, comercialización y en los actos administrativos de sus órganos.
- e) Percibir, en igualdad de condiciones, los beneficios a que haya lugar;
- f) Las demás que e establezcan.

**Art. 7.** Son obligaciones de los miembros:

- a) Trabajar en la entidad, sea en los programas productivos, o en actividades administrativas, directivas o sociales que se establezcan;
- b) Acatar las normas de diseño, planificación, producción y comercialización, entre otras, establecidas por el Directorio o por las Comisiones;
- c) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones estatutarias, reglamentarias y las resoluciones de la asamblea general y del directorio; y,
- d) Las demás prescritas en otros instrumentos que tengan relación con la entidad.

**Art. 8.** La calidad de miembro activo se pierde por las siguientes causas:

- a) Retiro voluntario; y,
- b) Exclusión.

**Art. 9.** Los miembros que por cualquier concepto dejaren de pertenecer a la RED DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE, tendrán derecho a sus haberes, que se liquidarán treinta días después de conocido el balance correspondiente al año en que hubiere operado la separación del miembro.

### **CAPÍTULO III.**

#### **RÉGIMEN ECONÓMICO.**

**Art. 10.** Constituye patrimonio de la RED DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE.

- a) Los aportes ordinarios, extraordinarios y especiales que realicen sus miembros.
- b) Los aportes, contribuciones y donaciones que reciba por la celebración de convenios o contratos suscritos con personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras.
- c) Los excedentes que se obtenga de las actividades económicas, profesionales, técnicas, científicas, culturales, sociales o asociativas.
- d) Las donaciones, cesiones, herencia, legados, subvenciones y otros recursos que, por cualquier motivo lícito, reciba a ingresen a la RED DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE.
- e) La rentabilidad de sus inversiones financieras.

## CAPÍTULO IV.

### ORGANISMOS DE DIRECCIÓN.

**Art. 11.** El gobierno y administración de la entidad serán ejercidos por los siguientes órganos:

- a) Asamblea General y
- b) Directorio.

**Art. 12.** La asamblea general es la máxima autoridad de la entidad. Sus decisiones son obligatorias para todos los miembros y órganos, presentes y ausentes. Se constituirá con la asistencia de más de la mitad de sus organizaciones miembros, en primera convocatoria; y, en segunda, por lo menos con el 35% de las organizaciones miembros, siempre que el particular conste en la convocatoria.

**Art. 13.** Las asambleas generales serán ordinarias y se realizarán en el primer trimestre de cada año, en el día, hora y lugar que se señale en el reglamento. Podrá convocarse a asambleas generales extraordinarias, en cualquier tiempo, para tratar los asuntos específicos de la convocatoria, a petición del/a Presidente, de más de la mitad de los integrantes del Directorio, o por el 30% por ciento de los delegados/as de las organizaciones socias.

**Art. 14.** Las resoluciones se tomarán por mayoría de los/as delegados/as de las organizaciones presentes en una sesión. Cada delegado tendrá derecho a un voto. En caso de empate, el presidente tendrá voto dirimente, siempre que no hubiese votado anteriormente al producirse el empate. Las resoluciones pueden ser revisadas por una sola vez y a petición de la tercera parte de los delegados/as que lo aprobaron; hasta tanto, se aplicará y ejecutará lo ya resuelto en la asamblea general.

**Art. 15.** Son atribuciones, deberes y facultades de la asamblea general.

- a) Conocer, negar o aprobar los proyectos de reglamentos, de reformas del estatuto y todo cambio de la legalidad y vigencia de la personalidad jurídica de la RED DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE;
- b) Elegir, o remover con causa justa, a los/las integrantes de los organismos directivos;
- c) Autorizar la suscripción de contratos y pagos que sobrepasen el monto facultado a la administración;
- d) Aprobar el Plan de trabajo, de producción y comercialización, y orientar la política de acción de la entidad.
- e) Contratar y fijar las remuneraciones que percibirán los/las miembros que laboran en la entidad, con excepción de aquellos/as que está autorizada a contratar la administración.
- f) Aprobar la asociación o fusión con otras entidades afines, o la afiliación y desafiliación a organismos de integración.
- g) Resolver sobre la disolución legal de la entidad; y
- h) Tomar todas las decisiones que fueren necesarias e impartir las disposiciones que juzgare convenientes, para el cumplimiento de su objetivo social, el funcionamiento y la buena marcha de la entidad.

## **DIRECTORIO**

**Art. 16.** El directorio está integrado por:

- a) Presidencia.
- b) Vicepresidencia.
- c) Secretaría de Comunicación.
- d) Secretaría de Finanzas; y,
- e) Las secretarías que se consideren convenientes a juicio de la asamblea general, previos análisis técnicos, que serán normados por reglamentos.

**Art. 17.** Para ser miembro del Directorio se requiere:

- a) Ser socio/a activo, por lo menos con un año de afiliación, de una organización socia de la RED DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE.
- b) Estar al día en el pago de las cuotas y más obligaciones con la Red, y
- c) No haber incurrido en faltas o procedimientos desleales a los intereses de la Red.

**Art. 18.-** Los/as integrantes del directorio durarán dos años en sus funciones y podrán ser reelegidos/as por igual período, a juicio de la asamblea. Si un miembro del Directorio entra en afección, podrá ser reemplazado temporalmente por otro socio/a, designado por el directorio en pleno, hasta que se nombre el titular en la inmediata asamblea general que se reúna para cualquier asunto.

**Art. 19.** El directorio se reunirá ordinariamente alterando con las sesiones de la asamblea general, en la hora, fecha, y lugar que señale el reglamento; y, extraordinariamente cuando convoque el Presidente/a o lo solicitaren el 40% de sus integrantes.

**Art. 20.** Los/as miembros del directorio tendrán voz y voto en las sesiones de la entidad, excepto cuando se trate de asuntos que tengan interés directo, personal o familiar.

**Art. 21.** Son funciones del directorio:

- a) Elaborar el programa anual de actividades y el presupuesto en concordancia con los objetivos de la organización, para ponerlo a consideración del Consejo Ampliado;
- b) Ejecutar las resoluciones de la asamblea general y el Consejo Ampliado;
- c) Elaborar el temario de todas las sesiones de la Corporación;
- d) Velar por el cumplimiento del estatuto y reglamentos vigentes;
- e) Expedir los instructivos que fueren necesarios, hasta su conocimiento y aprobación por la asamblea general.
- f) Presentar a consideración de la asamblea general o del Consejo Ampliado, los proyectos de reformas estatutarias y del reglamento interno, para su aprobación; y,
- g) Las demás que señalen el estatuto y los reglamentos.

## **FUNCIONES DE LOS INTEGRANTES DEL DIRECTORIO**

### **PRESIDENCIA.**

**Art. 22.** El presidente es el representante legal, judicial y extrajudicial de la Red, que será elegido por la asamblea general de entre sus miembros, durará dos años en sus funciones y podrá ser reelegido por un periodo igual. Son sus funciones:

- a) Convocar y presidir todas las sesiones y actos oficiales y públicos de la Entidad;
- b) Fiscalizar que el trabajo de los socios/as, funcionarios/as y empleados/as de la entidad, se lleven de conformidad con las disposiciones estatutarias, reglamentarias y resoluciones de los organismos directivos;
- c) Suscribir la correspondencia oficial;
- d) Imponer las multas y sanciones que contemple el reglamento interno;
- e) Proponer las modificaciones al presente estatuto y los reglamentos;
- f) Informar, al final de su periodo, de la gestión y marcha de la RED DE TURISMO COMUNITARIO DE PASTOCALLE.
- g) Las demás que le otorgue la asamblea general, el Consejo Ampliado, el directorio o se establezcan en el reglamento.

### **VICEPRESIDENCIA**

**Art. 23.** Son funciones del Vicepresidente reemplazar al Presidente/a, en ausencia temporal o definitiva, con todas sus atribuciones. En reglamento interno podrá designarse nuevas funciones.

### **SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN**

**Art. 24.** El/la Secretario/a de comunicación tendrá las siguientes funciones:

- a) Actuar como tal en todas las sesiones de la entidad;

- b) Llevar al día las actas de las sesiones y legalizarlas con su firma y la del Presidente/a.
- c) Asistir al Presidente/a para el cumplimiento de las normas y procedimientos estatutarios y reglamentarios.
- d) Realizar el seguimiento de las resoluciones en todas las reuniones, e informar de su grado de cumplimiento.
- e) Mantener al día la lista de organizaciones socias y de sus delegados/as.
- f) Responsabilizarse del cuidado y manejo del archivo institucional; y,
- g) Las demás propias de sus funciones.

### **SECRETARÍA DE FINANZAS.**

**Art. 25.** El/la Secretario de Finanzas, para ejercer el cargo, deberá cumplir los requisitos previos que serán determinados por reglamento, obligatoriamente. Son sus atribuciones y facultades:

- a) Llevar la contabilidad de la RED DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE y responder por todos los bienes y valores que estén a su cargo.
- b) Informar de sus gestiones al/a Presidente, a la asamblea general o al Consejo Ampliado, sobre el estado económico y actividades productivas de la entidad, cuando sea requerido/a;
- c) Elaborar los informes y preparar los documentos que se requieran en la entidad, principalmente respecto al movimiento económico y patrimonial de la entidad;
- d) Mantener al día la lista de organizaciones socias y de sus aportaciones económicas y otras obligaciones;
- e) Las demás propias de sus funciones y las que le asigne el presente estatuto, los reglamentos, las disposiciones de la asamblea general, del Consejo Ampliado y del directorio.



## **CAPÍTULO V**

### **RÉGIMEN DISCIPLINARIO**

**Art. 26.** En caso de infracción o incumplimiento del presente estatuto, de los reglamentos, de las disposiciones de la asamblea general, del Consejo Ampliado, del directorio o de las Comisiones, se podrán aplicar las siguientes sanciones a los/las miembros de la entidad:

- a) Amonestación verbal o escrita.
- b) Multa pecuniaria;
- c) Suspensión temporal de beneficios; y,
- d) Exclusión.

Art. 27. En reglamento interno se regularán los casos, formas y procedimiento para la aplicación de este Capítulo, y de todo conflicto interno que se presente. En cualquier caso, no se podrá recurrir a la vía judicial si no existe un pronunciamiento definitivo de los órganos administrativos de la RED DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE.

Se buscará, por todos los medios, que los conflictos se resuelvan por la vía de la mediación.

## CAPÍTULO VI

### DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

**Art. 28.** Son causas de disolución de la Entidad:

- a) Por decisión escrita de la asamblea general tomada por mayoría extraordinaria (3/4) realizada en dos sesiones de distintos días;
- b) Por quiebra declarada judicialmente;
- c) Por no cumplir con sus fines; y,
- d) Por causas señaladas en la ley.

**Art. 29.** Ejecutoriada la resolución de disolución, la última asamblea general designará una Comisión de Liquidación, presidida por el/a Secretario/a de Finanzas y el último/a Presidente/a, quienes procederán al inventario y balances de ley.

**Art. 30.** El haber resultante de la liquidación se distribuirá en el siguiente orden:

- a) Pago de indemnizaciones a los trabajadores/as con vínculos contractuales de trabajo;
- b) Pago de deudas a terceras personas, naturales o jurídicas;
- c) Distribución del remanente entre sus organizaciones socias, de acuerdo al factor variable de distribución que haya resuelto la última asamblea general.

## **CAPÍTULO FINAL**

### **DISPOSICIONES GENERALES.**

**Art. 31.** La REDE DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE se fundamenta en el ejercicio permanente del derecho de participación de todos y cada uno de sus miembros en la gestión administrativa y productiva de la entidad; en consecuencia, los miembros se obligan a aportar con su trabajo y sus recursos para cumplir las funciones que le confíe la entidad.

**Art. 32.** La REDE DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE podrá constituir Unidades Técnicas de Producción, para cumplir lo dispuesto en el artículo 3 del presente estatuto, regentados por las Secretarías correspondientes, organismos que mantendrán autonomía relativa para el cumplimiento de sus funciones. El particular se normará mediante reglamento especial.

### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

**PRIMERA:** Los/as miembros del directorio seguirán en funciones hasta ser legalmente reemplazados/as, aún si culmina el período para el cual fueron electos/as.

**SEGUNDA:** Una vez aprobado el presente estatuto la directiva presentará a la asamblea general, en el plazo de noventa días, el o los proyectos de reglamentos que consideren necesarios para la buena marcha de la entidad.

**TERCERA:** El presente estatuto entrará en vigencia desde la fecha de su aprobación por la autoridad competente.

#### **d. Reglamento de La Red De Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle**

##### **1. Reglamento para empleados**

La Red de Turismo San Juan de Pastocalle tiene como meta ofrecer un servicio de calidad en un ambiente distinguido, acogedor, utilizando productos seleccionados que nos permitan en un futuro crecer, fundamentándonos en la confianza de los consumidores.

**1.-** Los guías deben presentarse 20 minutos antes para organizar y coordinar con el resto de compañeros las actividades que se realizaran en el tour.

**2.-** Dentro del área de restaurante, el salonerero deberá llevar su uniforme limpio para poder atender a los turistas.

**3.-** El personal de cocina, restaurante y cafetería deberá dejar completamente limpio el local antes del cierre

**4.-** La adquisición de los productos para la elaboración de los platos se realizara una vez a la semana y estará a cargo del cocinero.

**5.-** Cada área se hará cargo de los bienes existentes en ella y de mantenernos en buen estado

**7.-** El personal de cocina deberá utilizar mandil y gorro

**8.-** Se impondrá una multa de \$2.00 por atraso y \$ 20.00 en caso de incumplir o asistir en mal estado cuando se requiera del servicio tanto de guías, salonereros, cocina

## 2. Reglamento para los socios

### Capitulo I

#### DE LOS SOCIOS

**Art. 1.-** A los socios deberán realizar aportaciones económicas iguales.

**Art. 2.-** Los socios deberán asistir obligadamente a las citaciones que se llevarán a cabo cada tres meses para evaluar el desarrollo de la Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle

**Art. 3.-** Se estimará una espera de 10 minutos después de la hora señala para iniciar la reunión, empezando la misma con los socios presentes.

**Art. 4.-** A los socios que llegasen a inasistir a la reunión convocada se impondrán una multa que será impuesta a beneficio de la Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle.

**Art. 5.-** En caso de separación de uno de los socios, el puesto no es negociable y sus acciones serán vendidas a los mismos socios en partes iguales.

## **Capitulo II**

### **DEL ADMINISTRADOR**

**Art. 6.-** En cada reunión se manejará un detalle de todos los ingresos y egresos que la empresa llevará, éstos serán entregados a cada socio por parte del administrador para que sea estudiado minuciosamente.

## **Capitulo III**

### **DE LA DISOLUCION**

**Art. 7-** En caso de disolución la Red de Turismo Comunitario lo tratara con la Asamblea y el consejo directivo y se negociara la disolución de la comunidad o la persona.

## **F. ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO.**

### **1. Análisis de los canales de distribución y comercialización**

Al momento de buscar los canales de distribución y comercialización se ha considerado que al pertenecer a la FEPTCE, es una ventaja para el producto, porque responde a las necesidades que las comunidades tienen.

La estrategia es transformar esa necesidad en un objetivo, para:

- Ser parte de la oferta turística de la Provincia de Cotopaxi
- Posicionar el producto en el mercado turístico nacional e internacional
- Fortalecerlo con otros proyectos similares o complementarios

Si bien el presente estudio no es explícito en este aspecto, la parroquia San Juan de Pastocalle deberá desarrollar un plan de Plan de Marketing Turístico exclusivo para el proyecto, siempre y cuando respete los límites que posee este frágil recurso turístico, en su aspecto natural y cultural.

Para la promoción y comercialización del producto, se diseñó una página Web que muestra en orden lógico las bondades naturales y culturales que posee la parroquia San Juan de Pastocalle, el acceso al sitio, información suficiente para que el cliente se comunique con el proyecto, costos de los servicios, las épocas adecuadas de las visitas, paquetes ofertados, atractivos visitados y costos de los mismos.

Se diseñaron además un afiche promocional, un tríptico informativo y pósters de souvenir que serán entregados durante las visitas de los turistas, los mismos que podrán ser utilizados mientras se desarrolla el plan de marketing turístico, que puede basarse en este estudio de mercado.

El canal elegido para la comercialización es la venta directa, es decir que la Corporación se hará cargo de promocionar y operar su producto, hasta iniciar se puede establecer una conexión con una operadora de turismo (Puruha Razurku) que entiende de la dinámica comunitaria.

## **2. Análisis de Comunicación.**

Se detalla a continuación las acciones que deberá tomarse para que el proyecto y los servicios que esta oferta puedan ser conocidos por el segmento que se definió como demanda objetiva.

### **a. Publicidad.**

La empresa deberá seleccionar los medios de comunicación más adecuados para que se difundan los servicios que el proyecto oferte. Se deberá utilizar mensajes, símbolos, lemas y logotipos, que vayan afines a la línea: *“Red de Turismo Comunitario en la parroquia San Juan de Pastocalle”* y a la marca: *“Illinizas”*. Esto ayudará a dar la imagen del producto. Mientras no se tenga el personal capacitado en las distintas áreas del proyecto, la infraestructura básica y los servicios necesarios no se podrán emitir la campaña publicitaria.

La estructuración de la campaña publicitaria deberá estar bajo la responsabilidad de las organizaciones que se integren a la actividad turística dentro de la comunidad, para que se dé a conocer exactamente: qué se tiene para ofertar al futuro visitante. Además se deberá prever el presupuesto así como el impacto que causará la campaña.

Se recomienda también que la página Web del proyecto se incluya dentro de la página de la FEPTCE, para que el apoyo de una organización a nivel nacional sea una fortaleza. Acción que responde a que los proyectos de turismo alternativo con gestión comunitaria de las regiones del país, se complementen entre sí.



Es recomendable que el material promocional, especialmente el impreso, sea financiado por organismos como el Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Fundación Natura, entre otros, con el fin de que la actividad que realice el proyecto tenga respaldo y buena comunicación en estos organismos. No se debe descartar la inversión de organismos internacionales que se dediquen al cuidado de la naturaleza

#### **b. Relaciones públicas.**

El proyecto deberá recopilar datos de sus visitantes para que de esta forma se pueda mantener contacto con las personas e instituciones que lo visiten para futuras ofertas o productos nuevos que puedan surgir.

Un libro “Registro de Visitantes” servirá para este efecto, para lo que se deberá enlistar los siguientes datos: Número, nombre completo, institución en la que trabaja, mail/ correo postal, teléfono/ celular, observaciones. Estos datos deberán ser ingresados dejando a consideración la creación de una red de información entre el apoyo y sus visitantes (clientes).

Las relaciones que se logre entablar con los medios de comunicación nacional, deberá canalizarse hacia aquellos programas que trabajen en la línea de promoción, investigación e información de lugares del país, como por ejemplo:

- Televisión: Día a Día (Teleamazonas), Ecos (Teleamazonas), La Televisión (Ecuavisa), Facetas (Telerama), Ecuador Maravilloso (RTU), Nómadas (Ecuavisa Internacional), etc.
- Prensa: secciones especiales de los periódicos más comercializados como El Comercio, El Universo, El Expreso, Los Andes, etc.
- Radio: programas especiales de fin de semana.
- Portales de Internet: temas que ayuden a posicionar el proyecto en el mercado.

El fin no es generar información sólo para ventas, sino, información que apoye a la investigación sobre el tema “*Turismo alternativo con gestión comunitaria*” en el Ecuador. Así como en temas propios del país relacionados a las Ciencias Naturales y Sociales. Además para mantener buenas relaciones públicas ayudarán los contactos que se logren hacer cuándo representantes del proyecto salgan a exponer su experiencia, a vender directamente los servicios del proyecto o a capacitarse en eventos locales, nacionales e internacionales.

### **c. Promociones.**

Esta acción ayuda a impulsar las ventas del producto y sus servicios por medio de incentivos a los visitantes, que generalmente viajan en grupos. Los incentivos deben procurar ser originales de tal forma que atraigan a los visitantes y que se difunda de la mejor manera la existencia del proyecto, se deberá considerar las promociones según a quiénes se dirijan:

- **Visitantes directos:** servicios o productos adicionales imprevistos (factor sorpresa pero tarifado en el paquete), membresías, tarifas especiales por grupo, paquetes todo incluido, tarifas por temporada.
- **Proyectos u Operadoras que trabajen con este proyecto:** porcentaje de descuentos, gratuidades por número de visitantes, tarifas por temporada.
- **Subvenciones:** En caso de que por razones económicas algún estudiante no pueda asistir a la visita el maestro del grupo deberá tomar en consideración la capacidad solidaria del grupo y en casos muy especiales el proyecto, previo acuerdo con el docente, considerará la posibilidad de ofrecer un descuento o exonerar en pagos a este/os estudiantes.

#### **d. Merchandising.**

Esta acción complementa las anteriores, una vez que se implemente el proyecto entendiéndose que la infraestructura turística y los servicios funcionan adecuadamente se debe planificar anualmente un cronograma de actividades netamente de **“promoción”**, que contemplaría la asistencia de eventos locales, regionales, nacionales e internacionales, sobre turismo y temas relacionados al proyecto. Asistir a eventos que ayude a que diversas organizaciones se interesen por invertir en algún área que el proyecto considere pertinente reforzarlo.

Para el asunto de ventas del proyecto se deberá asignar a los responsables, se considera necesaria la creación de un Centro Turístico Comunitario y su área de mercadeo, a fin de que proyecto no decaiga por falta de gestión de quienes manejen el proyecto sino que se fortalezca.

La relación del proyecto con organizaciones como : CORDTUCH (Corporación de Turismo Comunitario de Chimborazo), FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador), Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, Municipalidad de Latacunga, Consejo Provincial de Cotopaxi, Parque Nacional Cotopaxi, Área de Recreación El Boliche y otros ayudará para que desde estas instancias se genere una corriente de información especializada en turismo comunitario y en zonas de amortiguamiento de áreas protegidas con actividad ecoturística. El expendio mismo de la información por medio de impresos, páginas Web, artículos, etc. ayudarán al proyecto.

En el presente estudio se realizaron diseños que se pueden considerar como alternativa de publicidad.

- Folletería referente a: Proyecto de Turismo Comunitario “San Juan de Pastocalle” y su historia.

#### **e. Análisis Mercadotécnico (Área Comercial)**

La Red de Turismo comunitario Pastocalle dentro de los canales de distribución se posiciona en la clase productor consumidor final, ya que, es el productor de lo que se venderá en la misma y se transformarán las materias primas para obtener los productos que serán entregados al consumidor final.

##### **1). ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.**

###### **a). Medio publicitario para la empresa**

La *Red de Turismo Comunitario Pastocalle* ofertará sus productos en: Una Página Web cuya dirección es [www.turismopastocalle.com](http://www.turismopastocalle.com), la misma que constara con paginas en ingles y español, plegables de ocho caras ofertando los productos que ofrece Pastocalle, en español e ingles, una valla publicitaria que se deberá colocar con medidas de (6 metros de largo por 4 de ancho), el diseño de una hoja tipo, en la que se enviara información de los servicios que oferten tanto a agencias de viajes como operadoras y todo aquel que solicite información, esta hoja será utilizada como carta de presentación e identificación, afiches de (42cm de largo por 30 de ancho), que servirán para ser repartidos en agencias de viajes, operadoras, hoteles, restaurantes, paraderos turísticos, postales con fotos de la parroquia y sus alrededores que serán entregados a todos los turistas que visiten Pastocalle en señal de recuerdo y agradecimiento.

###### **b). Página Web.**

El diseño de la página Web, de la Red de Turismo Comunitario Pastocalle consta del logotipo principal, hojas en español e ingles acompañado de un atardecer y los Illinizas. La dirección de la página Web que se ha establecido será [www.turismopastocalle.com](http://www.turismopastocalle.com). Su diseño tubo un costo de 300.00 USD, y para su activación con opción a un año y dominio de la Pagina 400.00 USD.



Foto No. 23 "Pagina Web"

### c). Logotipo de la Red de Turismo Comunitario

El Logotipo que representara a la Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle, posee los siguientes elementos la mujer que representa a la cultura de la zona, junto a los nevados los Illinizas por encontrarse dentro de su sector y encontrarse dentro de los paquetes que se promocionaran, dentro de la tipografía creada se puede apreciar el tronco de un árbol que simboliza al bosque de polilepis que el sector posee con combina con el entorno natural, además esta tipografía fue escogida por denotar libertad, constituida a su vez por formas curvas, elementos ligados a la libertad que posee la Pachamama, el carácter tipográfico fue escogido por su carácter comunicacional, por ser claro y legible.



Foto No. 24 “Logotipo”

**d). Valla Publicitaria**

La valla publicitaria deberá ser colocada al ingreso de la Parroquia San Juan de Pastocalle, con esto se intenta inyectar al turista la curiosidad por conocer el lugar y ocupar de sus servicios. Esta valla deberá poseer medidas de (6 metros de largo por 4 de ancho) y el tubo deberá tener mínimo 10 metros de largo, el costo de construcción de este tipo de valla esta sobre los 8.000 USD. Dentro de este costo se considera ya su colocación.



**Foto No. 25 “Valla Publicitaria**

**e). Plegables**

Los plegables que se han diseñado tienen el objetivo de informar tanto al turista nacional e internacional de los servicios que prestara dentro de un futuro cercano la parroquia San Juan de Pastocalle, además estos deberán ser distribuidos en oficinas de información turística que se encuentran ubicadas en las diferentes ciudades, agencias de viajes, operadoras, hoteles, etc. el plegable que se ha diseñado posee 8 caras en la que contiene toda la información de Pastocalle como:

- Quienes somos
- Nuestro Trabajo
- Nuestra Meta
- Nuestro grupo de trabajo
- Y todos los servicios que ofrece.

Se recomienda la impresión de 10.000 plegables que poseen un costo 300. USD que se estima consumirlos en un año.

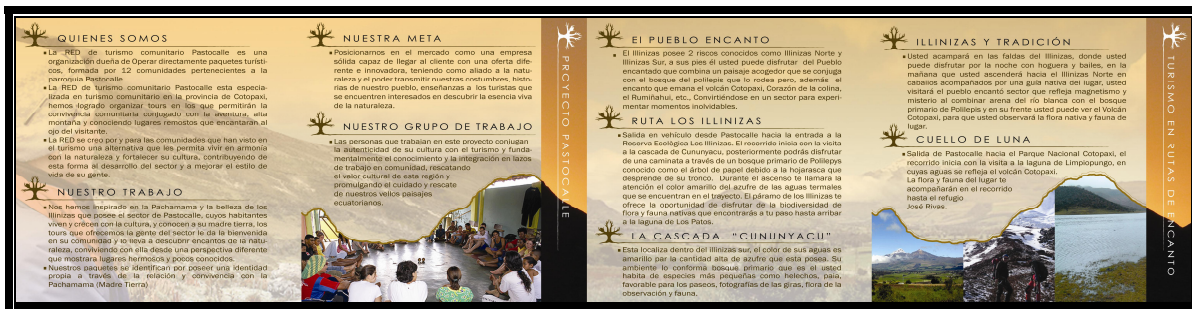


Foto No. 26 "Plegable"



Foto No. 27 "Plegable"



Foto No. 28 "Plegable"



**f). Hoja tipo**

La hoja tipo poseerá las siguientes medidas (29.7 x 21), que servirá para enviar información a todo aquel que lo solicite. Se recomienda imprimir 10.000 unidades con un costo de 80.00 USD.



**Foto No. 29 “Hoja Tipo”**

**g). Postales**

Las postales han sido diseñados con el objetivo de entregar un presente a todos los turistas que visiten la parroquia San Juan de Pastocalle. Sus medidas son (21 cm. x 15cm). Se recomienda imprimir 10.000 postales y su costo es de 200.00 USD.



Foto No. 30 “Postales”



Foto No. 31 “Postales”

**h). Afiche**

El afiche (42cm de largo por 30 de ancho), se ha diseñado para ser repartido en agencias de viajes, operadoras, hoteles, restaurantes, paraderos turísticos. Se recomienda imprimir 5000 afiches, su costo es de 300.00 USD



Foto No. 32 “Afiche”

### i). Tarjeta

El propósito principal de haber diseñado la tarjeta es para entregar al turista en señal de agradecimiento por su visita a la vez en señal de recuerdo por parte de la Red de Turismo San Juan de Pastocalle. Las medidas son de (5.5 alto cm. y ancho 8.5 cm.). Se recomienda imprimir 10.000 unidades y su costo es de 300.00 USD.



**Foto No. 33 “Tarjeta”**

### j). **Color de identificación de la empresa**

La utilización de este tipo de colores se encuentran ligados a la cromática natural, anunciándolos con colores de la tierra, pues al tratarse de una empresa que trabajara con elementos de interacción con la naturaleza, dichos colores distinguen su enfoque con la naturaleza, los fondos empleados en aplicaciones son colores tomados de diferentes escenarios o paisajes de la naturaleza además de las fotografías adquiridas de los diferentes sitios que se recorrieron en San Juan de Pastocalle.

**k). Slogan Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle**

La Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle se identifica con el siguiente slogan.

**“UNA EXPERIENCIA PARA CONTAR”**

Al decir una experiencia para contar, se refiere al éxito en la experiencia vivida por cada visitante, todos los momentos y sitios visitados provocaran en el turista un recuerdo lleno de experiencias maravillosas que al momento de contar su vivencia expresara su satisfacción y junto con el su deseo de regresar por una nueva aventura, junto con la Red de Turismo San Juan de Pastocalle.

## G. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PRODUCTO TURÍSTICO SAN JUAN DE PASTOCALLE

### 1. Costos y gastos del área comercial

#### a. Activos fijos del área comercial

Las inversiones en activos fijos para el área comercial, se presentan en los siguientes cuadros:

Para equipar el área de la oficina se necesitara:

### A. ACTIVO FIJO, DIFERIDO Y CAPITAL DE TRABAJO DE LA EMPRESA

#### CUADRO No. 108 RESUMEN DE INVERSIONES

NOMBRE DEL CTC: RED DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE			
RESUMEN DE INVERSIONES			
ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL	R. PROPIOS	CREDITO
Construcciones	\$ 79,195.20	\$ 39,597.60	\$ 39,597.60
Equipo de computo	\$ 780.00	\$ 780.00	
Equipos de oficina	\$ 1,025.00	\$ 1,025.00	
Equipo de camping	\$ 1,810.00	\$ 1,810.00	
Acometidas de teléfono	\$ 200.00	\$ 200.00	
Menaje de restaurante	\$ 2,022.00	\$ 2,022.00	
Menaje de cocina	\$ 3,658.80	\$ 3,658.80	
Menaje de habitaciones	\$ 13,428.00	\$ 13,428.00	
<b>SUBTOTAL 1</b>	<b>\$ 102,119.00</b>	<b>\$ 62,521.40</b>	<b>\$ 39,597.60</b>
ACTIVOS NOMINALES / DIFERIDOS	VALOR TOTAL	R. PROPIOS	CREDITO
<b>Gastos de constitución</b>			
Conformación jurídica de la organización	\$ 100.00	\$ 100.00	
Autorizaciones notariales	\$ 300.00	\$ 300.00	
<b>Subtotal gastos de constitución</b>	<b>\$ 400.00</b>	<b>\$ 400.00</b>	
<b>Gastos de patentes y licencias:</b>			
Registro ante el MINTUR	\$ 80.00	\$ 80.00	
Licencia de funcionamiento	\$ 80.00	\$ 80.00	
RUC			
<b>Subtotal gastos de patentes y licencias</b>	<b>\$ 160.00</b>	<b>\$ 160.00</b>	
<b>Gastos de puesta en marcha:</b>			
Diseño de Publicidad/Promoción	\$ 950.00	\$ 950.00	

<b>Subtotal gastos de puesta en marcha</b>	<b>\$ 950.00</b>	<b>\$ 950.00</b>	
<b>Gastos de capacitación:</b>			
Programa de capacitación para todo el personal	\$ 5,460.00	\$ 5,460.00	
<b>Subtotal gastos de capacitación</b>	<b>\$ 5,460.00</b>	<b>\$ 5,460.00</b>	
<b>Gastos de publicidad y comercialización</b>			
Trípticos / plegable	\$ 300.00	\$ 300.00	
Costo de dominio de la Página Web.	\$ 400.00	\$ 400.00	
Hoja tipo	\$ 80.00	\$ 80.00	
Postales	\$ 200.00	\$ 200.00	
Afiche	\$ 300.00	\$ 300.00	
Tarjeta	\$ 300.00	\$ 300.00	
Valla Publicitaria	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	
<b>Subtotal gastos de publicidad</b>	<b>\$ 9,580.00</b>	<b>\$ 9,580.00</b>	
<b>Imprevistos</b>			
<b>Subtotal imprevistos</b>			
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16,550.00</b>	<b>\$ 16,550.00</b>	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>R. PROPIOS</b>	<b>CRÉDITO</b>
Aporte socio	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	
<b>SUBTOTAL 3</b>	<b>\$ 3,000.00</b>	<b>\$3,000.00</b>	
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 121,669.00</b>	<b>\$82,071.40</b>	<b>\$39,597.60</b>

Realizado Por: Mayra Martínez I. Marielisa Ponce R

Para la creación de la Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle se deberá invertir en activos fijos la cantidad de 102,1190.00 USD; en activos nominales / diferidos 16.550 USD; en capital de trabajo 3000 USD, con un total de 121.669

**CUADRO No. 109 CUADRO RESUMEN DE LOS RECURSOS PROPIOS**

<b>TOTAL RECURSOS PROPIOS</b>	
Construcciones	39,597.60
Equipo de computo	780.00
Equipos de oficina	1,025.00
Equipo de camping	1,810.00
Acometidas de teléfono	200.00
Menaje de restaurante	2,022.00
Menaje de cocina	3,658.80
Menaje de habitaciones	13,428.00
Subtotal gastos de constitución	400.00
Subtotal gastos de patentes y licencias	160.00
Subtotal gastos de puesta en marcha	950.00
Subtotal gastos de capacitación	5460.00
Subtotal gastos de publicidad	9580.00
Imprevistos	0.00
Capital de trabajo	3000.00
<b>TOTAL CREDITO</b>	
Presupuesto requerido	39597.60

Realizado Por: Mayra Martínez I. Marielisa Ponce R

En el cuadro No. 109 se detalla el resumen de inversiones junto con el presupuesto que tendrá que adquirir CTC.

**CUADRO No. 110 TABLA DE AMORTIZAR PARA CINCO AÑOS**

P: Monto del préstamo otorgado	39,597.60
n = períodos del crédito	5.00
i = interés anual	0.15

En la tabla No. 110 se detalla el valor del préstamo a adquirir en una entidad financiera de 39,567.60.

Valores requeridos	
Valor a:	0.30170358
Valor b:	1.01
Valor c:	0.30
R=	11,812.58

PERIODO	SALDO DEUDOR	INTERESES	AMORTIZACION FIJA	CUOTA
1	39598	5940	5873	11813
2	33725	5059	6754	11813
3	26971	4046	7767	11813
4	19204	2881	8932	11813
5	10272	1541	10272	11813
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>19465</b>	<b>39598</b>	<b>59063</b>

Realizado Por: Mayra Martínez I. Marielisa Ponce R

Como se puede apreciar en el cuadro 110 se debe adquirir una deuda de 39,598.00 USD para dar paso a la construcción de las cabañas, en un periodo de cinco años, con cuotas fijas a cancelar de 11,813.00 USD.

## B. INFORME DE BENEFICIOS Y COSTOS

### CUADRO No. 111 FLUJO DE CAJA

NOMBRE DEL PROYECTO: RED DE TURISMO COMUNITARIO PASTOCALLE					
INFORMACION SOBRE INGRESOS/BENEFICIOS					
VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 01:	\$ 14,884.53	\$ 14,884.53	\$ 14,884.53	\$ 14,884.53	\$ 14,884.53
Producto 02	\$ 2,483.29	\$ 2,483.29	\$ 2,483.29	\$ 2,483.29	\$ 2,483.29
Producto 03	\$ 17,107.20	\$ 17,107.20	\$ 17,107.20	\$ 17,107.20	\$ 17,107.20
Producto 04	\$ 22,504.63	\$ 22,504.63	\$ 22,504.63	\$ 22,504.63	\$ 22,504.63



<b>INGRESOS / BENEFICIOS TOTALES</b>	<b>\$ 56,979.65</b>	<b>\$ 56,979.65</b>	<b>\$ 56,979.65</b>	<b>\$ 56,979.65</b>	<b>\$ 56,979.65</b>
--------------------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Realizado Por: Mayra Martínez I. Marielisa Ponce R

En la tabla No. 111 se detalla el volumen de ventas para los próximos cinco años de los cuatro paquetes que se han estructurado, obteniendo por cada año un ingreso de \$ 56.979,65 USD.

### CUADRO No. 112 INFORMACIÓN SOBRE EGRESOS

<b>INFORMACION SOBRE EGRESOS</b>					
<b>COSTOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costos fijos	11,100.10	11,100.10	11,100.10	11,100.10	11,100.10
Costos variable	5,434.56	5,434.56	5,434.56	5,434.56	5,434.56
Crédito	11,812.58	11,812.58	11,812.58	11,812.58	11,812.58
Depreciación construcciones	1,319.92	1,319.92	1,319.92	1,319.92	1,319.92
Depreciación Equipo de computo	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00
Depreciación Equipos de oficina	205.00	205.00	205.00	205.00	205.00
Depreciación Acometidas de teléfono	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Depreciación Menaje de restaurante	404.40	404.40	404.40	404.40	404.40
Depreciación Menaje de cocina	2,685.60	2,685.60	2,685.60	2,685.60	2,685.60
Depreciación Menaje de habitaciones	1,219.60	1,219.60	1,219.60	1,219.60	1,219.60
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>34,481.76</b>	<b>34,481.76</b>	<b>34,481.76</b>	<b>34,481.76</b>	<b>34,481.76</b>
<b>INVERSION INICIAL</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Construcciones	39,597.60				
Equipo de computo	780.00				
Equipos de oficina	1,025.00				
Equipo de camping	1,810.00				
Acometidas de teléfono	200.00				
Menaje de restaurante	2,022.00				
Menaje de habitaciones	13,428.00				
Menaje de cocina					

	3,658.80				
Subtotal gastos de constitución	400.00				
Subtotal gastos de patentes y licencias	160.00				
Subtotal gastos de puesta en marcha	950.00				
Subtotal gastos de capacitación	5,460.00				
Subtotal gastos de publicidad	9,580.00				
Imprevistos	-				
Capital de trabajo	3,000.00				
<b>INVERSION INICIAL TOTAL</b>	<b>82,071.40</b>	-	-	-	-

Realizado Por: Mayra Martínez I. Marielisa Ponce R

Como se detalla en el cuadro No. 112 tanto los costos como las depreciaciones llegan a obtener un monto de \$ 34.481,76 USD por cada año de trabajo de la organización, y una inversión inicial de \$ 82.071,40 USD.

### CUADRO No. 113 ANALISIS FINANCIERO DE LIQUIDEZ

ANALISIS FINANCIERO DE LIQUIDEZ					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>(59,573.51)</b>	<b>22,497.89</b>	<b>22,497.89</b>	<b>22,497.89</b>	<b>22,497.89</b>

Realizado Por: Mayra Martínez I. Marielisa Ponce R

En el cuadro No. 113 se puede apreciar que en el primer año la Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle, no recupera el valor de la inversión con \$ 59,573.51 USD de saldo en contra, para el año 2 se recupera la inversión y empieza haber beneficios de \$ 22,497,89 USD.

**CUADRO No. 114 ANALISIS FINANCIERO DE RENTABILIDAD**

<b>ANALISIS FINANCIERO DE RENTABILIDAD</b>	
<b>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)</b>	19%
<b>VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b>	S/30,424.04
<b>RELACION BENEFICIO COSTO (B/C)</b>	1.7

Realizado Por: Mayra Martínez I. Marielisa Ponce R

En el cuadro No. 114 se puede observar la tasa interna de retorno (TIR) con un valor del 19%, y el valor actual neto (VAN) de \$ 30,424.04 USD con este resultado se llega a la conclusión que es un proyecto rentable, con una relación beneficio costo de 1.7 es decir que por cada dólar de inversión se obtiene 0,70 centavos de utilidad.

**CUADRO No. 115 CUADRO DE DEPRECIACIONES**

<b>DEPRECIACIONES</b>	
Tipo	Tiempo de vida útil (años)
Edificios e instalaciones	30
Equipo de computo	3
Equipos de oficina	5
Acometidas de teléfono	5
Menaje de restaurante	5
Menaje de cocina	5
Menaje de habitaciones	3

Realizado Por: Mayra Martínez I. Marielisa Ponce R

En el cuadro No. 115 se puede observar el tiempo de vida útil de cada uno de los elementos que se adquirirán en la organización.



### C. VOLUMEN DE VENTAS PROYECTADO

#### CUADRO No. 116 PLAN DE VENTAS

PLAN DE VENTAS													
DETALLE	MES 01	MES 02	MES 03	MES 04	MES 05	MES 06	MES 07	MES 08	MES 09	MES 10	MES 11	MES 12	PVP Anual
Paquete 1 (\$100,68 )	1240	1240	1240	1240	1240	1240	1240	1240	1240	1240	1240	1240	\$14,884.53
Paquete 2 (\$60,72 )	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	\$ 2,483.29
Paquete 3 (\$114,23)	1426	1426	1426	1426	1426	1426	1426	1426	1426	1426	1426	1426	\$17,107.20
Paquete 4 (\$125,81)	1875	1875	1875	1875	1875	1875	1875	1875	1875	1875	1875	1875	\$22,504.63
<b>TOTAL</b>													<b>\$56,979.65</b>

Realizado Por: Mayra Martínez I. Marielisa Ponce R

En el cuadro No. 116 el plan de ventas muestra que al vender los cuatro paquetes durante todo el año obtendrá la Red de Turismo Comunitario Pastocalle un ingreso anual de \$ 56,979.65 USD.

## **VI. CONCLUSIONES**

**A.** La parroquia San Juan de Pastocalle empezó a operar turísticamente hace tres años atrás, la falta de interés provocó un declive dentro de la gestión turística además no contaba con una comisión de turismo comunitario definido dando como consecuencia que la población no participe activamente en el desarrollo de la actividad, mucho menos de sus beneficios, es así que en este último año a través de un proceso participativo se estableció la Red de Turismo Comunitario, obteniendo la integración y compromiso de diferentes comunidades de la Parroquia, con sus respectivos delegados quienes se encuentran actualmente interesados en el desarrollo de este producto turístico.

**B.** El potencial turístico de la parroquia San Juan de Pastocalle es su cultura basada en sus alimentos, costumbres y tradiciones ligadas al majestuoso Illinizas, que se ve reflejada en las personas mayores quienes son los más fieles conocedores de su cultura., desafortunadamente, los jóvenes por un abismo generacional no conocen muy bien su cultura ancestral.

**C.** A través del inventario se ha logrado descubrir el potencial turístico que posee la parroquia San Juan de Pastocalle, han permitido la creación de nuevos servicios turísticos basándose en el perfil del turista tanto nacional como extranjero, creándose 4 paquetes que conjugan costumbres, tradiciones, naturaleza y aventura.

**D.** Con la creación de estos nuevos servicios se persigue nuevamente una reaparición de la Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle dentro del mercado turístico y conjuntamente llegar a posesionarse en él para así lograr captar un número significativo de turistas tanto nacionales como extranjeros, de acuerdo al estudio de mercado que se efectuó en los próximos cinco años parroquia tiene la posibilidad de incrementar su demanda con un 5% anual en base a su capacidad instalada, además tiene la posibilidad de que nuevas comunidades también se involucren dentro de este proyecto.

**E.** Se diseñaron cabañas en base a las necesidades del visitante con la finalidad de brindar un buen servicio, utilizando materiales de la zona, fomentando de esta manera la conservación de los recursos de la zona y previniendo un impacto visual.

**F.** El proyecto es económicamente factible, requiere una inversión de 121.669 dólares, al realizar el análisis financiero se obtuvo como resultado un valor actual neto (VAN) de 30.424,04 dólares, la tasa interna de retorno (TIR) del 19%, la relación beneficio costo de 1,70 dólares.

## **VII. RECOMENDACIONES**

**A.** Para el mejoramiento e implementación de este producto turístico comunitario es necesario aplicar el manual de calidad que se ha desarrollado en este proyecto, con miras a renovar el servicio para que no decline.

**B.** La demanda objetiva que se ha proyectado se la debería tomar en cuenta para el desarrollo de la operación turística de esta forma estarán preparados para prestar los servicios que ofrecen, sobretodo tomando en cuenta las épocas de mayor afluencia turística.

**C.** Utilizar los canales de difusión sugeridos de acuerdo al estudio de mercado para poder llegar hacia el consumidor tanto nacional como extranjero, mantener activa la página Web y actualizar la misma.

**D.** Crear convenios con operadoras y agencias de viajes que se encuentran interesados en realizar turismo comunitario.

**E.** Capacitar al personal para obtener mejores servicios a corto, mediano y largo plazo, garantizando un rendimiento óptimo de cada uno de los empleados, con miras a un crecimiento en el mercado con un servicio de calidad con gente capacitada en el área ambiental, turística, administrativa, etc.

**D.** Permitir la apertura a todas las comunidades que se encuentren interesadas en participar dentro de la Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle, creando nuevos proyectos productivos de trabajo con relación a cultura, agricultura, ganadería, entre otros, para ir reduciendo el nivel de pobreza del sector y la migración.



**E.** La Red de Turismo Comunitario San Juan de Pastocalle debería participar en ferias, talleres y capacitaciones que se encuentren relacionadas con turismo, para de esta forma hacer conocer sus costumbres y junto con ello su oferta.

## VIII. RESUMEN

El turismo en el Ecuador ha ido evolucionando, hasta conseguir una nueva forma de gestión turística conocida como “*Turismo Comunitario*”, pretendiendo que los dueños de los recursos y territorios los manejen, como un nuevo generador de ingresos para todos los sectores, combinando la participación igualitaria de sus miembros. Pretendiendo conservar los recursos tanto naturales como culturales y preservando la Pachamama como generadora de vida. En la Provincia de Cotopaxi, renace el “*Turismo Comunitario*” en el sector de Pastocalle ubicado a veinte y cinco minutos de la ciudad de Latacunga, permitiendo que las comunidades interesadas se involucren dentro del sector turístico, cuatro comunidades han dado sus primeros pasos dentro de este mercado participando todos activamente. Este estudio ha identificado el potencial turístico que posee el sector, llegando a armar cuatro paquetes turísticos que se han ajustado a los gustos y necesidades de la demanda turística nacional e internacional identificando: una variedad de servicios acorde a las exigencias de los turistas, con el propósito de entregar un servicio de calidad. Resultando la estructuración de un producto turístico en la Parroquia San Juan de Pastocalle, cuyo objetivo es aportar al beneficio económico, sociocultural y ambiental; erradicando la migración, pobreza, desempleo, monocultivo, deforestación, entre otros. Pretendiendo generar una fuente de ingresos adicional en cada habitante de dichas zonas, involucradas en el desarrollo del “*Turismo Comunitario*” salvaguardando la cultura y tradiciones de las comunidades; concluyendo que dicho trabajo es una nueva alternativa para San Juan de Pastocalle; recomendando capacitaciones permanentes para la excelencia del servicio.

## **IX SUMMARY**

The Tourism in Ecuador as gone evolving until getting an new way of touristic management known as “**Community Tourism**” by pretending that the owners resources and territories can manage them as a new source of incomes for the sectors with the participation of the members not only to conserve natural but also cultural resources and preserving “Pachamama” as a life source of. In the province of Cotopaxi appears again the “**Community Tourism**” in Pastocalle. It is 20 minutes from Latacunga allowing that communities interested can be involved in tourism; four communities have participated in this touristic sector. This study has identified the touristic potential therefore four touristic packages are adjusted according to likes and needs of national and international tourism demand: a variety of services according to tourist demands in order to give a high-quality service resulting the restructuration of a tourist product in the Parish of San Juan de Pastocalle which objective is to reach the economical, socio-cultural and environmental welfare by disappearing migration, poverty and unemployment, monoculture, deforestation and so on. It is pretended to generate an additional income source for each inhabitant of the area involved in the development of the “**Community Tourism**” but keeping in mind culture and traditions of the communities; it is concluded that this paper is a new alternative to San Juan de Pastocalle; permanent trainings are recommended to get excellence in the service.

## **X. BIBLIOGRAFIA**

1. MINTUR 2004. Metodología para inventario de atractivos turísticos. Gerencia Nacional
2. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. 1999. Guía para Administraciones locales: Desarrollo Turístico Sostenible. Madrid
3. ARRILLAGA, J. 1966. Ensayos sobre Turismo. Madrid
4. El Comercio, 2002. El Ecoturismo despegó en el Ecuador. 3 de Noviembre Pp. C14
5. BAEZ Y ACUÑA. 1998. Ecoturismo y áreas protegidas
6. PALBUCTHA, M 2001 Programa de Profesionalización en Topografía: Manejo del GPS,
7. CAÑADAS, L. 1983. Mapa Bioclimático del Ecuador
8. WUNDER, Sven 1996. “ Ecoturismo y Conservación” departamento de Medio Ambiente del Banco Mundial.
9. CORPORACION DE CONSERVACION Y DESARROLLO, 1994. Guía Metodológica. Desarrollo de proyectos de Ecoturismo. Inventario
10. CONUEP. 1994 “Perfil del plan nacional del desarrollo de Universidades y Escuelas Politécnicas PANUEP/ 1993 – 2033. Quito pg. 15

11. RAMIREZ, Jose. 1996 “ Elementos metodologicos para la planificacion Estrategica, en programnas de educacion superior” . Algarrobo - Chile
12. RICAURTE, Carlos. 2000 Memorias del seminario sobre Planificación Estrategica, ESPOCH. Riobamba.
13. ALVAREZ, Ignacio 2003 TECNICO EN HOTELERIA Y TURISMO, editorial Cultural S.A USA
14. CABO, Monica 2004 HOTELERIA Y TURISMO, Asistencia y Guia de grupos Editorial. Thomson Espana
15. PUJOL, Bruno 1999 DIRECCION DE MARKETING Y VENTAS Cultural Ediciones S.A Vol 1,2, y 3 Espana
16. LOZANO Patricio, ONATE Sonia y RICAURTE Carlos, 2006 SEMINARIO TALLER ELABORACION DE PAQUETES TURISTICOS Ministerio de Turismo, Direccion provincial de Orellana Municipalidad de lago Agrio.
17. KOTLER Philip y ARMSTRONG, Gary 2003 FUNDAMENTOS DE MARKETING Editorial Pearson sexta edicion Mexico
18. MALDONADO, Carlos “Pautas metodologicas para el analisis de turismo Comunitario” Consultado el 2 de Diciembre del 2007. en linea disponible en [www.ilo.org/seed](http://www.ilo.org/seed).
19. BOO E. 1990. Ecoturismo: Potenciales y escollos. World Wildlife Found & The Conservation Foundation. USA

20. CIFUENTES M. 1992. Determinacion de la Capacidad de carga turistica en areas protegidas. Centro Agronomico Tropical de Investigacion y Ensenanza (CATIE). Turrialba, Costa Rica. 22p
21. ALBERTO TACON C. 2003. Guia tecnica senderos y uso publico.
22. <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>
23. [http://www.dinama.gub.uy/modules/dinama/areas\\_naturales/lunarejo/2\\_7\\_diagnostico%20turistico.html](http://www.dinama.gub.uy/modules/dinama/areas_naturales/lunarejo/2_7_diagnostico%20turistico.html)
24. <http://www.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/400989.html>
25. [http://www.microimages.com/i18n/\\_es\\_spanish/GEOREF2.pdf](http://www.microimages.com/i18n/_es_spanish/GEOREF2.pdf)
26. <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/OTROS/inventario%20turistico/categoria.htm>
27. [http:// www.federacionturismocomunitario](http://www.federacionturismocomunitario).
28. <http://www.world-tourism.org>
29. <http://www.wtolibrary.org>



<b>4.2 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
<b>4.2.1 ALTERADO:</b>			<b>4.2.2 POCO ALTERADO:</b>			<b>4.2.3 SIN INTERVENCIÓN:</b>						
<b>4.2.4 CAUSAS:</b>												
<b>4.3 ENTORNO</b>												
<b>4.3.1 CONSERVADO:</b>			<b>4.3.2 EN PROCESO DE DETERIORO:</b>			<b>4.3.3 DETERIORADO:</b>						
<b>4.3.4 CAUSAS:</b>												
<b>5. ACCESO</b>												
5.1 Tipo	5.2 Subtipo	5.3 Estado de las vías			5.4 TRANSPORTE	5.5 FRECUENCIA				5.6 TEMPORALIDAD DE ACCESO		
		B	R	M		DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	AÑO	MES	DÍA
5.1.1 Terrestre	Asfaltado				BUS							
	Lastrado				AUTOMOVIL							
	Empedrado				4 X 4							
	Sendero				TREN							
5.1.2 Acuático	Marítimo				BARCO							
					BOTE							
	Fluvial				CANOA							
				OTRO								
5.1.3 Aéreo					AVIÓN							
					AVIONETA							
					HELICÓPTERO							
<b>6. SEÑALIZACIÓN:</b>												
6.1 Muy buena ( ) 6.2 Bueno ( ) 6.3 Regular ( ) 6.4 Malo ( )												
<b>7. OBSERVACIONES:</b>												
<b>8 APOYO</b>												
<b>8.1 INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>												
8.1.1 AGUA: 8.1.1.1 Potable ( ) 8.1.1.2 Entubada ( ) 8.1.1.3 Tanquero ( ) 8.1.1.4 Pozo ( ) 8.1.1.5 Río ( ) 8.1.1.6 Lago ( )												
8.1.2 ENERGÍA: 8.1.2.1 Sistema Interconectado ( ) 8.1.2.2 Generador ( ) 8.1.2.3 Alternativo ( ) 8.1.2.4 Otras ( )												
8.1.3 COMUNICACIÓN: 8.1.3.1 Sistema de Andinatel ( ) 8.1.3.2 Telefonía móvil ( M A P ) 8.1.3.3 otro ( )												
8.1.4 ALCANTARILLADO: 8.1.4.1 Red pública ( ) 8.1.4.2 Pozo ciego ( ) 8.1.4.3 Pozo séptico ( ) 8.1.4.4 no existe ( )												
<b>8.2 SERVICIOS</b>		8.2.1 lujo		8.2.2 primera		8.2.3 segunda		8.2.4 tercera		8.2.5 cuarta		
	total	plazas	total	plazas	total	plazas	Total	plazas	total	plazas		
Alojamiento												
Alimentación												
Esparcimiento												
8.3 Agencia de viaje ( ) 8.4 Almacenes de artesanías ( ) 8.5 correos ( ) 8.6 tlef.fax.internet ( )												
<b>9. SIGNIFICADO</b>												
<b>9.1 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
9.1.1 ATRACTIVO:						9.1.2 DISTANCIA			Km			
9.1.3 ATRACTIVO:						9.1.4 DISTANCIA			Km			



<b>10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>
10.1 LOCAL ( )    10.2 PROVINCIAL ( )    10.3 NACIONAL ( )    10.4 INTERNACIONAL ( )
<b>11. OBSERVACIONES:</b>

## ANEXO 2. GUÍAS DE ENCUESTAS PARA DEFINIR EL PERFIL DEL CONSUMIDOR.

### 1. Encuesta para turistas extranjeros que visitan la ciudad de Latacunga.

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

#### TURISTA INTERNACIONAL 2008

Esta encuesta está dirigida a personas y hombres de negocios que visitan la ciudad de Latacunga.

No necesita firmar, ni se requiere que anote su nombre o dirección, es totalmente anónimo.

	DIA	MES	AÑO
Fecha de entrada a Latacunga			
Fecha de la entrevista.			
Lugar de la encuesta.			
Nombre del encuestador.			

- ¿Cuál es su lugar de residencia permanente?  
Ciudad----- Estado/ Provincia-----País-----
- ¿Cuál fue su lugar de entrada al país?-----
- ¿Cómo tuvo la idea de realizar este viaje?
  - Agencias de Viajes ( )
  - Publicidad en periódicos o revistas. ( )
  - Amigos o familiares. ( )
  - Artículos de prensa. ( )
  - Congreso/ convención. ( )
  - Otros/ especifique-----
- ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?



- Más de 12 semanas. ( )
  - No reservó de antemano. ( )
  - No sabe/no recuerda. ( )
8. a) Es su primera visita a Latacunga?  
SI ( ) NO ( )
8. b) (En caso negativo) Cuántas veces a visitado Latacunga?-----
9. ¿Cuánto tiempo permanece en Latacunga (noches)?
10. a) ¿Cuántas personas incluyéndose usted mismo, integran el grupo o familia que viajan?-----
- 10 b) (Si no viaja solo) ¿Quiénes son sus acompañantes?
- Esposo/a compañero/a ( ) Amigos y/o familiares ( ) Con niños ( )
11. ¿Qué tipo de alojamiento utilizó en Latacunga? (Si recuerda indique su nombre)  
-----
- Hotel. ( )
  - Pensión/ Hostal. ( )
  - Apartamento. ( )
  - Casa de familiares o amigos. ( )
  - Otros/ especifique-----
12. a) ¿Cuánto estima usted gastar o haber gastado durante su estadía en Latacunga?
- US \$ -----
  - Otra moneda/ especifique -----
12. b) ¿Para cuántas personas?-----
13. a) ¿Cómo califica usted Latacunga respecto a estos destinos de Ecuador en los siguientes aspectos?
- |                    | Mejor | Lo mismo | Inferior |
|--------------------|-------|----------|----------|
| • Cosas que hacer. | ----- | -----    | -----    |
| • Clima.           | ----- | -----    | -----    |

- Lugares que visitar. -----
- Paisaje. -----

13 b) Favor indique otros destinos ecuatorianos que usted ha visitado en los últimos años.

- .....
- .....
- .....
- .....

14. Ahora que Ud está en Latacunga, como evaluaría las siguientes atracciones, facilidades y servicios?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
<u>En su alojamiento</u>				
• Localización del hotel	-----	-----	-----	-----
• Confort en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Limpieza en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Comidas.	-----	-----	-----	-----
• Servicios.	-----	-----	-----	-----
• Recreación diurna/ nocturna	-----	-----	-----	-----

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
<u>En general</u>				
• Trato con la población.	-----	-----	-----	-----
• Nivel de precios en Restaurantes, Hoteles, Excursiones, taxi, etc.	-----	-----	-----	-----
• Atención representante Agencia de viajes.	-----	-----	-----	-----
• Excursiones	-----	-----	-----	-----

15. a) Ha efectuado algunas compras durante su estadía?

SI ( )

NO ( )

15 b) (En caso afirmativo) ¿Cuáles artículos considera usted “buenas compras” en Latacunga?

- Artesanías. ( )
- Joyas. ( )
- Ropa. ( )

- Alimentos. ( )
- No hay buenas compras ( )
- Otros/especifique -----

16. ¿Cómo caracteriza usted las “compras en Latacunga?”

- Agradable trato en tiendas. ( )
- Buenos precios. ( )
- Variedad de mercancías. ( )
- Calidad de mercancías. ( )

17. a) Durante su estadía en Latacunga ha realizado excursiones o visitas?

SI ( ) NO ( )

17. b) (En caso afirmativo) ¿Cómo efectuó la excursión?

- En grupo organizado por una agencia de viajes ( )
- Con guía privado. ( )
- Alquilando un carro. ( )
- En taxi. ( )
- Otros/ Especifique.-----

18. Ha conocido o prevé visitar otros lugares de Ecuador durante este viaje?

SI ( ) NO ( )

En caso de que su respuesta sea sí especifique:

Dónde N° noches.  
-----

19. Obtuvo información turística acerca de Latacunga?

SI ( ) NO ( )

20. (En caso afirmativo) ¿Cuándo la obtuvo?

- Antes de salir ( )
- Durante su estadía ( )
- Las dos ( )

21. En caso afirmativo ¿Dónde?

- Agencia de viajes (país de origen) ( )
- Consulado/ embajada. ( )
- Amigos. ( )
- Hotel. ( )

- Líneas aéreas. ( )
- Agencia de viajes local. ( )
- Aeropuerto ( )
- Otro/ especifique.-----

22. Su contenido le fue útil?

SI ( ) NO ( ) Regular ( )

23. En general califica ud su estadía en Latacunga con relación a sus expectativas iniciales?

- Mucho mejor/ mejor ( )
- Como lo esperaba ( )
- Desilusionado ( )
- Sin expectativas ( )

24. ¿Cuáles de las siguientes afirmaciones describen mejor su estado de ánimo para regresar a Latacunga?

- Definitivamente vuelvo. ( )
- Probablemente ( )
- Probablemente no vuelvo ( )
- Definitivamente no vuelvo ( )

25. Cuál es su sexo?

Hombre ( ) Mujer ( )

26. Edad – años cumplidos

- Menos de 10 ( )
- 10 – 19 ( )
- 20 – 29 ( )
- 30 – 39 ( )
- 40 – 49 ( )
- 50 – 59 ( )
- Mayor de 60 ( )

27. Estado civil

Soltero ( ) Casado ( ) Otro ( )

28. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor la situación actual del jefe de familia?

Favor indicar el número.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

1. Profesional (abogado, médico.
  2. Ejecutivo.
  3. Retirado.
  4. Trabajador de los servicios (policía, militar...)
  5. Empleado (vendedor, personal administrativo..)
  6. Obrero (trabajador agrícola, artesanal, maquinista.....)
  7. Estudiante.
  8. Ama de casa
  9. Educador.
- Sin empleo

29. Nivel de educación formal del entrevistado

- Primaria o secundaria incompleta. ( )
- Secundaria completa ( )
- Superior incompleto ( )
- Superior completo ( )
- Post grado ( )

30. Total de ingresos anuales familiares (antes de impuestos) en dólares?

Favor indicar el número correspondiente

1 2 3 4 5 6 7 8 9

1. menos de 10.000
2. 10.000 – 19.999
3. 20.000 – 29.999
4. 30.000 – 39.999
5. 40.000 – 49.999
6. 50.000 – 59.999
7. 60.000 – 69.999
8. 70.000 y más.
9. en caso de que sea difícil facilitar esta información en US \$ favor especificar tipo de moneda y cantidad.



31. a) Existe algo que usted quisiera añadir a la entrevista que no ha sido tratado hasta el momento?

-----

31. b) ¿Qué le gustó particularmente de Latacunga?

-----

31. c) De igual importancia qué le desagradó? Falló algo que usted esperaba encontrar en Latacunga?

---

32. Si tuviera la oportunidad de realizar turismo con comunidades indígenas del Ecuador, estaría dispuesto a hacerlo?

Si (    )

No (    )

33. Le agrada la idea de participar en la vida de las comunidades indígenas, realizando actividades como: ganadería, agricultura, pastoreo, y actividades diarias como preparación de la comida y realización de artesanías?

Si (    )

No (    )

34. Si le agrada la idea de realizar turismo comunitario le gustaría hospedarse en:

Albergues comunitarios (    )

Cabañas (    )

Casas indígenas familiares (    )

35. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la comunidad? Número de noches.

-----

36. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para realizar turismo comunitario por día?

-----

## 2. Encuesta para turistas nacionales que visitan la ciudad de Latacunga.

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

#### TURISTA NACIONAL 2008

Esta encuesta está dirigida a personas y hombres de negocios que visitan la ciudad de Latacunga.

No necesita firmar, ni se requiere que anote su nombre o dirección, es totalmente anónimo.

	DIA	MES	AÑO
Fecha de entrada a Latacunga			
Fecha de la entrevista.			
Lugar de la encuesta.			
Nombre del encuestador.			

1. ¿Cuál es su lugar de residencia permanente?

Ciudad----- Provincia-----

2. Cómo tuvo la idea de realizar este viaje?

- Agencias de Viajes ( )
- Publicidad en periódicos o revistas. ( )
- Amigos o familiares. ( )
- Artículos de prensa. ( )
- Programas de radio o televisión ( )
- Guía turística. ( )
- Otros/ especifique-----

3.Cuál es su principal motivo de viaje?

- Vacaciones. ( )
- Compras ( )
- Visita a familiares o amigos. ( )
- Congreso o convención. ( )
- Otros/ especifique.-----

4. ¿Cuándo efectuó las reservaciones para este viaje?
- Menos de 1 semana. ( )
  - 1-2 semanas ( )
  - No reservó de antemano ( )
5. Si usted está de vacaciones, enumere los aspectos que influyeron sobre su decisión de visitar Latacunga.
- Sitios para descansar. ( )
  - Población amistosa. ( )
  - Cosas que hacer. ( )
  - Vacaciones económicas. ( )
  - Facilidades para comprar ( )
  - Buena comida. ( )
  - Interés cultural. ( )
  - Alojamiento confortable. ( )
  - Seguridad. ( )
  - Otros/ especifique-----
6. a) Es su primera visita a Latacunga?  
SI ( ) NO ( )
6. b) (En caso negativo) ¿Cuántas veces a visitado Latacunga?  
.....
6. c) ¿Cuánto tiempo permanece en Latacunga (noches) ?-----
7. a) ¿Cuántas personas incluyéndose ud mismo, integran el grupo o familia que viajan?-----
7. b) (Si no viaja solo) ¿Quiénes son sus acompañantes?  
Esposo/a , Compañero / a ( ) Amigos y/ o familiares ( ) Con niños ( )
8. ¿Qué tipo de alojamiento utilizó en Latacunga? (Si recuerda indique su nombre)  
-----
- Hotel. ( )
  - Pensión/ Hostal. ( )
  - Apartamento. ( )
  - Casa de familiares o amigos. ( )
  - Otros/ especifique-----

9. a) ¿Cuánto estima usted gastar o haber gastado durante su estadía en Latacunga?

- US \$ -----
- Otra moneda/ especifique -----

9. b) ¿Para cuántas personas?-----

10. a) Favor indique otros destinos ecuatorianos que usted ha visitado en los últimos cinco años.

- -----
- -----
- -----
- -----

10. b) ¿Cómo califica usted Latacunga respecto a estos destinos en los siguientes aspectos?

	Mejor	Lo mismo	Inferior
• Cosas que hacer	-----	-----	-----
• Clima	-----	-----	-----
• Lugares que visitar.	-----	-----	-----
• Paisaje	-----	-----	-----

11. Ahora que usted está en Latacunga, ¿Cómo evaluaría las siguientes atracciones, facilidades y servicios?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
<u>En su alojamiento</u>				
• Localización del hotel	-----	-----	-----	-----
• Confort en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Limpieza en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Comidas.	-----	-----	-----	-----
• Servicios.	-----	-----	-----	-----
• Recreación diurna/ nocturna	-----	-----	-----	-----
<u>En general</u>				
• Trato con la población.	-----	-----	-----	-----
• Nivel de precios en Restaurantes, hoteles, Excursiones, taxi, etc.	-----	-----	-----	-----
• Atención representante agencia De viajes.	-----	-----	-----	-----
• Excursiones	-----	-----	-----	-----

12. a) Ha efectuado algunas compras durante su estadía?

SI ( ) NO ( )

12 b) (En caso afirmativo) ¿Cuáles artículos considera usted “buenas compras” en Latacunga?

- Artesanías.
- Joyas.
- Ropa.
- Alimentos.
- No hay buenas compras ( )
- otros/ especifique-----

13. ¿Cómo caracteriza usted las “compras en Latacunga”?

- Agradable trato en tiendas. ( )
- Buenos precios. ( )
- Variedad de mercancías. ( )
- Calidad de mercancías. ( )

14. a) Durante su estadía en Latacunga ha realizado excursiones o visitas?

SI ( ) NO ( )

14. b) (En caso afirmativo) ¿Cómo efectuó la excursión?

- En grupo organizado por una agencia de viajes ( )
- Con guía privado. ( )
- Alquilando un carro. ( )
- En taxi. ( )
- Otros/ Especifique-----

15. Ha conocido o prevé visitar otros lugares de Ecuador durante este viaje?

SI ( ) NO ( )

En caso de que su respuesta sea afirmativa especifique:

Dónde N° noches.  
-----

16. Obtuvo información turística acerca de Latacunga?

SI ( ) NO ( )



- 20 – 29 ( )
- 30 – 39 ( )
- 40 – 49 ( )
- 50 – 59 ( )
- Mayor de 60 ( )

24. Estado civil

Soltero ( )

Casado ( )

Otro ( )

25. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor la situación actual del jefe de familia?

- Profesional. -----
- Obrero. -----
- Estudiante -----
- Ejecutivo. -----
- Jubilado. -----
- Otro / especifique.-----
- Empleado. -----
- Ama de casa -----

26. Nivel de educación formal del entrevistado.

- Primaria o secundaria incompleta. ( )
- Secundaria completa ( )
- Superior incompleto ( )
- Superior completo ( )
- Post grado ( )

27. Total de ingresos anuales familiares en dólares.

-----

28. a) Existe algo que usted quisiera añadir a la entrevista que no ha sido tratado hasta el momento-----

Que le gustó particularmente de Latacunga.

-----  
 Hubo algo sorprendente o no esperado.

28 b) De igual importancia que le desagradó? Falló algo que usted esperaba encontrar en Latacunga?  
 -----

29 Si tuviera la oportunidad de realizar turismo con comunidades indígenas del Ecuador, estaría dispuesto a hacerlo?

Si (    )

No (    )

30 Le agrada la idea de participar en la vida de las comunidades indígenas, realizando actividades como: ganadería, agricultura, pastoreo, y actividades diarias como preparación de la comida y realización de artesanías?

Si (    )

No (    )

31 Si le agrada la idea de realizar turismo comunitario le gustaría hospedarse en:

Albergues comunitarios (    )

Cabañas (    )

Casas indígenas familiares (    )

32 ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la comunidad? Número de noches.

-----

33 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para realizar turismo comunitario por día?

-----



### 3. Encuesta para turistas extranjeros que visitan el Parque Recreacional El Boliche.

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

TURISTA INTERNACIONAL 2008

Esta encuesta está dirigida a personas que visitan el Parque Recreacional El Boliche.

No necesita firmar, ni se requiere que anote su nombre o dirección, es totalmente anónimo.

	DÍA	MES	AÑO
Fecha de entrada a El Boliche.			
Fecha de la entrevista.			
Lugar de la encuesta.			
Nombre del encuestador.			

1. ¿Cuál es su lugar de residencia permanente?  
Ciudad----- Estado/ Provincia-----País-----
  
2. ¿Cuál fue su lugar de entrada al país?-----
  
3. ¿Cómo tuvo la idea de realizar este viaje?
  - Agencias de Viajes ( )
  - Publicidad en periódicos o revistas. ( )
  - Amigos o familiares. ( )
  - Artículos de prensa. ( )
  - Congreso/ convención. ( )
  - Otros/ especifique-----
  
4. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?
  - a. Vacaciones ( )
  - b. Compras ( )
  - c. Visita a familiares o amigos ( )
  - d. Congreso o convención ( )
  - e. Otros/ Especifique -----



8. b) (En caso negativo) Cuántas veces a visitado El Boliche?-----
9. ¿Cuánto tiempo permanece en El Boliche (noches)?
10. a) ¿Cuántas personas incluyéndose usted mismo, integran el grupo o familia que viajan?-----
- 10 b) (Si no viaja solo) ¿Quiénes son sus acompañantes?
- Esposo/a compañero/a ( ) Amigos y/o familiares ( ) Con niños ( )
11. ¿Qué tipo de alojamiento utilizó durante su estadía? (Si recuerda indique su nombre)
- 
- Hotel. ( )
  - Pensión/ Hostal. ( )
  - Apartamento. ( )
  - Casa de familiares o amigos. ( )
  - Otros/ especifique-----
12. a) ¿Cuánto estima usted gastar o haber gastado durante su estadía en El Boliche?
- US \$ -----
  - Otra moneda/ especifique -----
12. b) ¿Para cuántas personas?-----
13. a) ¿Cómo califica usted al Parque Recreacional El Boliche respecto a estos destinos de Ecuador en los siguientes aspectos?
- |                        | Mejor | Lo mismo | Inferior |
|------------------------|-------|----------|----------|
| • Cosas que hacer.     | ----- | -----    | -----    |
| • Clima.               | ----- | -----    | -----    |
| • Lugares que visitar. | ----- | -----    | -----    |
| • Paisaje.             | ----- | -----    | -----    |

13 b) Favor indique otros destinos ecuatorianos que usted ha visitado en los últimos años.

- .....
- .....
- .....
- .....

14. Ahora que Ud está en El Boliche, como evaluaría las siguientes atracciones, facilidades y servicios?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
<u>En su alojamiento</u>				
• Localización del hotel	-----	-----	-----	-----
• Confort en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Limpieza en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Comidas.	-----	-----	-----	-----
• Servicios.	-----	-----	-----	-----
• Recreación diurna/ nocturna	-----	-----	-----	-----

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
<u>En general</u>				
• Trato con la población.	-----	-----	-----	-----
• Nivel de precios en Restaurantes, Hoteles, Excursiones, taxi, etc.	-----	-----	-----	-----
• Atención representante Agencia de viajes.	-----	-----	-----	-----
• Excursiones	-----	-----	-----	-----

15. a) Durante su estadía en El Boliche ha realizado excursiones o visitas?

SI ( ) NO ( )

15. b) (En caso afirmativo) ¿Cómo efectuó la excursión?

- En grupo organizado por una agencia de viajes ( )
- Con guía privado. ( )
- Alquilando un carro. ( )
- En taxi. ( )
- Otros/ Especifique.-----

16. Ha conocido o prevé visitar otros lugares de Ecuador durante este viaje?

SI ( ) NO ( )

En caso de que su respuesta sea sí especifique:

Dónde

Nº noches.

-----

-----

17. Obtuvo información turística acerca de El Boliche?

SI ( )

NO ( )

18. (En caso afirmativo) ¿Cuándo la obtuvo?

- Antes de salir ( )
- Durante su estadía ( )
- Las dos ( )

19. En caso afirmativo ¿Dónde?

- Agencia de viajes (país de origen) ( )
- Consulado/ embajada. ( )
- Amigos. ( )
- Hotel. ( )
- Líneas aéreas. ( )
- Agencia de viajes local. ( )
- Aeropuerto ( )
- Otro/ especifique .-----

20. Su contenido le fue útil?

SI ( )

NO ( )

Regular ( )

21. En general califica ud su estadía en El Boliche con relación a sus expectativas iniciales?

- Mucho mejor/ mejor ( )
- Como lo esperaba ( )
- Desilusionado ( )
- Sin expectativas ( )

22. ¿Cuáles de las siguientes afirmaciones describen mejor su estado de ánimo para regresar a El Boliche?

- Definitivamente vuelvo. ( )
- Probablemente ( )
- Probablemente no vuelvo ( )
- Definitivamente no vuelvo ( )

23. Cuál es su sexo?

Hombre ( )

Mujer ( )

24. Edad – años cumplidos

- Menos de 10 ( )
- 10 – 19 ( )
- 20 – 29 ( )
- 30 – 39 ( )
- 40 – 49 ( )
- 50 – 59 ( )
- Mayor de 60 ( )

25. Estado civil

Soltero ( )

Casado ( )

Otro ( )

26. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor la situación actual del jefe de familia?

Favor indicar el número.

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

10. Profesional (abogado, médico.

11. Ejecutivo.

12. Retirado.

13. Trabajador de los servicios (policía, militar...)

14. Empleado (vendedor, personal administrativo..)

15. Obrero (trabajador agrícola, artesanal, maquinista.....)

16. Estudiante.

17. Ama de casa

18. Educador.

Sin empleo

27. Nivel de educación formal del entrevistado

- Primaria o secundaria incompleta. ( )
- Secundaria completa ( )
- Superior incompleto ( )
- Superior completo ( )
- Post grado ( )

28. Total de ingresos anuales familiares (antes de impuestos) en dólares?

Favor indicar el número correspondiente

1   2   3   4   5   6   7   8   9

10. menos de 10.000

11. 10.000 – 19.999

12. 20.000 – 29.999

13. 30.000 – 39.999

14. 40.000 – 49.999

15. 50.000 – 59.999

16. 60.000 – 69.999

17. 70.000 y más.

18. en caso de que sea difícil facilitar esta información en US \$ favor especificar tipo de moneda y cantidad.

29. a) Existe algo que usted quisiera añadir a la entrevista que no ha sido tratado hasta el momento?

-----

29. b) ¿Qué le gustó particularmente de Latacunga?

-----

29. c) De igual importancia qué le desagradó? Falló algo que usted esperaba encontrar en Latacunga?

-----

30. Si tuviera la oportunidad de realizar turismo con comunidades indígenas del Ecuador, estaría dispuesto a hacerlo?

Si (    )

No (    )

31. Le agrada la idea de participar en la vida de las comunidades indígenas, realizando actividades como: ganadería, agricultura, pastoreo, y actividades diarias como preparación de la comida y realización de artesanías?

Si (    )

No (    )

32. Si le agrada la idea de realizar turismo comunitario le gustaría hospedarse en:

Albergues comunitarios	(    )
Cabañas	(    )
Casas indígenas familiares	(    )

33. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la comunidad? Número de noches.

-----

34. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para realizar turismo comunitario por día?

-----



#### 4. Encuesta para turistas nacionales que visitan el Parque Recreacional El Boliche.

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

#### TURISTA NACIONAL PARQUE RECREACIONAL EL BOLICHE

Esta encuesta está dirigida a personas que visitan el parque recreacional El Boliche  
No necesita firmar, ni se requiere que anote su nombre o dirección, es totalmente  
anónimo.

	DÍA	MES	AÑO
Fecha de entrada al parque			
Fecha de la entrevista.			
Lugar de la encuesta.			
Nombre del encuestador.			

1. ¿Cuál es su lugar de residencia permanente?

Ciudad----- Provincia-----

2. Cómo tuvo la idea de realizar este viaje?

- a. Agencias de Viajes ( )
- b. Publicidad en periódicos o revistas. ( )
- c. Amigos o familiares. ( )
- d. Artículos de prensa. ( )
- e. Programas de radio o televisión ( )
- f. Guía turística. ( )
- g. Otros/ especifique-----

3.Cuál es su principal motivo de viaje?

- Vacaciones. ( )
- Compras ( )
- Visita a familiares o amigos. ( )
- Congreso o convención. ( )
- Otros/ especifique.-----

4. ¿Cuándo efectuó las reservaciones para este viaje?
- Menos de 1 semana. ( )
  - 1-2 semanas ( )
  - No reservó de antemano ( )
5. Si usted está de vacaciones, enumere los aspectos que influyeron sobre su decisión de visitar el parque recreacional El Boliche.
- Sitios para descansar. ( )
  - Población amistosa. ( )
  - Cosas que hacer. ( )
  - Vacaciones económicas. ( )
  - Facilidades para comprar ( )
  - Buena comida. ( )
  - Interés cultural. ( )
  - Alojamiento confortable. ( )
  - Seguridad. ( )
  - Otros/ especifique-----
6. a) Es su primera visita a El Boliche?  
SI ( ) NO ( )
6. b) (En caso negativo) ¿Cuántas veces a visitado El Boliche?  
.....
6. c) ¿Cuánto tiempo permanece en El Boliche (noches) ?-----
7. a) ¿Cuántas personas incluyéndose ud mismo, integran el grupo o familia que viajan?-----
7. b) (Si no viaja solo) ¿Quiénes son sus acompañantes?  
Esposo/a , Compañero / a ( ) Amigos y/ o familiares ( ) Con niños ( )
8. ¿Qué tipo de alojamiento utilizó en su lugar de hospedaje? (Si recuerda indique su nombre)  
-----
- Hotel. ( )
  - Pensión/ Hostal. ( )

- Apartamento. ( )
- Casa de familiares o amigos. ( )
- Otros/ especifique-----

9. a) ¿Cuánto estima usted gastar o haber gastado durante su estadía en El Boliche?

- US \$ -----
- Otra moneda/ especifique -----

9. b) ¿Para cuántas personas?-----

10. a) Favor indique otros destinos ecuatorianos que usted ha visitado en los últimos cinco años.

- -----
- -----
- -----
- -----

11. b) ¿Cómo califica usted a El Boliche respecto a estos destinos en los siguientes aspectos?

	Mejor	Lo mismo	Inferior
• Cosas que hacer	-----	-----	-----
• Clima	-----	-----	-----
• Lugares que visitar.	-----	-----	-----
• Paisaje	-----	-----	-----

12. Ahora que usted está en El Boliche, ¿Cómo evaluaría las siguientes atracciones, facilidades y servicios?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
<u>En su alojamiento</u>				
• Localización del hotel	-----	-----	-----	-----
• Confort en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Limpieza en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Comidas.	-----	-----	-----	-----
• Servicios.	-----	-----	-----	-----
• Recreación diurna/ nocturna	-----	-----	-----	-----

En general

- Trato con la población. -----
- Nivel de precios en  
Restaurantes, hoteles,  
excursiones, taxi, etc. -----
- Atención representante agencia  
De viajes. -----
- Excursiones -----

13. a) Durante su estadía en El Boliche ha realizado excursiones o visitas?

SI ( ) NO ( )

14. b) (En caso afirmativo) ¿Cómo efectuó la excursión?

- En grupo organizado por una agencia de viajes ( )
- Con guía privado. ( )
- Alquilando un carro. ( )
- En taxi. ( )
- Otros/ Especifique.-----

14. Ha conocido o prevé visitar otros lugares de Ecuador durante este viaje?

SI ( ) NO ( )

En caso de que su respuesta sea afirmativa especifique:

Dónde N° noches.  
-----

15. Obtuvo información turística acerca de El Boliche?

SI ( ) NO ( )

16. (En caso afirmativo) ¿Cuándo la obtuvo?

- Antes de salir. ( )
- Durante su estadía ( )
- Las dos ( )

17. En caso afirmativo ¿Dónde?

- Agencia de viajes (país de origen) ( )
- Amigos. ( )
- Hotel. ( )



24. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor la situación actual del jefe de familia?

- Profesional. -----
- Obrero. -----
- Estudiante. -----
- Ejecutivo. -----
- Jubilado. -----
- Otro / especifique.-----
- Empleado. -----
- Ama de casa -----

25. Nivel de educación formal del entrevistado.

- Primaria o secundaria incompleta. ( )
- Secundaria completa ( )
- Superior incompleto ( )
- Superior completo ( )
- Post grado ( )

26. Total de ingresos anuales familiares en dólares.

-----

27. a) Existe algo que usted quisiera añadir a la entrevista que no ha sido tratado hasta el momento-----

Que le gustó particularmente de Latacunga.

-----  
Hubo algo sorprendente o no esperado.

34 b) De igual importancia que le desagradó? Falló algo que usted esperaba encontrar en Latacunga?  
-----

35 Si tuviera la oportunidad de realizar turismo con comunidades indígenas del Ecuador, estaría dispuesto a hacerlo?

Si ( )

No ( )

36 Le agrada la idea de participar en la vida de las comunidades indígenas, realizando actividades como: ganadería, agricultura, pastoreo, y actividades diarias como preparación de la comida y realización de artesanías?

Si (    )

No (    )

37 Si le agrada la idea de realizar turismo comunitario le gustaría hospedarse en:

Albergues comunitarios (    )

Cabañas (    )

Casas indígenas familiares (    )

38 ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la comunidad? Número de noches.

-----

39 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para realizar turismo comunitario por día?

---

### 5. Encuesta para turistas internacionales que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.

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

#### TURISTA INTERNACIONAL PARQUE NACIONAL COTOPAXI 2008

Esta encuesta está dirigida a personas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi

No necesita firmar, ni se requiere que anote su nombre o dirección, es totalmente anónimo.

	DIA	MES	AÑO
Fecha de entrada al PN Cotopaxi			
Fecha de la entrevista.			
Lugar de la encuesta.			
Nombre del encuestador.			

1. ¿Cuál es su lugar de residencia permanente?  
 Ciudad----- Estado/ Provincia-----País-----
  
2. ¿Cuál fue su lugar de entrada al país?-----
  
3. ¿Cómo tuvo la idea de realizar este viaje?
  - Agencias de Viajes ( )
  - Publicidad en periódicos o revistas. ( )
  - Amigos o familiares. ( )
  - Artículos de prensa. ( )
  - Congreso/ convención. ( )
  - Otros/ especifique-----
  
4. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?
  - a. Vacaciones ( )
  - b. Compras ( )
  - c. Visita a familiares o amigos ( )
  - d. Congreso o convención ( )
  - e. Otros/ Especifique -----





9. ¿Cuánto tiempo permanece en el P.N. Cotopaxi (noches)?
10. a) ¿Cuántas personas incluyéndose usted mismo, integran el grupo o familia que viajan?-----
- 10 b) (Si no viaja solo) ¿Quiénes son sus acompañantes?
- Esposo/a compañero/a ( ) Amigos y/o familiares ( ) Con niños ( )
11. ¿Qué tipo de alojamiento utilizó durante su estadía? (Si recuerda indique su nombre)
- 
- Hotel. ( )
  - Pensión/ Hostal. ( )
  - Apartamento. ( )
  - Casa de familiares o amigos. ( )
  - Otros/ especifique-----
12. a) ¿Cuánto estima usted gastar o haber gastado durante su estadía en el P.N. Cotopaxi?
- US \$ -----
  - Otra moneda/ especifique -----
12. b) ¿Para cuántas personas?-----
13. a) ¿Cómo califica usted al Parque Nacional Cotopaxi respecto a estos destinos de Ecuador en los siguientes aspectos?
- |                        | Mejor | Lo mismo | Inferior |
|------------------------|-------|----------|----------|
| • Cosas que hacer.     | ----- | -----    | -----    |
| • Clima.               | ----- | -----    | -----    |
| • Lugares que visitar. | ----- | -----    | -----    |
| • Paisaje.             | ----- | -----    | -----    |

13 b) Favor indique otros destinos ecuatorianos que usted ha visitado en los últimos años.

- .....
- .....
- .....
- .....

14. Ahora que Ud está en el P.N.Cotopaxi, como evaluaría las siguientes atracciones, facilidades y servicios?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
<u>En su alojamiento</u>				
• Localización del hotel	-----	-----	-----	-----
• Confort en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Limpieza en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Comidas.	-----	-----	-----	-----
• Servicios.	-----	-----	-----	-----
• Recreación diurna/ nocturna	-----	-----	-----	-----

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
<u>En general</u>				
• Trato con la población.	-----	-----	-----	-----
• Nivel de precios en Restaurantes, Hoteles, Excursiones, taxi, etc.	-----	-----	-----	-----
• Atención representante Agencia de viajes.	-----	-----	-----	-----
• Excursiones	-----	-----	-----	-----

15. a) Durante su estadía en el P.D. Cotopaxi ha realizado excursiones o visitas?

SI ( ) NO ( )

15. b) (En caso afirmativo) ¿Cómo efectuó la excursión?

- En grupo organizado por una agencia de viajes ( )
- Con guía privado. ( )
- Alquilando un carro. ( )
- En taxi. ( )
- Otros/ Especifique.-----

16. Ha conocido o prevé visitar otros lugares de Ecuador durante este viaje?

SI ( ) NO ( )

En caso de que su respuesta sea sí especifique:

Dónde N° noches.  
-----

17. Obtuvo información turística acerca de el P.N. Cotopaxi?

SI ( ) NO ( )

18. (En caso afirmativo) ¿Cuándo la obtuvo?

- Antes de salir ( )
- Durante su estadía ( )
- Las dos ( )

19. En caso afirmativo ¿Dónde?

- Agencia de viajes (país de origen) ( )
- Consulado/ embajada. ( )
- Amigos. ( )
- Hotel. ( )
- Líneas aéreas. ( )
- Agencia de viajes local. ( )
- Aeropuerto ( )
- Otro/ especifique .-----

20. Su contenido le fue útil?

SI ( ) NO ( ) Regular ( )

21. En general califica ud su estadía en el P.N. Cotopaxi con relación a sus expectativas iniciales?

- Mucho mejor/ mejor ( )
- Como lo esperaba ( )
- Desilusionado ( )
- Sin expectativas ( )

22. ¿Cuáles de las siguientes afirmaciones describen mejor su estado de ánimo para regresar al P.N. Cotopaxi?

- Definitivamente vuelvo. ( )
- Probablemente ( )
- Probablemente no vuelvo ( )
- Definitivamente no vuelvo ( )

23. Cuál es su sexo?

Hombre ( )

Mujer ( )

24. Edad – años cumplidos

- Menos de 10 ( )
- 10 – 19 ( )
- 20 – 29 ( )
- 30 – 39 ( )
- 40 – 49 ( )
- 50 – 59 ( )
- Mayor de 60 ( )

25. Estado civil

Soltero ( )

Casado ( )

Otro ( )

26. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor la situación actual del jefe de familia?

Favor indicar el número.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

19. Profesional (abogado, médico.

20. Ejecutivo.

21. Retirado.

22. Trabajador de los servicios (policía, militar...)

23. Empleado (vendedor, personal administrativo..)

24. Obrero (trabajador agrícola, artesanal, maquinista.....)

25. Estudiante.

26. Ama de casa

27. Educador.

Sin empleo

27. Nivel de educación formal del entrevistado

- Primaria o secundaria incompleta. ( )
- Secundaria completa ( )
- Superior incompleto ( )
- Superior completo ( )
- Post grado ( )

28. Total de ingresos anuales familiares (antes de impuestos) en dólares?

Favor indicar el número correspondiente

1   2   3   4   5   6   7   8   9

19. menos de 10.000

20. 10.000 – 19.999

21. 20.000 – 29.999

22. 30.000 – 39.999

23. 40.000 – 49.999

24. 50.000 – 59.999

25. 60.000 – 69.999

26. 70.000 y más.

27. en caso de que sea difícil facilitar esta información en US \$ favor especificar tipo de moneda y cantidad.

29. a) Existe algo que usted quisiera añadir a la entrevista que no ha sido tratado hasta el momento?

-----

29. b) ¿Qué le gustó particularmente del Parque Nacional Cotopaxi?

-----

29. c) De igual importancia qué le desagradó? Falló algo que usted esperaba encontrar en el Parque Nacional Cotopaxi?

---

30. Si tuviera la oportunidad de realizar turismo con comunidades indígenas del Ecuador, estaría dispuesto a hacerlo?

Si (    )

No (    )

31. Le agrada la idea de participar en la vida de las comunidades indígenas, realizando actividades como: ganadería, agricultura, pastoreo, y actividades diarias como preparación de la comida y realización de artesanías?

Si (    )

No (    )

32. Si le agrada la idea de realizar turismo comunitario le gustaría hospedarse en:

Albergues comunitarios	(     )
Cabañas	(     )
Casas indígenas familiares	(     )

33. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la comunidad? Número de noches.

-----

34. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para realizar turismo comunitario por día?

-----

## 6. Encuesta para turistas nacionales que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.

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

#### TURISTA NACIONAL PARQUE NACIONAL COTOPAXI

Esta encuesta está dirigida a personas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi

No necesita firmar, ni se requiere que anote su nombre o dirección, es totalmente anónimo.

	DIA	MES	AÑO
Fecha de entrada al parque			
Fecha de la entrevista.			
Lugar de la encuesta.			
Nombre del encuestador.			

1. ¿Cuál es su lugar de residencia permanente?

Ciudad-----

Provincia-----

2. Cómo tuvo la idea de realizar este viaje?

- a. Agencias de Viajes ( )
- b. Publicidad en periódicos o revistas. ( )
- c. Amigos o familiares. ( )
- d. Artículos de prensa. ( )
- e. Programas de radio o televisión ( )
- f. Guía turística. ( )
- g. Otros/ especifique-----

3.Cuál es su principal motivo de viaje?

- Vacaciones. ( )
- Compras ( )
- Visita a familiares o amigos. ( )
- Congreso o convención. ( )
- Otros/ especifique.-----



4. ¿Cuándo efectuó las reservaciones para este viaje?
- Menos de 1 semana. ( )
  - 1-2 semanas ( )
  - No reservó de antemano ( )
5. Si usted está de vacaciones, enumere los aspectos que influyeron sobre su decisión de visitar el P.N. Cotopaxi?
- Sitios para descansar. ( )
  - Población amistosa. ( )
  - Cosas que hacer. ( )
  - Vacaciones económicas. ( )
  - Facilidades para comprar ( )
  - Buena comida. ( )
  - Interés cultural. ( )
  - Alojamiento confortable. ( )
  - Seguridad. ( )
  - Otros/ especifique-----
6. a) Es su primera visita a el P.N. Cotopaxi?  
SI ( ) NO ( )
6. b) (En caso negativo) ¿Cuántas veces a visitado el P.N. Cotopaxi?  
.....
6. c) ¿Cuánto tiempo permanece en el P.N. Cotopaxi (noches) -----
7. a) ¿Cuántas personas incluyéndose ud mismo, integran el grupo o familia que viajan?-----
7. b) (Si no viaja solo) ¿Quiénes son sus acompañantes?  
Esposo/a , Compañero / a ( ) Amigos y/ o familiares ( ) Con niños ( )
8. ¿Qué tipo de alojamiento utilizó en su lugar de hospedaje? (Si recuerda indique su nombre)  
-----
- Hotel. ( )
  - Pensión/ Hostal. ( )
  - Apartamento. ( )

- Casa de familiares o amigos. ( )
  - Otros/ especifique-----
9. a) ¿Cuánto estima usted gastar o haber gastado durante su estadía en el P.N.Cotopaxi?
- US \$ -----
  - Otra moneda/ especifique -----
9. b) ¿Para cuántas personas?-----
10. a) Favor indique otros destinos ecuatorianos que usted ha visitado en los últimos cinco años.
- -----
  - -----
  - -----
  - -----
- 

11. b) ¿Cómo califica usted a el P.N. Cotopaxi respecto a estos destinos en los siguientes aspectos?

	Mejor	Lo mismo	Inferior
• Cosas que hacer	-----	-----	-----
• Clima	-----	-----	-----
• Lugares que visitar.	-----	-----	-----
• Paisaje	-----	-----	-----

12. Ahora que usted está en el P.N. Cotopaxi, ¿Cómo evaluaría las siguientes atracciones, facilidades y servicios?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
<u>En su alojamiento</u>				
• Localización del hotel	-----	-----	-----	-----
• Confort en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Limpieza en la habitación.	-----	-----	-----	-----
• Comidas.	-----	-----	-----	-----
• Servicios.	-----	-----	-----	-----
• Recreación diurna/ nocturna	-----	-----	-----	-----
<u>En general</u>				
• Trato con la población.	-----	-----	-----	-----
• Nivel de precios en Restaurantes, hoteles, excursiones, taxi, etc.	-----	-----	-----	-----



19. En general califica ud su estadía en el P.N. Cotopaxi con relación a sus expectativas iniciales?

- Mucho mejor/ mejor ( )
- Como lo esperaba ( )
- Desilusionado ( )
- Sin expectativas ( )

20. ¿Cuáles de las siguientes afirmaciones describen mejor su estado de ánimo para regresar a el P.N. Cotopaxi?

- Definitivamente vuelvo. ( )
- Probablemente ( )
- Probablemente no vuelvo ( )
- Definitivamente no vuelvo ( )

21. Sexo.

Hombre ( )

Mujer ( )

22. Edad – años cumplidos

- Menos de 10 ( )
- 10 – 19 ( )
- 20 – 29 ( )
- 30 – 39 ( )
- 40 – 49 ( )
- 50 – 59 ( )
- Mayor de 60 ( )

23. Estado civil

Soltero ( )

Casado ( )

Otro ( )

24. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor la situación actual del jefe de familia?

- Profesional. -----
- Obrero. -----
- Estudiante.-----
- Ejecutivo. -----
- Jubilado. -----
- Otro / especifique.-----
- Empleado. -----
- Ama de casa -----

25. Nivel de educación formal del entrevistado.

- Primaria o secundaria incompleta. ( )
- Secundaria completa ( )
- Superior incompleto ( )
- Superior completo ( )
- Post grado ( )

26. Total de ingresos anuales familiares en dólares.

-----

27. a) Existe algo que usted quisiera añadir a la entrevista que no ha sido tratado hasta el momento-----

Que le gustó particularmente del Parque Nacional Cotopaxi

-----

Hubo algo sorprendente o no esperado.

-----

27 b) De igual importancia que le desagradó? Falló algo que usted esperaba encontrar en el Parque Nacional Cotopaxi?

-----

28. Si tuviera la oportunidad de realizar turismo con comunidades indígenas del Ecuador, estaría dispuesto a hacerlo?

Si ( )

No ( )

29. Le agrada la idea de participar en la vida de las comunidades indígenas, realizando actividades como: ganadería, agricultura, pastoreo, y actividades diarias como preparación de la comida y realización de artesanías?

Si ( )

No ( )

30. Si le agrada la idea de realizar turismo comunitario le gustaría hospedarse en:

Albergues comunitarios ( )

Cabañas ( )

Casas indígenas familiares ( )

31. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la comunidad? Número de noches.

-----

32. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para realizar turismo comunitario por día?

-----

### Anexo 3: CUADRO MENUS DE ALIMENTACIÓN

#### CUADRO No. 117

DESAYUNO.				
RECETA ESTÁNDAR		PORCIONES: 24		
NOMBRE DE RECETA:	<i>Habas, choclo y queso.</i>			
Nº DE RECETA:	1			
Cantidad	Medida	INGREDIENTES		
7.00	Litros	Agua		\$0.00
24.00	unidades	choclos		\$4.00
6.00	Libras	habas		\$6.00
		Sal y pimienta al gusto.		\$0.10
1.00	Unidades	Queso rectangular grande.		\$3.50
<b>PROCEDIMIENTO:</b> En dos ollas poner a hervir agua, una con 5 litros y otra con 2 litros, cuando hierva el agua poner en la olla de 5 litros los choclos y en la de 2 litros las habas, hasta que se cocinen, servir caliente con un pedazo de queso y sal y pimienta al gusto.				
<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>				\$13.60
<b>COSTO POR PORCION</b>				<b>\$0.57</b>

CUADRO No. 118

REFRIGERIO			
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24		
NOMBRE DE RECETA:	<i>Refrigerio</i>		
Nº DE RECETA:	2		
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES	Costo
24.00	unidades	yogurt	\$14.40
24.00	unidades	galletas ricas	\$6.00
24.00	unidades	manzana	\$4.80
24.00	unidades/botella	agua	\$4.80
1.00	unidad	mermelada	\$3.50
COSTO TOTAL DE LA RECETA			\$33.50
COSTO POR PORCION			<b>\$1.40</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



CUADRO N. 119

CENA. Plato fuerte				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:	<i>Pollo guisado</i>			
Nº DE RECETA:	3	PESO POR PORCION		
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo
3.00	Unidad	Pollo		\$24.00
16.00	Cucharadas	aceite		\$0.30
3.00	Taza	cebolla picada		\$0.60
3.00	Taza	tomates picados		\$0.60
4.00	Taza	arvejas		\$2.00
13.00	Libras	papas cortadas en trozos		\$2.60
12.00	Unidad	zanahorias peladas y cortadas		\$0.30
12.00	Tazas	caldo de pollo		\$0.60
4.00	Cucharadita	perejil picado		\$0.10
10.00	Cucharadas	vino (opcional)		\$0.25
		sal y pimienta al gusto		\$0.10
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Sofreír en aceite la cebolla, tomates, perejil, sal y pimienta; agregar el pollo y dejarlo fery un poco. Añadir el caldo y las arvejas, dejar cocer un poco y añadir las papas, la zanahoria y el vino. Continuar la cocción hasta que todos los ingredientes estén listos. . Servir caliente				
<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>				\$31.45
<b>COSTO POR PORCION</b>				<b>\$1.31</b>



**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 120

REFRIGERIO. Bebida caliente.				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:		<i>Canelazo</i>		
Nº DE RECETA:	4			
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo
10.00	Unidad	Canela		0.2
12.00	Litros	agua		0
1.00	Libras	azúcar		0.28
PROCEDIMIENTO: Poner a hervir el agua, cuando esta esté hervida, añadir la canela y endulzarla, dejar que el agua tome color			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>	\$0.48
			<b>COSTO POR PORCION</b>	<b>\$0.02</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa

**CUADRO No.121**

DESAYUNO.			
RECETA ESTÁNDAR		PORCIONES: 24	
NOMBRE DE RECETA:	<i>Habas, choclo y queso.</i>		
Nº DE RECETA:	1		
Cantidad	Medida	INGREDIENTES	Costo
7.00	litros	Agua	\$0.00
24.00	unidades	Choclos	\$4.00
6.00	libras	Habas	\$6.00
		Sal y pimienta al gusto.	\$0.10
1.00	Unidades	Queso rectangular grande.	\$3.50
<b>PROCEDIMIENTO:</b> En dos ollas poner a hervir agua, una con 5 litros y otra con 2 litros, cuando hierva el agua poner en la olla de 5 litros los choclos y en la de 2 litros las habas, hasta que se cocinen, servir caliente con un pedazo de queso y sal y pimienta al gusto.			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>
			\$13.60
			<b>COSTO POR PORCION</b>
			<b>\$0.57</b>



de menú obtenidos  
comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

**Fuente:** Cuadros  
en taller

CUADRO No. 122

REFRIGERIO			
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24		
NOMBRE DE RECETA:	<i>Refrigerio</i>		
N° DE RECETA:	2		
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES	Costo
24.00	unidades	yogurt	\$14.40
24.00	unidades	galletas ricas	\$6.00
24.00	unidades	manzana	\$4.80
24.00	unidades/botella	agua	\$4.80
1.00	unidad	mermelada	\$3.50
			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>
			\$33.50
			<b>COSTO POR PORCION</b>
			<b>\$1.40</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 123

REFRIGERIO. Bebida caliente.				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:	<i>Canelazo</i>			
N° DE RECETA:	4			
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES	Costo	
10.00	Unidad	Canela		\$0.20
12.00	Litros	Agua		\$0.00
1.00	Libras	Azúcar		\$0.28
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Poner a hervir el agua, cuando esta esté hervida, añadir la canela y endulzarla, dejar que el agua tome color			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>	\$0.48
			<b>COSTO POR PORCION</b>	<b>\$0.02</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No.124

CENA. Plato fuerte				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:	<i>Pollo guisado</i>			
N° DE RECETA:	3			
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES	PESO POR PORCION	Costo
3.00	unidad	Pollo		\$24.00
16.00	cucharadas	aceite		\$0.30
3.00	taza	cebolla picada		\$0.60
3.00	taza	tomates picados		\$0.60
4.00	taza	arvejas		\$2.00
13.00	libras	papas cortadas en trozos		\$2.60
12.00	unidad	zanahorias peladas y cortadas		\$0.30
12.00	tazas	caldo de pollo		\$0.60
4.00	cucharadita	perejil picado		\$0.10
10.00	cucharadas	vino (opcional)		\$0.25
		sal y pimienta al gusto		\$0.10
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Sofreír en aceite la cebolla, tomates, perejil, sal y pimienta; agregar el pollo y dejarlo feir un poco. Añadir el caldo y las arvejas, dejar cocer un poco y añadir las papas, la zanahoria y el vino. Continuar la cocción hasta que todos los ingredientes estén listos. . Servir caliente				
			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>	\$31.45
			<b>COSTO POR PORCION</b>	<b>\$1.31</b>



Fuente: Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 125

<b>CENA TCPI.</b>				
<b>Bebida caliente.</b>				
<b>RECETA ESTÁNDAR</b>		<b>PORCIONES:24</b>		
<b>NOMBRE DE RECETA:</b>		<i>Agua aromática.</i>		
<b>N° DE RECETA:</b>		4		<b>PESO POR PORCION</b>
<b>Cantidad.</b>	<b>Medida.</b>	<b>INGREDIENTES</b>		<b>Costo</b>
24.00	Unidad	Bolsa de hiervas aromáticas		\$0.96
12.00	Litros	Agua		\$0.00
1 ½	Libras	Azúcar		\$0.42
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Ser servirá a cada visitante una taza de agua hervida para que el turista elija el té aromático de su preferencia. En la mesa se colocará el azúcar para que se ponga al gusto.				
<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>				\$ 1.38
<b>COSTO POR PORCION</b>				<b>\$ 0.06</b>



**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario  
**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 126

<b>CENA. Bebida caliente.</b>			
<b>RECETA ESTÁNDAR</b>	<b>PORCIONES:</b> 24		
<b>NOMBRE DE RECETA:</b>	<i>Café pasado.</i>		
<b>N° DE RECETA:</b>	5		
<b>Cantidad.</b>	<b>Medida.</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>Costo</b>
150.00	gramos	Café molido	\$0.90
12.00	litros	agua	\$0.00
1 ½	libras	azúcar	\$0.42
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Colocar el café en una chuspa y poner dos tazas de agua caliente, de este modo saldrá la esencia que se colocará en frascos de esencia en cada mesa. A los visitantes se les servirá una taza con agua hervida para que pongan la esencia y el azúcar a su gusto.			
<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>			\$1.32
<b>COSTO POR PORCION</b>			<b>\$0.06</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce




CUADRO No. 127

CENA. Bocadito			
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24		
			
<b>NOMBRE DE RECETA:</b>	<i>Pan de ajo</i>		
<b>Nº DE RECETA:</b>	6		<b>PESO POR PORCION</b>
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES	Costo
12.00	unidades	Palanquetas en rodajas	\$1.44
6.00	dientes	ajo	\$0.06
4.00	cucharadas	mantequilla	\$0.26
2.00	cucharada	hierbitas picadas	\$0.10
		sal y pimienta al gusto	\$0.10
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Poner la mantequilla en un sartén y sofreír las hierbitas picadas por unos minutos, añadir la sal y la pimienta. Luego colocar la mantequilla en las rodajas del pan y colocarlo en un sartén por unos minutos, hasta que se tosté. Servir caliente.			
<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>			\$1.96
<b>COSTO POR PORCION</b>			<b>\$0.08</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 128

DESAYUNO. Bebida caliente. Opción 1				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
<b>NOMBRE DE RECETA:</b>		<i>Morocho</i>		
<b>N° DE RECETA:</b>	7		<b>PESO POR PORCION</b>	
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo
5.00	libras	Morocho		\$4.00
5.00	litros	leche		\$3.00
5.00	tajitas	canela		\$0.10
55.00	unidades	pasas		\$1.38
1.00	libras	azúcar		\$0.28
5.00	litros	agua		\$0.00
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Poner la mantequilla en un sartén y sofreír las hierbitas picadas por unos minutos, añadir la sal y la pimienta. Luego colocar la mantequilla en las rodajas del pan y colocarlo en un sartén por unos minutos, hasta que se tosté. Servir caliente.				
			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>	\$8.75
			<b>COSTO POR PORCION</b>	\$0.36

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 129

DESAYUNO. Bebida caliente. Opción 2				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:		<i>Agua aromática.</i>		
N° DE RECETA:		4	PESO POR PORCION	
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES	Costo	
24.00	unidad	Bolsa de hiervas aromáticas	0.96	
12.00	litros	agua	0	
1 ½	libras	azúcar	0.42	
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Ser servirá a cada visitante una taza de agua hervida para que el turista elija el té aromático de su preferencia. En la mesa se colocará el azúcar para que se ponga al gusto.			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>	
			\$1.38	
			<b>COSTO POR PORCION</b>	
			<b>\$0.06</b>	

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 130

CENA. Bebida caliente.				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:		<i>Café pasado.</i>		
N° DE RECETA:	5		PESO POR PORCION	
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo
150.00	gramos	Café molido		\$0.60
12.00	litros	agua		\$0.00
1 ½	Libras	azúcar		\$0.42
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Colocar el café en una chuspa y poner dos tazas de agua caliente, de este modo saldrá la esencia que se colocará en frascos de esencia en cada mesa. A los visitantes se les servirá una taza con agua hervida para que pongan la esencia y el azúcar a su gusto.			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>	\$1.02
			<b>COSTO POR PORCION</b>	<b>\$0.04</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 131

DESAYUNO.				
Entrada				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:		<i>Huevos revueltos</i>		
N° DE RECETA:		10		
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES	Costo	
48.00	unidad	Huevos	\$7.20	
8.00	cucharadas	Aceite	\$0.15	
		sal y pimienta al gusto	\$0.10	
PROCEDIMIENTO: Calentar el aceite en un sartén. Batir los huevos con la sal y la pimienta y poner en el aceite caliente, remover constantemente hasta que se cocine el huevo sin llegar a ponerse duro. Servir caliente.		COSTO TOTAL DE LA RECETA		\$7.45
		COSTO POR PORCION		<b>\$0.31</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 132

DESAYUNO				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:	<i>juego de tomate</i>			
N° DE RECETA:	11		PESO POR PORCION	
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo
25.00	Unidades	Tomates pelados		\$3.50
7.00	Litros	Agua hervida		\$0.00
1.00	Libra	Azúcar		\$0.28
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Poner el agua hervida en la licuadora, añadir los tomates pelados y el azúcar y licuar. Servir en vasos				
			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>	\$3.78
			<b>COSTO POR PORCION</b>	<b>\$0.16</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 133

DESAYUNO. RECETA ESTÁNDAR		PORCIONES: 24		
NOMBRE DE RECETA:		<i>Sánduche de pan con queso</i>		
N° DE RECETA:		12		
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES	Costo	
24.00	unidad	pan	\$2.40	
1.00	unidad	queso	\$3.50	
PROCEDIMIENTO: Abrir los panes por el medio, colocar el queso y poner el pan en la tostadora caliente por tres minutos. Servir caliente los sandwiches.			COSTO TOTAL DE LA RECETA	
			\$5.90	
			COSTO POR PORCION	
			<b>\$0.25</b>	

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 134

ALMUERZO. Sopa 1				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:		<i>Caldo de Gallina Criolla</i>		
N° DE RECETA:		13		PESO POR PORCION
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo
3.00	Unidad	Gallina criolla		\$30.00
15.00	Libras	papas cortadas en trozos		\$15.00
6.00	Unidad	papanabo cortado en Cuadros.		\$0.60
12.00	Unidad	zanahorias peladas y cortadas		\$0.30
1 ½	Libras	Arvejas		\$0.75
1.00	Cucharadas	Apio		\$0.10
1 ½	Libras	Arroz		\$0.38
3.00	Cucharadas	perejil picado		\$0.10
		Sal y pimienta al gusto		\$0.10
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Poner la gallina criolla en el agua hirviendo, cuando está esté cocinándose, añadir el resto de ingredientes y dejar hasta que todos los ingredientes estén cocinados. Cocinar las papas a parte y servir las con el caldo.				
				<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>
				\$47.33
				<b>COSTO POR PORCION</b>
				<b>\$1.97</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce




CUADRO No. 135

ALMUERZO. Plato fuerte 1					
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24				
					
NOMBRE DE RECETA:	<i>Papas con cuy</i>				
N° DE RECETA:	14		PESO POR PORCION		
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo	
6.00	Unidad	Cuy		\$36.00	
25.00	Libras	papas		\$25.00	
20.00	Cabezas	Ajo		\$0.20	
10.00	Cabezas	cebolla paiteña		\$0.50	
6.00	Unidad	pimiento		\$0.48	
2.00	Atado	hierbitas		\$0.20	
1.00	fundas / atado	carbón o leña		\$6.00	
		sal y pimienta al gusto		\$0.10	
PARA LA SALSA					
1.00	Libras	menudencia picada		\$0.00	
2.00	Litros	leche		\$1.20	
1.00	Atado	cebolla blanca		\$0.25	
1.00	Atado	hierbitas		\$0.10	
5.00	Cucharadas	achiote y aceite		\$0.20	
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Licuar el ajo, las cebollas, pimiento, hierbitas, sal y pimienta, y con esta mezcla adobar el cuy y dejarlo por unas tres o cuatro horas antes de meterlo a la parrilla. Lugo asarlo a la parrilla hasta que esté dorado. La salsa se la prepara haciendo un refrito con la cebolla, hierbitas, achiote y aceite, cuando las cebollas estén sofreídas añadir las menudencias y la leche, mezclar bien hasta que la menudencia esté cocida.					
<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>				\$70.23	
<b>COSTO POR PORCION</b>				<b>\$2.93</b>	

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 136

ALMUERZO. Sopa 2					
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24				
					
NOMBRE DE RECETA:	<i>Crema de espinaca</i>				
Nº DE RECETA:	15				
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES	PESO POR PORCION	Costo	
4.00	Atado	Espinaca		\$2.00	
16.00	Tazas	agua		\$0.00	
3.00	Litros	leche caliente		\$1.80	
8.00	Cucharada	harina			
8.00	Tabletas	caldo de gallina		\$0.80	
4.00	Cucharada	cebolla rayada		\$0.20	
12.00	Cucharada	margarina		\$0.78	
500.00	Gramos	canguil		\$0.80	
<p><b>PROCEDIMIENTO:</b> Lavar bien las hojas de espinaca y cocerlas en el agua unos minutos. Licuarlas en la misma agua. Aparte, en una cacerola, derretir la margarina, freír la cebolla, agregar poco a poco la harina, revolviendo constantemente hasta formar una pasta. Agregar leche caliente y mezclar bien. Añadir las espinacas licuadas y el caldo de gallina. Cocer 20 minutos. Servir con canguil</p>					
				<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>	\$6.38
				<b>COSTO POR PORCION</b>	<b>\$0.27</b>

Fuente: Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 137

ALMUERZO. Plato Fuerte 2				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:	<i>Spaguetti a la crema</i>			
N° DE RECETA:	16			
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo
2.00	kilo	Spaghetti cocido		\$10.20
16.00	cucharadas	jugo de limón		\$0.24
2.00	cucharadita	ralladura de limón		\$0.00
6.00	tazas	crema de leche		\$4.20
5.00	unidad	Cebolla rayada.		\$0.25
8.00	cucharadas	perejil picado		\$0.40
12.00	unidad	ajos molidos		\$0.12
24.00	cucharadas	mantequilla		\$1.56
		sal y pimienta		\$0.10
2.00	funda	queso parmesano rallado		\$3.00
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Derretir la mitad de la mantequilla, sofreír la cebolla, ajo, perejil. Agregar la crema de leche, el jugo y la ralladura de limón, la sal y la pimienta. Cocer a fuego bajo unos minutos, revolviendo constantemente. (Si desea más líquida la salsa agregue un poco de leche). Caliente los spaghetti en la mantequilla restante. Sirva con la salsa caliente y el queso parmesano.				
<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>				\$20.07
<b>COSTO POR PORCION</b>				<b>\$0.83</b>



**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 138

ALMUERZO. Ensalada 1				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
				
<b>NOMBRE DE RECETA:</b>	<i>Ensalada Fresca</i>			
<b>N° DE RECETA:</b>	16			
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES	Costo	
12.00	Unidades	Aguacates frescos		\$6.00
4.00	Unidades	Lechuga cortada en trozos		\$1.60
12.00	Unidades	Tomates maduros cortados en rebanadas.		\$6.00
8.00	Unidades	Cebollas cortadas en rodajas.		\$0.40
PARA LA SALSA				
12.00	Cucharadas	Aceite de buena calidad		\$0.60
4.00	Unidades	Cebolla blanca finamente picada		\$0.20
4.00	Cucharadas	Cilantro finamente picado		\$0.05
4.00	Cucharadas	Jugo de limón		\$0.06
4.00	Cucharadas	Mostaza		\$0.19
4.00	Cucharaditas	Azúcar		\$0.24
		Sal y pimienta al gusto.		\$0.10
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Colocar las rodajas de cebolla en agua con sal durante 1 hora. Al momento de la preparación arreglar los ingredientes de la ensalada en la bandeja. Mezclar correctamente los ingredientes de la sal y verter sobre los vegetales			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>	\$15.22
			<b>COSTO POR PORCION</b>	\$0.63

Fuente: Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

Elaboración: Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 139

ALMUERZO.				
Ensalada				
RECETA ESTÁNDAR		PORCIONES: 24		
NOMBRE DE RECETA:		<i>Verduras Mixtas Calientes.</i>		
N° DE RECETA:		16		
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo
4.00	taza	Habichuelas cortadas en trozos		\$2.00
4.00	unidad	pimiento cortado en tiras		\$0.32
2.00	libras	arveja precocida		\$2.00
	unidad	coliflor en ramitos		\$1.00
4.00	tazas	zanahoria precocida		\$0.12
12.00	cucharadas	mantequilla		\$0.78
8.00	unidad	ajos molidos		\$0.08
4.00	cucharadas	salsa negra		\$0.24
		Sal y pimienta al gusto.		\$0.10
<b>PROCEDIMIENTO:</b> En una sartén derretir la mantequilla, sofreír el ajo y agregar la coliflor. Dejar en cocción 10 minutos. Añadir el resto de ingredientes. Cocer por 5 minutos más. Servir enseguida.			<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>	\$6.22
			<b>COSTO POR PORCION</b>	<b>\$0.26</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 140


ALMUERZO. Postre 1				
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24			
NOMBRE DE RECETA:	<i>Dulce de babaco.</i>			
Nº DE RECETA:	16			
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo
4	unidad	Babaco maduro pelado		\$6.00
6	litros	agua		\$0.00
2	libra	azúcar		\$0.56
5	raja	canela		\$0.10
<b>PROCEDIMIENTO:</b> Quitar la telita transparente que tiene el babaco en el interior. Cortarlo en trocitos. Colocar en una olla el babaco, el agua, azúcar, y la canela. Llevarlo a fuego lento durante 45 minutos o hasta que tome consistencia. Mientas se está cocinando revolver con una cuchara de madera. Servir frío.				
<b>COSTO TOTAL DE LA RECETA</b>				\$6.66
<b>COSTO POR PORCION</b>				<b>\$0.28</b>



**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

CUADRO No. 141

ALMUERZO. Bebida fría					
RECETA ESTÁNDAR	PORCIONES: 24				
NOMBRE DE RECETA:		<i>juego de piña</i>			
N° DE RECETA:		11	PESO POR PORCION		
Cantidad.	Medida.	INGREDIENTES		Costo	
4.00	unidad	Piña		\$4.00	
7.00	Litros	agua hervida		\$0.00	
1.00	Libra	azúcar		\$0.28	
PROCEDIMIENTO: Poner el agua hervida en la licuadora, añadir la piña y el azúcar y licuar. Servir en vasos			COSTO TOTAL DE LA RECETA		\$4.28
			COSTO POR PORCION		<b>\$0.18</b>

**Fuente:** Cuadros de menú obtenidos en taller comunitario

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

#### ANEXO 4. ANALISIS DE LOS PRECIOS UNITARIOS (APU) “LISTA DE MANO DE OBRA”

TESIS DE GRADO: COSTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LAS CABAÑAS

**CUADRO No 142.**

DESCRIPCION	CATEGORIA.	SALARIO .REAL x HORA	HOR-HOMBRE	TOTAL
PEON	I	\$ 1.78	\$ 440.82	\$ 784.66
AYUDANTE EN GENERAL	I	\$ 1.78	\$ 679,22	\$ 1,209.01
PINTOR	II	\$ 1.78	\$ 32.17	\$ 57.26
PLOMERO	II	\$ 1.78	\$ 1.25	\$ 2.23
ALBANIL	II	\$ 1.78	\$ 861.78	\$ 1,533.97
ELECTRICISTA	III	\$ 1.78	\$ 48.92	\$ 87.08
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3,674.20</b>

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

#### ANALISIS DE LOS PRECIOS UNITARIOS (APU) “LISTA DE EQUIPO”

TESIS DE GRADO: COSTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LAS CABAÑAS

**CUADRO No 143.**

DESCRIPCION	COSTO - HORA	HORAS EQUIPO	TOTAL
HERRAMIENTA MENOR	\$ 0.10	996.44	\$ 99.64
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 99.64</b>

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



**ANALISIS DE LOS PRECIOS UNITARIOS (APU) “LISTA DE MATERIALES”**

**TESIS DE GRADO: COSTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LAS CABAÑAS**

**CUADRO No 144.**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
ACCESORIOS INOD-LAVAMANOS	GLB	\$ 25.80	38.60	\$ 995.88
ACCESORIOS PARA CALEFON	GLB	\$50.00	1.00	\$ 50.00
ACERO DE REFUERZO	KG	\$ 1.89	8.00	\$ 15.12
ADITAMENTOS PARA INSTALACION	GLB	\$ 25.80	2.00	\$51.60
AGUA	M3	\$ 0.50	4.75	\$ 2.38
ALAMBRE DE AMARRE	KG	\$ 0.25	45.00	\$ 11.25
ALAMBRE No.10	ML	\$ 0.40	170.00	\$ 68.00
ALAMBRE No.12	ML	\$ 0.35	117.00	\$ 40.95
ALFAJIAS DE 2.50 M (5*5 cm.)	U	\$ 1.80	51.11	\$ 92.00
ARENA	M3	\$ 4.25	12.87	\$ 54.70
BREAKERS	U	\$8.39	4.00	\$ 33.56
BROCHA DE 6"	U	\$1.79	4.00	\$7.16
CAJA DE BREAKERS	U	\$30.00	1.00	\$ 30.00
CAJETIN OCTOGONAL	U	\$ 1.10	9.00	\$9.90
CAJETIN RECTANGULAR PROFUNDO	U	\$ 0.95	19.00	\$18.05
CALEFON	U	\$180.00	1.00	\$180.00
CEMENTO PORTLAND	SACO	\$ 6.05	79.43	\$ 480.55
CHOVA IMPERMEABILIZANTE	M2	\$8.50	81.23	\$ 690.46
CLAVOS	KG	\$ 1.34	82.39	\$ 110.40
CLOSET	M2	\$180.00	4.80	\$ 864.00
CODO O UNIVERSAL DE 1/2"	U	\$ 2.50	10.00	\$ 25.00
CODO PVC 3"	U	\$ 1.50	6.00	\$ 9.00
CODO PVC 4"	U	\$ 2.45	1.00	\$ 2.45
DUELAS EUCALIPTO MACHIEMBRADA	U	\$ 2.20	501.70	\$ 1,103.74
EMPASTE	KG	\$ 2.15	52.06	\$ 111.93
EMPORE	KG	\$ 1.30	3.94	\$ 5.12
FOCO 100 W	U	\$ 4.50	9.00	\$ 40.50
BOQUILLA BAQUELITA	U	\$ 2.10	9.00	\$ 18.90
INODORO TANQUE BAJO+ACCESORIOS	U	\$ 75.00	1.00	\$ 75.00
JUEGO DE BANO	U	\$ 35.00	1.00	\$ 35.00
LADRILLO	U	\$ 0.15	1,766.28	\$ 264.94
LAVAMANOS + ACCESORIOS	U	\$54.00	1.00	\$ 54.00

MEZCLADORA+ACCESORIOS	U	\$ 35.00	1.00	\$ 35.00
PIEDRA BASE	M3	\$5.50	12.20	\$ 67.10
PAJA DE PARAMO	CARGA	\$ 3.50	100.00	\$350.00
PILARES DE 4 M	U	\$12.00	10.00	\$ 120.00
PINTURA LATEX	GL	\$ 35.00	7.15	\$ 250.25
POLIPEGA	LT	\$ 5.40	1.05	\$ 5.67
PORCELANATIO NACIONAL	M2	\$ 18.00	19.71	\$ 354.78
PUERTA PREFABRICADAS+CERRADURA	U	\$ 125.00	4.00	\$ 500.00
RIELES CON TUBO 1"	GLB	\$ 4.00	1.00	\$ 4.00
RIPIO	M3	\$ 8.00	5.59	\$ 44.72
TABLA MACHIEMBRADA DE 0.10 M	U	\$ 2.50	179.00	\$ 447.50
TACO Y PLACA INTERRUPTOR	U	\$ 3.60	9.00	\$ 32.40
TACO Y PLACA TOMACORRIENTE DOB	U	\$ 5.40	10.00	\$54.00
TAIPE	U	\$ 0.25	9.50	\$ 2.38
TIRAS DE 2*2 cm.	U	\$ 0.05	225.00	\$ 11.25
TUBERIA PVC 1/2"	ML	\$1.60	170.75	\$273.20
TUBERIA PVC 3"	ML	\$4.60	6.15	\$428.25
TUBERIA PVC 4"	ML	\$5.50	22.00	\$121.00
VENTANAS MADERA+VIDRIO 4 MM	M2	\$48.00	15.52	\$744.96
VIGAS DE 7*14 cm.	M	\$2.10	156.00	\$327.60
VIGAS DE MADERA DE 6.00 M	M	\$25.00	4.00	\$100.00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9,425.63</b>

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

**ANALISIS DE LOS PRECIOS UNITARIOS (APU) “LISTA DE MATERIALES”**

TESIS DE GRADO: COSTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LAS CABAÑAS

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 1

RUBRO: LIMPIEZA Y DESBROCE DE TERRENO

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No 145.**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
				\$ 0.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO HORA	x	SUBTOTAL
	0.08	\$0.10		\$0.01
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS HOMBRE	- COSTO HOMBRE	x SUBTOTAL
PEON	I	0.08	\$1.78	\$0.14
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
				\$0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$0.15
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$0.15

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 2

RUBRO: NIVELACION DE TERRENO

UNIDAD: M3

ESPEC:

**CUADRO No 146.**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
				\$ 0.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
	2.50	\$0.10		\$0.25
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS - HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
PEON	I	2.50	\$1.78	\$4.45
ALBAÑIL	II	0.05	\$1.78	\$0.09
				\$4.54
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$4.79
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$4.79

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 3

RUBRO: EXCAVACION PARA PLINTOS

UNIDAD: M3

ESPEC:

**CUADRO No 147.**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
				\$ 0.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
	2.50	\$0.10		\$0.25
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS – HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
PEON	I	2.50	\$1.78	\$4.45
ALBAÑIL	II	0.05	\$1.78	\$0.09
				\$4.54
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$4.79
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$4.79

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 4

RUBRO: HORMIGON EN PLINTOS

UNIDAD: M3

ESPEC:

**CUADRO No 148.**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
CEMENTO PORTLAND	SACO	7.00	\$6.05	\$ 42.35
ARENA	M3	0.65	\$4.25	\$2.76
RIPIO	M3	0.95	\$8.00	\$7.60
AGUA	M3	0.24	\$0.50	\$0.12
				\$52.83
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO HORA	x	SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	6.00	\$0.10		\$0.60
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS HOMBRE	- COSTO HOMBRE	x SUBTOTAL
PEON	I	6.00	\$1.78	\$10.68
ALBAÑIL	II	3.00	\$1.78	\$5.34
				\$16.02
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$69.45
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$69.45

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 5

RUBRO: COLUMNAS DE MADERA DE 3M

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No.149**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
PILARES DE 4M	U	1.00	\$12.00	\$12.00
				\$12.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO HORA x		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0.20	\$0.10		\$0.02
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS HOMBRE -	COSTO HOMBRE x	SUBTOTAL
PEON	I	0.40	\$1.78	\$0.71
ALBAÑIL	II	0.40	\$1.78	\$0.71
				\$1.42
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$13.44
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$13.44

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 6

RUBRO: COLUMNAS DE MADERA DE 4M

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No 150**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
PILARES DE 4M	U	1.00	\$12.00	\$12.00
				\$12.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0.20	\$0.10		\$0.02
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS – HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
PEON	I	0.40	\$1.78	\$0.71
ALBAÑIL	II	0.40	\$1.78	\$0.71
				\$1.42
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$13.44
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$13.44

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 7

RUBRO: CONTRAPISO DE PIEDRA Y HORMIGON

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No 151.**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
CEMENTO PORTLAND	SACO	0.35	\$6.05	\$2.12
ARENA	M3	0.03	\$4.25	\$0.13
RIPIO	M3	0.05	\$8.00	\$0.40
AGUA	M3	0.01	\$0.50	\$0.01
PIEDRA BASE	M3	0.15	\$5.50	\$0.83
				<b>\$3.48</b>
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	4.00	\$0.10		\$0.40
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGOR IA</b>	<b>HORAS – HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
PEON	I	4.00	\$1.78	\$7.12
ALBAÑIL	II	2.00	\$1.78	\$3.56
				<b>\$10.68</b>
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$14.56
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$14.56

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 8

RUBRO: ESTRUCTURA DE CUBIERTA

UNIDAD: GLB

ESPEC:

**CUADRO No. 152**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
VIGAS DE 7*14 cm.	M	156.00	\$2.10	\$327.60
CLAVOS	KG	30.00	\$1.34	\$40.20
DUELAS DE EUCALIPTO MACHIEMBRADA	U	410.00	\$2.20	\$902.00
				\$1269.80
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	20.00	\$0.10		\$2.00
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
AYUDANTE GENERAL	I	24.00	\$1.78	\$42.72
ALBAÑIL	II	24.00	\$1.78	\$42.72
				\$85.44
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$1357.24
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$1357.24

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 9

RUBRO: CUBIERTA

UNIDAD: GLB

ESPEC:

**CUADRO No 153**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
CHOVA IMPERMEABILIZANTE	M2	81.23	\$8.50	\$690.46
TIRAS DE 2*2	U	225.00	\$0.05	\$11.25
CLAVOS	KG	6.00	\$1.34	\$8.04
PAJA DE PARAMO	CARGA	100.00	\$3.50	\$350.00
ALAMBRE DE AMARRE	KG	45.00	\$0.25	\$11.25
				<b>\$1071.00</b>
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO HORA</b>	<b>x</b>	<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	20.00	\$0.10		\$2.00
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS HOMBRE</b>	<b>- COSTO HOMBRE</b>	<b>x SUBTOTAL</b>
AYUDANTE GENERAL	I	24.00	\$1.78	\$42.72
ALBAÑIL	II	24.00	\$1.78	\$42.72
				<b>\$85.44</b>
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$1158.44
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$1158.44

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 10

RUBRO: MANPOSTERIA DE LADRILLO

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No 154.**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
CEMENTO PORTLAND	SACO	0.25	\$6.05	\$1.51
ARENA	M3	0.10	\$4.25	\$0.43
AGUA	M3	0.001	\$0.50	\$0.00
LADRILLO	U	33.00	\$0.15	\$4.95
				<b>\$6.89</b>
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	0.80	\$0.10		\$0,08
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS – HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
AYUDANTE GENERAL	I	0.80	\$1.78	\$1.42
ALBAÑIL	II	0.80	\$1.78	\$1.42
				<b>\$2.85</b>
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$9.82
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$9.82

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 11

RUBRO VENTANAS DE MADERA CON VIDRIO DE 4MM

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No. 155**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
VENTANAS MADERA + VIDRIO 4MM	M2	1.00	\$48.00	\$48.00
				\$48.00
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	0.80	\$0.10		\$0,08
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$48.00
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$48.00

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 12

RUBRO: PUERTAS DE MADERA PREFABRICADAS

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No 156.**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
PUERTAS PREFABRICADAS + CERRADURAS	U	1.00	\$125.00	\$125.00
				\$125.00
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	0.80	\$0.10		\$0,08
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS – HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$125.00
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$125.00

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 13

RUBRO: VIGA SUPERIOR DE MADERA DE 7.20 M.

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 157**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
CLAVOS	KG	0.30	\$1.34	\$0.40
VIGAS DE MADERA DE 6M	U	1.00	\$25.00	\$25.00
				\$25.40
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0.80	\$0.10		\$0,08
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS - HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
AYUDANTE GENERAL	I	0.80	\$1.78	\$1.42
ALBAÑIL	II	0.80	\$1.78	\$1.42
				\$2.85
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$28.33
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$28.33

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 14

RUBRO: VIGA SUPERIOR DE MADERA DE 6.00 M.

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 158**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
CLAVOS	KG	0.30	\$1.34	\$0.40
VIGAS DE MADERA DE 6M	U	1.00	\$25.00	\$25.00
				\$25.40
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0.80	\$0.10		\$0.08
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS – HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
AYUDANTE GENERAL	I	0.80	\$1.78	\$1.42
ALBAÑIL	II	0.80	\$1.78	\$1.42
				\$2.85
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$28.33
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$28.33

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 15

RUBRO: REVESTIMIENTO DE PAREDES CON MADERA

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No. 159**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
CLAVOS	KG	0.60	\$1.34	\$0.80
TABLAS MACHIEMBRADA DE 0.10 M	U	4.00	\$2.50	\$10.00
ALFAJIAS DE 2.50M (5*5 cm.)	U	0.65	\$1.80	\$1.17
				\$11.97
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO HORA</b>	<b>x</b>	<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	3.00	\$0.10		\$0.30
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS HOMBRE</b>	<b>- COSTO HOMBRE</b>	<b>x SUBTOTAL</b>
AYUDANTE GENERAL	I	4.50	\$1.78	\$8.01
ALBAÑIL	II	4.50	\$1.78	\$8.01
				\$16.02
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$28.29
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$28.29

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 16

RUBRO: ENLUCIDO VERTICAL

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No. 160**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
CEMENTO PORTLAND	SACO	0.20	\$6.05	\$1.21
ARENA	M3	0.04	\$4.25	\$0.17
AGUA	M3	0.03	\$0.50	\$0.02
EMPASTE	KG	0.50	\$2.15	\$1.08
				\$2.47
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS-EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	3.00	\$0.10		\$0.10
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS – HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
AYUDANTE GENERAL	I	1.40	\$1.78	\$2.49
ALBAÑIL	II	1.40	\$1.78	\$2.49
				\$4.98
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$7.55
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$7.55

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 17

RUBRO: ENLUCIDO HORIZONTAL

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No. 161**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
CEMENTO PORTLAND	SACO	0.20	\$6.05	\$1.21
ARENA	M3	0.04	\$4.25	\$0.17
AGUA	M3	0.03	\$0.50	\$0.02
EMPASTE	KG	0.50	\$2.15	\$1.08
				\$2.47
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	1.00	\$0.10		\$0,10
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
AYUDANTE GENERAL	I	1.40	\$1.78	\$2.49
ALBAÑIL	II	1.40	\$1.78	\$2.49
				\$4.98
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$7.55
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$7.55

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 18

RUBRO: PINTURA EN PAREDES

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No. 162**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
PINTURA LATEX	GALON	0.12	\$35.00	\$4.20
BROCHA DE 6"	U	0.04	\$4.00	\$0.12
				\$4.32
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0.54	\$0.10		\$0.05
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS – HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
PINTOR	II	0.54	\$1.78	\$0.96
AYUDANTE GENERAL	I	0.54	\$1.78	\$0.96
				\$1.92
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$6.30
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$6.30

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 19

RUBRO: ENTABALDO PISOS

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No. 163**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ALFAJIAS DE 2.50M (5*5 cm.)	U	0.60	\$1.80	\$1.08
DUELA DE EUCALIPTO MACHIEMBRADA	U	2.50	\$2.20	\$5.50
CLAVOS	KG	0.50	\$1.34	\$0.67
				<b>\$7.25</b>
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS-EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	4.50	\$0.10		\$0.45
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS – HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
AYUDANTE GENERAL	I	4.50	\$1.78	\$8.01
ALBAÑIL	II	4.50	\$1.78	\$8.01
				<b>\$16.02</b>
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$23.72
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$23.72

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 20

RUBRO: CLOSET

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No. 164**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
CLOSET	M2	1.00	\$180.00	\$180.00
				\$180.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
				\$0.00
C.- MANO DE OBRA	CATEGO RIA	HORAS - HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
				\$0.00
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$180.00
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$180.00

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 21

RUBRO: RIELES PARA CORTINAS

UNIDAD: GLB

ESPEC:

**CUADRO No. 165**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
RIELES CON TUBO DE 1"	U	1.00	\$4.00	\$4.00
				\$180.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO HORA x		SUBTOTAL
				\$0.00
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS HOMBRE -	COSTO HOMBRE x	SUBTOTAL
				\$0.00
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$4.00
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$4.00

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 22

RUBRO: CERAMICA EN PISO

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No. 166**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
PORCELANATO NACIONAL	M2	1.00	\$18.00	\$18.00
CEMENTO PORTLAND	SACO	0.30	\$6.05	\$1.82
EMPORE	KG	0.20	\$1.30	\$0.26
AGUA	M3	0.02	\$0.50	\$0.01
				\$20.09
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0.50	\$0.10		\$0.05
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS – HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
AYUDANTE GENERAL	I	0.50	\$1.78	\$0.89
ALBANIL	II	0.50	\$1.78	\$0.89
				\$1.78
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$21.92
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$21.92

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 23

RUBRO: CERAMICA EN PARED

UNIDAD: M2

ESPEC:

**CUADRO No. 167**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
PORCELANATO NACIONAL	M2	1.00	\$18.00	\$18.00
CEMENTO PORTLAND	SACO	0.30	\$6.05	\$1.82
EMPORE	KG	0.20	\$1.30	\$0.26
AGUA	M3	0.02	\$0.50	\$0.01
				\$20.09
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO HORA</b>	<b>x</b>	<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	0.50	\$0.10		\$0.05
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS HOMBRE</b>	<b>- COSTO HOMBRE</b>	<b>x SUBTOTAL</b>
AYUDANTE GENERAL	I	0.50	\$1.78	\$0.89
ALBANIL	II	0.50	\$1.78	\$0.89
				\$1.78
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$21.92
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$21.92

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 24

RUBRO: PUNTOS DE LUZ

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 168**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ALAMBRE No. 12	ML	13.00	\$0.35	\$4.55
CAJETIN OCTOGONAL	U	1.00	\$1.10	\$1.10
TUBERIA PVC ½"	ML	6.00	\$1.60	\$9.60
TACO Y PLACA INTERRUPTOR	U	1.00	\$3.60	\$3.60
BOQUILLA BAQUELITA	U	1.00	\$2.10	\$2.10
TAIPE	U	0.50	\$0.25	\$0.13
CAJETIN RECTANDULAR PROFUNDO	U	1.00	\$0.95	\$0.95
FOCO 100W	U	1.00	\$4.50	\$4.50
				<b>\$26.53</b>
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	1.50	0.10		\$0.15
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGO RIA</b>	<b>HORAS – HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ELECTRICISTA	III	2.50	\$1.78	\$4.45
				<b>\$4.45</b>
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$31.13
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$31.13

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 25

RUBRO: SALIDA DE TOMACORRIENTE

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 169**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
ALAMBRE No. 10	ML	17.00	\$0.40	\$6.80
TUBERIA PVC ½"	ML	8.00	\$1.60	\$12.80
TACO Y PLACA TOMACORRIENTE DOBLE	U	1.00	\$5.40	\$5.40
TAIPE	U	0.50	\$0.25	\$0.13
CAJETIN RECTANDULAR PROFUNDO	U	1.00	\$0.95	\$0.95
				\$26.08
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	1.00	0.10		\$0.10
C.- MANO DE OBRA	CATEGO RIA	HORAS – HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
ELECTRICISTA	III	2.50	\$1.78	\$4.45
				\$4.45
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$30.63
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$30.63

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 26

RUBRO: CAJA DE BREAKERS 4 PUNTOS

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 170**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
CAJA DE BREAKERS	U	1.00	\$30.00	\$30.00
BREAKERS	U	4.00	\$8.39	\$33.56
				\$63.56
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	1.42	0.10		\$0.14
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS – HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ELECTRICISTA	III	1.42	\$1.78	\$2.53
AYUDANTE GENERAL	I	1.42	\$1.78	\$2.53
				\$5.06
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$68.76
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$68.76

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 27

RUBRO: SALIDAS DE AGUA

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 171**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
CODO UNIVERSAL DE ½"	U	2.00	\$2.50	\$5.00
TUBERIA PVC ½	ML	1.05	\$1.60	\$1.68
ACCESORIO INODORO LAVAMANOS	GLB	0.12	\$25.80	\$3.10
				\$9.78
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS-EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	0.50	0.10		\$0.05
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ALBANIL	II	0.70	\$1.78	\$1.25
AYUDANTE GENERAL	I	0.70	\$1.78	\$1.25
				\$2.49
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$12.32
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$12.32

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 28

RUBRO: TUBOS PVC DE 1/2"

UNIDAD: M

ESPEC:

**CUADRO No. 172**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
TUBERIA PVC ½	ML	1.05	\$1.60	\$1.68
ACCESORIO INODORO LAVAMANOS	GLB	0.50	\$25.80	\$12.90
				\$14.58
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	1.00	0.10		\$0.10
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGO RIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ALBANIL	II	1.42	\$1.78	\$2.53
AYUDANTE GENERAL	I	1.42	\$1.78	\$2.53
				\$5.06
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$19.74
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$19.74

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 29

RUBRO: INSTALACION DE CALEFON

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 173**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
CALEFON	U	1.00	\$180.00	\$180.00
ACCESORIO PARA CALEFON	GLB	1.00	\$50.00	\$50.00
				\$230.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	1.00	0.10		\$0.10
C.- MANO DE OBRA	CATEGO RIA	HORAS - HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
ALBANIL	II	3.00	\$1.78	\$5.34
AYUDANTE GENERAL	I	3.00	\$1.78	\$5.34
				\$10.68
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$240.78
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$240.78

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA AGOSTO 2008

ITEM: 30

RUBRO: SALIDA TUBERIA PVC 3"

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 174**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
CODO PVC 3"	U	2.00	\$1.50	\$3.00
TUBERIA PVC 3"	ML	1.00	\$4.60	\$4.60
POLIPEGA	LT	0.04	\$5.40	\$0.22
				\$7.82
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO HORA	x	SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	1.00	0.10		\$0.10
C.- MANO DE OBRA	CATEGO RIA	HORAS HOMBRE	COSTO HOMBRE	x SUBTOTAL
ALBANIL	II	0.70	\$1.78	\$1.25
AYUDANTE GENERAL	I	0.700	\$1.78	\$1.25
				\$2.49
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$10.41
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$10.41

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 31

RUBRO: SALIDA TUBERIA PVC 4"

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 175**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
CODO PVC 4"	U	1.00	\$2.45	\$2.45
TUBERIA PVC 4"	ML	1.00	\$5.50	\$5.50
POLIPEGA	LT	0.01	\$5.40	\$0.05
				<b>\$8.00</b>
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	1.00	0.10		\$0.10
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ALBANIL	II	0.70	\$1.78	\$1.25
AYUDANTE GENERAL	I	0.700	\$1.78	\$1.25
				<b>\$2.49</b>
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$10.60
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$10.60

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 32

RUBRO: TUBERIA PVC 4"

UNIDAD: M

ESPEC:

**CUADRO No. 176**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ACCESORIOS INODORO LAVAMANOS	GLB	1.00	\$25.80	\$25.80
TUBERIA PVC 4"	ML	1.05	\$5.50	\$5.78
POLIPEGA	LT	0.04	\$5.40	\$0.22
				\$31.79
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS-EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	0.05	0.10		\$0.01
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ALBANIL	II	0.70	\$1.78	\$1.25
AYUDANTE GENERAL	I	0.700	\$1.78	\$1.25
				\$2.49
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$34.29
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$34.29

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 33

RUBRO: TUBERIA PVC 3"

UNIDAD: M

ESPEC:

**CUADRO No. 177**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ACCESORIOS INODORO LAVAMANOS	GLB	1.00	\$25.80	\$25.80
TUBERIA PVC 3"	ML	1.05	\$4.60	\$4.83
POLIPEGA	LT	0.04	\$5.40	\$0.22
				\$30.85
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	0.01	0.10		\$0.00
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ALBANIL	II	0.70	\$1.78	\$1.25
AYUDANTE GENERAL	I	0.700	\$1.78	\$1.25
				\$2.49
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$33.34
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$33.34

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 34

RUBRO: CAJA DE REVISION

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 178**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ARENA	M3	0,08	\$4.25	\$0.34
RIPIO	M3	0,10	\$8.00	\$0.80
CEMENTO PORTLAND	SACO	0.70	\$6.05	\$4.23
ACERO DE REFUERZO	KG	8.00	\$1.89	\$15.12
LADRILLO	U	45.00	\$0.15	\$6.75
PIEDRA BASE	M3	0.02	\$5.50	\$0.11
ALFAJIAS DE 2.50M (5*5cm)	U	0.01	\$1.80	\$0.02
AGUAS	M3	0.01	\$0.50	\$0.01
				<b>\$27.38</b>
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	1.00	0.10		\$0.10
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ALBANIL	II	1.42	\$1.78	\$2.53
AYUDANTE GENERAL	I	1.42	\$1.78	\$2.53
				<b>\$5.06</b>
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$32.53
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$32.53

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 35

RUBRO: INSTALACION INODORO

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 179**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
INODORO TANQUE BAJO + ACCESORIOS	U	1.00	\$75.00	\$75.00
CEMENTO PORTLAND	SACO	0.01	\$6.05	\$0.06
ADITAMENTOS PARA INSTALACION	GLB	1.00	\$25.80	\$25.80
				\$100.86
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO HORA</b>	<b>x</b>	<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	1.00	0.10		\$0.10
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS HOMBRE</b>	<b>- COSTO HOMBRE</b>	<b>x SUBTOTAL</b>
ALBANIL	II	1.42	\$1.78	\$2.53
AYUDANTE GENERAL	I	1.42	\$1.78	\$2.53
				\$5.06
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$106.02
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$106.02

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 36

RUBRO: INSTALACION LAVA MANOS

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 180**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
LAVAMANOS + ACCESORIOS	U	1.00	\$54.00	\$54.00
ADITAMENTOS PARA INSTALACION	GLB	1.00	\$25.80	\$25.80
				\$79.80
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	1.00	0.10		\$0.10
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ALBANIL	II	1.42	\$1.78	\$2.53
AYUDANTE GENERAL	I	1.42	\$1.78	\$2.53
				\$5.06
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$84.96
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$84.96

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA AGOSTO 2008

ITEM: 37

RUBRO MEZCLADORA DUCHA

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 181**

A.- MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. UNIT	SUBTOTAL
MESCLADORA + ACCESORIOS	U	1.00	\$35.00	\$35.00
				\$79.80
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS- EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0.50	0.10		\$0.05
C.- MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS - HOMBRE	COSTO x HOMBRE	SUBTOTAL
PLOMERO	II	1.25	\$1.78	\$2.23
				\$2.23
D. TRANSPORTE	UNIDAD	CANTIDA	PRECIO TRANSPORTE	SUBTOTAL
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$37.28
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$37.28

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce

FECHA: AGOSTO 2008

ITEM: 38

RUBRO ACCESORIO PARA BANOS

UNIDAD: U

ESPEC:

**CUADRO No. 182**

<b>A.- MATERIALES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNIT</b>	<b>SUBTOTAL</b>
JUEGO DE BANO	U	1.00	\$35.00	\$35.00
CEMENTO PORTLAND	SACO	0.01	\$6.05	\$0.06
EMPORE	KG	0.001	41.30	\$0.00
				\$35.60
<b>B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>	<b>HORAS- EQUIPO</b>	<b>COSTO x HORA</b>		<b>SUBTOTAL</b>
HERRAMIENTA MENOR	2.00	0.10		\$0.20
<b>C.- MANO DE OBRA</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>HORAS - HOMBRE</b>	<b>COSTO x HOMBRE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
ALBANIL	II	2.50	\$1.78	\$4.45
AYUDANTE GENERAL	I	0.10	\$1.78	\$0.18
				\$4.63
<b>D. TRANSPORTE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDA</b>	<b>PRECIO TRANSPORTE</b>	<b>SUBTOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				\$39.89
COSTOS INDIRECTOS 0%				\$0.00
PRECIO UNITARIO				\$39.89

**Fuente:** Análisis obtenidos en el Programa APU

**Elaboración:** Mayra Martínez I, Marielisa Ponce



